

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomických teorií



Diplomová práce

Ekonomický přínos geocachingu pro definovanou oblast

Bc. Jan Schichor

© 2018 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Jan Schichor

Provoz a ekonomika

Název práce

Ekonomický přínos geocachingu pro definovanou oblast

Název anglicky

The economic benefits of geocaching in defined area

Cíle práce

Cílem diplomové práce je vyčíslení ekonomického přínosu nově založených geolokačních schránek hry geocaching na definovaném území.

Metodika

Obsahem teoretické části diplomové práce bude literární rešerše výpočtu ekonomického přínosu cílené turistiky pro určitou oblast, metodika způsobu sběru podkladových dat a jejich vyhodnocení. Dále bude provedena deskripce pojmu geocaching, jeho začlenění v rámci cestovního ruchu a definování principu fungování a pravidel této hry.

V praktické části diplomové práce bude definována cílová oblast pro zjištění ekonomického přínosu geocachingu, ve které budou založeny nové schránky pro hru geocaching za účelem získání dat pro výzkumné šetření. Každému nálezci těchto schránek bude odeslán dotazník, jehož cílem bude zjistit přesné výdaje spojené s návštěvou daného místa v definované oblasti. Bude také zjišťováno, zda návštěva místa byla cílená pouze na hru geocaching, nebo nález schránky byl až sekundárním důvodem. Na základě dat získaných od oslovených respondentů budou vyčísleny jejich výdaje a následně určen ekonomický přínos pro vybranou oblast.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

cache, cestovní ruch, cílená turistika, ekonomický přínos, geocaching, geolokační hra, GPS, turismus

Doporučené zdroje informací

- DYER, Mike. The essential guide to geocaching: tracking treasure with your GPS. Golden, Colo.: Fulcrum Pub., c2004. ISBN 1555915221.
- JUREČKA, Václav. Makroekonomie. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3258-9.
- LIŠKA, Václav. Makroekonomie. 2. vyd. Praha: Professional Publishing, 2004. ISBN 80-86419-54-1.
- LOCHMANNOVÁ, Alena. Cestovní ruch. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.
- PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5.
- PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. Ekonomika turismu: turismus České republiky. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.
- SAMUELSON, Paul Anthony a William D. NORDHAUS. Ekonomie: 19. vydání. Praha: NS Svoboda, 2013. ISBN 978-80-205-0629-0.
- SEKERKA, B. – BRČÁK, J. *Makroekonomie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2010. ISBN 978-80-7380-245-5.
- THE EDITORS & STAFF OF GEOCACHING.COM. The Complete Idiot's Guide to Geocaching, 3rd ed. New York, N.Y.: Alpha, c2012. ISBN 978-1-61564-194-9.
- ZICHOVÁ, Jitka. Ekonomika cestovního ruchu I. Základy. Praha: VŠO, 2010. ISBN: 978-80-86841-24-3.

Předběžný termín obhajoby

2017/18 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Pavel Hrdlička, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra ekonomických teorií

Elektronicky schváleno dne 18. 1. 2018

doc. PhDr. Ing. Lucie Severová, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 29. 1. 2018

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 23. 03. 2018

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Ekonomický přínos geocachingu pro definovanou oblast" jsem vypracoval 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 autor uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 25. 03. 2018

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval především vedoucímu práce Ing. Pavlu Hrdličkovi, Ph. D. za cenné rady při vypracování diplomové práce. Dále bych rád poděkoval své rodině za podporu v průběhu psaní práce a v neposlední řadě i všem respondentům dotazníkového šetření, jejichž odpovědi byly základem pro vypracování praktické části práce.

Ekonomický přínos geocachingu pro definovanou oblast

Souhrn

Tato diplomová práce se zabývá ekonomickým přínosem geolokační hry Geocaching pro definovanou oblast ve východní části Krušných hor. V teoretické části jsou pomocí deskripce odborné literatury vymezeny základní pojmy týkající se hry Geocaching, její historie a principy. Dále je zde definován pojem cestovní ruch, rozdíl mezi ekonomickým přínosem a dopadem, základní makroekonomické ukazatele, teorie multiplikátoru a nakonec je popsán postup vyhodnocení ekonomického přínosu pomocí certifikované metodiky. Pro účely praktické části bylo založeno 5 nových schránek hry Geocaching na sledovaném území. Na těchto schránkách byl proveden průzkum pomocí dotazníků, které byly průběžně odesílány všem nálezcům schránek po dobu 9 měsíců. Na základě získaných dat o výdajích jednotlivých návštěvníků na sledovaném území byl vyčíslen ekonomický přínos geocachingu pro definovanou oblast.

Klíčová slova: cache, cestovní ruch, cílená turistika, ekonomický přínos, geocaching, geolokační hra, GPS, turismus

The economic benefits of geocaching in defined area

Summary

This diploma thesis deals with economic benefits of geolocation game called Geocaching in defined area which is situated in the eastern part of Ore mountains. Theoretical part of thesis describes the basic terms related to game Geocaching, its history and principles. It also defines term tourism, difference between economic benefit and economic impact, basic macroeconomic indicators, multiplier theory and finally is described the process of calculating economic benefits using certified methodology. Five new geocaching cases were hidden in the monitored area for the purpose of the practical part. The survey was made by continuous sending questionnaires to all finders, who found these 5 boxes during 9 months. Based on the results of the survey about costs, which visitors of new cases spent in the monitored area, the economic benefits of Geocaching for defined area were calculated.

Keywords: cache, tourism, target tourism, economic benefit, geocaching, geolocation game, GPS, hiking

Obsah

1	Úvod.....	15
2	Cíl práce a metodika	17
2.1	Cíl práce	17
2.2	Metodika	17
3	Literární rešerše	18
3.1	Geocaching	18
3.2	Historie geocachingu	19
3.3	Pojmy a zkratky Geocachingu	21
3.4	Typy keší.....	23
3.4.1	Tradiční keš.....	23
3.4.2	Multi keš	24
3.4.3	Mystery cache	25
3.4.4	Earth keš	25
3.4.5	Letterbox hybrid	26
3.4.6	Event keš.....	27
3.4.7	CITO event	27
3.5	Trackovatelné předměty	28
3.5.1	Geocoin.....	28
3.5.2	Travel Bug	30
3.6	Pravidla pro zakládání keší	30
3.6.1	Umístění keše.....	31
3.6.2	Obsah keše	31
3.7	Cestovní ruch	32
3.7.1	Druhy cestovního ruchu.....	35
3.7.2	Formy cestovního ruchu	39
3.7.3	Typy cestovního ruchu.....	41
3.8	Definice základních ekonomických pojmů.....	42
3.8.1	Ekonomika a ekonomie	42
3.8.2	Mikroekonomie a makroekonomie	43
3.8.2.1	Mikroekonomie.....	43
3.8.2.2	Makroekonomie	44
3.8.3	Hrubý domácí produkt.....	44
3.8.3.1	Metody výpočtu HDP	45

3.8.4	Nezaměstnanost	47
3.8.5	Inflace.....	48
3.8.6	Platební bilance	48
3.8.7	Ekonomický dopad a ekonomický přínos	49
3.9	Ekonomické efekty cestovního ruchu	50
3.9.1	Přímé efekty	51
3.9.2	Nepřímé efekty.....	51
3.9.3	Indukované efekty.....	52
3.10	Multiplikátor	53
3.10.1	Keynesova teorie multiplikátoru	54
3.11	Multiplikátor cestovního ruchu	55
3.11.1	Multiplikátor produkce	56
3.11.2	Multiplikátor hrubé přidané hodnoty	56
3.11.3	Multiplikátor důchodu.....	57
3.11.4	Multiplikátor zaměstnanosti.....	57
3.12	Metodika výpočtu ekonomických dopadů	58
3.12.1	Referenční oblast.....	59
3.12.2	Zajištění vstupních dat pro analýzu	60
3.12.3	Meziodvětvová analýza.....	61
3.12.4	Aplikace input – output analýzy	63
3.12.5	Výpočet ekonomických dopadů.....	65
4	Praktická část	67
4.1	Definovaná oblast výzkumu.....	67
4.1.1	Klíny.....	69
4.1.2	Mníšek.....	71
4.1.3	Meziboří.....	72
4.2	Založení schránek ve vybrané oblasti	74
4.2.1	Zaniklý kostel sv. Antonína Paduánského	76
4.2.2	Pomník pilota Rudé armády.....	79
4.2.3	Větrná keška.....	82
4.2.4	Žabí jezírko	85
4.2.5	Dřevěná zvonička.....	88
4.3	Dotazníkové šetření.....	91
4.3.1	Návratnost dotazníku	92
4.3.2	Počet členů skupiny při návštěvě oblasti	92
4.3.3	Trvalé bydliště respondentů	93
4.3.4	Způsob dopravy respondentů	95
4.3.5	Ubytování.....	96
4.3.6	Stravování a pohostinství	97
4.3.7	Doprava	98
4.3.8	Sportovní, zábavní a rekreační činnost	99

4.4	Stanovení ekonomického přínosu Geocachingu pro definovanou oblast.....	101
4.4.1	Hodnoty multiplikátorů.....	101
4.4.2	Hlavní a vedlejší účel návštěvy definované oblasti	103
4.4.3	Geocaching jako primární účel návštěvy.....	103
4.4.3.1	Stravování a pohostinství.....	104
4.4.3.2	Ubytování.....	105
4.4.3.3	Doprava.....	106
4.4.3.4	Maloobchodní prodejny	107
4.4.3.5	Sportovní, zábavní a rekreační činnost	108
4.4.3.6	Celkový ekonomický přínos respondentů (Primární účel)	109
4.4.3.7	Přepočet ekonomického přínosu na všechny návštěvníky (Primární účel)	110
4.4.3.8	Přepočet ekonomického přínosu na 1 rok (Primární účel)	111
4.4.4	Geocaching jako vedlejší účel návštěvy	111
4.4.4.1	Výdaje za nápoje.....	112
4.4.4.2	Výdaje v maloobchodních prodejnách	114
4.4.4.3	Celkový ekonomický přínos respondentů (Vedlejší účel).....	114
4.4.4.4	Přepočet ekonomického přínosu na všechny návštěvníky (Vedlejší účel)	115
4.4.4.5	Přepočet ekonomického přínosu na 1 rok (Vedlejší účel)	116
4.4.5	Sumarizace celkových ekonomických přínosů geocachingu všech návštěvníků	117
5	Výsledky a diskuse	118
6	Závěr	121
7	Seznam použité literatury	122
8	Přílohy.....	127

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Logo Tradiční keš	24
Obrázek 2 - Logo Multi keš.....	24

Obrázek 3 - Logo Mystery keš.....	25
Obrázek 4 - Logo Earth keš	26
Obrázek 5 - Logo Letterbox hybrid	26
Obrázek 6 - Logo Event keš.....	27
Obrázek 7 – Logo CITO Event	28
Obrázek 8 - Geocoin (1000 nálezů)	29
Obrázek 9 - Czech Wood Geocoin	29
Obrázek 10 - TravelBug.....	30
Obrázek 11 - Druhy cestovního ruchu	39
Obrázek 12 - Přímé a nepřímé vlivy cestovního ruchu.....	52
Obrázek 13 - Přímé, nepřímé a odvozené efekty	53
Obrázek 14 - Průběh výpočtu ekonomických dopadů	59
Obrázek 15 - Definovaná oblast výzkumu.....	68
Obrázek 16 - Poloha definované oblasti v rámci ČR.....	69
Obrázek 17 - Znak obce Klíny.....	69
Obrázek 18 - Znak města Meziboří.....	72
Obrázek 19 - Rozmístění založených schránek	75
Obrázek 20 - Základní informace o keši na geocaching.com	76
Obrázek 21 - Kostel sv. Antonína Paduánského.....	77
Obrázek 22 - Okolí schránky Zaniklý kostel Sv. Antonína Paduánského	78
Obrázek 23 - Schránka Zaniklý kostel Sv. Antonína Paduánského.....	79
Obrázek 24 - Pomník pilota Rudé armády.....	80
Obrázek 25 - Okolí schránky Pomník pilota Rudé armády	81
Obrázek 26 - Schránka Pomník pilota Rudé armády	82
Obrázek 27 - Okolí schránky Větrná keška	83

Obrázek 28 - Úkryt pro schránku Větrná keška	84
Obrázek 29 - Schránka Větrná keška.....	85
Obrázek 30 - Okolí schránky Žabí jezírko.....	86
Obrázek 31 - Schránka Žabí jezírko	87
Obrázek 32 - Dřevěná zvonička v obci Klíny.....	88
Obrázek 33 - Schránka Dřevěná zvonička.....	89
Obrázek 34 - Interval ekonomického přínosu geocachingu (Vedlejší účel).....	115
Obrázek 35 - Interval celkového ekonomického přínosu geocachingu	117
Obrázek 36 - Úvodní část online dotazníku.....	127
Obrázek 37 - Ukázka matice mezispotřeby (SIOT).....	128
Obrázek 38 - Ukázka matice koeficientů A.....	129
Obrázek 39 - Ukázka matice L (I-A)	130
Obrázek 40 - Ukázka Leontiefovy inverzní matice	131

Seznam tabulek

Tabulka 1 -Typologie cestovního ruchu	42
Tabulka 2 - Model symetrické input - output tabulky	62
Tabulka 3 - Trvalé bydliště respondentů	94
Tabulka 4 - Hodnoty multiplikátorů jednotlivých odvětví	102
Tabulka 5 - Využití sportovních, zábavních a rekreačních činností (Primární účel)	109
Tabulka 6 - Výpočet ekonomického přínosu v Kč (Primární účel).....	110
Tabulka 7 - Výpočet celkových efektů v odvětvích v Kč (Vedlejší účel).....	114
Tabulka 8 - Přehled přímých, nepřímých a celkových efektů v Kč (Primární účel)	119
Tabulka 9 - Přehled přímých nepřímých a celkových efektů v Kč (Vedlejší účel).....	120
Tabulka 10 - Výpočet výdajů ve stravovacích zařízeních (Primární účel).....	132

Tabulka 11 - Výpočet výdajů za ubytování (Primární cíl).....	133
Tabulka 12 – Výpočet výdajů za sportovní, zábavní a rekreační aktivity (Primární cíl) ..	133
Tabulka 13 - Výpočet výdajů za nápoje ve stravovacích zařízeních (Vedlejší účel)	134
Tabulka 14 - Výpočet průměrné ceny PHM v Kč	135

Seznam grafů

Graf 1 - HDP České republiky	45
Graf 2 - Počty nálezů jednotlivých schránek	90
Graf 3 - Návratnost dotazníku.....	92
Graf 4 - Počet členů skupiny při návštěvě oblasti.....	93
Graf 5 - Trvalé bydliště respondentů	95
Graf 6 - Způsob dopravy respondentů	95
Graf 7 - Využití ubytovacích zařízení.....	96
Graf 8 - Délka pobytu návštěvníků	97
Graf 9 - Využití stravovacích zařízení	98
Graf 10 - Využití sportovních, zábavních a rekreačních aktivit	99
Graf 11 - Využití aktivit dle platících osob.....	100
Graf 12 - Geocaching jako primární či vedlejší účel návštěvy	103
Graf 13 - Rozdělení výdajů dle odvětví (Primární účel).....	104
Graf 14 - Výdaje v jednotlivých stravovacích zařízeních v Kč (Primární účel).....	105
Graf 15 - Využití ubytovacích služeb (Primární účel).....	106
Graf 16 - Vývoj průměrné ceny pohonných hmot	107
Graf 17 - Výdaje za nápoje (Vedlejší účel).....	113

1 Úvod

Cestovní ruch jako fenomén poslední doby je mladé hospodářsko - ekonomické odvětví, které neustále nabírá na významu v rámci světové i české ekonomiky. Se zvyšováním informovanosti o tomto odvětví, větším podílem volného času obyvatel a rostoucími volnými finančními prostředky má stále vyšší ekonomické přínosy, podílí se na tvorbě hrubého domácího produktu, vytváří nová pracovní místa a vede k podpoře investičních aktivit v regionu. Cestovní ruch je v posledních letech stabilním odvětvím, a i přes působení některých negativních vlivů se neustále rozvíjí.

Vyjma klasické masové turistiky vznikají nové a netradiční formy turismu, které jsou zaměřeny na užší a specifitější zájmy lidí. Nové formy cestovního ruchu umožňují turistům zažít nevšední cestování a vyplňují tak určité mezery na trhu cestovního ruchu. Na rozdíl od masové turistiky nabízejí netradiční formy cestovního ruchu uspokojení potřeb osob, které mají zájem cestovat a získávat nové zkušenosti a zážitky, ale neláká je typická dovolená u moře nebo na horách. Výhodou těchto forem turismu je nejen podpora a rozvoj místních subjektů, ale ve většině případů jsou související aktivity šetrné k životnímu prostředí a podporují udržitelný rozvoj.

S rozvojem společnosti se rozvíjí i technologie užívané v cestovním ruchu. Počátkem 21. století se začala rozvíjet netradiční forma cestovního ruchu zvaná Geocaching. Hra Geocaching je relativně moderním způsobem trávení volného času stojícím na pomezí sportu a turistiky, jejíž účastníci cestují kdekoli po světě, a pomocí navigačních přístrojů s technologií GPS hledají ukryté schránky. Pro aktivní hráče této hry tvořící ucelenou komunitu je Geocaching motivací k cestování, navštěvování nových míst a poznávání cizích regionů či zemí, což vede k aktivnímu trávení jejich volného času. Základní podstatou hry je snaha tvůrců schránek poukázat na zajímavá místa v jejich okolí. Cílem hledačů těchto pokladů je najít tento poklad a informovat o jeho nalezení, ale také objevovat historické, přírodní, kulturní, technologické nebo jiné další památky a zajímavosti. Hráč pak o své návštěvě informuje majitele pokladu a ostatní hráče formou zápisu do oficiální webové aplikace hry a zároveň také do zápisníku, který je vždy součástí nalezené schránky.

Samotná hra Geocaching, stejně jako každá jiná aktivita, má určité dopady na své okolí. Mezi hlavní negativní dopady této aktivity patří zejména dopady na přírodu, kdy kvůli rozmachu a širšímu povědomí o Geocachingu dochází ke zvyšování počtu účastníků, kteří mohou porušovat zásady ochrany životního prostředí a tím narušovat okolí schránek, jakožto bodů zájmů cestovního ruchu. Jelikož je možné uvedenou aktivitu zařadit do forem cestovního ruchu, lze předpokládat, že má určité ekonomické přínosy ať už pro místní ekonomiku nebo pro ekonomiku celé České republiky. Pomocí analýzy ekonomických dopadů cestovního ruchu lze určit, jaký prokazatelný ekonomický vliv má Geocaching na sledovanou oblast. Vzhledem k tomu, že v případě cestovního ruchu se nejedná o uzavřené ekonomické odvětví, je nutno dopady kvantifikovat pomocí specifických metod k určení ekonomického dopadu cestovního ruchu. Účastníci vynakládají určité výdaje při návštěvě regionu za účelem této volnočasové aktivity, čímž vytváří přímé, nepřímé a odvozené efekty cestovního ruchu. Nepřímé efekty je pak nutno vyčíslit pomocí analýzy multiplikátorů, protože vznikají v rámci vzájemných vazeb výdajů návštěvníků na další odvětví ekonomiky.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je vyčíslení ekonomického přínosu nově založených geolokačních schránek hry geocaching na definovaném území.

2.2 Metodika

Obsahem teoretické části diplomové práce bude literární rešerše výpočtu ekonomického přínosu cílené turistiky pro určitou oblast, metodika způsobu sběru podkladových dat a jejich vyhodnocení. Dále bude provedena deskripce pojmu geocaching, jeho začlenění v rámci cestovního ruchu a definování principu fungování a pravidel této hry.

V praktické části diplomové práce bude definována cílová oblast pro zjištění ekonomického přínosu geocachingu, ve které budou založeny nové schránky pro hru geocaching za účelem získání dat pro výzkumné šetření. Každému nálezci těchto schránek bude odeslán dotazník, jehož cílem bude zjistit přesné výdaje spojené s návštěvou daného místa v definované oblasti. Bude také zjišťováno, zda návštěva místa byla cílená pouze na hru geocaching, nebo nález schránky byl až sekundárním důvodem. Na základě dat získaných od oslovených respondentů budou vyčísleny jejich výdaje a následně určen ekonomický přínos pro vybranou oblast.

3 Literární řešení

3.1 Geocaching

Geocaching je poměrně mladá, rozrůstající se hra a zároveň pohybová aktivita na pomezí turistiky a sportu, která spočívá v použití navigačního systému GPS při hledání ukryté schránky nazývané cache (v češtině psáno i keš), jejíž polohu určují zeměpisné souřadnice. Výraz Geocaching se začal používat od roku 2000 a skládá se ze dvou anglických slov, kterými jsou geo – označuje spojitost se Zemí a cache – znamená v překladu schránka nebo skrýš. Jedná se tedy o hledání schránek ukrytých kdekoli na naší planetě. V České republice se pro Geocaching vžila výslovnost „geokešink“. Anglicky mluvící hráči by tomuto výrazu neporozuměli, neboť správná anglická výslovnost zní „džiokešin“. Keše zakládají tzv. owneri, tedy majitelé schránek, kteří nejprve vymyslí vhodný úkryt pro svou schránku na určitém zajímavém místě, vyberou vhodnou velikost schránky a více či méně obtížný postup jejího nalezení pro ostatní hráče. Dále do schránky vloží předměty specifické pro tuto hru a polohu keše zaměří pomocí systému GPS, který určí přesné zeměpisné souřadnice. Hráči mající zájem nalézt ukrytou keš zjistí všechny potřebné informace k hledání na internetových stránkách www.geocaching.com, a pak už jen stačí zadat souřadnice do mobilního zařízení disponujícího přijímačem GPS signálu a vydat se schránku hledat. (1)

Samotná hra vznikla na pomezí dvacátého a dvacátého prvního století na základě rozvoje nových technologií - zejména navigačních systémů a internetu. Pomocí souřadnic zveřejněných na oficiálních webových stránkách hry může kdokoli najít keš, která obsahuje několik základních věcí. Každá keš musí nutně obsahovat sešit, do kterého nálezce zapíše přezdívku, pod kterou je registrován, datum své návštěvy a vzkaz pro majitele schránky. Následně svůj nález zapíše i do webové aplikace geocachingu, kde dostane pomyslný bod za svůj úspěšný nález. Větší schránky mohou obsahovat také jakékoli předměty pro výměnu mezi hráči, přičemž platí nepsané pravidlo, že si každý hráč může vzít jakýkoli předmět pouze výměnou za jiný stejné nebo vyšší hodnoty. Je důležité se chovat při hledání a zapisování nálezu tak, aby hráči nebyli příliš nápadní a neprozradili místo úkrytu ostatním hráčům ani ostatním lidem, kteří o geocachingu nemají ponětí.

Pokud by došlo k prozrazení schránky, byla by ohrožena její existence a majitel by musel hledat nové místo pro tuto schránku. (1)(4)

Schránky pro hru geocaching je možné hledat téměř všude. Nejčastěji se objevují na místech, které jsou něčím zajímavé, a majitel keše o nich chce seznámit hledače právě touto cestou. Schránky bývají ukryty v blízkosti různých památek, ať už přírodních, technických nebo historických, ale také u architektonických zajímavostí, uměleckých děl a mnoha dalších míst. Záleží na každém hledači, jestli si vybere keš ve městě nebo v přírodě, jednoduchou na zemi, plotě či veřejném osvětlení nebo zvolí složitější nacházející se na skále, na dně jezera nebo v korunách stromů. Vybírat se dá také ze škály vědomostní obtížnosti, kde lze zvolit nejjednodušší keš, která nabízí přímo souřadnice pokladu ve webové aplikaci, nebo složitější keš se zašifrovanými zeměpisnými souřadnicemi, u kterých je potřeba zapojit své vědomosti, znalosti, nebo je potřeba informace vyhledat v literatuře či na internetu. (7)

V České republice je v současnosti téměř 85000 keší, z nichž 53000 je aktivních a připravených pro hledače. Ostatní schránky jsou nějakým způsobem zničené, nedostupné nebo se o ně jejich majitel již nechce, či nemá možnost starat. Aktivních hráčů v ČR je více než 57 tisíc a ve světě se hře aktivně věnují 3 miliony hráčů. Zajímavostí je, že takové popularity dosáhla hra bez jakýchkoli marketingových strategií. V dnešní době se geocaching propaguje samovolně prostřednictvím televizních spotů, webových diskusí, článků v odborných časopisech, ale i prostým sdělením a rozhovory mezi lidmi. (5)(8)

3.2 Historie geocachingu

Základem pro hru geocaching je využití satelitního navigačního systému GPS, který byl původně využíván pouze pro vojenské účely. Maximální přesnost systému by znamenala nebezpečí pro Spojené Státy Americké, proto se vláda v čele s Billem Clintonem rozhodla vnášet umělé odchylky do navigačních dat. Plnou přesnost signálu GPS tak mohla v devadesátých letech 20. století využívat pouze armáda a několik málo dalších oprávněných uživatelů. Od 2. května 2000 byl GPS signál bez umělé odchylky zpřístupněn i pro civilní účely, a proto bylo možné přijímat tento signál pomocí

navigačních přístrojů, které již dokázaly poskytnout zeměpisné souřadnice s přesností v řádech několika metrů. (4)

Tento krok okamžitě spustil vlnu diskusí o možnostech využití GPS signálu. Téhož dne publikoval IT specialista Dave Ulmer v diskusním systému Usenet svou poznámku o možném založení celosvětové hry a následující den již ukryl nedaleko Beaver Creek v Oregonu svou první schránku, jejíž souřadnice a další informace zveřejnil na internetu na svém blogu. Svůj nápad pojmenoval *"Great American GPS Stash Hunt"*, což ve volném překladu znamená velký americký lov úkrytů. Schránka měla podobu černého plastového barelu zakopaného do země, do kterého vložil tužku, zápisník, Delorme Topo USA software, videokazetu George of the Jungle, knihu od Rosse Perota, konzervu fazolí, 4 dolary a prak. Jediným pravidlem byla jednoduchá podmínka: *"Take some stuff, leave some stuff."* - to znamená, že návštěvník si mohl cokoli odnést, ale pouze výměnou za jiný předmět. Ještě též den měla schránka prvního nálezce. Tím byl Mike Teague, který pro hru vytvořil první webové stránky, zveřejnil seznam všech založených schránek a vymyslel i první definici této aktivity. (5)(6)

Zájem o novou hru se zvyšoval, proto Dave Ulmer začal uvažovat o změně názvu hry, neboť význam anglického slova stash má nelegální nádech, tudíž hledal lepší oficiální název hry. Dne 30. května 2000 navrhl Matt Stum místo slova Stash používat termín Geocache a hře dát název Geocaching, který se používá dodnes. Oficiální název je složen ze slova „geo“ označující geologickou a environmentální povahu hry, a slovo francouzského původu „cache“, které má označovat dočasný úkryt pro uchovávání předmětů, nejčastěji zbraní. Další schránky mimo USA vznikaly velmi rychle. Na Novém Zélandu byla první keš ukryta 12. května 2000 a třetí zemí bylo Chile, kde byla schránka založena 15. května 2000. V horizontu několika málo měsíců byla stanovena oficiální pravidla, a byla již založena webová stránka a diskusní fórum pro hráče. Konkrétně 2. srpna 2000 byla Jeremym Irishem zaregistrována nová doména geocaching.com, která se stala oficiální webovou stránkou hry obsahující registraci a profily uživatelů, zakládání nových schránek, informace o keších a jejich logování. Následně se J. Irish spojil s Bryanem Rothem a Eliasem Avordem a společně založili firmu Groundspeak Inc., která je jediným oficiálním provozovatelem hry Geocaching. (5)

První keš v Evropě byla založena v Irsku v County Wicklow dne 3. června 2000 Chrisem O'Byrnem. Již měsíc po založení hry bylo ukryto 21 keší a jejich počet progresivně rostl. První česká schránka s názvem TEX-Czech byla založena o rok později, tzn. 1. června 2001 v přírodní rezervaci Moravskoslezského kraje nedaleko Štramberku trojicí hráčů z USA - Kenneth, McKena a Ethan. (9)

Tato geocache je specifikace tradiční se 3. stupněm obtížnosti nalezení a 3 a půl stupněm obtížnosti terénu. Na konci roku 2017 má první česká geocache 617 bodů oblíbenosti, téměř 5000 nálezů a jen 48 hráčů schránku nenalezlo. (12)

3.3 Pojmy a zkratky Geocachingu

Stejně jako každá jiná hra má i Geocaching své pojmy a zkratky, které musí každý aktivní hráč znát, aby porozuměl hře, jejím pravidlům, ale i ostatním hráčům.

- **Keš / Cache / Poklad** - jakákoli krabička různých tvarů i velikostí ukrytá na určitých souřadnicích. Nejčastěji se nachází v blízkosti přírodní, technické nebo historické památky, ale může být ukryta na jakémkoli zajímavém místě. (10)
- **Geocacher / Kačer / Lovec** – osoba, která se aktivně věnuje geocachingu, tzn. je zaregistrován na oficiální webové stránce a hledá nebo i zakládá keše. (4)
- **Logbook** – zápisník, sešit nebo papírový arch, jehož velikost závisí na objemu keše. Pokud geocacher keš najde, zapíše svou návštěvu do tohoto sešitu. Logbook je nejdůležitější položka z celého obsahu keše. Jestliže se stane, že je zápisník plný a další nálezci se nemají kam zapsat, majitel má povinnost tento logbook vyměnit za nový. (7)
- **Log** - záznam v logbooku se nazývá „log“ a měl by obsahovat datum a čas nálezu; přezdívku hráče, pod kterou je registrován; libovolný vzkaz pro majitele schránky a nakonec informaci o výměně předmětů, pokud si z keše nějaký vzal a zároveň vložil. Po fyzickém zápisu na místě nálezu musí hráč tento nález zapsat i na oficiálním webu k příslušné keši. Odměnou pro každého majitele keše jsou příběhy geocacherů z cesty a hledání jeho vlastní schránky. (10)

- **Owner** – tímto slovem se označuje zakladatel a zároveň majitel schránky. Může také označovat vlastníka putovních předmětů. (6)
- **Listing** – každé keši je věnována webová stránka s informacemi o formě keše, velikosti, obtížnosti hledání, náročnosti terénu, jejím hodnocení a dalšími informacemi důležitými pro snadné nalezení schránky. Obsahuje také informace a zajímavosti, které chce owner sdělit každému nálezci. Nejčastěji zde zmiňuje historii, popisuje lokalitu, události atd. (10)
- **Hint / Náповěda** – náповěda bývá umístěna na konci listingu v zašifrované podobě. Pomáhá a upřesňuje místo při hledání konkrétní keše na určených souřadnicích. Objevuje se jak jednoslovná (např. pařez, cihla, větev...), tak i věty nebo slovní hříčky (např. Jsem vpravo nahoře, Leze leze po železe..) (4)
- **Mudla** – označení pro osoby, které neznají hru geocaching, ale pohybují se v blízkosti hledané keše. Místo skrýše by nemělo být za žádnou cenu prozrazeno, proto je potřeba být při hledání obezřetný a chovat se nenápadně. Kvůli prozrazení skrýše může dojít ke krádeži nebo zničení keše a následně musí owner vymýšlet nové umístění schránky a zároveň i přepracovat listing. Výraz byl převzat z filmu Harry Potter, kde je slovo mudla spojováno s lidmi, kteří se nevěnují kouzlení. (10)
- **Reviewer** – správce schvalující nově založené keše. Kontroluje, zda nová keš není v rozporu s pravidly pro založení. V České republice působí celkem 6 dobrovolníků, přičemž každý se stará o své vlastní konkrétní území. (9)
- **GC** – zkratka pro hru Geocaching ale i pro samotnou keš. Zkratka je i součástí jedinečného kódu každé keše (např. GCE50 – kód keše TEX-Czech). Dále může být touto zkratkou označována putovní mince tzv. Geocoin. (6)
- **TB** – označuje TravelBug, neboli putovní předmět ve formě hliníkové „psí známky“ vyobrazující brouka s jedinečným číslem, pod kterým lze tento předmět vyhledat na oficiálním webu hry.

- **TFTC (Thanks for the cache)** – vyjadřuje poděkování za nalezenou keš. Nálezce může zkratku zapsat do fyzického logbooku v keši, ale i do logu na webových stránkách hry. (10)
- **FTF (First to find)** – zkratku zapisuje do logbooku nově vytvořené keše pouze první nálezce nebo skupina prvních nálezců. Druhý a třetí geocacher v pořadí zapisuje STF (Second to find), respektive TTF (Third to find). (10)
- **DNF (Didn't find)** – v logu vyjadřuje skutečnost, že schránka nebyla nalezena. Pokud se zkratka mezi logy objeví vícekrát, stojí za zvážení ownera, aby se na místo vypravil a zkontroloval, zda je keš opravdu na svém místě. (10)
- **PM (Premium member)** – Premium member je uživatel, který využívá placeného členství a s tím spojené výhody ve formě podrobných statistik svých nalezených keší, upozornění na nově založené keše nebo přístup ke keším vytvořeným pouze pro placené členství. Opakem je BM (Basic member), který má pouze základní účet na stránce geocaching.com, tudíž je oproti PM v nevýhodě, avšak ani základní členství není překážkou pro běžné hraní. (4)

3.4 Typy keší

Základem celé hry geocaching jsou keše, což jsou schránky vytvořené speciálně pro tuto hru a jsou nejčastěji umístěny na zajímavých místech. V závislosti na způsobu hledání konkrétní schránky rozeznáváme několik typů keší. S narůstajícími nápady a možnostmi hledání se rozrůstá i škála typů geocachingových schránek. Hráč zjistí typ konkrétní keše v listingu nebo podle ikonky na interaktivní mapě umístěné na webové stránce hry. (6)

3.4.1 Tradiční keš

Traditional cache, nebo slangově „tradička“ se řadí mezi nejjednodušší a nejrozšířenější typy schránek, se kterými se můžeme setkat. Jedná se o fyzickou schránku jakékoli velikosti i tvaru, jejímž základním znakem je, že se nachází přesně na souřadnicích uvedených v záhlaví listingu dané tradiční keše. Žádné výpočty souřadnic,

ať už před výpravou nebo v jejím průběhu, nejsou potřebné. Navzdory tomu, že se jedná o nejjednodušší typ schránek, v praxi není až tak jednoduché na daných souřadnicích schránku nalézt, neboť obtížnost se odvíjí od členitosti terénu a důkladnosti zamaskování. Jedinou podmínkou pro uznání logu u této keše je zápis návštěvy do logbooku. (1)

Obrázek 1 - Logo Tradiční keš



Zdroj: (1)

3.4.2 Multi keš

Multi-cache nebo slangově „multina“ je typ tzv. průvodcovské keše obsahující dvě a více zastávek, často označovanými jako „stage“. Hráč tedy musí projít jednu zastávku po druhé, aby našel finální schránku. Je potřeba nejdříve navštívit souřadnice uvedené v listingu dané keše, kde se nachází dílčí schránka s dalšími souřadnicemi, nebo hráč musí zjistit různé indicie (např. zjistit počet schodů, důležitý letopočet), a následně si tato čísla dosadit do vzorce a spočítat další souřadnice. Tento typ keše je vhodný pro geocachery, kteří chtějí poznat více navazujících památek ve městě, nebo si projít naučnou stezku a přitom se něco zajímavého dozvědět. Fyzická schránka se musí nacházet pouze na posledních (finálních) souřadnicích, přičemž ostatní stage mohou být jak virtuální, tak i fyzické. (6)

Obrázek 2 - Logo Multi keš



Zdroj: (1)

3.4.3 Mystery cache

Neznámá keš - anglicky mystery, puzzle nebo unknown. V češtině se užívá zkrácený název „mysterka“. Jde o fyzickou schránku, jejíž souřadnice ale nejsou přímo napsány v listingu a geocacher si je musí zjistit vyluštěním různých šifer, tajenek či hádanek. Stupeň obtížnosti je vždy dán kreativitou zakladatele mystery keše. Utajené souřadnice mohou být ve formě jednoduchých hádanek, které zvládne drtivá většina geocacherů, ale často se objevují i šifry, se kterými si poradí jen hrstka nejzkušenějších hledačů. Někdy je také třeba nalézt sérii několika jiných keší, z nichž každá obsahuje indicii (většinou písmeno a číslo), a následně ze získaných informací lze poskládat finální souřadnice tzv. bonusové keše. (1)

Obrázek 3 - Logo Mystery keš



Zdroj: (1)

3.4.4 Earth keš

Hovorově „Earthka“ je specifický typ keše, jehož hlavním posláním je vzdělávat geocachery v oblasti geologie. Zakládá se na místech s geologickou nebo jakoukoli jinou zajímavostí týkající se naší planety Země. Úkolem není najít fyzickou schránku, neboť se jedná o tzv. virtuální podobu keše, ale každý hráč musí zjistit určité informace z informačních tabulí o daném místě a správné odpovědi na několik jednoduchých otázek odeslat autorovi keše. Owner může také požadovat přiložení fotografie z místa, nebo si určí jiné podmínky pro uznání logu, které jsou ovšem v souladu s pravidly geocachingu. (2)

Obrázek 4 - Logo Earth keš



Zdroj: (1)

3.4.5 Letterbox hybrid

Jde o fyzický typ keše, který spojuje běžné hledání keší pomocí GPS přístroje a razítka ze starší hry Letterboxing, která vznikla již v 19. století. Každý letterbox musí obsahovat gumové razítko, které není určeno k výměně, ale návštěvníci si jej mohou otisknout do svého deníčku. K uznání nálezu není otištění razítka vyžadováno, tudíž žádný hráč nemusí vlastnit své razítko, a nemusí mít ani deníček na otištění razítka z letterboxu. Tento typ keše může vzniknout pouhým přidáním razítka do Tradiční, Multi nebo Mystery keše. Část cesty za hledáním finální schránky bývá doprovázena popisem cesty nebo pomocí fotografií objektů, které nás navedou k cíli. (1)

Obrázek 5 - Logo Letterbox hybrid



Zdroj: (2)

3.4.6 Event keš

Jedná se o pořádání události, která slouží k vzájemnému seznamování geocacherů, výměně zkušeností nebo různých předmětů souvisejících se hrou (např. CWG, travelbug, geocoin). Pořadatel takového setkání zveřejní event s listingem obsahujícím informace o místě, času a účelu setkání. Hráči se následně přihlašují na událost pomocí logů pod listingem. Srazy mohou být tematicky zaměřené, ale bývají i spojeny s exkurzemi, prohlídkami a návštěvami zajímavých objektů, nebo lokální setkání geocacherů s posezením v oblíbené restauraci či hospůdce. Minimální plánovaný počet účastníků je 15, což je minimální kapacita, ale event se koná, i když se takový počet hráčů nesejde. Po ukončení akce musí být Event keš archivována, aby se již neobjevovala na mapě dostupných keší. (7)

Obrázek 6 - Logo Event keš



Zdroj: (2)

3.4.7 CITO event

Cache In Trash Out Event je speciální druh setkání, na kterém se geocacheři snaží vyčistit vymezené území od nepořádku a odpadků. Může se také konat k příležitosti budování turistických stezek nebo výsadby nové vegetace. Je to tedy událost spojená s ekologickým chováním geocacherů vůči přírodě. Během CITO Eventu se často organizuje i společný odlov keší v blízkém okolí. (3)

Obrázek 7 – Logo CITO Event



Zdroj: (3)

3.5 Trackovatelné předměty

V jakékoli fyzické schránce lze nalézt kromě logbooku, tužky a dalších důležitých věcí pro hru také předměty putovní, které většinou mají za cíl nacestovat co nejvíce kilometrů, navštívit co nejvíce zemí, keší nebo kontinentů, nebo jsou vypuštěny do světa za jiným účelem. Zde platí výjimka pro pravidlo výměny předmětů alespoň stejné hodnoty, protože je žádoucí, aby se předmět přemísťoval z keše do další keše co nejrychleji. Hráč proto může vyjmout putovní předmět ze schránky, aniž by ho vyměnil za jiný předmět. Naopak vložení putovního předmětu do cache nevzniká hráči právo si vzít ze schránky jiný předmět. Každý z těchto předmětů má na sobě vyražené jedinečné číslo, podle kterého lze zjistit informace o daném předmětu nebo sledovat jeho cestu na mapě, ale slouží i k jeho zalogování na webu. Mezi hráči platí nepsané pravidlo, že geocoin nebo travelbug je možné u sebe ponechat maximálně 14 dní, pak je nutné ho vložit do další keše.(7)

3.5.1 Geocoin

Geocoin je putovní mince jakéhokoli tvaru nebo velikosti, nejčastěji průměru od 38 do 51 mm. Mince s průměrem do 25 mm je označována jako microcoin, neboť je možné ji umístit do schránky velikosti micro. Mince je obvykle umělecky zpracovaná s vyraženým unikátním šestimístným kódem, podle kterého ji můžeme identifikovat. Tento kód je vhodné nikde neuvádět, neboť slouží pro virtuální vyzvednutí z keše, a následně i vložení do další keše, do které je fyzicky geocoin vložen. Měla by také obsahovat na přední straně nápis „Trackable on Geocaching.com“. Geocoin nemusí být pouze z kovu, ale lze se setkat i s jinými materiály např. dřevem, kamenem, sklem, kůží nebo jejich kombinacemi.

Trackovatelné mince bývají obvykle hráči pořízeny z nějakého důvodu, ať už k nálezů 500, 1000, 2000 nebo jiného počtu keší, tak i k založení určitého počtu schránek. Objevují se i mince vytvořené k určitému výročí (např. založení hry Geocaching) nebo funkční mince, jejichž hodnota je obohacena o funkci slunečních hodin, zrcátka, kompasu atd. (6)

Obrázek 8 - Geocoin (1000 nálezů)



Zdroj: (15)

Zvláštním typem geocoinu je tzv. Czech Wood Geocoin, který je vyroben z kusu dřeva kruhového tvaru o průměru 35 mm s laserem gravírovaným obrázkem a přezdívkou majitele. Na rozdíl od trackovatelného geocoinu CWG neobsahuje unikátní kód a proto je v rámci geocachingu považován za předmět běžné výměny. Používá se jako osobní identifikační vizitka geocachera, přičemž někteří hráči si tato dřevěná kolečka mezi sebou vyměňují prostřednictvím keší nebo společných setkání, a tvoří si z nich svou sbírku. CWG mohou být vytvořeny i ve speciální edici jako památka na významné setkání geocacherů. (13)

Obrázek 9 - Czech Wood Geocoin



Zdroj: (14)

3.5.2 Travel Bug

Tento trackovatelný předmět s vyraženým unikátním kódem má podobu hliníkového štítku, který na krku nosili američtí vojáci z důvodu identifikace. K této „psí známce“ s obrázkem brouka obvykle majitel připojí svůj předmět, pojmenuje ho podle něj a pošle ho cestovat mnohdy se zajímavým cílem či úkolem. Tím může být třeba to, aby travelbug navštívil co nejvíce hradů a zámků v České republice, konkrétní státy, nebo třeba severní pól. Často ale není úkol vyplněn, v tom případě cílem je nacestovat co největší vzdálenost, a je jedno, zda to bude v rámci ČR, nebo předmět procestuje svět. Majitel ho tedy vloží do jakékoli schránky, zadá informace a úkol tohoto TB na web geocaching.com, a následně ten, kdo ho nalezne v keši, posouvá předmět do dalších keší a tím se snaží splnit zadaný úkol. Odměnou pro vlastníka je sledování cesty a nacestovaných kilometrů putovního předmětu na mapě, kterou je možné zobrazit po zadání identifikačního kódu předmětu.

Obrázek 10 - TravelBug



Zdroj: Vlastní zpracování

3.6 Pravidla pro zakládání keší

Hledání a zakládání keší jsou dvě odlišné činnosti, proto má každá i svá pravidla. Zakládat nové keše mohou pouze registrovaní členové na webu geocaching.com, kteří by měli mít nejlépe několik stovek či tisíců nálezů, aby měli přehled o způsobu tvorby skrýší a o celém principu hry. Mnozí geocacheři jsou však nedočkaví a do stovek až tisíců nálezů

se jim nechce čekat, což vede k tomu, že se často dají nalézt špatně řešené keše. Při rozhodnutí k založení schránky je doporučováno založit první keš typu tradiční, neboť ostatní typy jsou časově i technicky náročnější. (4)

3.6.1 Umístění keše

Při výběru místa se doporučuje přemýšlet hlavně o přínosu založené keše, ale také je nutné vyhodnotit spolehlivost úkrytu, bezpečnost při hledání, technické podmínky a další aspekty. Pro úkryt schránky je důležité, aby místo a cesta k němu byla v souladu se zákony České republiky. Pro nalezení keše nesmí být hráči nuceni vstupovat na soukromé pozemky nebo do oblastí, do kterých je vstup zakázán z jiných důvodů. Výjimkou je možnost umístění schránky na soukromém pozemku, pokud je s úkrytem seznámen majitel pozemku a s umístěním keše souhlasí. Obecně je zakázáno schránky ukrývat v blízkosti železnice, dálnice, vojenských objektů, přehrad, letišť apod. (6)

Pokud je k ukrytí nebo nalezení cache potřeba kopat nebo rýt do země lopatou, rýčem nebo jinými špičatými nástroji, pak taková cache nebude povolena. Schránky musí být umístěny tak, aby z důvodu jejich hledání nebyla nijak ohrožena příroda, a nesmí být ubližováno lidem ani zvířatům. Při nálezů keší a při jejím zpětném vrácení na místo nesmí být ničen cizí soukromý ani veřejný majetek. O fyzických úkrytech geokeší nebo jejich stage v případě multicache či mystery cache platí, že by obecně měly být od sebe vzdáleny nejméně 0,1 míle, to znamená 528 stop nebo 161 metrů. Dále by neměly být vytvářeny schránky, které by mohl někdo považovat za výbušninu či jiný nebezpečný předmět. Keše sloužící k reklamním či komerčním účelům jsou zakázány a reviewer tyto schránky neschvaluje. (4)

3.6.2 Obsah keše

Povinným obsahem každé keše je zápisník a tužka sloužící k zápisu návštěvy každého hráče. Nutné je také schránku označit nápisem "Geocache" a vložit kartu s informacemi pro náhodné nálezce keše, aby se předešlo poplašným zprávám. Zápisník je také vhodné označit nápisem logbook, aby nedošlo k záměně s předměty pro výměnu mezi hráči. Do schránek je zákaz vkládání jídla, tekutin, nebezpečných předmětů, drog,

alkoholu, výbušnin, pyrotechniky a specifických předmětů, které se chladem rozpínají či horkem tají. Pokud to velikost schránky dovoluje, je vhodné do keší vkládat předměty pro výměnu, přičemž platí pravidlo o možnosti výměny předmětů za jiné předměty stejné nebo vyšší hodnoty. (6)

Ve chvíli, kdy se keš fyzicky nachází na svém místě a má kompletně vyplněný listing na oficiálním webu, odesílá se reviewerovi ke schválení a následnému zveřejnění. Reviewer je posuzovatel z řad zkušených geocacherů, který jednotlivá pravidla posuzuje a řeší s majiteli schránek jejich dodržování. Při nedodržení pravidel schránku nezveřejní a snaží se ownerovi pomoci s úpravou nedostatků, aby bylo vše z hlediska pravidel geocachingu v pořádku. (7)

3.7 Cestovní ruch

Cestovní ruch v současnosti zaujímá významné postavení v životní úrovni obyvatel hospodářsky vyspělých států. Turismus jako celek je významným faktorem rozvoje ekonomiky, dává možnost poznávat nové lidi a nové kultury, a také umožňuje reprodukci pracovní síly. Cestovní ruch je řazen mezi relativně mladé obory a často bývá označován jako společensko – ekonomický fenomén 21. století. (21)

Odborný výraz cestovní ruch je komplexní a složitý společenský jev, pro který není snadné nalézt přesnou definici a konkrétně tento pojem vymezit. Podstatou odborného výrazu cestovní ruch není nic jiného než cestování. Termín je složen ze slov cesta a ruch, která při překladu do anglického jazyka dala základ slovu turismus, neboť cesta, jakožto cestování lze přeložit slovem “tour”. Z tohoto slova vzniklo anglické slovo tourismus a z něj dále český výraz turismus. Při pohledu do historie byla primárním smyslem cestování samotná cesta, tedy přesun z bodu A do bodu B. Tento přesun přinášel dřívějším cestujícím určité uspokojení a vzdělání. Nyní je chápání pojmu cestovní ruch odlišné. S rozvojem dopravní infrastruktury a dopravy obecně však význam samotné cesty upadá, přičemž požadavkem každého cestujícího je dopravit se do cílové destinace co možná nejrychleji a nejpohodlněji. Význam cestovního ruchu pak přichází až na navštíveném místě, kde cestující očekávají uspokojení, zábavu a naplnění jejich očekávání z konkrétního druhu turismu. (19)

Podle Beránka se o odlišení cestovního ruchu od širšího pojmu „cestování“ pokoušeli odborníci již začátkem 20. století. Mezi ně patřili zejména Eduard Guyer-Freuler, Ernest Piccard, J. Guth a W. Morgenroth. V té době byl cestovní ruch označován jako nový společenský jev. V pozdějších definicích se objevovala snaha postihnout i jeho ekonomické stránky. První, kdo upozornil na ekonomické aspekty turismu, byl H. von Schullard, který označil cestovní ruch jako *„soubor operací zejména ekonomického charakteru, které se přímo vztahují na vstup, pobyt a pohyb cizinců vně i uvnitř určité země, města nebo regionu.“* V jeho definici jsou však bráni v úvahu pouze cizinci. Významným milníkem ve vědeckém zkoumání turismu se staly definice švýcarských vědců, kteří položili základy tzv. švýcarské školy cestovního ruchu. Jejich názory na definici turismu se od sebe příliš nelišily, proto se nejvíce začala užívat definice profesora Kaspara, který cestovní ruch definoval jako *„souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání“.* (29)

Hamarnehová uvádí, že definice pojmu není snadná, neboť podstatným rysem turismu je jeho mezioborovost. Cestovní ruch lze obecně považovat za prostorový a socioekonomický jev, který je předmětem zkoumání mnoha druhů věd. Mezi obory zkoumající turismus lze zařadit ekonomii, ekologii, geografii, urbanismus, sociologii, psychologii a mnoho dalších. (20)

Z hlediska ekonomie lze cestovní ruch chápat jako spotřebu statků, a dále také jako vztah mezi nabídkou a poptávkou. Ekologie, jakožto vědní obor se zabývá cestovním ruchem z hlediska zkoumání vlivů uživatelů turismu a komplexně cestovního ruchu na ekosystémy cílových destinací. Z pohledu geografie může být cestovním ruchem označován pohyb osob mimo oblast, ve které se obvykle nachází. Ze sociálního hlediska pak turismus slouží hlavně k uspokojení lidských potřeb, tedy k seberealizaci, vzdělání, relaxaci nebo potřeby společenského života. (19)

V průběhu 20. století vznikalo světově několik dalších definic a řada mezinárodních organizací se soustředila na jejich sjednocení tak, aby jednotná definice umožňovala statistické sledování a mezinárodní srovnávání turismu. Mezinárodně přijatou definicí cestovního ruchu se stalo vymezení, na němž se názorově shodlo 250 představitelů z 91 zemí, kteří se účastnili Mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu. (29)

Poprvé byla jednotná definice týkající se cestovního ruchu navržena v roce 1991 v kanadském hlavním městě Ottawa na mezinárodní konferenci organizace UNWTO (United Nations World Tourism Organization - Světová organizace cestovního ruchu). Definice cestovního ruchu podle UNWTO říká, že cestovní ruch je činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo jejich obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden celý rok, za účelem trávení volného času a služebních cest (osoba však nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa). Dále uvádí, že cestovní ruch je mnohostranným odvětvím, které zahrnuje dopravu, turistická zařízení poskytující ubytování a stravování, služby cestovních kanceláří a agentur, průvodcovské služby, turistické informační systémy a infrastrukturu či další služby cestovního ruchu. (23)

Na složité vymezení pojmu cestovní ruch poukazují autoři Zelenka a Pásková, kteří uvádějí, že turismus vždy zahrnuje cestování, avšak ne každé cestování je turismem. Turismus zahrnuje rekreaci, ale ne každá rekreace je turismem. Turismus se uskutečňuje ve volném čase, ale zároveň ne celý volný čas je věnován turismu. Dále tito autoři rozšířili definici cestovního ruchu Světové organizace cestovního ruchu o aktivity, které souvisí s výstavbou, zařízením a provozováním zařízení pro turismus a dalším poskytováním a zajištěním služeb. Také byla definice rozšířena o aktivity veřejné správy, činnosti politických orgánů a ochranu obnovitelných i neobnovitelných zdrojů místních ekosystémů. (22)

Většina definic turismu je velmi obsáhlá a snaží se komplexně popsat tento pojem. Někteří autoři však definovali cestovní ruch velmi jednoduše. Například Horner a Swarbrooke ve své publikaci vydané v roce 2003 uvádějí, že cestovní ruch znamená krátkodobý přesun osob za účelem příjemných aktivit na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu. (24)

Z mnoha dostupných definic cestovního ruchu lze odvodit několik základních informací. Pro turismus je typický přesun lidí na místa, která nejsou považována za jejich běžné prostředí. Běžným prostředím pobytu je považováno místo, kde účastník cestovního ruchu trvale bydlí nebo pracuje. Pobyt účastníka na navštíveném místě nesmí přesáhnout 6 měsíců v rámci domácího cestovního ruchu nebo 1 rok v případě zahraničního turismu. Do cestovního ruchu lze zahrnout cesty osob především ve volném čase s jakýmkoli záměrem cesty, tedy i služební cesty, nebo cesty na veletrhy, konference či firemní

jednání, avšak tento záměr nesmí být výdělečný. Účastník turismu také nesmí být zaměstnán jakýmkoli subjektem v cílovém místě. Důležitý znak cestovního ruchu je pak vznik vzájemných vazeb mezi návštěvníky vzájemně, dále mezi návštěvníky a cílovou destinací pobytu, případně i jejími obyvateli. (16)

Pojmy turismus a cestovní ruch jsou v dnešní době vnímány a používány totožně vzhledem ke stejnému významu. Často nesprávně zaměňované jsou však dva základní související pojmy: turismus a turistika. Slovo turismus bylo převzato z mezinárodního anglického výrazu tourism, které je synonymem cestovního ruchu. Tyto dva termíny jsou zaměnitelné, neboť jejich význam je stejný. Avšak turistika označuje pohybovou aktivitu, která je spojená s přesunem turisty vlastní vynaloženou silou případně využitím síly zvířat, podmínkou je však nemotorizovanost. Turistiku lze dělit na několik kategorií: pěší turistika, cykloturistika, vodácká turistika, hippoturistika, in-line turistika, kameloturistika a mnoho dalších. (22)

3.7.1 Druhy cestovního ruchu

Jednotlivé druhy cestovního ruchu jsou vymezeny podle způsobu realizace a průběhu dané cesty. Nejčastěji se turismus člení dle délky trvání pobytu v cílové destinaci, výběru cíle turismu, formy úhrady nákladů, vztahu k platební bilanci státu nebo dle věku a počtu účastníků. Jednotná světová kategorizace cestovního ruchu je téměř nemožná, protože různí autoři mají na tuto problematiku odlišné pohledy. Dělení českých a slovenských autorů je však téměř totožné vyjma některých malých rozdílů. (25)

Druhy cestovního ruchu lze rozdělit následovně:

a) Z hlediska území, na němž cestovní ruch probíhá

- Vnitřní cestovní ruch – Zahrnuje domácí cestovní ruch a zároveň i příjezdový cestovní ruch, který tvoří nerezidenti sledovaného státu.
- Vnější cestovní ruch – Jedná se o cestovní ruch realizovaný mimo sledovaný stát. (27)

b) Podle původu účastníků

- Domácí cestovní ruch – Označuje cesty a pobyty realizované pouze v rámci území daného státu.
- Zahraniční cestovní ruch – Jde o cesty a pobyty rezidentů za hranicemi daného státu. (25)

c) Podle vlivu na platební bilanci daného státu

- Výjezdový cestovní ruch – Občané daného státu (rezidenti) vyjíždějící mimo daný stát, tím dochází k odlivu devizových prostředků z daného státu. Tento druh turismu bývá označován jako pasivní cestovní ruch.
- Příjezdový cestovní ruch - Zahraniční občané (nerezidenti) přijíždějící do daného státu, čímž dochází k přílivu devizových prostředků v důsledku nákupů zboží a služeb zahraničními turisty v dané zemi. Někdy bývá označován jako aktivní cestovní ruch.
- Tranzitní cestovní ruch - Zahrnuje aktivity spojené s průjezdem zahraničních osob přes území daného státu. (27)

d) Podle délky pobytu účastníků

- Výletní – Označuje jednodenní cesty bez přenocování na navštíveném místě
- Krátkodobý – Jde o pobyty zahrnující přenocování od jedné do tří nocí.
- Víkendový – Jedná se o krátkodobý pobyt trvající 1 – 2 noci, tedy většinou od pátku do neděle.
- Dlouhodobý – Označuje cestovní ruch s přenocováním na více než tři noci, ale zároveň méně než 6 měsíců v domácím cestovním ruchu nebo 1 rok v zahraničním turismu. (26)

e) Podle způsobu dynamiky

- Putovní cestovní ruch – Jedná se o jednodenní nebo vícedenní cestování s cílem navštívit a poznávat více zajímavých míst.
- Pobytový cestovní ruch – Jde o opak putovního cestovního ruchu. Nejčastěji se jako pobytový cestovní ruch označují přímořské, lázeňské, městské nebo lyžařské zájezdy. (25)

f) Podle věku účastníků

- Dětský cestovní ruch – Nejčastěji se jedná o dětské tábory, kde účastníci jsou děti od šesti do 15 let.
- Cestovní ruch mládeže – Cestování mladších osob ve věku od patnácti do 24 let, kteří již necestují s rodiči, ale ještě nemají svou vlastní rodinu.
- Rodinný cestovní ruch – Jde o cestování rodin s mladšími dětmi, kde rodiče jsou ve věku 25 – 45 let.
- Cestovní ruch rodičů – Cestování dospělých osob ve věku přibližně od čtyřiceti do 55 let, které se již nemusí starat o své dospělé děti. Jsou stále v dobrém fyzickém stavu a jsou ekonomicky aktivní, což jim umožňuje více cestovat.
- Cestovní ruch seniorů – Tento druh cestovního ruchu je typický pro vyspělé země, kde senioři mají dostatek finančních prostředků a volného času pro cestování ve větší míře. Seniorský cestovní ruch nabývá vzhledem ke stárnutí evropské populace stále většího významu (22)

g) Podle způsobu zabezpečení průběhu cesty a pobytu

- Organizovaný cestovní ruch – Účastník využívá služeb cestovní agentury, cestovní kanceláře nebo jiného subjektu, který zabezpečuje realizaci a program celého zájezdu.
- Neorganizovaný cestovní ruch – Účastník nebo skupina účastníků si sama zařizuje a organizuje program celého zájezdu, někdy se lze setkat i s pojmem individuální cestování. (26)

h) Podle způsobu financování

- Komerční (volný) cestovní ruch – Návštěvník si veškeré výdaje spojené s jeho cestou a pobytem hradí sám.
- Sociální (vázaný) cestovní ruch – Za předem určených podmínek je část výdajů hrazena účastníkem a zbylá část je hrazena pouze v případě splnění určitých podmínek - např. lázeňské pobyty hrazené pojišťovnou, příspěvky zaměstnavatele či odborů atd. V některých případech bývá celá částka hrazena jiným subjektem. (27)

i) Podle vlivu na životní a sociokulturní prostředí

- Měkký cestovní ruch – Jedná se o cestovní ruch, který je šetrný k životnímu prostředí. Téměř nenarušuje přirozené prostředí daného místa a snaží se využívat z velké části místní zdroje a tím dosáhnout vyrovnanosti dopadů a přínosů cestovního ruchu z hlediska environmentálního, sociálního a kulturního.
- Tvrdý cestovní ruch – Jde především o typický masový turismus, kde hlavním cílem cestovního ruchu je zisk, a to bez ohledu na ekologii či narušení sociálního a kulturního prostředí. (25)

j) Podle počtu účastníků

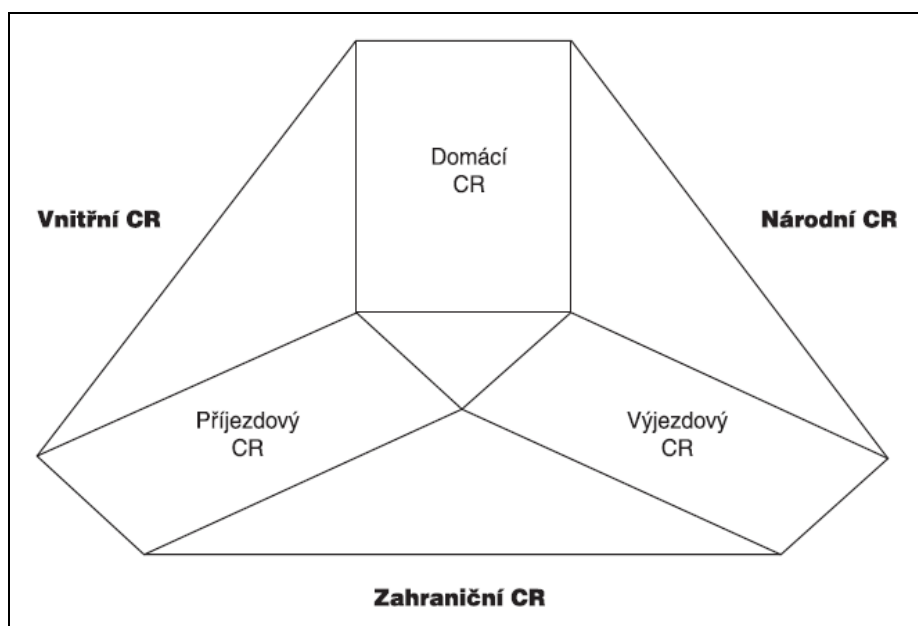
- Individuální cestovní ruch – Účastník cestuje jako jednotlivec nebo pouze se svou rodinou.
- Kolektivní cestovní ruch - Jde o organizovanou skupinu účastníků cestování, kteří cestují společně. Dále lze tento druh turismu dělit na skupinový, společenský a klubový.
- Masový cestovní ruch – Označuje cestování velkých skupin návštěvníků, kteří využívají hromadné stravovací a ubytovací zařízení nebo také hromadnou dopravu. Pro tento druh je typická vysoká koncentrace návštěvníků ve známějších destinacích cestovního ruchu (přímořské, lázeňské, městské nebo horské). (24)
-

V praxi se často používají termíny vycházející z kombinace místa realizace cestovního ruchu, původu účastníků a případně i vztahu k platební bilanci státu.

- Domácí cestovní ruch – souhrn aktivit spojených s účastí občanů daného státu na cestovním ruchu v rámci jeho území;
- Vnitrostátní (vnitřní) cestovní ruch – Jedná se o souhrn aktivit spojených s domácím a příjezdovým cestovním ruchem.
- Národní cestovní ruch – Jde o aktivity spojené s domácím a výjezdovým cestovním ruchem.

- Zahraniční cestovní ruch – Označuje souhrn aktivit spojených s příjezdovým, tranzitním a výjezdovým cestovním ruchem.
- Mezinárodní (světový) cestovní ruch – Zahrnuje všechny aktivity cestovního ruchu spojených s překročením hranic daného států. (27)

Obrázek 11 - Druhy cestovního ruchu



Zdroj: (29)

3.7.2 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu jsou odvozeny od motivace návštěvníků a vystihují charakter cestovního ruchu ze strany návštěvníků. Mezi hlavní motivy realizace cestovního ruchu patří rekreační, společenské, kulturní, ekonomické, sportovní, ekonomické a specifické motivy. V dnešní době může kdokoli cestovat téměř kamkoli bez jakýchkoli omezení za mnoha různými účely, což je důvodem k neustálému vývoji stávajících forem turismu a zároveň i tvorbě nových forem. Nově se objevují moderní formy cestovního ruchu, například cestování za adrenalinovými nebo netradičními sporty, za nákupy, za gastronomickými zážitky atd. (25)

Nejčastěji se v odborných publikacích vyskytují následující hlavní formy cestovního ruchu:

- Rekreační cestovní ruch – Z hlediska vývoje se tato forma cestovního ruchu řadí mezi nejstarší formy. Hlavním cílem je fyzická a psychická regenerace organismu, které může být dosaženo jak aktivním, tak i pasivním odpočinkem. Zahrnuje nejširší účast obyvatel a zároveň je označována jako primární složka cestovního ruchu. Obvykle se sem řadí příměstská rekreace, chalupaření, chataření a lázeňský cestovní ruch. Lázeňský cestovní ruch představuje cestování do destinací, které nabízí léčebné programy, při kterých návštěvníci spolupracují s odborným zdravotnickým dohledem. (26)
- Kulturně-poznávací cestovní ruch – Jedná se o cestování spojené s poznáváním jiných kultur, tradic, zvyků nebo jiného způsobu života či náboženství. Tuto formu turismu lze dále rozdělit na vzdělávací cestovní ruch, který usiluje o získání nových vědomostí a dovedností v místě návštěvy, či náboženský cestovní ruch spojený s návštěvami religiózních památek a velmi často také jako součást náboženských poutí a obřadů. (27)
- Společensky orientovaný cestovní ruch – Primární motivací k této formě turismu je společenské setkávání. Nejčastěji se jedná o návštěvy rodinných příslušníků, příbuzných a známých. Řadí se sem i klubový cestovní ruch, kterého se účastní zejména členové cíleně utvářených skupin se společnými zájmy nebo zálibami. (25)
- Sportovní cestovní ruch – Je charakteristický sportovní činností, která se dále dělí na aktivní a pasivní. Při aktivně orientovaném sportovním cestovním ruchu se účastník zaměřuje na pobyty spojené s aktivní sportovní náplní, tzn. že jeho cílem je prohlubovat zdraví a výkonnost (zejména různé typy turistiky), ale také různé letní (plavání, tenis, golf atd.) nebo zimní (lyžování, snowboarding, hokej, bruslení...) aktivity. Pasivní sportovní cestovní ruch je spojen s účastí na sportovních akcích z pohledu diváka. Nejčastěji se tedy jedná o návštěvy olympijských her, mistrovství světa, tenisových turnajů atd. (26)

- Ekonomicky orientovaný cestovní ruch – Nejčastěji probíhá během pracovní doby účastníka a pojí se s jeho ekonomickými aktivitami. Základním typem je obchodní cestovní ruch, který zahrnuje služební cesty a obchodní jednání s cílem navázat nové obchodní kontakty. Kongresový cestovní ruch pak zahrnuje cestování na odborné a vědecké kongresy, konference nebo semináře. Cestovní ruch veletrhů a výstav znamená cestování na akce, při kterých jsou nabízeny různé produkty a služby s cílem zaujmout nové potenciální zákazníky, informovat je o nabízených produktech a vytvořit si obchodní kontakty pro případný budoucí prodej. Dále sem patří i incentivní (někdy také stimulační či motivační) cestovní ruch využívaný zaměstnavatelem pro motivaci zaměstnanců vedoucí k lepšímu pracovnímu výkonu, k teambuildingu pracovníků či jako bonus za dobře vykonanou práci. (27)
- Specificky orientovaný cestovní ruch – Tato forma zahrnuje různé další motivy či kombinace motivů k cestování. Lze sem zařadit např. nákupní cestovní ruch spojený s motivací pomocí prožitku z nakupování, politický cestovní ruch, vojenský cestovní ruch nebo gurmánský cestovní ruch zahrnující poznání a ochutnání nevšedních jídel v cizích zemích či krajích. (27)

3.7.3 Typy cestovního ruchu

Typy cestovního ruchu je možné stručně vymezit jako soubor aktivit turismu, které mají konkrétní podobu a určitý vlastní charakter. Tato kategorizace je již využitelná pro přímou tvorbu produktů cestovního ruchu a na jejím základě lze určit konkrétní kroky k jejich rozvoji. Jednotlivé typy cestovního ruchu se neustále vyvíjejí a postupem času vznikají i nové typy. Nové typy cestovního ruchu se vytvářejí zejména z důvodu nárůstu množství volného času, díky technickému pokroku nebo také kvůli zvyšování touhy lidí po netradičních zážitcích. Typy turismu mají důležitý význam hlavně pro zacílení a nalákání návštěvníků do cílové destinace. Každý z typů má svá specifika a odlišné nároky na dispozice dané destinace, lidské zdroje, infrastrukturu a požadavky na chování místních subjektů cestovního ruchu. Mezi nejčastěji uváděné typy cestovního ruchu patří zejména turistika aktivní, incentivní, poznávací, venkovská, veletržní a kongresová,

lázeňská a relaxační a mnoho dalších typů, které se postupem času vyvíjejí a vznikají nové typy. (27)

Tabulka 1 -Typologie cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu	Formy cestovního ruchu	Typy cestovního ruchu
Podle místa realizace	Rekreační	Aktivní turistika
Podle původu účastníků	Kulturně - poznávací	Incentivní turistika
Podle vlivu na platební bilanci	Společensky orientovaný	Poznávací turistika
Podle počtu účastníků	Sportovní	Venkovská turistika
Podle délky pobytu	Ekonomicky orientovaný	Veletržní a kongresová turistika
Podle způsobu zabezpečení	Specificky orientovaný	Lázeňská a relaxační turistika
Podle způsobu financování		
Podle věku účastníků		

Zdroj: Vlastní zpracování dle (27)

3.8 Definice základních ekonomických pojmů

K porozumění stanovení ekonomického dopadu cestovního ruchu je potřeba znát významy základních ekonomických ukazatelů, se kterými použítá metodika dále pracuje.

3.8.1 Ekonomika a ekonomie

Pojem ekonomika označuje souhrn hospodářských aktivit na určitém území. Jedná se o hospodaření jakéhokoli subjektu například jednotlivce, organizace nebo celého státu. Jejím základním úkolem je analyzovat a vyhodnocovat data popisující hospodaření subjektů nebo určitého odvětví (průmysl, zemědělství, služby). Naproti tomu je ekonomie, což je společenská věda, která zkoumá a analyzuje výrobu, distribuci a spotřebu ekonomických statků, tedy zboží, služeb a peněz. Dále se zabývá alokováním omezených zdrojů mezi různá alternativní využití. Slovo ekonomie vychází z řeckého výrazu „oikonomia“, který původně v překladu znamenal vedení domácnosti. Autorem tohoto řeckého výrazu je Aristoteles, který ekonomii zařadil do systému věd jako samostatnou disciplínu. (28)

Vzhledem k tomu, že první definice podstaty vědního oboru ekonomie sahají až do poloviny 18. století, nyní existuje celá řada definic, přičemž rozdíly mezi nimi odráží vývoj pohledu vědců a jejich odlišných přístupů k této vědě a souvisejících zkoumaných

jevů. V roce 1776 představil skotský filosof Adam Smith jednu z prvních definic vědního oboru, která označovala tzv. politickou ekonomii. Ve své publikaci „Pojednání o podstatě a původu bohatství národů“ popsal ekonomii jako vědní obor zabývající se vedením státu, tvorbou legislativy, příjmy a živobytím lidí. V průběhu následujících let přicházely další definice např. od Jeana – Baptista Saye, Johna Stuarta Milla, Alfreda Marshala a mnoha dalších. (40)

V dnešní době se lze setkat s několika všeobecně uznávanými a často užívanými definicemi ekonomie. Například Brčák uvádí, že ekonomie zkoumá rozhodování a jednání lidí, vztahy mezi lidmi ve výrobním procesu a také způsoby, jakými lidé využívají omezené zdroje k výrobě užitečných statků, jakým způsobem tyto statky rozdělují a vzájemně směňují. (39)

Podle autorů Samuelsona a Nordhause „*Ekonomie je věda zkoumající jak různé společnosti využívají vzácné zdroje k výrobě užitečných komodit a jak je rozdělují mezi různé skupiny.*“ (28)

3.8.2 Mikroekonomie a makroekonomie

Ekonomie lze dělit z hlediska zkoumaných ekonomických subjektů na mikroekonomii a makroekonomii.

3.8.2.1 Mikroekonomie

Název mikroekonomie tvoří řecké slovo *mikros*, které znamená malý. Mikroekonomie se zpravidla zabývá jednotlivými ekonomickými subjekty zvlášť. Takovými subjekty v mikroekonomii jsou domácnosti a firmy. Domácnosti disponují výrobními faktory (půda, práce, kapitál), které mohou nabízet firmám. V rámci těchto vztahů získávají domácnosti důchody ve formě mzdy, nájmu či renty. Tím jsou pak postaveni na trhu statků a služeb na straně poptávky, ale na trhu výrobních faktorů vystupují domácnosti na straně nabídky. Firmy pak na trhu statků a služeb nabízejí služby či výrobky domácnostem, díky nimž získaly výrobní faktory ke zhotovení nabízených výrobků. Základním ekonomickým předpokladem je maximalizace zisku a zároveň minimalizace nákladů jak na straně domácností, tak i firem. Tato část ekonomie se zabývá

mechanismy tvorby cen zboží, formami konkurence, ekonomickou efektivností a dalšími ekonomickými jevy. (40)

3.8.2.2 Makroekonomie

Termín makroekonomie pak obsahuje řecké slovo *makros*, které označuje něco velkého. Tento druh ekonomie se věnuje zkoumání ekonomického prostředí jako celku. Sleduje tedy národní hospodářství, přičemž k tomu využívá a analyzuje agregátní ukazatele např. hrubý domácí produkt a hospodářský růst, míru inflace, míru nezaměstnanosti, měnový kurz a saldo zahraničního obchodu neboli obchodní bilanci. Makroekonomie popisuje, jakými mechanismy jsou tyto ukazatele vytvářeny, které faktory je utvářejí a jakým způsobem se vytváří hospodářská rovnováha. Na základě analýz veličin popisujících národní hospodářství je pak možné vytvářet trendy a předpovědi budoucího vývoje. Dále s jejich pomocí lze porovnávat ekonomiky jednoho státu s jinými. (39)

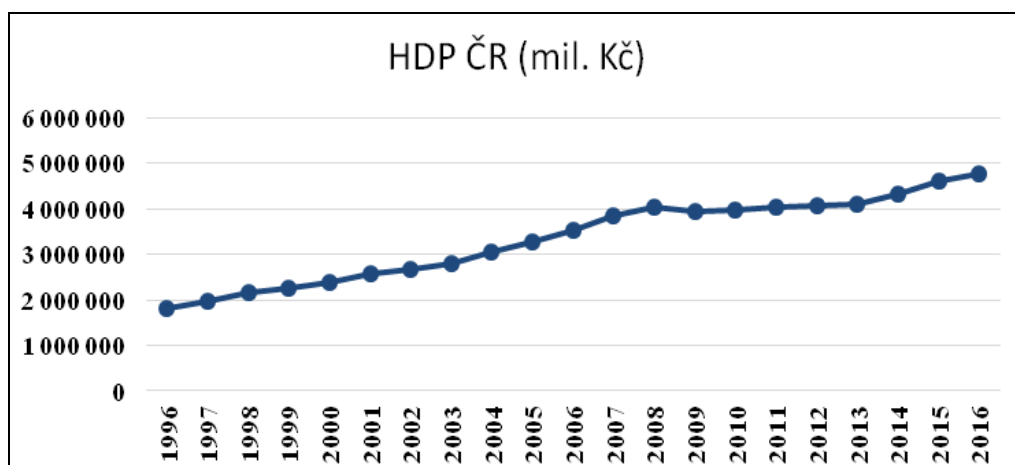
3.8.3 Hrubý domácí produkt

Hrubý domácí produkt je jedním z nejdůležitějších makroekonomických ukazatelů, neboť jeho hodnota určuje kvalitu života obyvatel na sledovaném území. Ukazatel HDP je charakterizován peněžním vyjádřením celkové hodnoty statků a služeb nově vytvořených ve sledovaném časovém úseku na určitém území. (32)

HDP tedy zahrnuje tržní hodnoty všech statků finální produkce, kterou je zboží a služby vyprodukované výrobními faktory. Změna HDP za určité období (nejčastěji čtvrtletí nebo celý rok) vyjadřuje rychlost hospodářského růstu dané země. Hrubý domácí produkt přepočtený na jednoho obyvatele lze použít jako měřítko životní úrovně a relativního bohatství společnosti. Obecně se využívá pro stanovení výkonnosti ekonomiky. Jeho hodnota může být stanovena třemi možnými způsoby. (39)

Na Grafu 1 je znázorněn vývoj HDP v běžných cenách v letech 1996 - 2016 pro celou Českou republiku.

Graf 1 - HDP České republiky



Zdroj: Vlastní zpracování dle dat ČSÚ

3.8.3.1 Metody výpočtu HDP

- **Produkční (výrobní) metoda** – počítá HDP jako součet hrubé přidané hodnoty jednotlivých institucionálních sektorů nebo odvětví a čistých daní na produkty. Hrubou přidanou hodnotu vyjadřuje rozdíl mezi produkcí a mezispotřebou. Z toho důvodu, že produkce je oceňována v základních cenách a užití v kupních cenách, je strana zdrojů za národní hospodářství celkem doplněna o daně snížené o dotace na produkty. Ukazatel je produkční metodou stanoven dle následujícího vzorce. (32)

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

- **Výdajová metoda** – sčítá konečné výdaje na nákup finálních produktů a služeb rezidentskými jednotkami (jednotlivými odvětvími) včetně salda vývozu a dovozu výrobků a služeb. Výdaj za zboží odpovídá ceně daného zboží (součtu přidaných hodnot), proto lze produkt měřit jako sumu agregátních výdajů. Veškeré výdaje na meziprodukt se neberou v potaz, protože se počítá pouze s hodnotou finálních nákupů. (28)

Výdajovou metodou je ukazatel počítán takto:

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

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

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

G ... výdaje státu na nákup výrobků a služeb

NX ... saldo obchodní bilance (export - import)

- **Důchodová (příjmová) metoda** – ukazatel HDP je počítán jako součet národního důchodu, který je představován součtem příjmů domácností, amortizace a nepřímých daní. Zaměstnanci dostávají mzdy a platy, majitelé půdy rentu, majitelé kapitálu získávají čistý úrok a zisky. Všechny tyto položky jsou zároveň nákladem firem, které si kupují výrobní faktory nutné pro výrobu. (41)

$$\mathbf{HDP = w + r + z + i + y + a + n}$$

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

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

z ... hrubé zisky korporací (před zdaněním)

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

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

a ... amortizace (hodnota odpisů)

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

3.8.4 Nezaměstnanost

Nezaměstnanost je sociálně – ekonomickým jevem a zároveň makroekonomickým ukazatelem, který je spojen s existencí trhu práce a je závažným problémem dnešní doby. Snižování nezaměstnanosti patří mezi hlavní cíle hospodářství téměř každé země. Nezaměstnanost spočívá hlavně ve ztrátě zaměstnání nebo dobrovolném ukončení pracovního poměru z důvodu hledání nového a výhodnějšího zaměstnání. Je tedy důsledkem nerovnováhy na trhu práce, tzn. situace, kdy nabídka práce převyšuje poptávku po práci. (43)

Ne každý člověk, který nemá stálé zaměstnání, může být označován za nezaměstnaného. Za nezaměstnanou osobu lze považovat práceschopného člověka, který je vyřazen z možnosti pracovat a mít placené zaměstnání, ale s vyřazením není spokojen a hledá si další placené zaměstnání. Obyvatele lze z hlediska problematiky nezaměstnanosti obecně členit na ekonomicky aktivní obyvatelstvo a ekonomicky neaktivní obyvatelstvo. Ekonomicky aktivní se pak dělí na zaměstnané a nezaměstnané osoby. Mezi ekonomicky neaktivní patří osoby ve věku do 14 let, ve věku nad 64 let, invalidé, ženy na mateřské dovolené, studenti a také osoby, které nejsou ochotny z nějakého důvodu pracovat, a proto zaměstnání aktivně nevyhledávají. (42)

Dle Mezinárodní organizace práce (ILO) jsou nezaměstnanými obyvatelé daného státu starší 15 let, kteří splňují souběžně 3 základní podmínky:

- V průběhu posledních 4 týdnů aktivně hledali práci prostřednictvím úřadu práce, soukromé zprostředkovatelny práce, přímo v podnicích, pomocí inzerce nebo jiným způsobem.
- Jsou připraveni nastoupit do zaměstnání ihned, nebo nejpozději do 14 dnů
- Nemají aktuálně žádné placené zaměstnání a nevykonávají ani samostatně výdělečnou činnost (44)

3.8.5 Inlace

Inflaci je možné definovat jako zvýšení průměrné cenové hladiny zboží a služeb, které je projevem ekonomické nerovnováhy. Důsledkem inflace je všeobecný pokles hodnoty financí. Opakem inflace je deflace, což je pojem označující naopak pokles všeobecné cenové hladiny zboží a služeb v dané ekonomice. Pokles inflace, tedy snižování tempa růstu cenové hladiny je označováno jako dezinflace. V případě inflace se jedná o oslabení reálné hodnoty (kupní síly) dané měny vůči zboží a službám, které spotřebitel nakupuje. Jestliže je v ekonomice přítomna inflace spotřebitelských cen, pak k nákupu stejného koše zboží a služeb potřebuje spotřebitel více jednotek měny dané země. (45)

Pro měření inflace se v praxi nejčastěji používá index spotřebitelských cen, index cen výrobců a deflátor hrubého národního produktu.

- **Index spotřebitelských cen (CPI)** měří náklady na nákup tzv. tržního koše výrobků a služeb, kde je každé položce přiřazena fixní váha, která odpovídá důležitosti v rozpočtu výdajů domácností.
- **Index cen výrobců (PPI)** je založen na cenách vyráběných komodit, zahrnujících ceny potravin, zpracovatelského i těžebního průmyslu. Jednotlivé indexy jsou založeny na čistých dodávkách nebo prodejších komodit.
- **Deflátor hrubého národního produktu** se počítá jako poměr nominálního a reálného HNP. Tento ukazatel využívá variabilních vah a vychází z účtů národního produktu a důchodu. (39)

3.8.6 Platební bilance

Tato ekonomická veličina patří mezi významné ukazatele ekonomické situace země. Platební bilanci konkrétního státu lze chápat jako účetní výkaz, do kterého jsou zaznamenávány veškeré hospodářské toky vstupující a vystupující z dané země za určité časové období, přičemž nejužívanější je období jednoho roku. Porovnává tedy platby přicházející ze zahraničí a platby plynoucí do zahraničí. Ukazatel má podobu účtu, na kterém jsou vykazovány kreditní a debetní položky. Ovlivňují ji veškeré vnější vztahy v podobě peněžních, finančních a zbožových toků mezi místní ekonomikou a vnějším světem.

Hodnota platební bilance může představovat tři různé situace – rovnováhu, přebytek nebo deficit. Pokud převažují příjmy nad výdaji do státního rozpočtu, pak se jedná o aktivní, neboli přebytkovou platební bilanci. Pokud nastane opačná situace, pak lze označit platební bilanci za pasivní neboli schodkovou. (29)

Platební bilanci lze vyjádřit dvěma způsoby:

- **Tržní platební bilance** – vyjadřuje běžný vztah dvou trhů (import do země a export do zahraničí)
- **Účetní platební bilance** – představuje souhrn veškerých zahraničních transakcí sledované země zpravidla během jednoho roku. Tento souhrn je realizován pomocí podvojného účetního výkazu. (39)

3.8.7 Ekonomický dopad a ekonomický přínos

Ekonomický dopad sleduje veškeré ekonomické aktivity vyplývající z každé utracené koruny na určitém území bez ohledu na to, odkud tyto peníze pochází. Ekonomické dopady generuje každý subjekt nebo kulturní organizace, která dává peníze svým zaměstnancům, dodavatelům a dalším. Pokud je potřeba zjistit, kolik peněz přináší subjekt do určité oblasti, musí být zahrnuta pouze ekonomická aktivita realizovaná na sledovaném území, ale hrazená nemístními subjekty. (11)

Ekonomický přínos zohledňuje původ financí a zároveň i to, kde byly peníze utraceny. Přínos vzniká pouze tehdy, když vydané peníze znamenají takové zvýšení ekonomické aktivity na daném území, ke kterému by bez sledované akce vůbec nedošlo. Tato zvýšená finanční aktivita je zpravidla výsledkem tzv. externí finanční injekce plynoucí z jiného než sledovaného geografického území. Zmíněnou finanční injekcí často bývají např. výdaje zahraničních návštěvníků nebo zahraniční dotace. Finanční prostředky utracené ve stejné referenční oblasti, ze které pocházejí, neznamenaají nový nebo dodatečný příjem pro tuto oblast. To znamená, že se do výpočtů nezahrnují výdaje místních návštěvníků a výdaje sledované organizace plynoucí z místních příjmů (např. dotací obce,

kraje atd.) Naopak se zde zahrnují výdaje, které návštěvníci žijící mimo sledovanou oblast utratili ve sledované oblasti. U těchto návštěvníků je také potřeba zjistit to, jak je událost motivovala k návštěvě referenční oblasti, a tím zjistit i podíl jejich výdajů, které lze připisovat konkrétní akci/organizaci. Je nutné zahrnout i výdaje organizace, které plynuly z nemístních příjmů (např. dotace EU) a byly utraceny v referenční oblasti. Ekonomické přínosy lze tedy chápat jako podmnožinu ekonomických dopadů. (11)

Hlavní ekonomické přínosy cestovního ruchu lze zařadit do několika oblastí, na které má turismus pozitivní vliv:

- zlepšení platební bilance státu zejména díky příjezdovému cestovnímu ruchu
- prostřednictvím daní a poplatků se zvyšují příjmy do místních rozpočtů i státního rozpočtu
- podpora rozvoje malého a středního podnikání
- zvyšování zaměstnanosti
- stimulování investic do místní infrastruktury (vodovody, kanalizace, elektrifikace, telekomunikace, silniční a železniční sít, letiště...)
- rozvoj služeb, kterých může využívat i obyvatelstvo s trvalým bydlištěm v místě rozšířeného cestovního ruchu. (27)

3.9 Ekonomické efekty cestovního ruchu

Cestovní ruch na pozici ať už regionální, národní nebo světové ekonomiky bývá nejčastěji spojován s realizací příjmů, rozvojem podnikatelských činností, s budováním nových pracovních míst, ale také s realizací daňových a dalších pozitivních ekonomických dopadů. Je potřeba sledovat pozitivní dopady turismu, avšak nesmí být opomenuty ani negativní efekty. (16)

Cestovní ruch na úrovni národní ekonomiky vytváří tři typy ekonomických efektů:

- Přímé efekty
- Nepřímé efekty
- Indukované efekty

3.9.1 Přímé efekty

Přímé efekty cestovního ruchu vznikají tam, kde dochází k přímé interakci mezi poskytovatelem nebo zprostředkovatelem služby turismu a účastníkem neboli spotřebitelem cestovního ruchu.

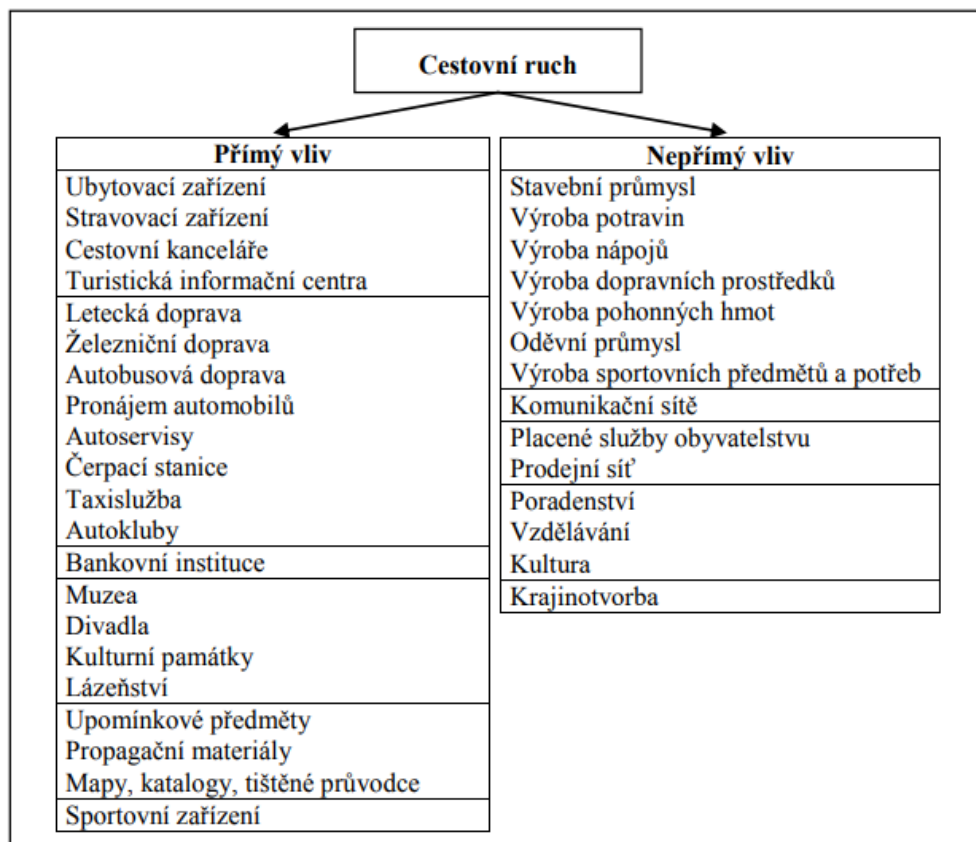
Certifikovaná metodika pro výpočet ekonomických dopadů organizace udává, že se jedná o změny v ekonomice vyvolané přímými výdaji kulturní organizace či akce nebo jejích návštěvníků. Mezi přímé efekty turismu lze zařadit nákup letenek v cestovní agentuře či kanceláři, zakoupení pobytu v ubytovacím zařízení, nebo výdaje účastníka cestovního ruchu na stravování během pobytu. (11)

3.9.2 Nepřímé efekty

Produkční vyvolané efekty nebo také multiplikační efekty jsou změny v ekonomice, které jsou způsobené produkcí subdodavatelů v důsledku dalších kol navázané ekonomické aktivity v určeném regionu. Prostřednictvím multiplikačních efektů se výdaje návštěvníků nebo kulturní organizace mohou odrážet ve kterémkoli jiném odvětví dané ekonomiky. Výše těchto efektů je přímo úměrná ke sklonu odběratelů v regionu nakupovat zboží od místních dodavatelů. Naopak jestliže budou nakupovat ve větší míře importované zboží a služby, pak dochází k úniku prostředků ze sledovaného regionu. (11)

Nepřímé efekty se tedy vyskytují zejména u dodavatelsko-odběratelských vztahů v rámci cestovního ruchu. Každé odvětví ekonomiky má však jinou úroveň zpětných vazeb. Například výdaje na zboží a služby náročné na materiál mají celkově vyšší nepřímé dopady než výdaje na zboží a služby náročné na lidskou práci. Ty mívají relativně vysoké přímé dopady na zaměstnanost. Mezi činnosti projevující se na nepřímých efektech lze zařadit například nákup vybavení a spotřebního zboží pro ubytovací zařízení, nákup potravin a polotovarů pro stravovací zařízení, outsourcing služeb účetnictví a některé další služby. (16)

Obrázek 12 - Přímé a nepřímé vlivy cestovního ruchu



Zdroj: (30)

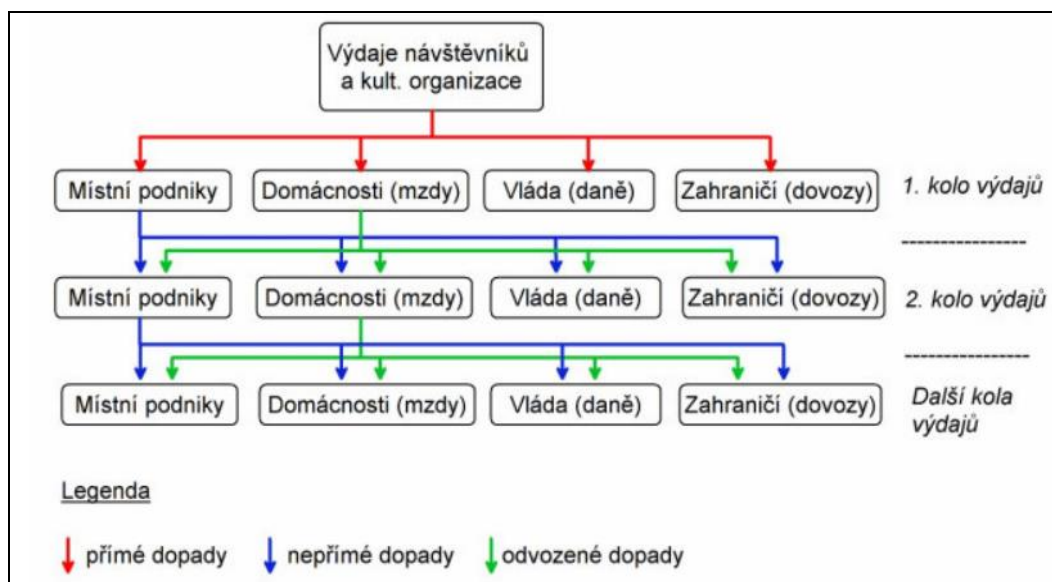
3.9.3 Indukované efekty

Odvozené neboli indukované efekty představují změnu ve sledované ekonomice, která vzniká další realizací příjmů z cestovního ruchu ze strany veřejného sektoru, soukromého sektoru nebo domácností. Jedná se o znovu vydané peněžní prostředky, jejichž vznik byl důsledkem přímých i nepřímých efektů v předešlých fázích dodavatelsko odběratelského vztahu dané organizace či sledované kulturní události. Tyto efekty bývají někdy označovány jako spotřebitelské odvozené efekty. (18)

Příkladem indukovaného efektu může být zvýšení výdajů domácností na základě zvýšení příjmů ze zahraničního cestovního ruchu v destinaci. Tato situace může nastat při zvýšení přílivu turistů do sledované oblasti a tím zvýšení mezd pro zaměstnance v cestovním ruchu v rámci regionu. Naopak v případě negativního zásahu do ekonomiky ve formě uzavření významného podniku ve sledovaném regionu dochází ke snížení důchodů domácností, což vede k poklesu výdajů na daném území. (17)

Přímé, nepřímé i odvozené ekonomické dopady v cestovním ruchu nebo kultuře lze schematicky znázornit pomocí obrázku č. 13, jehož autorkou je Ing. MgA. Tereza Raabová, Ph.D.

Obrázek 13 - Přímé, nepřímé a odvozené efekty



Zdroj: (31)

3.10 Multiplikátor

Obecně je termínem multiplikátor v makroekonomii označována změna jedné proměnné v závislosti na jednotkové změně jiné závislé proměnné. Zjednodušeně znázorňuje provázanost vztahů mezi jedním ekonomickým odvětvím s jinými odvětvími. Jestliže se zvýší produkce jednoho odvětví o jednotku, pak se také úměrně zvýší produkce ostatních odvětví o hodnotu koeficientu, který se odborně nazývá multiplikátor. (28)

Samotný odborný název multiplikátor byl v oboru ekonomie poprvé představen již v roce 1931, tedy v období Velké hospodářské deprese v Anglii britským ekonomem Richardem Ferdinandem Kahnem, který poukázal na aktuální jev, kdy výdaje státu na organizaci veřejných prací provedené Franklinem D. Rooseveltem na snížení nezaměstnanosti působily prostřednictvím multiplikačního efektu na zaměstnanost. Uvedené státní výdaje vedly nejen k zaměstnanosti prvotní, ale také druhotné. V zásadě

Kahn upozornil na to, že jednotlivé výdaje v určité ekonomice vyvolávají řetězovou reakci výdajů zároveň také v dalších ekonomických oblastech.

3.10.1 Keynesova teorie multiplikátoru

Na Kahnovu teorii zareagoval další britský ekonom John Maynard Keynes, který upřesnil podstatu multiplikačního efektu a podložil tuto ekonomickou teorii matematickým popisem. Keynesův multiplikátor vysvětluje nejjednodušším způsobem, jak na národní důchod působí změny agregátní poptávky. Keynesova analýza týkající se multiplikátoru ukazuje dopady změn výdajů v podobě spotřeby, investic a vládních výdajů na výši nezaměstnanosti a produkce. (29)

Hodnota multiplikátoru neboli koeficientu multiplikačního efektu je ovlivněna výší změny vládních výdajů, investic, daní, a na straně obyvatel sklonem k úsporám a sklonem ke spotřebě. Často se v odborné literatuře uvádí, že každé euro utracené formou jakéhokoli výdaje způsobuje změnu v dalších odvětvích v hodnotě vyšší než 1, tzn. že hodnota multiplikátoru je vyšší než 1. (28)

Kahn – Keynesův multiplikátor, tedy jednoduchý výdajový multiplikátor dvousektorové ekonomiky lze vyjádřit:

$$\alpha = 1 / 1 - \text{MPC} \text{ nebo } \alpha = 1 / \text{MPS}$$

MPC ... mezní sklon ke spotřebě

MPS ... mezní sklon k úsporám

Mezní sklon ke spotřebě lze vyjádřit:

$$\text{MPC} = \Delta A / \Delta Y$$

ΔA ... změna výdajů

ΔY ... změna příjmů

Multiplikátor α se tak rovná *“jednička vydělená rozdílem mezi jedničkou a mezním sklonem ke spotřebě (který matematicky zachytíme následovně: změna spotřebních výdajů děleno změna důchodu). Ve výše zmíněné rovnici představuje jmenovatel $(1 - \text{MPC})$ mezní sklon k úsporám (označovaný jako MPS nebo s) a platí tedy, že součet MPC a MPS je vždy roven jedné.”* (29)

Mezní sklon ke spotřebě udává, jakou část z jedné koruny je člověk ochoten vynaložit dále na spotřebu statků a zboží. Pokud je mezní sklon ke spotřebě roven 0,8, znamená to, že z jedné koruny ze mzdy člověk 80 haléřů utratí za zboží či služby a zbylých 0,2, tedy 20 haléřů uspoří. Obecně platí, že čím vyšší má člověk příjmy, tím více uspoří a naopak. Tento fakt vyplývá z grafu mezního sklonu ke spotřebě, který je klesající z důvodu nasycenosti potřeb. (29)

3.11 Multiplikátor cestovního ruchu

Kromě přímého dopadu cestovního ruchu na ekonomiku státu existuje také jeho nepřímý vliv označovaný jako multiplikační efekt cestovního ruchu. Přímý vliv lze definovat jako bezprostřední výsledek výdajů návštěvníků v oblasti turismu vynaložených na nákup zboží a služeb v daném regionu. Nepřímý vliv je pak důsledkem druhotných výdajů, které účastník cestovního ruchu realizuje na sledovaném území. Finanční prostředky, které návštěvník utratí v daném regionu, tvoří příjem, který následně vede k řetězové reakci tvořící výdaje, příjmy a z nich opět výdaje. Z tohoto důvodu příjem získaný díky jednomu návštěvníkovi převyšuje sumu financí, které vydal v místě jeho pobytu. Změna příjmů v cestovním ruchu se tak rovná změně výdajů vynásobené příslušnou hodnotou vybraného multiplikátoru. (29)

Hodnota multiplikátoru cestovního ruchu je závislá na celkovém objemu dovozu přičemž platí, že čím nižší je objem dovozu, tím vyšší pak bude multiplikátor příjmů. Dále jeho hodnota závisí na sklonu ke spotřebě, kde platí, že při vyšším sklonu ke spotřebě bude vyšší hodnota multiplikátoru příjmů. Podmínkou je však, že spotřeba zboží a služeb musí být prováděna v rámci sledované ekonomiky. (30)

Ve spojení s cestovním ruchem a kulturou jsou nejčastěji uváděny čtyři typy multiplikátoru:

- Multiplikátor produkce
- Multiplikátor hrubé přidané hodnoty
- Multiplikátor důchodu
- Multiplikátor zaměstnanosti (31)

3.11.1 Multiplikátor produkce

Tento druh multiplikátoru zahrnuje jak přímý vliv finální poptávky po produkci určitého produktu, tak i nepřímé vlivy, které vyplývají z multiplikace výrobních procesů. Tyto multiplikátory lze obecně charakterizovat tak, že pokud dojde ke zvýšení finální poptávky po produkci určitého odvětví o jednotku, pak se celková produkce všech odvětví zvýší o hodnotu tohoto multiplikátoru. (31)

Důležité je si uvědomit, že multiplikátor celkové produkce zahrnuje také veškerou mezispotřebu, kvůli které započítává některé vstupy vícekrát. Jedná se o řetězec vstupů od jednoho subdodavatele přes další subdodavatele až k dodavateli poptávaného zboží nebo služeb. Z tohoto důvodu se značně nadhodnocuje dopad přímého zvýšení poptávky, a proto musí být tento ukazatel využíván s určitou opatrností. (11)

3.11.2 Multiplikátor hrubé přidané hodnoty

Vícenásobnému započítávání mezispotřeby do hodnoty multiplikátoru se lze vyhnout použitím multiplikátoru hrubé přidané hodnoty, neboť tento druh multiplikátoru nezahrnuje hodnotu vstupů (mezispotřebu) mnohonásobně, ale pouze jednou během celého ekonomického řetězce. Multiplikátory HPH určují vztah prvotního zvýšení produkce sledovaného odvětví s celkovým zvýšením hrubé přidané hodnoty v rámci všech odvětví ekonomiky. V symetrických input – output tabulkách vydávaných Českým statistickým úřadem je tvořena hrubá přidaná hodnota součtem náhrad zaměstnancům, spotřebou fixního kapitálu, ostatními čistými daněmi na výrobu, smíšený důchodem a čistým provozním přebytkem. (11)

Zvýšení HPH v praxi odpovídá přibližně zvýšení HDP (hrubého domácího produktu) ekonomiky, neboť hrubý domácí produkt zahrnuje hrubou přidanou hodnotu, která je upravena o čisté daně na produkty. Ve vzorci pro výpočet hrubého domácího produktu pomocí produkční metody představuje ukazatel hrubá přidaná hodnota první dvě položky (Produkce – Mezispotřeba). (32)

HDP = Produkce - Mezispotřeba + Daně z produktů - Dotace na produkty

3.11.3 Multiplikátor důchodu

Tento koeficient multiplikátoru vyjadřuje, jaká musí být celková výše náhrad zaměstnancům, tzn. platů, mezd a sociálních příspěvků, aby došlo v odvětví ke zvýšení produkce o jednu peněžní jednotku. Vzhledem k tomu, že náhrady zaměstnanců tvoří součást hrubé přidané hodnoty, jsou multiplikátory důchodu vždy nižší, než multiplikátory hrubé přidané hodnoty. (21)

Beránek uvádí, že multiplikátor důchodu *“měří dodatečné důchody (mzda, pronájem, úroky z úvěrů a zisky) vytvořené v ekonomice díky zvýšení výdajů účastníků cestovního ruchu.”* (29)

3.11.4 Multiplikátor zaměstnanosti

Jedním z mnoha multiplikátorů je také multiplikátor zaměstnanosti, který udává počet nově vytvořených pracovních míst v celé ekonomice v důsledku zvýšené produkce v odvětví, nebo v případě cestovního ruchu díky dodatečným výdajům návštěvníků. Podniky nemusí vždy reagovat na zvýšenou poptávku v odvětví vytvořením nových pracovních pozic, ale mohou tuto situaci řešit prodloužením pracovní doby prostřednictvím přesčasů stávajících zaměstnanců. Z tohoto důvodu je nutné zvýšenou zaměstnanost uvádět vždy v přepočtu na celé úvazky. Ukazatel celých pracovních úvazků se nazývá full-time equivalent, který je někdy uváděn pod zkratkou FTE. (29)

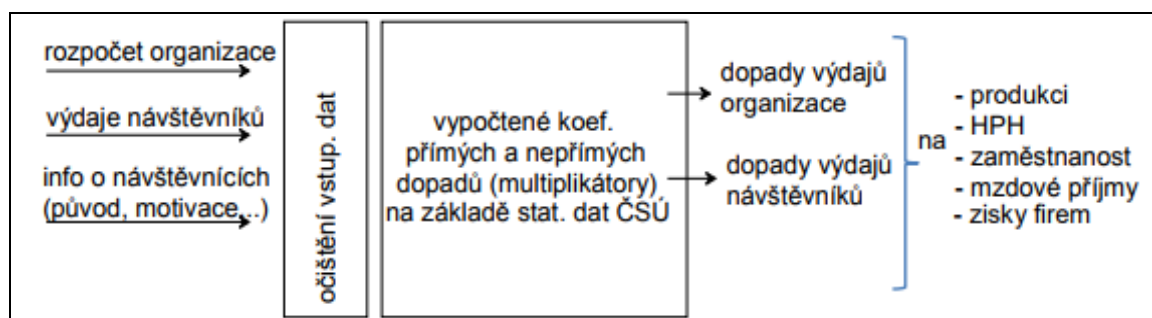
Přestože se zvýší celková zaměstnanost, počet pracovníků v odvětví může zůstat stejný, neboť na dodatečnou práci můžou být zaměstnání lidé, kteří již práci mají u stejného nebo u jiného zaměstnavatele. Pro výpočty multiplikátoru se většinou používá ukazatel vyjadřující prvotní dopad zvýšené produkce na změnu nezaměstnanosti. S tímto ukazatelem je nutné počítat v podobě počtu pracovních míst připadajících na jeden milion peněžních jednotek produkce. (31)

3.12 Metodika výpočtu ekonomických dopadů

Pro zjištění ekonomických dopadů organizací a projektů je sice nejsložitější, ale zato přesnější metodou input – output analýza disponující nástroji, které určují a kvantifikují vzájemné vazby mezi subjekty, sektory či odvětvími. Výhodou této metody je možnost vyčíslení multiplikačních efektů způsobených vazbami sledované organizace na další odvětví ekonomiky, neboť výstup z jednoho odvětví se stává vstupem dalších odvětví národního hospodářství. (31)

Certifikovaná metodika pro výpočet ekonomických dopadů kulturních organizací vytvořena v roce 2013 autorkou Ing. MgA. Terezou Raabovou, Ph.D. vychází ze studií odborných zahraničních publikací a je určena zejména pro kulturní organizace a další subjekty, které chtějí z nějakého důvodu zjistit ekonomické dopady vznikající díky návštěvníkům nerezidentům, kteří do sledované oblasti přicestovali z důvodu konkrétní události. Metodika byla úspěšně testována na několika kulturních akcích v České republice v letech 2010 a 2011. K testování metodiky bylo vybráno několik festivalů nejen v Praze (např. Pražské jaro, Prague Fringe Festival, Pražské Quadriennale), ale i v dalších koutech České republiky (např. Smetanova Litomyšl, Janáčkův máj nebo Mezinárodní hudební festival v Českém Krumlově). Vzhledem k tomu, že input – output model odráží strukturu ekonomiky státu jako celku, nelze tuto metodiku plně aplikovat na stanovení ekonomických dopadů pro města či kraje. V ČR nebyla dosud pro tyto účely využívána žádná standardní metodika. V minulosti vzniklo jen několik jednoduchých studií, jejichž metodiky nebyly vzájemně srovnatelné a podávaly jen částečné výsledky. Z tohoto důvodu se jeví komplexní standardizovaná metodika jako vhodná pro evaluaci ekonomických dopadů kulturních organizací a dalších subjektů. Průběh výpočtu ekonomických dopadů této metodiky popisuje následující schéma. (34)

Obrázek 14 - Průběh výpočtu ekonomických dopadů



Zdroj: (33)

Metodika je určena pro všechny kulturní organizace, subjekty a události, které mají potřebu zjistit jejich dopady na národní ekonomiku. Vhodné využití nachází především u organizací lákající návštěvníky, čímž jsou zapojeny do kulturního turismu. O výsledky analýz použitých v rámci této metodiky mají zájem sponzoři, poskytovatelé dotací a darů, kteří se chystají organizaci finančně podpořit. Z důvodu náročných výpočtů při určení ekonomických dopadů je tato metodika určena také odborným ekonomickým institucím, které tvoří ekonomické analýzy pro koncové zájemce. (31)

3.12.1 Referenční oblast

Referenční oblast označuje ucelené území, pro které jsou počítány ekonomické přínosy a dopady organizace nebo kulturní akce. Je zde potřeba co nejpřesněji vymezit geografické hranice pro prováděnou analýzu. Všechny výdaje uskutečněné ve vybrané referenční oblasti by měly plynout subjektům v této oblasti a je nutné, aby byly zahrnuty do výpočtů ekonomických přínosů. (31)

Český statistický úřad zpracovává a vydává statistická data pouze pro referenční oblast celou Českou republiku. Z toho důvodu lze využít tato data pouze při výpočtu dopadů na celou ČR, kde se využívají multiplikátory a koeficienty vypočtené pomocí dat ČSÚ právě pro českou ekonomiku. Na celostátní úrovni lze tedy bez problému vypočítat přímé i nepřímé ekonomické dopady či přínosy. Pro menší geografické oblasti nelze stanovit multiplikované efekty pomocí celostátních koeficientů, neboť ekonomika menší referenční oblasti se liší strukturou meziodvětvových vazeb, což je potřeba při analýze zohlednit. (31)

3.12.2 Zajištění vstupních dat pro analýzu

Pro výpočet ekonomických přínosů organizace nebo kulturní události je nutné zjistit několik údajů:

- Informace o návštěvnících a jejich chování – tyto informace lze zjistit pomocí dotazníkového šetření během konání sledované akce.
- Informace o výdajích organizace či akce – zdrojem těchto dat bývají účetní výkazy a interní materiály organizace, která sledovanou akci pořádá.

K určení ekonomických dopadů návštěvnosti je potřeba zjistit celkový počet účastníků sledované akce, výši a strukturu jejich výdajů během jejich návštěvy, geografický původ návštěvníků a dále je nutné analyzovat, které z výdajů byly realizovány díky sledované akci, a které byly až druhotným efektem. Ke zjištění uvedených informací je nutno sestavit dotazníkové šetření a následně oslovit návštěvníky akce.

Pro zjištění ekonomických dopadů na menší oblast než je celá ČR je nejdůležitější získat od návštěvníků informace o tom, za co a kolik peněz utratili během své návštěvy akce, cesty i pobytu na sledovaném území. Otázky na jejich výdaje je nutné zformulovat tak, aby byly v souladu s kategoriemi produktů nebo odvětví poslední vydané input - output tabulky vydané Českým statistickým úřadem.

Dále je potřeba stanovit, do jaké míry souvisí výdaje návštěvníků přímo se sledovanou akcí či organizací. Je tedy nutné odlišit, které výdaje byly uskutečněny pouze díky pořádání sledované akce, a které by byly vynaloženy i bez této akce. Někteří návštěvníci mohou cestovat do sledovaného regionu pouze za konkrétní akcí, zatímco jiní mohou přicestovat do oblasti z jiných důvodů, ale akci navštívili neplánovaně. Informaci o souvislosti výdajů se sledovanou akcí lze zjistit dvěmi základními metodami. První z nich je zaměřena na míru vlivu akce na rozhodnutí navštívit sledovanou oblast, což lze sledovat pomocí stupnice od 0 do 10, kde hodnota 0 znamená, že akce byla pro návštěvu zcela nedůležitá. Hodnota 10 pak znamená, že akce byla hlavním důvodem návštěvy. Následně se pak výdaje návštěvníků započítávají pomocí procentuálního podílu v závislosti na zvolené hodnotě ze stupnice. Jako druhou metodu pro zjištění vlivu akce na motivaci návštěvy lze použít otázku, zda byla akce primárním důvodem pro navštívení destinace či nikoli. (31)

3.12.3 Meziodvětvová analýza

Symetrické input – output tabulky (zkráceně SIOT) jsou odvozeny pomocí matematické transformace z tabulek dodávek a užití v základních cenách, a jsou využívány zejména pro nejrůznější ekonomické analýzy a ekonomické modelování. Český statistický úřad sestavuje tyto tabulky podle předepsaného manuálu Eurostatu pravidelně v intervalech minimálně pěti let. Z důvodu rychle se měnících struktur české ekonomiky však ČSÚ zveřejňuje i průběžné SIOT tabulky, aby byly údaje co nejaktuálnější. Před rokem 2012 byly publikovány pouze tabulky typu produkt x produkt, zatímco po tomto roce ČSÚ přidal na svůj web i tabulky typu odvětví x odvětví. SIOT tabulky typu produkt x produkt zachycují strukturu zdrojů, užití i přidané hodnoty dle jednotlivých komodit, přičemž se předpokládá, že všechny komodity jsou vyráběny totožnou technologií bez ohledu na odvětví. Druhý typ tabulek (odvětví x odvětví) popisuje zdroje, užití i přidanou hodnotu na základě odvětví. V matici mezispotřeby jsou pak uváděny vstupy do jednotlivých odvětví ve formě výstupů z odvětví. (36)

Input – output analýza se obecně využívá ke kvantifikaci vzájemných vazeb mezi subjekty, odvětvími či sektory v ekonomice. Výhodou této metody je možnost vyčíslit multiplikační efekty, které jsou důsledkem vazeb zkoumané akce nebo organizace a jejich návštěvníků na další odvětví ekonomiky. Symetrické input – output tabulky jsou analytickým nástrojem umožňujícím zkoumat vazby mezi odvětvími a měřit tak dopady exogenních vlivů na ekonomiku. (37)

Input – output analýza pochází již z první poloviny 20. století, kdy poprvé publikoval držitel Nobelovy ceny Wassily Leontief SIOT tabulky pro národní hospodářství ve Spojených státech Amerických. Jádrem SIOT tabulky je tvořeno čtvercovou maticí mezispotřeby, která obsahuje symetrické rozdělení řádků a sloupců. Symetrii může tvořit buď členění komodity na komodity, nebo odvětví na odvětví, přičemž ČSÚ a Eurostat preferují první typ. V matici mezispotřeby každý sloupec zastupuje strukturu vstupů, tzn. že udává kolik bylo spotřebováno produktu na výrobu konkrétního výrobku. Jakákoli změna poptávky po daném produktu vede také k proporcionální změně poptávky po produktech, které jsou spotřebovány jako vstupy ve výrobním procesu. (31)

Tabulky zachycující vztahy mezi odvětvími tak lze využít k předpovědi dopadů, jaké bude mít změna poptávky v konkrétním jednom odvětví v dalších odvětvích

ekonomiky. Pomocí těchto tabulek lze také kvantifikovat dopady vládních zásahů, podpory investic, hypoték, ale i podpory environmentálních zákonů nebo sportovních akcí a organizací. Dále SIOT nabízí i analýzu produktivity, zaměstnanosti a citlivosti na změny daňových sazeb a regulací. (37)

Symetrická input – output tabulka numericky zachycující vztahy mezi vstupy jednotlivých odvětví v rámci vertikálního členění a jejich produkcí zachycující horizontální členění může být rozdělena na čtyři kvadranty:

- I. kvadrant – symetrická čtvercová matice mezispotřeby ve členění odvětví x odvětví (klasifikace OKEČ) nebo produkt x produkt (klasifikace SKP)
- II. kvadrant – zachycuje vztahy mezi výrobními odvětvími, které jsou dodavateli, a autonomními odvětvími ve formě konečného užití
- III. kvadrant – obsahuje informace o HPH udávající součet mzdových nákladů, daní, zisku, spotřeby fixního kapitálu a také údaje o dovozu jednotlivých produktů. Projevuje se zde vztah mezi primárními činiteli a výrobními odvětvími.
- IV. kvadrant – vyjadřuje vztahy mezi primárními činiteli (pracovní síla, kapitál a výrobní kapacity) a konečným užitím.

Model jednoduché input – output tabulky znázorňující uvedené kvadranty uvádí Tabulka 2.

Tabulka 2 - Model symetrické input - output tabulky

	Odvětví podle OKEČ			Konečné užití (f)				Celkem (x)
Odvětví podle OKEČ	Z ₁₁	Z ₁₂	Z _{1n}	c ₁	i ₁	g ₁	e ₁	x ₁
	Z ₂₁	Z ₂₂	Z _{2n}	c ₂	i ₂	g ₂	e ₂	x ₂
	.	.	.	.	.	.	.	.
	.	.	.	.	.	.	.	.
	Z _{n1}	Z _{n2}	Z _{nn}	c _n	i _n	g _n	e _n	x _n
Složky přidané hodnoty	l ₁ l ₂ ... l _n			Transakce mezi složkami přidané hodnoty (vč. importů) a konečnou spotřebou				L
Importy	OV ₁ OV ₂ ... OV _n							OV
	M ₁ m ₂ ... m _n							M
Celkem (x)	x ₁ x ₂ ... x _n			C I G E				

Zdroj: vlastní zpracování dle (38)

z_{ij} ... hodnota prodeje produktu odvětví i odvětví j v daném období (i jsou řádky, j sloupce)
 f_i ... hodnota prodeje produktu odvětví i koncovému spotřebiteli (spotřeba domácností, investice, vládní výdaje, export atd.)

x_i ... celková hodnota zboží vyrobeného odvětvím i

c_i ... výdaje domácností na spotřebu produktu i

i_i ... nákupy produktu odvětví i určené na investice

g_i ... vládní nákupy produktu i

e_i ... exporty produktu i

l_j ... platby odvětví j za práci

ov_j ... ostatní platby odvětví j na ostatní složky přidané hodnoty (tedy daně, spotřeba fixního kapitálu, zisk atd.)

m_j ... import odvětví j (31)

V SIOT tabulce obecně platí rovnost součtů sloupcových i řádkových vektorů. Tvoří proto určitý rovnovážný model, který se používá pro odvození všech dalších vztahů strukturální analýzy.

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

Z důvodu rovnosti součtů sloupcových x_j i řádkových x_i vektorů lze uvedenou rovnici zjednodušit takto:

$$C + I + G + (E - N) = L + OV$$

Levá strana rovnice vyjadřuje vzorec pro výpočet hrubého domácího produktu, který je dle definice roven pravé straně rovnice, tedy souhrnu plateb za výrobní faktory, což označuje celkovou přidanou hodnotu. (37)

3.12.4 Aplikace input – output analýzy

Ze symetrické input – output tabulky lze odvodit přímé i multiplikované dopady změn v rámci jednoho odvětví na celou ekonomiku. Základem je metoda zpětných vazeb, která zkoumá vzájemné závislosti mezi sektory a odvětvími, respektive vazby na všechny

dodavatele vstupů do odvětví a také jejich subdodavatele. Primárním krokem pro kvantifikaci zpětných vazeb je normalizace SIOT podle řádků, tedy výpočet přímé produkce pomocí následujícího vzorce:

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

Tímto postupem vzniká matice koeficientů vstupů A o rozměru $n \times n$, která určuje, jaká je hodnota jednotlivých meziproductů spotřebovaná jednou jednotkou určitého výrobku při jeho výrobě. Jestliže je součet přímé a nepřímé produkce roven celkové produkci potřebné k uspokojení prvotní poptávky, pak platí, že nepřímou produkci lze získat odečtením přímé produkce od celkové. (31)

$$\text{Přímá produkce} + \text{Nepřímá produkce} = \text{Celková produkce}$$

Z tohoto vztahu vyplývá, že:

$$\text{Nepřímá produkce} = \text{Celková produkce} - \text{Přímá produkce}$$

Koeficienty celkové produkce je možno spočítat odečtením matice koeficientů vstupu A od jednotkové matice I a následně inverze výsledné matice $(I - A)$. Díky tomuto postupu vznikne nová matice koeficientů celkové produkce, která se značí písmenem L a nazývá se Leontiefova inverzní matice. Uvedenou operaci je možné zapsat vzorcem:

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

Leontiefovův model a celá SIOT analýza je postavena na třech základních předpokladech:

- Nabídka se vždy přizpůsobuje poptávce, tzn. že výrobní kapacity jsou neomezené.
- Jednotlivé výrobky jsou vyráběny se stejnou fixní strukturou vstupů, a zároveň i stejnou strukturou přidané hodnoty.

- Struktura vstupů je odvozena od zvolené techniky transformace tabulek nesymetrických na symetrické. Všechny vedlejší produkty jsou vyrobeny technologií výroby produktu nebo technologií výroby v odvětví. (37)

Multiplikátory produkce jednotlivých odvětví ekonomiky pak získáme pomocí součtů sloupců Leontiefovy inverzní matice, kde jsou zahrnuty přímé i nepřímé vlivy. Součet jednoho sloupce této matice uvádí hodnotu multiplikátoru produkce toho odvětví, které představuje daný sloupec. Pokud se konečná poptávka po produkci produktu určitého odvětví změní o jednotku, pak se celková produkce započítávající vstupy vícekrát z důvodu mezispotřeby zvýší právě o hodnotu tohoto multiplikátoru ve všech odvětvích. Pomocí Leontiefovy inverzní matice lze vypočítat i multiplikátory HPH, důchodu a zaměstnanosti. Multiplikátor produkce je však využíván nejčastěji, neboť je považován za jeden z nejjednodušších. (31)

3.12.5 Výpočet ekonomických dopadů

Jestliže jsou známy potřebné multiplikátory všech odvětví a všechna očištěná podkladová data, pak lze vypočítat přímé a nepřímé dopady organizované akce nebo celé organizace. Ekonomické dopady můžeme zkoumat jak z hlediska výdajů návštěvníků, tak i z hlediska výdajů sledované organizace nebo akce. Tyto dvě vypočtené hodnoty lze na závěr sečíst, čímž je možné získat celkové dopady na produkci, hrubou přidanou hodnotu, mzdové náklady i zaměstnanost. (31)

Přímé dopady na zvýšení produkce O_p jsou rovny součtu celkové výše prvotních výdajů návštěvníků a organizace očištěných od daně z přidané hodnoty, marže a importu.

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

V případě přímých dopadů se jedná pouze o prvotní zvýšení výdajů plynoucích do sledované ekonomiky, tedy přímý nákup zboží a služeb koncovými uživateli, kterými mohou být návštěvníci nebo organizace. Celková tržní hodnota těchto produktů (O_p) pak představuje přímý ekonomický dopad na zvýšení produkce. (31)

Celkové dopady na zvýšení produkce O jsou rovny celkovému součtu součinů prvotních výdajů návštěvníků či organizace a multiplikátorů produkce pro jednotlivá odvětví (mp).

$$O = \sum V_n * mp + \sum V_o * mp$$

Ukazatel O vyjadřuje celkové zvýšení produkce v rámci celé ekonomiky. Zahrnuje přímé i nepřímé zvýšení produkce, kde přímé zvýšení produkce je způsobeno produkcí finálních produktů pro návštěvníky i organizace a nepřímé zvýšení produkce zahrnuje produkci mezispotřeby, tedy produkci všech vstupních produktů pro výrobu finálních produktů a zároveň i všech navazujících kol produkce subdodavatelů daných vstupů.

Nepřímé dopady na zvýšení produkce O_n lze z předchozích dvou vztahů vyjádřit jako rozdíl mezi celkovým a přímým dopadem na zvýšení produkce.

$$O_n = O - O_p$$

Nepřímé zvýšení produkce vyjadřuje produkci všech vstupů potřebných k výrobě finálních produktů, které jsou následně poptávány návštěvníky a organizacemi. Započítává se zde veškerá produkce vstupních produktů zahrnující všechna navázaná kola výrobního řetězce, avšak bez produkce samotných finálních produktů. (31)

4 Praktická část

4.1 Definovaná oblast výzkumu

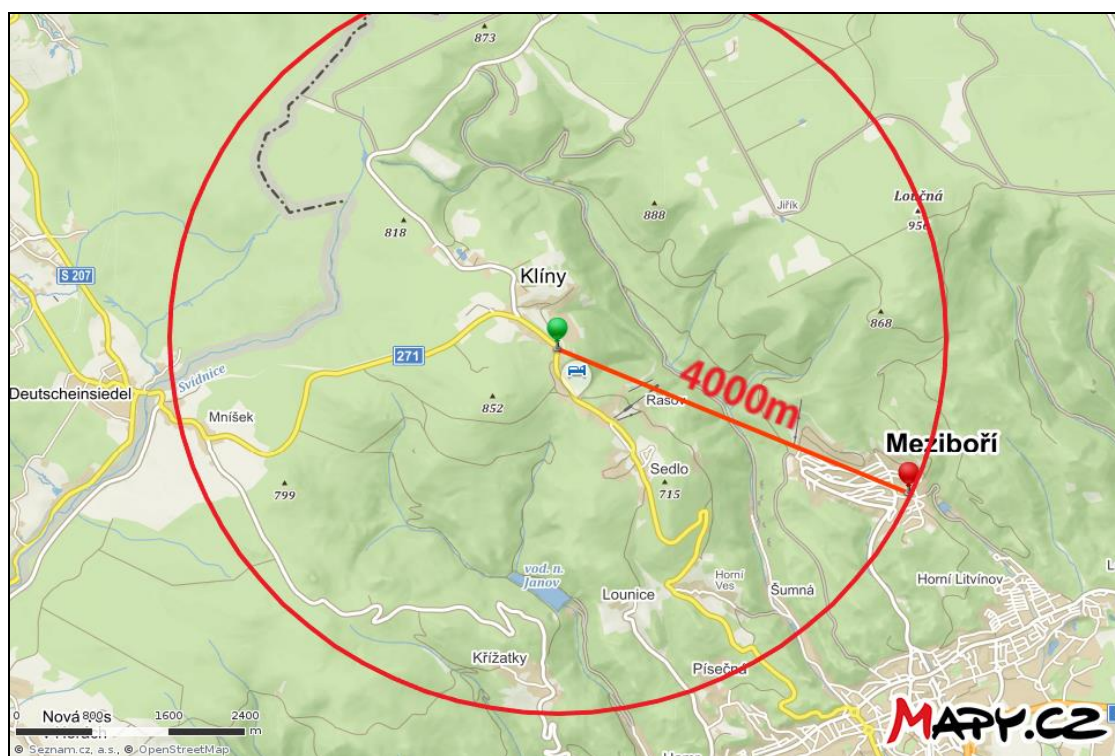
Pro účely výzkumného šetření a splnění cíle práce je potřeba definovat oblast, kterou se celý výzkum bude zabývat z hlediska ekonomického přínosu hry Geocaching. Vybraná oblast leží ve východní části Krušných hor, dříve zvaných Rudohoří, které tvoří souvislé pásmo hor o délce 130 km podél hranice České republiky s Německem. Z hlediska geomorfologického členění spadají Krušné hory pod Krušnohorskou hornatinu, která se dále dělí na Klínoveckou hornatinu a Loučenskou hornatinu. Loučenská hornatina, do níž patří sledovaná oblast, se člení na několik dalších okrsků. Zahrnuje Přísečnickou, Rudolickou, Flájskou a Cínoveckou hornatinu a dále Novoveskou, Nakléřovskou a Bolebořskou vrchovinu. Nejvyšším vrcholem Krušných hor je Klínovec s výškou 1244 m. n. m., o třicet výškových metrů nižší je pak Fichtelberg s výškou 1214 m. n. m. a dále Božídarský špičák, který měří 1115 metrů. (51)

Sledovanou oblastí jsou tři horské obce ležící v okrsku Novoveské a Flájské hornatiny. Mezi nejvýznamnější města a obce Novoveské hornatiny patří Litvínov a Horní Jiřetín na úpatí Krušných hor, a dále ve vyšších polohách Nová Ves v Horách, Křížatky, Klíny a hraniční přechod Mníšek. Tato hornatina je charakteristická velmi prudkými svahy, které tvoří údolí, z nichž největším je Hamerské a Mariánské údolí. Na východní straně se nachází Šumenské údolí s Bílým potokem, který odděluje tyto dva zmíněné okrsky. Průměrná nadmořská výška tohoto území se pohybuje kolem 800 m. n. m, přičemž nejvyšším vrcholem Novoveské hornatiny je Mračný vrch s výškou 852,2 metrů nad mořem. Rozlohou je tento okrsek nejmenší, protože zaujímá plochu jen 55,54 km². (54)

Flájská hornatina je pojmenována podle vodní přehrady Fláje vybudované na Flájském potoce, která slouží jako významná zásobárna pitné vody a také jako hydroenergetické zařízení. Na úpatí tohoto okrsku leží města Litvínov, Osek a Hrob. V jeho horských oblastech leží obce s lyžařskými středisky Meziboří, Český Jiřetín, Mikulov a také hraniční přechod Moldava. Nejvyšším vrcholem je zde Loučná s 955,9 výškovými metry. Rozloha Flájské hornatiny je v porovnání s Novoveskou téměř trojnásobná – leží na ploše o rozloze 133 km². (54)

Pro analýzu výdajů návštěvníků a zároveň hráčů geocachingu byla primárně vybrána obec Klíny, ve které byly uloženy oficiální schránky pro hru Geocaching, jejichž účelem bylo mimo jiné i přilákat návštěvníky do dané oblasti. Vzhledem k povaze hry, která je založena zejména na cestování a obecně na cestovním ruchu, byly dále do sledované oblasti zařazeny i sousední obce Meziboří a Mníšek.

Obrázek 15 - Definovaná oblast výzkumu



Zdroj: Vlastní zpracování

Obrázek 15 zachycuje polohu i způsob definice oblasti zahrnující tři obce, které byly vybrány pro výzkum. Střed vyznačené kružnice byl zvolen na souřadnicích N50° 38.103 E013° 33.430, tedy u prostřední z pěti založených schránek pro hru Geocaching a zároveň se tento bod nachází několik metrů od Obecního úřadu Klíny. Od zmíněného bodu pak byla opsána kružnice o poloměru 4 km, která do zájmové oblasti zahrnula město Meziboří a obce Mníšek a Křižatky. Poslední zmíněná obec byla z výzkumného šetření vyřazena, neboť na území obce Křižatky se nenachází žádné ubytovací, stravovací ani jiné zařízení, ve kterých by mohli návštěvníci schránek vynaložit

určité výdaje. Polohu definované oblasti v rámci České republiky pak zachycuje Obrázek 16, na kterém je vybrané území vyznačeno červeným bodem.

Obrázek 16 - Poloha definované oblasti v rámci ČR



Zdroj: Vlastní zpracování

4.1.1 Klíny

Horská obec Klíny s místními částmi Rašov a Sedlo spadá pod město Litvínov, které je obcí s rozšířenou působností. Stejně jako další dvě zkoumané obce leží v okrese Most v Ústeckém kraji v nadmořské výšce od 654 do 825 m. n. m. (51)

Obrázek 17 - Znak obce Klíny



Zdroj: (48)

Katastrální rozloha obce činí 1845 ha a v 54 rodinných domech zde žije 129 stálých obyvatel v průměrném věku 41,5 let. Z celkové výměry obce však téměř 96% plochy zaujímají lesní pozemky. V současnosti má většina stavebních objektů na tomto území

rekreační charakter, neboť slouží v letním i zimním období pro víkendovou rekreaci. Celá obec o délce přibližně 5 km leží v těsné blízkosti silnice č. 271 vedoucí z Litvínova na hraniční přechod Mníšek. Na území Klínů se nachází 7 autobusových zastávek, přičemž spojení zajišťuje společnost ČSAD Slaný z města Litvínov do horské příhraniční obce Český Jiřetín. Klíny se v současné době orientují na rozvoj cestovního ruchu. Nabízejí totiž ideální místo a technické zázemí pro sportovní vyžití, například sjezdové lyžování, horskou turistiku, cyklistiku a mnoho dalších letních i zimních aktivit. (46)

První zmínka o obci dohledatelná v písemných historických pramenech pochází z roku 1355. Obec byla původně pojmenována jako Hora Sv. Václava a její zakladatelé byli páni z Rýzmburka, kteří využívali tuto oblast jako hornickou osadu pro těžbu stříbra. Ve vsi se původně nacházel gotický kostel, který byl také zasvěcen svatému Václavu. Páni z Rýzmburka měli Klíny v držení až do konce 14. století, kdy již nedokázali udržet ekonomickou prosperitu rodových statků a byli nuceni prodat nejen Klíny, ale i další města, hrady a kláštery. V roce 1527 pak ves koupil rod Lobkowiczů, který ji vlastnil až do 17. století. Na základě sňatku pak ves přešla do dědičného vlastnictví pánům z Valdštejna. Ti měli Klíny v držení až do roku 1850, kdy došlo k nahrazení patrimoniální správy státní správou a tím i ke zřízení obecního úřadu Klíny. (48)

V současné době se na území obce Klíny nachází jeden z největších sportovních a hlavně lyžařských areálů vybudovaných v centrální části Krušných hor. Sport areál Klíny nabízí návštěvníkům mnoho možností jak aktivně a plnohodnotně trávit svůj volný čas. V letním období je v provozu víceúčelové hřiště s umělým trávníkem a možností umělého osvětlení, které je určené jak pro rekreační sportování, tak i výkonnostní či závodní hru tenisu, nohejbalu, volejbalu, florbalu, futsalu a mnoha dalších sportů. Dále se v areálu nachází 7 metrů vysoká horolezecká věž, plnohodnotné hřiště pro minigolf, krytá sportovní hala, půjčovna jízdních kol a horských koloběžek, trampolíny, lanový park s lesní posilovnou. Přímou v areálu je možnost ubytování v Hotelu Emeran nebo v chatě Emeran II., tzn. že nabízí i ekonomičtější variantu pobytu. V hotelu je možnost objednání finské sauny, whirlpoolu, masáže nebo využití fitness centra. V zimním období mohou návštěvníci využít 2 vleků dlouhých 225 m a 445 m a jedné čtyřsedačkové lanovky o délce 610 m s celkovou přepravní kapacitou více než 3000 osob za hodinu. Uvedená zařízení pak obsluhují lyžaře a snowboardisty využívající přibližně 2 km sjezdových tratí. Klíny

a jejich okolí také nabízejí bohatou síť upravených běžeckých tratí. Sport areál Klíny udržuje více než 65 km značených běžeckých tratí na české straně a asi 10 km běžeckých stop v Německu. (47)

4.1.2 Mníšek

Obec Mníšek leží zhruba 4,5 km od obce Klíny v nadmořské výšce 700 – 765 m. n. m. v těsné blízkosti státní hranice s Německem. Od stejnojmenné vsi v německém jazyce Deutscheinsiedel ji odděluje jen hraniční potok Svídnice. Rozloha obce je 7,7 km² a má jen 15 stálých obyvatel žijících v šesti rodinných domech. Celkem se však na území obce nachází 39 domů, jejichž účel je buď rekreační nebo komerční. Do Mníšku vede komunikace č. 271 z Litvínova přes obec Klíny a další dvě menší komunikace III. třídy vedou od západu z Nové Vsi v Horách a od jihu je obec Mníšek spojena s Křížatkami a Janovem. (46)

Obec byla založena na staré obchodní trase vedoucí z Prahy přes Krušnohoří do Saska, konkrétně do německé Saydy a Freibergu. Archeologické nálezy dokazují, že oblast byla osídlena již ve 13. století. Roku 1560 byla v oblasti dnešního Mníšku vysvěcena poustevna a kaple pro osecké mnichy, kteří zde odpočívali při jejich poutích do saského kláštera Altzella. V roce 1562 věnovali páni z Veitmile svým sedmnácti poddaným část lesa zvaného Königreich, aby zde založili osadu, les vykáceli a postavili zde domy, ke kterým dostali i pozemky. Nově založenou osadu nazvali Einseidel z německého Einseidler, což v německém jazyce znamená mnich. Místnímu názvu Mníšek tak dali vzniknout osečtí mniši. (49)

Příhraniční obce poprvé požadovaly vybudování hraničního přechodu v roce 1991. V Německu se konalo mnoho zdoluhavých jednání a protestů, avšak v roce 2001 byla výstavba zahájena. Hraniční přechod po několika problémech se stavebními povoleními a špatnou kvalitou vody byl zprovozněn v červenci roku 2002. Od té doby zde vznikla rozlehlá vietnamská tržnice, několik restaurací a byly zde vybudovány dvě čerpací stanice. Stavba hraničního přechodu přinesla nejen oživení cestovního ruchu, ale také díky němu byla v letech 1998 až 1999 kompletně zrekonstruována příjezdová silnice č. 271 vedoucí z Klínů na Mníšek. (52)

K nejvýznamnějším turistickým atrakcím na území této obce patří rozhledna Jeřabina, která byla poprvé vybudována v roce 1884 německým turistickým spolkem ve výšce 788 m. n. m. na jednom z vrcholů mezi Mníškem a Křížatkami. Svůj název získala rozhledna podle stejnojmenného vrcholu, který byl dříve nazýván Haselstein. Původní rozhledna byla složena z 3 metry vysoké kamenné podezdívky a nad ní 11 metrů vysokou dřevěnou nástavbou s krytým vyhlídkovým ochozem. V lednu roku 1928 byla však dřevěná část věže stržena silnou bouří. Dlouhá desetiletí stálo na vrcholu jen zapomenuté kamenné torzo rozhledny. V roce 2009 se Sport areálu Klíny podařilo získat potřebné finance na opravu rozhledny, díky čemuž byl opraven kamenný podstavec a bylo upraveno i okolí věže a rozhledna získala podobu z 20. let minulého století. Z rozhledny je výhled na okolní Krušné hory, některé vrcholy Českého středohoří a Mosteckou pánev. (53)

4.1.3 Meziboří

Největší ve vybrané oblasti je město Meziboří, kde v současnosti žije 4735 obyvatel. Leží na úpatí Krušných hor v nadmořské výšce 512 metrů nad mořem a zaujímá plochu o rozloze 14,4 km². Do města vede jediná silnice, a to přibližně 4 km dlouhá komunikace III. třídy z Litvínova, po které je vedena i autobusová doprava MHD. Z důvodu neprůjezdnosti města do dalších horských a přeshraničních obcí nemá Meziboří možnost profitovat z turistů, jejichž cesta míří k přehradě Fláje, Sport areálu Klíny či do sousedního Německa. (55)

Obrázek 18 - Znak města Meziboří



Zdroj: (57)

Z historických pramenů lze zjistit, že první písemná zmínka o obci pochází z roku 1398, kdy na tomto místě stála původní malá vesnice obec s názvem Schönbach. V té době patřila vesnice míšenskému markraběti Vilémovi. Od 17. století pak ves patřila rodu Valdštejnů, kteří ji připojili ke svému duchcovskému panství. Hlavní obživou místních obyvatel bylo zejména zemědělství. V roce 1833 zde bylo obydleno 41 domů 236 obyvateli. Po roce 1850 se tehdejší Schönbach stal osadou města Horní Litvínov a v roce 1913 se opět osamostatnil. Rozvoj města nastal v 50. letech 20. století, kdy prezident Klement Gottwald vyhlásil tzv. lánský program, což byl program organizovaného náboru učňů pro obory těžkého průmyslu. Toto rozhodnutí započalo výstavbu učilišť pro hornický a chemický průmysl, což mělo za následek zvýšení počtu obyvatel na hranci dvou tisíc. Několik obcí litvínovska muselo ustoupit těžebnímu průmyslu a právě obec Meziboří byla vybrána jako vhodné místo pro výstavbu cihlových nízkopodlažních domů pro obyvatele tehdejších těžebních zón. V roce 1955 byl oficiálně změněn název na obec Meziboří a v roce 1960 mu přidělila rada krajského národního výboru statut města. V té době mělo město kolem 4 tisíc obyvatel a docházelo k výraznému rozvoji mnoha oblastí. Začala výstavba sportovní haly, stadionu, mateřských a základních škol, restaurací, prodejen a dalších zařízení. Městu se postupně zvyšoval počet obyvatel, který byl koncem 70. let 20. století téměř 10000. Po roce 1989 se však místní politici začali zajímat o životní prostředí, čímž donutili průmyslové podniky ukončit svoji činnost, a proto postupně docházelo i ke zrušení místních učilišť. Město se od této doby začalo potýkat s přebytkem volných prostor a zároveň s úbytkem obyvatel. Vedení města se v dnešní době snaží obyvatele přilákat pomocí přeměny průmyslového města na město sportovně-rehabilitační. (56)

Okolní krajina města Meziboří nabízí mnoho příležitostí pro sportovní vyžití. Návštěvníci i místní obyvatelé mohou využít možnosti pěší turistiku a cykloturistiku, sportovní halu se saunou, tenisové kurty s atletickým areálem, fotbalové a hokejbalové hřiště nebo lyžařskou sjezdovku dlouhou 537 metrů s vlekem Tatrapoma a nově několika sněhovými děly. (57)

4.2 Založení schránek ve vybrané oblasti

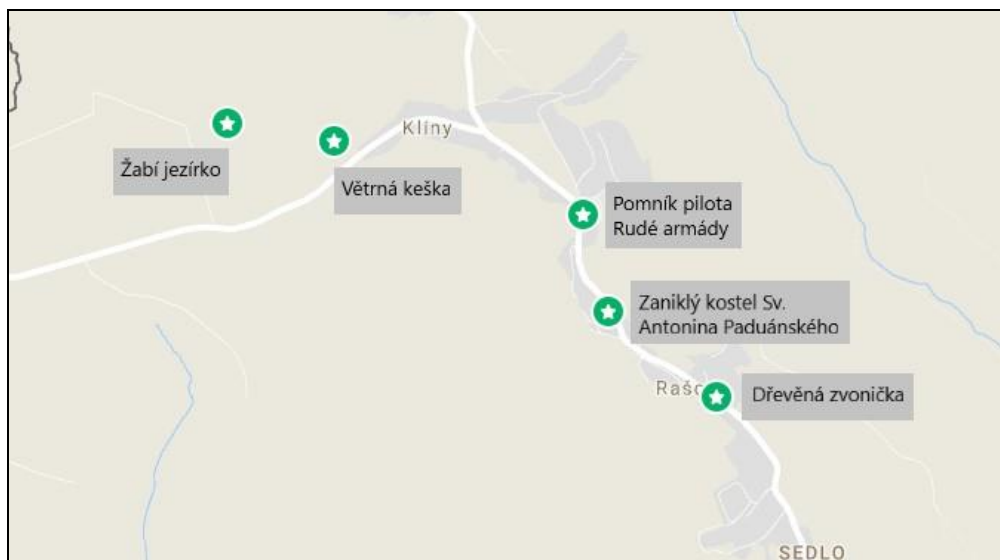
Pro účel zjištění ekonomického přínosu hry Geocaching pro definovanou oblast bylo potřeba vytvořit nové schránky této hry a tím získat potřebná data pro následné analýzy. Celkem 5 jednotlivých schránek bylo umístěno na území obce Klíny, neboť obecně platí, že hráči Geocachingu si vybírají a navštěvují oblasti s vyšší hustotou založených schránek. Vysoký počet keší na menším území značí atraktivitu a soustředěnost zajímavých míst, tudíž hráči Geocachingu častěji podnikají výlety do těchto specifických oblastí. Zároveň lze předpokládat, že tito návštěvníci mohli díky nově založeným schránkám navštívit subjekty a vynaložit výdaje nejen na území obce Klíny, ale i v okolních obcích, tedy i v obci Mníšek a ve městě Meziboří.

Proces zakládání schránek pro účel výzkumu začal v únoru roku 2017 a samotný výzkum trval 9 měsíců. Prvním krokem pro založení keší bylo pečlivé nastudování pravidel hry Geocaching, konkrétně byla nejdůležitější pravidla týkající se zakládání nových keší. Následně proběhl samotný terénní průzkum předem vytipovaných lokalit a výběr konkrétních míst pro jednotlivé úkryty fyzických schránek, kde byly pomocí aplikace v mobilním telefonu zaměřeny přesné GPS souřadnice budoucích keší. V závislosti na výběru daných míst byly vybrány různě objemné a odlišně tvarově i materiálově řešené schránky. Každá z těchto schránek byla viditelně označena dle pravidel tak, aby nebyla zničena případnými náhodnými nálezci. Na větší schránky byla pravidla přilepena zvenčí pomocí průhledné lepicí pásky. Na menší schránky nebylo možné vytisknout dobře čitelný štítek s pravidly, proto byla schránka jednoduše označena oficiálním logem geocachingu a informace pro náhodné nálezce jsou součástí logbooku uvnitř schránky. Do každé schránky pak byla ukryta obyčejná tužka, zápisník nebo vytištěný logbook a pokud to prostor uvnitř schránky dovoľoval, tak i několik drobných předmětů nízké hodnoty pro výměnu mezi nálezci. V momentě kdy byly schránky připraveny k umístění na svá místa, následovala tvorba jednotlivých listingů na oficiálních webových stránkách www.geocaching.com. Každý popis obsahuje několik informací o keších a důvodech jejich umístění na vybraných místech. Dále byly zadány dříve zjištěné souřadnice jednotlivých úkrytů schránek, velikost schránek, vymyšlena nápověda usnadňující hledání návštěvníkům a byly také uvedeny počty hvězd určující náročnost terénu, který je nutno překonat a obtížnost samotného hledání.

Z hlediska účelu zakládání schránek bylo určeno, že všechny musí relativně jednoduché, aby neodradili potenciální návštěvníky. Čtyři z pěti schránek byly tedy označeny jako tradiční, což znamená, že uvedené souřadnice dovedou hráče přímo ke keši. Jedna schránka byla specifikací multicache, neboť umístění v blízkosti objektu, ke kterému se vztahovala, nebylo příliš bezpečné z důvodu vysoké koncentrace mudlů, tedy osob které by náhodně objevili tuto schránku. Všechny schránky byly umístěny tak, aby bylo možné volit obtížnosti hledání i náročnosti terénu kolem hodnoty 2 z možných pěti.

Jakmile byly schránky připraveny podle pravidel a řádně vyplněny informace na oficiálních stránkách hry, bylo možné jednotlivé keše přesunout do svých úkrytů a potvrdit jejich umístění na webu. K některým schránkám měl reviewer více či méně připomínek, avšak všechny keše po menších úpravách informací v listingu schválil a zveřejnil. Ve chvíli, kdy byly keše zveřejněné, byly uživatelům disponujícím prémiovým členstvím doručeny informace o nově založené keši v jejich okolí prostřednictvím textové zprávy na mobilní telefon nebo na zadaný e-mail. Ti jsou za jakýchkoli okolností odhodláni vydat se co nejdříve na uvedené souřadnice a získat tak prvenství v logbooku dané keše, o které se pak s ostatními podělí v logu na webu hry. Polohy umístění všech pěti schránek včetně jejich názvů jsou zobrazeny na Obrázku 19.

Obrázek 19 - Rozmístění založených schránek



Zdroj: Vlastní zpracování

Po vyřešení všech drobných počátečních problémů nově založených keší začal probíhat průzkum v podobě dotazníkového šetření. Pro shromáždění potřebných dat nutných ke zjištění ekonomického přínosu nově založených schránek byl vytvořen dotazník, který byl zaslán na uvedený e-mail každému novému nálezci jakékoli z těchto pěti schránek, který zapsal svou návštěvu do logů na oficiálním webu hry ke konkrétní keši.

4.2.1 Zaniklý kostel sv. Antonína Paduánského

První nově založenou schránkou byla tradiční keš střední velikosti, která byla vytvořena s účelem připomenout místní kostel katolické církve, který byl postaven v letech 1866 – 1870 a zbořen koncem roku 1975. Základní informace o první založené keši jsou ve formě printscreenu oficiálního listingu na webu geocaching.com zobrazeny na Obrázku 20.

Obrázek 20 - Základní informace o keši na geocaching.com



Zdroj: geocaching.com

Kostel sv. Antonína Paduánského byl neslohový, jednolodní, obdélníkový s polokruhovým závěrem obestavěným obytnými místnostmi pro faráře. V průčelí byl obdélníkový portál, trojúhelníkový štít a hranolová věž s velkými polokruhovými okny. Boční fasády byly hladké se sdruženými okny v přízemí. Odsazená apsida i loď byly kryty stropem, rovná zděná kruchta stála na dvou pilířích, měla dřevěnou poprsnici. Střecha byla valbová, původně krytá šindelem, který byl nedlouho po stavbě nahrazen břidlicí. Zařízení bylo zejména z 2. poloviny 19. století. Kamenná křtitelnice pocházela z 16. století. V polovině 70. let 20. století kostel vyhořel a v roce 1985 byl zbořen. Hřbitov okolo

kostela byl zrušen již v letech 1960 - 1962. Původní podobu kostela v pozadí s místní školou (dnes penzion Stará škola) zachycuje Obrázek 21. (58)

Obrázek 21 - Kostel sv. Antonína Paduánského



Zdroj: Ing. Eva Hladká, muzeum Most

Kostel stál na dnes zatravněné ploše ve tvaru trojúhelníku mezi restaurací Stará škola a velkým parkovištěm s asfaltovým povrchem. Keš byla proto umístěna přibližně 10 – 15 metrů od místa kde původně kostel stál, a aby byla dostupná tzv. drive – in, tedy přímo z automobilu, jako úkryt byly zvoleny svodidla nacházející se na zmíněném parkovišti. Terén ani složitost hledání nebyla nijak obtížná, což umožňovalo zvolit 1,5 hvězdy pro oba tyto atributy. Náповěda pro hledače byla zvolena stručně a jasně – svodidla. Na Obrázku 22 je zachycen pohled na svodidla, kde se tato schránka nachází. Na fotografii lze vzadu vidět i penzion Stará škola a zhruba na místě smrku na pravé straně stál zmíněný zaniklý církevní kostel.

Obrázek 22 - Okolí schránky Zaniklý kostel Sv. Antonína Paduánského



Zdroj: Autor

Samotnou schránkou je umělohmotná dóza ve tvaru válce o výšce 25 cm a průměru 12 cm. Na dózu byly nalepeny dva štítky – jeden s pravidly a informacemi pro náhodné nálezce a druhý štítek s názvem a kódem keše, přezdívkou vlastníka a kontaktním emailem. Do schránky byl vložen vytištěný logbook na více než 100 logů, obyčejná tužka, dva náramky, několik malých hraček a vytvořený putovní TravelBug. Do šroubovacího zeleného víka byl nalepen magnet, pomocí kterého byla schránka přichycena v trubce na zadní straně svodidel. Postupem času působením výkyvů teplot ve spojení se sněhem a deštěm se magnet uvolnil, tudíž nebylo možné po zapsání návštěvy umístit schránku zpět na své původní místo. Po upozornění na tento problém několika návštěvníky bylo upuštěno od uchycení pomocí magnetu, který byl nahrazen kovovým háčkem.

Vzhledem k tomu, že tato schránka byla první z nově založených, po odeslání informací ke schválení vyjádřil reviewer několik připomínek k nedostatkům týkající se této keše. Hlavním problémem bylo pojmenování schránky na webu, které musí být podle pravidel bez diakritiky a nesmí využívat speciální znaky. Také z důvodu podezření na nezkušenost se zakládáním keší požadoval několik specifických fotografií. Po úpravě názvu a odeslání fotografií okolí a úkrytu keše reviewerovi shledal vše v pořádku a první

schránku schválil a publikoval pro všechny hráče. V době ukončení průzkumu v podobě rozesílání dotazníku měla keš Zaniklý kostel Sv. Antonína Paduánského celkem 154 logů „Found it“, což znamená, že schránku za sledované období navštívilo 154 hráčů nebo skupinek, které zapsali svou návštěvu na webových stránkách hry. Obrázek 23 zachycuje podobu schránky včetně jejího označení a také nový způsob uchycení pomocí háčku, který nahradil původní kruhový magnet uvnitř dózy.

Obrázek 23 - Schránka Zaniklý kostel Sv. Antonína Paduánského



Zdroj: Autor

4.2.2 Pomník pilota Rudé armády

Druhá schránka byla umístěna v těsné blízkosti Obecního úřadu Klíny, kde se nachází i pomník sovětského stíhače Sergeje Grigorjeviče Stěpanova, který nedaleko zahynul při havárii svého stroje Bell P 39Q Aircobra.

Stěpanov zahynul v troskách letounu nedaleko obce Klíny (v německém jazyce Göhren) dne 8. května 1945 jako příslušník 129 GIAP (gardový stíhací letecký pluk), 22. GIAD (gardová stíhací letecká divize) potom, co z již Rudou armádou obsazeného polního letiště Palsdorf odstartoval k průzkumnému letu nad Krušné hory. Jeho letoun však

zkřížil cestu Me 262 Schwalbe v jehož kabině seděl Oblt Fritz Stehle, startující z letiště v Žatci. Ten sovětský letoun svou přesnou palbou z palubních zbraní srazil z oblohy a pokračoval dále v letu směrem na leteckou základnu Fassberg, kde se vzdal Britům. Stalo se tak kolem 16. hodiny. Byl to poslední sestřel Luftwaffe II. světové války ve střední Evropě. Stěpanovovi je věnována část expozice o letecké válce v Červeném Hrádku u Jirkova. Dnešní podobu pomníku věnovaného zmíněnému sovětskému pilotu zachycuje fotografie s označením Obrázek 24. Na levé straně od pomníku se nachází jeden list vrtule ze Stěpanova letadla Bell P 39Q Aircobra. (59)

Obrázek 24 - Pomník pilota Rudé armády



Zdroj: Autor

Samotná tradiční schránka velikosti „Small“, tedy malá, se nachází v telefonní budce u silnice č. II/271, kde je chráněna před všemi klimatickými vlivy. Umístění této keše bylo po osobní konzultaci schváleno i starostou obce Klíny panem Ing. Jiřím Matouškem. Vzhledem k tomu, že se schránka nachází v blízkosti silnice, bylo možné ohodnotit obtížnost terénu na stupni 2 a náročnost hledání třemi hvězdami. Okolí této keše je zachyceno na fotografii s označením Obrázek 25, na které se nachází na levé straně budova Obecního úřadu Klíny a uprostřed zmíněná telefonní budka, která byla vybrána pro úkryt schránky.

Obrázek 25 - Okolí schránky Pomník pilota Rudé armády



Zdroj: Autor

Schránka má podobu malé, bílé, plechové, obdélníkové krabičky od mentolových bonbonů s vyklápěcím víčkem o rozměrech 7 cm x 5 cm a na výšku asi 2,5 cm. Z vrchní části bylo nalepeno logo hry Geocaching, neboť na tuto krabičku nebylo možné připevnit pravidla a štítek s názvem a majitelem keše tak, aby bylo vše dobře čitelné. Základní pravidla pro náhodné nálezce jsou však vytištěna na vrchní části logbooku, který tvoří několik dlouhých a úzkých pruhů papíru srolovaných do válečku tak, byl využit malý prostor schránky. Součástí této schránky byl jen zmíněný logbook a malá obyčejná tužka. Kvůli omezeným možnostem úkrytu schránky v prostoru telefonní budky byla schránka opatřena malým silným magnetem a připevněna na spodní část odkládacího prostoru. Pro hledače byla zvolena méně jednoznačná nápověda a to pouze "Halo?". Dle přiložených logů však nápověda byla relativně jednoznačná a nikdo s nálezců neměl s hledáním problém. Během období výzkumného šetření nasbírala tato keš celkem 85 zápisů o nálezu. Nižší počet nálezů lze přisuzovat omezeným možnostem pro zaparkování automobilu, nebo větší vzdálenosti od Sport areálu Klíny, který je největší atraktivitou obce. Podoba a obsah samotné schránky je zachycen na Obrázku 26.

Obrázek 26 - Schránka Pomník pilota Rudé armády



Zdroj: Autor

4.2.3 Větrná keška

Další schránka na území obce Klíny je věnována místním větrným elektrárnám postaveným v roce 2007 na Mračném vrchu. Ukrytá keš je opět specifikace tradiční a je ukryta asi 70 m jihozápadně od větrné elektrárny Klíny – Sever. Jediným problémem při schválení této keše reviewerem bylo v popisu (listingu) uvedení názvů společností, které měly na starost stavbu a údržbu větrných elektráren. To už bylo bráno jako reklama, což je proti pravidlům hry Geocaching. Po odstranění uvedených názvů společností z listingu bylo vše v pořádku a keš byla schválena a zveřejněna.

O záměru stavby dvou větrných elektráren na území obce Klíny bylo předběžně rozhodnuto v roce 2004. Záměr byl předjednan s obcí Klíny a vlastníky pozemků dotčených případnou realizací elektráren. Konečnému rozhodnutí o výstavbě předcházelo kontinuální měření energie větru v místě určeném pro budoucí výstavbu. Potřebná data byla zjišťována po dobu 12 měsíců ve výškách 20, 30 a 40 metrů a průběžně ukládána do datové jednotky. Soubor naměřených údajů následně vyhodnotil Ústav fyziky atmosféry ČSAV a potvrdil, že lokalita je vhodná pro větrné elektrárny, neboť průměrná

rychlost větru byla 6,4 m/s. V letech 2004 - 2006 byly provedeny nutné geologické a hydrogeologické průzkumy a zároveň bylo veřejně projednáno a vyhodnoceno posouzení vlivu stavby na životní prostředí. Následovalo vypracování vlastní projektové dokumentace staveb a potřebná stavební povolení byla vydána v roce 2006.

Pro vlastní realizaci byly vybrány bezpřevodovkové větrné elektrárny s vyhrívanými listy rotoru ENERCON E-70. Celková výška elektrárny je 120,5 m, osa rotoru se nachází v 85 m nad zemí a jednotlivé listy rotoru jsou dlouhé 25m. Do zkušebního provozu byly obě elektrárny uvedeny v srpnu 2007. Předpokládaná výroba obou elektráren byla Ústavem fyziky atmosféry ČSAV vypočtena na 8000 – 9000 MWh za rok, přičemž tyto hodnoty byly následně potvrzeny.

Větrné elektrárny byly Stavebním úřadem Litvínov povoleny jako stavby dočasné na dobu 20 let, tj. do roku 2027. Aby byla po ukončení provozu zajištěna bezproblémová likvidace větrných elektráren, zřídil provozovatel větrných elektráren s obcí Klíny zvláštní účet, tzv. "likvidační fond". Z účtu může být čerpáno pouze pro účely odstranění těchto staveb. Okolí schránky s názvem Větrná keška s jednou z místních větrných elektráren v pozadí je zachyceno na Obrázku 27.

Obrázek 27 - Okolí schránky Větrná keška



Zdroj: Autor

Schránka seznamující návštěvníky s větrnými elektrárnami byla uložena v malém cihlovém přístřešku na okraji louky, který je pozůstatkem zaniklého statku. Tím je opět chráněna před vnějšími vlivy. Na rozdíl od předchozích dvou drive-in keší byla tato schránka uložena cca 50 m od parkoviště a zároveň k ní vede pouze zatravněná lesní cesta. Obtížnost terénu byla ohodnocena dvěma a půl hvězdy, ale obtížnost hledání pouze jednou a půl, neboť na otevřeném prostranství je GPS navigace velmi přesná a možnost úkrytu je vidět již z dálky. Pro upřesnění místa úkrytu byla zvolena nápověda „vpravo nahoře“, což znamená, že schránka je umístěna v pravém horním rohu přístřešku. Cihlový přístřešek, v němž se schránka ukrývá, je zachycen na Obrázku 28.

Obrázek 28 - Úkryt pro schránku Větrná keška



Zdroj: Autor

Samotnou schránkou je plastová dóza obdélníkového tvaru uzavíratelná systémem Lock & Lock. Její rozměry jsou 18 cm x 12 cm x 5 cm tzn., že je označena jako „Small“, tedy malá. Větší rozměry schránky umožnily její označení větším štítkem s pravidly pro náhodné nálezce a druhým štítkem na vnitřní straně víka označující název keše, jejího vlastníka a kontaktní email. Do schránky byla vložena jako vždy obyčejná tužka a logbook v podobě bločku označeného nápisem „Logbook“ s názvem a kódem keše. Pro výměnu mezi nalezci byl vložen i hlavolam, dvě kovové píšťalky a dva svítilny gumoví brouci.

Schránka byla následně vložena do mezery mezi vchodem do přístřešku a betonovou skruží tvořící strop, kde byla navíc zakryta cihlou. V období výzkumného šetření našlo tuto schránku celkem 78 geocacherů. Podobu schránky s názvem Větrná keška a celý její obsah zachycuje Obrázek 29.

Obrázek 29 - Schránka Větrná keška



Zdroj: Autor

4.2.4 Žabí jezírko

Schránka s názvem Žabí jezírko zavede návštěvníky hlouběji do lesa na Mračném vrchu, kde se nachází malé nenápadné jezírko, které má z velké části zelenou barvu kvůli výskytu řas a sinic. Toto malé lesní jezírko je vyznačeno na několika dostupných mapách, ale nikde není uveden jeho název. Vzhledem k tomu, že je zde i vysoký výskyt několika druhů žab, místní obyvatelé a turisté začali jezírko označovat jako „Žabí“. K jezírku vede od hlavního parkoviště na Mračném vrchu lesní cesta dlouhá přibližně 0,5 km tzn., že pro návštěvu této keše musí hledači ujít jeden kilometr. Tato keš je ze všech založených schránek nejobtížnější, neboť okolí jezírka je značně podmáčené a je zde velmi slabý GPS signál. Z tohoto důvodu byly zvoleny 3 hvězdy pro náročnost terénu a dvě hvězdy

pro obtížnost hledání schránky. Zároveň byla doplněna nápověda „Smrcek na vzdalenejším brehu od lesní cesty“, která jednoznačně určuje umístění schránky. Zmíněné „Žabí jezírko“ včetně jeho okolí je zachyceno na Obrázku 30, na němž se nachází i místo úkrytu, které je pod malým smrčkem na levém břehu jezírka.

Obrázek 30 - Okolí schránky Žabí jezírko



Zdroj: Autor

Ač se může zdát, že schránka umístěná v největší vzdálenosti od civilizace bude v úplném bezpečí, v tomto případě tomu tak nebylo. Schránka s názvem Žabí jezírko si žádala nejvíce pozornosti ve spojení s krátkými intervaly údržby. Původně při zakládání schránek v únoru 2017 byla vytvořena pro toto místo speciální schránka, která byla vyrobena z umělohmotné krabičky na léky umístěné uvnitř hračky v podobě velké zelené gumové žáby. Tato žába byla připevněna na dřevo ve tvaru válce o průměru 15 cm. Velikost byla označena jako „Micro“, neboť se v keši nacházela jen obyčejná tužka a vytištěný logbook vytvořený z dlouhých pruhů papíru stejně jako v keši Pomník pilota Rudé armády. Několik prvních návštěvníků vyjádřilo ve svém logu nadšení z nevšedního vzhledu schránky. Bohužel po pěti dnech od zveřejnění keše na webu hry geocaching přidal jeden z hráčů poznámku „Needs maintenance“, což znamená potřebu údržby keše

z důvodu zničení. Při ohledání místa se schránka nacházela několik metrů od původní skrýše, avšak byla provozuschopná. Byla tedy znovu zpřístupněna, ale po dalších devíti dnech opět dva geocacheři přidali informaci, že schránku nemohou najít. Pravděpodobně charakteristický vzhled schránky lákal lesní zvěř, která si s ní poradila po svém. Tentokrát se v okolí nepodařilo nalézt ani jednu část původní skrýše. Podoba původní schránky je zachycena na Obrázku 31.

Obrázek 31 - Schránka Žabí jezírko



Zdroj: Autor

Po druhém problému s původní schránkou bylo potřeba zvážit novou podobu schránky s lepším zabezpečením proti lesní zvěři. Na původní místo byla umístěna nová schránka, avšak už ne takto charakteristického vzhledu pro dané místo. Byla vybrána umělohmotná obdélníková Lock & Lock dóza identická se schránkou „Větrná keška“, která byla navíc obestavěna a zatížena několika kameny. Od nahrazení původní schránky novou schránkou se nevyskytly u této keše žádné problémy, při kterých by bylo nutné uzavřít tuto keš na webu hry. Za období výzkumu byla schránka nalezena celkem 46 krát, ale 3 hráči přidali log „Didn't find it“, což znamená, že keš nenašli z důvodu zničení, kvůli čemuž byla dvakrát nepřístupná.

4.2.5 Dřevěná zvonička

Poslední nově založenou schránkou na území obce Klíny je jednoduchá multicache věnovaná místní dřevěné zvoničce nacházející se v těsné blízkosti Sport areálu Klíny. Tato keš je na rozdíl od ostatních nově založených schránek specifikace multicache, neboť by bylo složité udržet schránku v tajnosti na místě, kde se často pohybuje velký počet osob. Pro nález je proto nutné si nejdříve prohlédnout zvoničku a následně s pomocí získaných informací nalézt finální schránku. Vzhledem k tomu, že je pro výpočet finálních souřadnic potřeba zjistit několik informací z informační tabule u zvoničky, je obtížnost stanovena na 2,5 hvězdy. Terén je ohodnocen dvěma hvězdami, neboť samotný přístup k finální schránce je relativně bezproblémový.

Nově zrekonstruovaná dřevěná zvonička se nachází nad Sport areálem Klíny u hlavní silnice, kam byla přesunuta z původního místa v roce 1985. Původně zvonička stála na rozhraní obcí Sedlo a Rašov. Ve zvoničce je umístěna socha Panny Marie Lurdské, která je jedinou dochovanou památkou ze zaniklého kostela zasvěceného Svatému Antonínu Paduánskému. Dnešní podobu zvoničky zachycuje Obrázek 32, kde vpravo od zvoničky stojí informační tabule s indiciemi pro výpočet finálních souřadnic. (60)

Obrázek 32 - Dřevěná zvonička v obci Klíny



Zdroj: Autor

Pro nález schránky bylo nutné přečtení informační tabule a zjištění dvou čísel, které hráči následně dosadili do příslušného vzorce. Schránka se pak nachází vedle elektrorozvodny asi 20 m od zmíněné zvoničky. Náповěda pro hledače byla opět zvolena podle místa uložení, její konkrétní znění je “Pod elektrorozvodnou”. Finální schránkou je umělohmotná dóza typu Lock & Lock tentokrát však tvaru válce s průměrem 10 cm a výškou 7 cm. Velikost schránky byla proto zvolena jako “Small”, tedy malá. Do schránky byla vložena obyčejná tužka a logbook vytvořený z několika dlouhých a úzkých pruhů papíru, stejně jako již u dvou popsanych schránek. Na výměnu mezi nálezci byli umístěni tři gumoví svítící brouci a modrá kovová píšťalka. Opět je patrné, že se jednalo o předměty nevysoké hodnoty. Na fotografii s označením Obrázek 33 je zachycena dóza Lock & Lock s jejím kompletním obsahem v době uložení na místo finálních souřadnic.

Obrázek 33 - Schránka Dřevěná zvonička

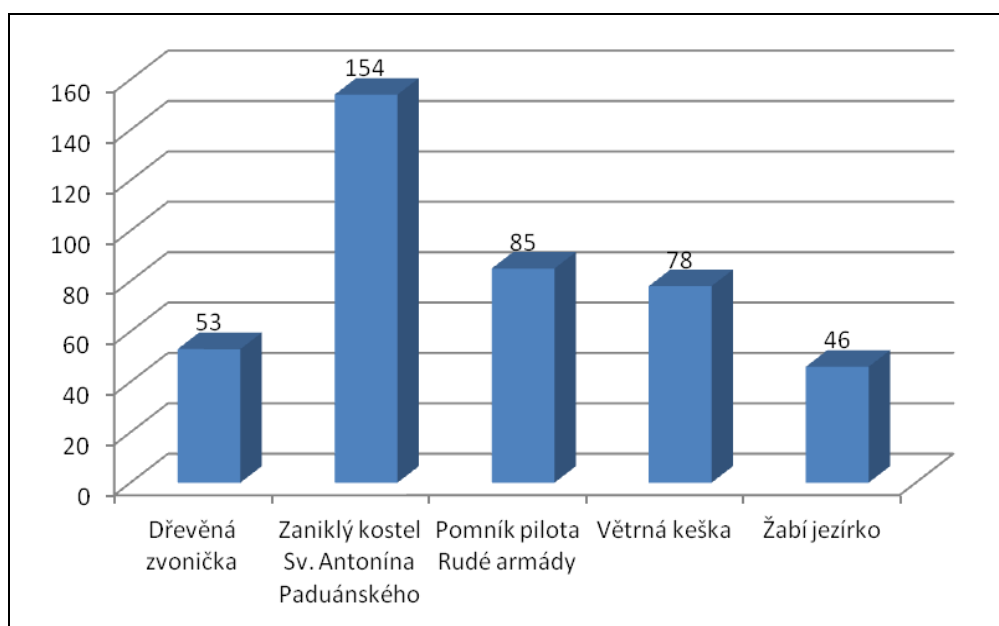


Zdroj: Autor

Předpokladem bylo, že schránka poblíž dřevěné zvoničky a současně i Sport areálu Klíny bude nejnavštěvovanější ze všech nově založených keší pro účel zjištění ekonomického přínosu hry Geocaching. Důvodem byla příhodná poloha nedaleko místa, které je centrem většiny kulturních, sportovních i rekreačních aktivit v obci Klíny. Tuto

schránku však navštívilo v době výzkumného šetření pouze 53 geocacherů. Malou návštěvnosti lze přisuzovat právě typu keše, pod kterou si obvykle hráči představí náročné hlavolamy či časově náročné hledání. Proto se tito hráči raději vydali najít 4 tradiční keše, které však mohly být časově i fyzicky náročnější, ale nebyly pro jejich nalezení nutné jakékoli výpočty. Tento fakt zachycuje i Graf 2, na kterém jsou schránky seřazeny dle vzdálenosti od Sport areálu Klíny, přičemž keš Dřevěná zvonička se nachází nejbližší a keš Žabí jezírko naopak nejdále. Z grafu je patrné, že nejnavštěvovanější byla tradiční schránka Zaniklý kostel Sv. Antonína Paduánského, zatímco schránka Dřevěná zvonička byla navštívena 3 krát méně i přes to, že se nachází v blízkosti většiny aktivit a dvou ubytovacích zařízení v obci.

Graf 2 - Počty nálezů jednotlivých schránek



Zdroj: Autor

4.3 Dotazníkové šetření

Dotazník vytvořený za účelem získání potřebných dat pro vyčíslení ekonomického přínosu geocachingu pro definovanou oblast byl vytvořen v on-line prostředí Google Forms, které umožňuje vytvářet jednoduché, ale zároveň přehledné strukturované dotazníky. Strukturu dotazníku tvořily různé druhy otázek rozdělených do 27 sekcí. V úvodu dotazníku byly otázky týkající se počtu členů, za něž respondent vyplňuje dotazník, dále dotaz na trvalé bydliště a prostředek, kterým přicestoval do oblasti. Nejdůležitější úvodní otázka měla za úkol zjistit, zda respondent navštívil vybranou oblast s primárním účelem geocachingu, nebo důvod cesty byl jiný a nález schránek v oblasti byl až vedlejším důvodem. Tato otázka rozdělila respondenty na dvě skupiny, neboť návštěvníci s primárním účelem hry Geocaching mohli vynaložit určité výdaje díky hledání nově založených schránek. Druhá skupina nepřijela primárně hledat ukryté schránky, proto není možné jejich výdaje např. za ubytování a pohonné hmoty spojit s touto aktivitou.

Další otázky se již týkaly skutečně vynaložených výdajů návštěvníků schránek. Postupně respondenti odpovídali, zda navštívili mimo obce Klíny i sousední obec Mníšek a město Meziboří. Na základě jejich odpovědí pak dotazník vybral pouze otázky, které souvisí s navštívenými obcemi. Otázky zjišťovaly 5 kategorií výdajů návštěvníků podle jednotlivých odvětví. V jednotlivých obcích bylo zjišťováno využití ubytovacích zařízení, stravovacích zařízení, zařízení poskytujících sportovní, zábavní a rekreační činnost, a další výdaje spojené s nákupy ve velkoobchodu a maloobchodu.

URL adresa odkazující na vytvořený dotazník byla rozesílána každému nálezci jakékoli z pěti nově vytvořených schránek v obci Klíny. Dotazník byl odesílán formou emailové komunikace, kterou umožňuje web geocaching.com. Po obdržení informace o nálezu byly tentýž den odeslány informace o účelu dotazníku a odkaz na dotazník na emailovou adresu, kterou zvolil hráč při registraci do hry.

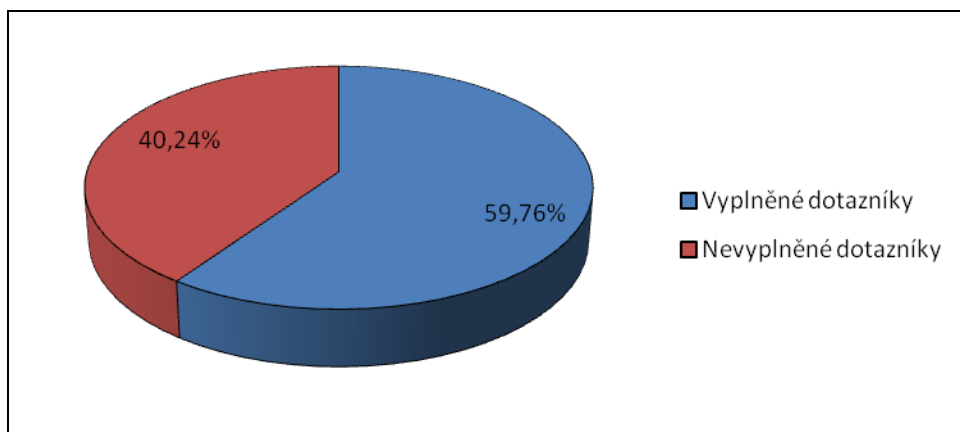
Na výsledky dotazníkového šetření mělo určitý vliv dopravní omezení týkající se silnice č. II/271 z Litvínova směrem do obce Klíny. Tato příjezdová cesta byla úplně uzavřena od 5. 7. 2017 do 31. 7. 2017 a od 14. 9. 2017 do 20. 10. 2017 z důvodu frézování vozovky a pokládání nového asfaltového povrchu. Zmíněné omezení mělo vliv právě

i na potenciální návštěvníky nově založených schránek v obci Klíny, kteří by museli volit objízdnu trasu přes Janov, Křížatky a Mníšek. (61)

4.3.1 Návratnost dotazníku

Shromažďování odpovědí od nálezců probíhalo od 15. 2. 2017 do 15. 11. 2017. Během těchto devíti měsíců byl dotazník odeslán celkem 164 nálezcům nově založených schránek, přičemž nebylo rozhodující, zda daný geocacher zalogoval všechny schránky nebo pouze jednu. Z těchto 164 odeslaných dotazníků se vrátilo 99 vyplněných dotazníků, avšak jeden z respondentů nevyplnil úvodní otázku, proto pro výzkumné šetření lze uvažovat celkem 98 řádně vyplněných dotazníků. Podíl vyplněných dotazníků na celkovém počtu odeslaných dotazníků je znázorněn na Grafu 3. Návratnost dotazníku byla téměř 60%.

Graf 3 - Návratnost dotazníku



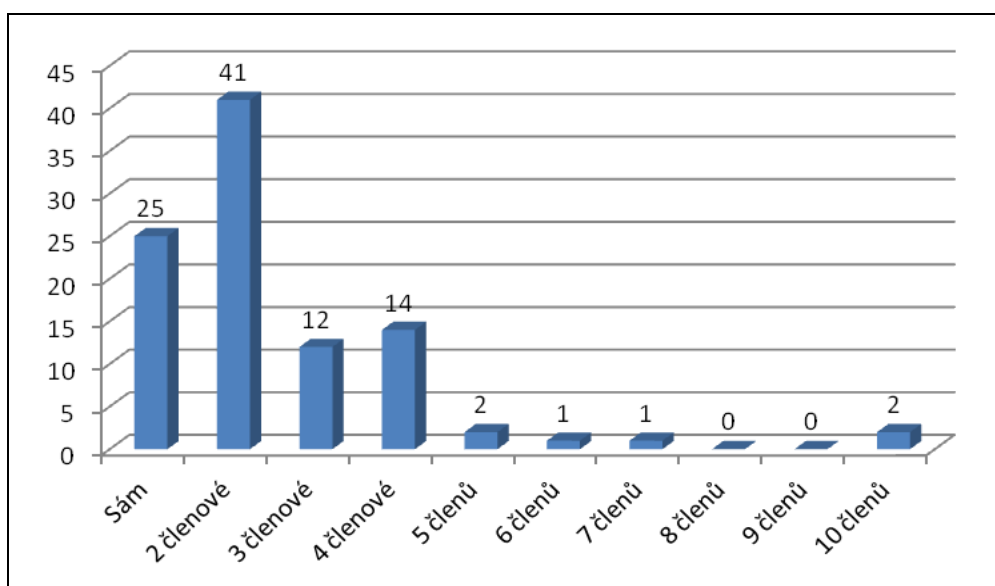
Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.2 Počet členů skupiny při návštěvě oblasti

Pro výpočet výdajů návštěvníků v ubytovacích zařízeních bylo potřeba zjistit, z kolika členů byla složena skupina cestující s daným respondentem. Na výběr byly možnosti uvažující od jednoho samotného člena až po skupinu deseti návštěvníků. Celkem 41 (42%) respondentů uvedlo, že výlet realizovali v páru, tedy v počtu dvou osob. Druhou nejpočetnější skupinou tvořící 26% byli respondenti, kteří do oblasti přicestovali sami.

Dále se výzkumu účastnili tříčlenné skupiny tvořící 12,3 % a čtyřčlenné týmy tvořící 14,3% všech respondentů. Dvě skupiny byly pětičlenné a další dvě skupiny desetičlenné. Nejméně byly zastoupeny skupiny tvořící 6 a 7 členů, přičemž každá z nich tvořila pouze 1% z celkového počtu odpovědí. Osmičlenné a devítičlenné skupiny se ve výzkumném šetření nevyskytly. Počty členů jednotlivých skupiny při návštěvě definované oblasti jsou zobrazeny v Grafu 4.

Graf 4 - Počet členů skupiny při návštěvě oblasti



Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.3 Trvalé bydliště respondentů

Další z otázek se věnovala charakteristice respondentů z hlediska kraje, v němž se nachází jejich trvalé bydliště. Lze předpokládat, že nejčastěji uvedeným místem trvalého bydliště bude Ústecký kraj, neboť sledovaná oblast se nachází právě v tomto kraji. Tento předpoklad se naplnil, neboť výsledky ukazují, že 68 z celkového počtu 98 respondentů přicestovalo z jakéhokoli místa v Ústeckém kraji. Respondenti z Ústeckého kraje tedy tvoří téměř 70% všech návštěvníků. Relativně významný je i počet respondentů z Hlavního města Prahy (9,28%) a dále ze Středočeského, Plzeňského a Libereckého kraje. Menší část turistů přicestovala z Vysočiny, Karlovarského a Jihočeského kraje. Jednotlivé počty

respondentů přijíždějících do sledované oblasti ze všech krajů České republiky jsou zaneseny do Tabulky 3.

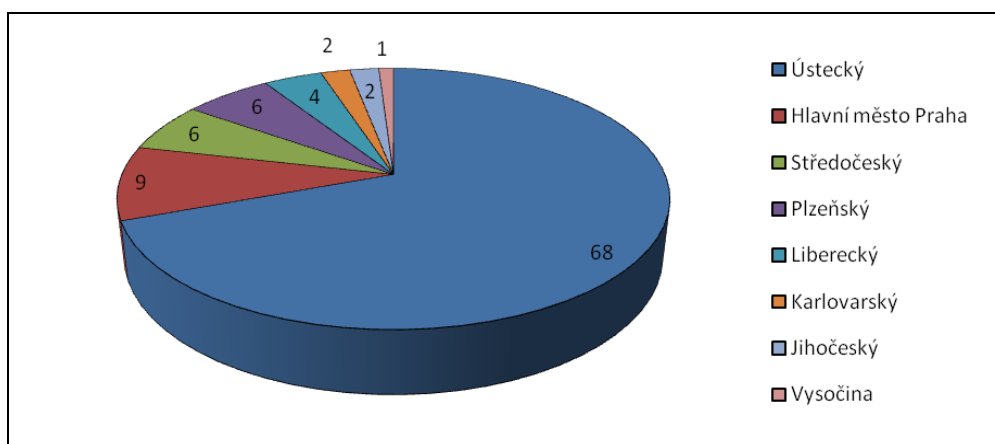
Tabulka 3 - Trvalé bydliště respondentů

Kraj	Počet respondentů	Procentní vyjádření
Ústecký	68	69,39%
Hlavní město Praha	9	9,28%
Středočeský	6	6,19%
Plzeňský	6	6,19%
Liberecký	4	4,12%
Karlovarský	2	2,06%
Jihočeský	2	2,06%
Vysočina	1	1,03%
Pardubický	0	0%
Královehradecký	0	0%
Olomoucký	0	0%
Moravskoslezský	0	0%
Zlínský	0	0%
Jihomoravský	0	0%

Zdroj: Vlastní zpracování

Z předchozí tabulky je jasné zřejmé, že drtivá většina návštěvníků pocházela z Ústeckého kraje. Lze předpokládat, že tito turisté pravděpodobně nepřinášejí do oblasti finance v odvětví ubytovacích zařízení, neboť výlety turistů do blízkého okolí jejich bydliště jsou často jednodenní. Mohou být však potenciálním přínosem pro provozovatele v oblasti stravovacích služeb, sportovních, kulturních či rekreačních aktivit nebo mohou vynaložit finance v místním maloobchodě. Tyto aktivity obyvatel Ústeckého kraje nemusí mít vždy přímé ekonomické přínosy, avšak mohou se zde projevit multiplikované dopady na vybranou oblast. Pouze 5 z 68 respondentů uvedlo, že byli ubytováni v některém z ubytovacích zařízení na území sledované oblasti, čímž se zmíněný předpoklad naplnil. Převaha turistů z Ústeckého kraje je zřejmá i z Grafu 5, ve kterém nejsou zahrnuty kraje s nulovým počtem přijíždějících návštěvníků.

Graf 5 - Trvalé bydliště respondentů

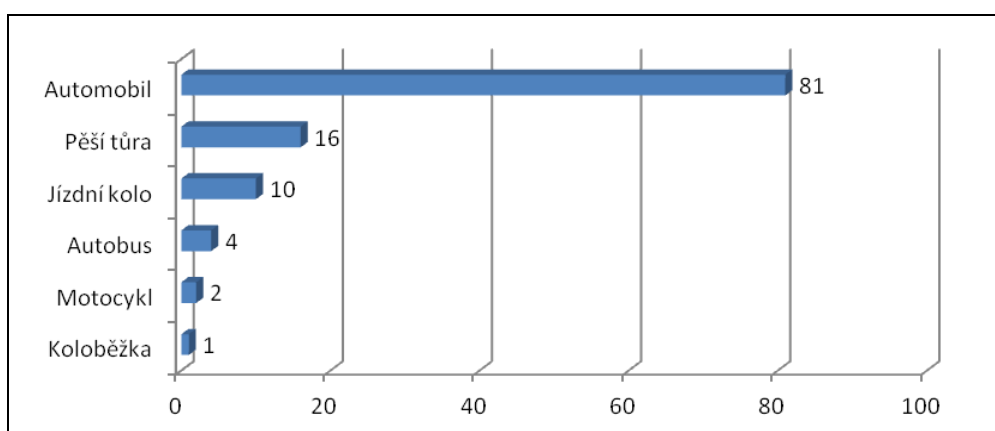


Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.4 Způsob dopravy respondentů

U otázky zjišťující jakých dopravních prostředků návštěvníci využívali, bylo možné zvolit více možností. Nejčastěji využívaným dopravním prostředkem při cestování respondentů do sledované oblasti bylo auto, které bylo zvoleno celkem 81 krát. U těchto návštěvníků lze uvažovat, že využili možnosti natankování pohonných hmot na místních čerpacích stanicích. Druhou nejvyužívanější možností byla pěší túra, která je v horských oblastech hojně využívána. Pěšky se přesouvalo celkem 16 respondentů. Na jízdním kole pak cestovalo 10 respondentů, autobusem 4, na motocyklu 2 a jeden respondent zvolil možnost “jiné”, a uvedl, že cestoval na koloběžce. Způsob dopravy respondentů je přehledně zachycen na Grafu 6.

Graf 6 - Způsob dopravy respondentů

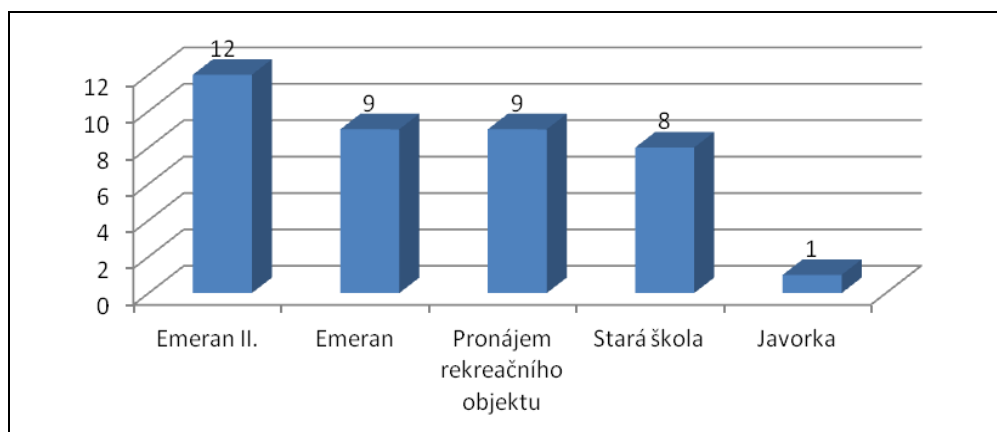


Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.5 Ubytování

Ve vybrané oblasti jsou bohaté možnosti ubytování pro návštěvníky, neboť lze vybírat z nejkonomičtějších variant až po tříhvězdičkové hotely. Z celkového počtu 98 dotázaných bylo v rámci jejich cesty ubytováno 17 respondentů na území sledovaných obcí. Těchto 17 respondentů tvořilo 39 osob ubytovaných celkem na 35 nocí. Nejčastěji bylo využíváno ubytování v penzionu Emeran II. a penzionu Stará škola v obci Klíny, přičemž v každém z nich bylo ubytováno celkem 5 respondentů s jejich skupinami. Dohromady v těchto dvou zařízeních bylo ubytováno 18 osob celkem na 15 nocí. Čtyři respondenti odpovídající za 9 osob byli ubytováni na celkem 7 nocí v hotelu Emeran nacházejícím se přímo ve Sport areálu Klíny. Dva respondenti uvedli, že využili ve skupině devíti osob možnosti pronájmu chaty či chalupy. Pronájem obou chat trval celkem 13 nocí. Pouze penzion Hájovna situovaný na okraji obce Klíny nebyl v této obci využit žádným z návštěvníků. Lze však konstatovat, že v obci Klíny byla možnost ubytování využívána nejvíce, neboť do obce návštěvníky pravděpodobně přilákaly právě nově založené schránky. V sousední obci Mníšek nebyla využita možnost ubytování ani jedním z respondentů i přes to, že ubytovací služby nabízí penzion U Standy či penzion Domeček a je zde i možnost pronájmu několika rekreačních objektů. Ve vedlejší měste Meziboří pak pouze jeden respondent využil ubytování na jednu noc v ubytovně Javorka. V Grafu 7 jsou seřazeny jednotlivá ubytovací zařízení dle reálných počtů osob ubytovaných v těchto zařízeních během sledovaného období.

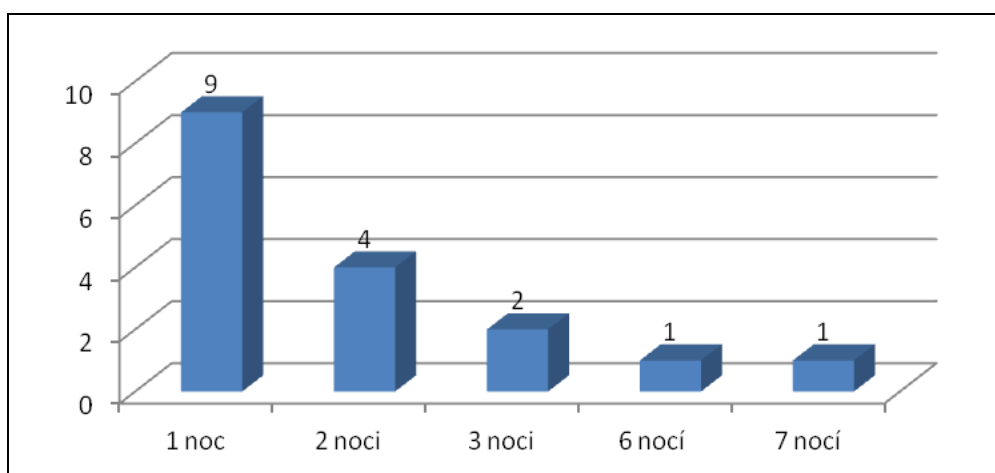
Graf 7 - Využití ubytovacích zařízení



Zdroj: Vlastní zpracování

Nejčastěji se návštěvníci využívající ubytovacích služeb ve sledované oblasti zdrželi pouze jednu noc. Tuto možnost zvolilo celkem 9 respondentů ze 17-ti, což je téměř 53%. Dvě noci zde přespali 4 respondenti s jejich skupinami, kteří tvoří 23,5% z celkového počtu ubytovaných. Na 3 noci byli v oblasti ubytování dva dotazovaní a po jednom respondentovi byla zvolena možnost 6 a 7 nocí. Uvedené počty nocí strávených v ubytovacích zařízeních dané oblasti jsou zaneseny do Grafu 8.

Graf 8 - Délka pobytu návštěvníků



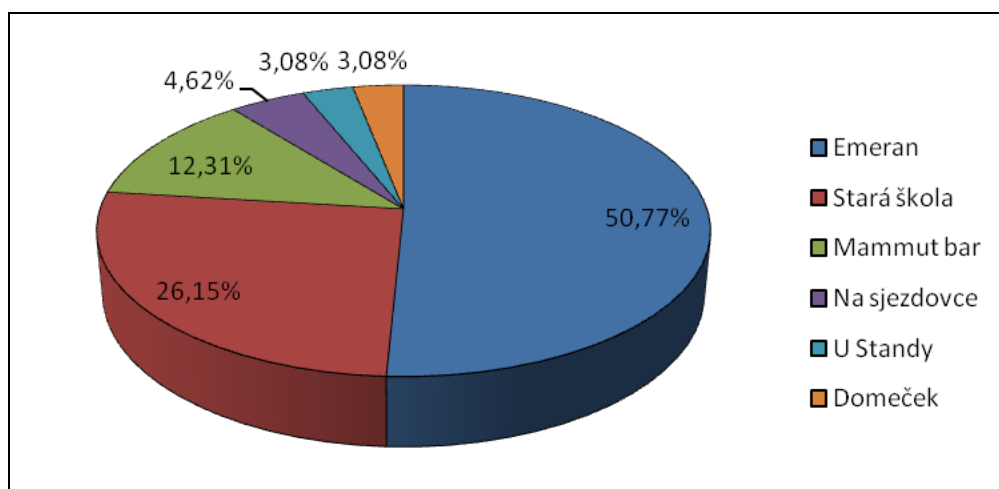
Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.6 Stravování a pohostinství

V rámci návštěv obce Klíny spojených s hledáním ukrytých schránek využilo některého ze stravovacích zařízení 48 z celkového počtu 98 respondentů. Někteří respondenti uvedli, že navštívili během jejich výletu více stravovacích zařízení, proto bylo během sledovaného období realizováno na sledovaném území celkem 65 návštěv místních restaurací a barů. Nejčastěji byla navštěvována stravovací zařízení v okolí hledaných schránek, několik málo návštěvníků však využilo možnosti stravování i v okolních obcích. Celkem 33 respondentů (téměř 51%) využilo možnosti stravování v restauraci Emeran, která leží v blízkosti nejvyužívanějšího penzionu Emeran II. a je součástí hotelu Emeran. Druhou nejnavštěvovanější restaurací byla Stará škola se 17 respondenty, kteří tvoří více než 26% všech dotázaných. Mammut bar postavený na centrální sjezdovce pod hotelem Emeran navštívilo 8 respondentů. Restaurační zařízení ve městě Meziboří bylo využito

pouze jedno, a to restaurace Na sjezdovce, kterou využili 3 respondenti s jejich skupinami. V příhraniční obci Mníšek byla využita stravovací zařízení U Standy a Domeček, kde každé z nich navštívili dva respondenti. Využití jednotlivých stravovacích zařízení všemi návštěvníky definované oblasti, kteří vyplnili a odeslali dotazník během 9 měsíců, je znázorněno v Grafu 9.

Graf 9 - Využití stravovacích zařízení



Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.7 Doprava

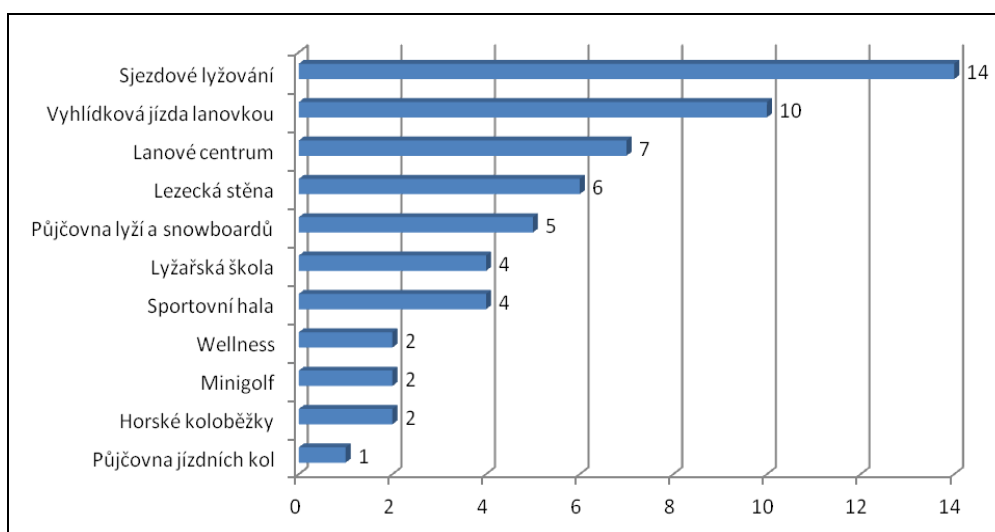
Během své návštěvy měli geocacheři možnost využít i jedné z čerpacích stanic na území obce Mníšek a města Meziboří. V obci Mníšek se nachází čerpací stanice Vinaco s.r.o. a Free1 GAS, přičemž obě leží téměř na hranicích s Německem a jsou od sebe vzdáleny 200 m. Tyto čerpací stanice byly respondenty navštíveny celkem 7 krát, a při této příležitosti natankovali do svých vozidel celkem 175 litrů pohonných hmot. Na jednoho respondenta, který využil některé z čerpacích stanic na Mníšku, připadá průměrně 43,75 litrů natankovaného paliva.

V centru města Meziboří se v současnosti nachází pouze čerpací stanice Robin Oil, kterou navštívilo 5 respondentů bez ohledu na důvod cesty do sledované oblasti. Na této čerpací stanici natankovali do svých vozidel celkem 140 pohonných hmot. V Meziboří každý respondent natankoval průměrně 46,66 litrů paliva.

4.3.8 Sportovní, zábavní a rekreační činnost

Ve vymezené oblasti, zejména na území obce Klíny jsou bohaté možnosti využití sportovních, zábavních a rekreačních aktivit. Ve městě Meziboří se nachází jeden z lyžařských areálů, tento však nebyl využit žádným z respondentů. Vzhledem k tomu, že na území obce Klíny byl vybudován Sport areál Klíny nabízející mnoho letních i zimních aktivit, byla zde aktivita respondentů největší. Celkem 57 z 98 dotazovaných uvedlo, že využili alespoň jedné aktivity nabízené Sport areálem Klíny. Sjezdové lyžování zde provozovalo 14 respondentů zastupující různé počty členů jejich skupin. Deseti respondenty byla využita lanovka jako prostředek pro okružní jízdu s výhledem na areál a jeho okolí. Lanové centrum využilo 7 respondentů a horolezeckou stěnu dalších 6 dotazovaných. Ve spojení se sjezdovým lyžováním 5 respondentů využilo možnosti zapůjčení lyží a dalšího vybavení v místní půjčovně a 4 dotazovaní se svými členy se učili lyžovat v lyžařské škole. Dva respondenti si zahráli minigolf a stejný počet dotazovaných si dopřál odpočinek ve wellness, který nabízí hotel Emeran. Další 2 respondenti si vypůjčili terénní koloběžky a užili si sjezd po vyznačených horských stezkách. Jeden z respondentů uvedl, že si vypůjčil jízdní kolo v půjčovně. V Grafu 10 je vyznačeno využití jednotlivých aktivit ve Sport areálu Klíny, které jsou seřazeny od nejvyužívanější po nejméně využívanou dle počtu odpovědí respondentů.

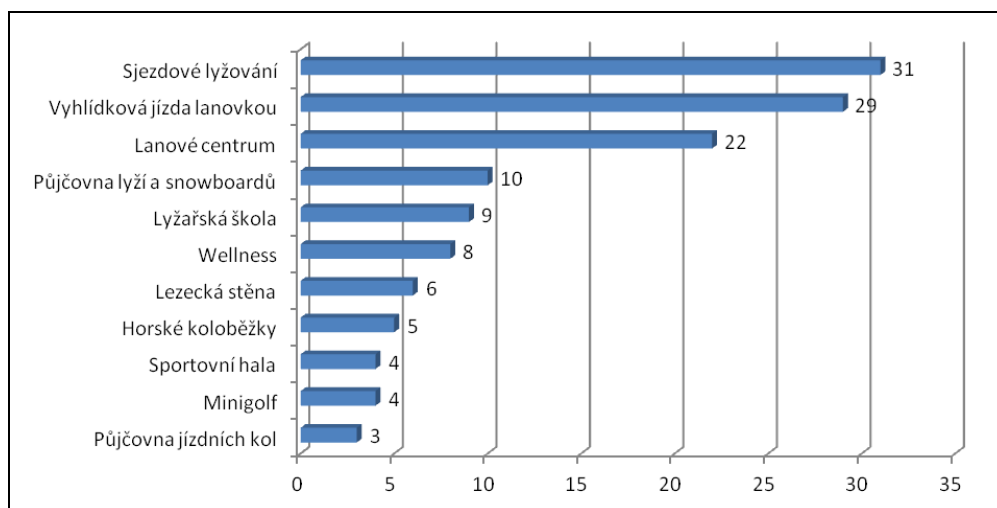
Graf 10 - Využití sportovních, zábavních a rekreačních aktivit



Zdroj: Vlastní zpracování

Na Grafu 11 je pak zobrazeno využití zmíněných aktivit dle reálného počtu osob, které za provozované aktivity přímo zaplatili. Například za horolezeckou stěnu, wellness a pronájem sportovní haly je účtována hodinová sazba bez ohledu na počet účastníků. V takových případech byla platba započítána pouze jednou. Naopak půjčovné koloběžek, jízdních kol a lyží, hraní minigolfu, služby lyžařské školy, lanové centrum, okružní jízda lanovkou a lyžařské skipasy jsou účtovány dle počtu osob. Pro zmíněné aktivity byla platba započítána za každého člena skupiny zvlášť. V uvedeném grafu lze vyzorovat, že mezi nejvyužívanější aktivity v areálu patří sjezdové lyžování, jízdy lanovkou a lanové centrum, neboť 31 osob si zakoupilo skipas, 29 osob využilo vyhlídkové jízdy lanovkou a 22 návštěvníků si zaplatilo služby lanového centra.

Graf 11 - Využití aktivit dle platících osob



Zdroj: Vlastní zpracování

4.4 Stanovení ekonomického přínosu Geocachingu pro definovanou oblast

Pro stanovení ekonomického přínosu geolokační hry Geocaching pro sledovanou oblast je nutné vyčíslit výdaje respondentů, které musí být rozděleny do dvou skupin. První skupina zahrnuje respondenty, kteří do oblasti přijeli výhradně za účelem hledání ukrytých schránek. U těchto návštěvníků lze počítat s tím, že všechny jejich výdaje byly v oblasti vynaloženy právě díky nově založeným schránkám. Druhou skupinou jsou ti respondenti, kteří oblast navštívili z jiného důvodu než je Geocaching, avšak při této příležitosti se rozhodli ukryté schránky najít. Výdaje těchto návštěvníků také mohou mít částečný vliv na ekonomický přínos Geocachingu pro sledovanou oblast. Sečtením výdajů respondentů v každém z využitých odvětví lze vyčíslit pouze přímé efekty. Nepřímé neboli odvozené efekty lze získat odečtením přímých efektů od celkových. Celkové efekty se obecně vypočítají vynásobením přímých efektů multiplikátory pro jednotlivá odvětví. Pro vyčíslení celkových efektů bylo nutné nejprve zjistit multiplikátory odvětví pro využití subjekty ve sledované oblasti.

4.4.1 Hodnoty multiplikátorů

S ohledem na charakter subjektů využívaných návštěvníky definované oblasti byly jednotlivé hodnoty multiplikátorů stanoveny pro těchto 5 odvětví:

- Ubytování
- Stravování a pohostinství
- Sportovní, zábavní a rekreační činnost
- Pozemní a potrubní doprava
- Velkoobchod, kromě motorových vozidel; maloobchod, kromě motorových vozidel

Hodnoty multiplikátorů byly zjištěny s využitím symetrických input - output tabulek vydávaných Českým statistickým úřadem. Pro výpočty multiplikátorů byly

konkrétně využity tabulky typu odvětví x odvětví popisující ekonomiku v běžných cenách. Aktuálně dostupné jsou SIOT z roku 2015 s údaji platnými k 30. 6. 2017.

Pro výpočty multiplikátorů byla využita certifikovaná metodika pro měření multiplikačních ekonomických efektů kulturních akcí a organizací. Vzhledem k tomu, že dle veřejné databáze ČSÚ zasahují do ekonomiky definované oblasti všechna ekonomická odvětví, bylo do hodnoty multiplikátoru zahrnuto všech 99 odvětví symetrické input – output tabulky. Některá odvětví jsou seskupena do skupin, proto má matice mezispotřeby pouze 82 řádků a stejný počet sloupců. Prvním krokem input – output analýzy při stanovení hodnot multiplikátorů byla normalizace SIOT podle řádků s využitím vztahu:

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

Bylo tedy potřeba každou hodnotu mezispotřeby z matice mezispotřeby vydělit hodnotou produkce v základních cenách v daném odvětví. Touto operací vznikla čtvercová matice koeficientů A, která má 82 sloupců a 82 řádků. Výsledná matice A byla dále odečtena od jednotkové matice I podle vztahu $L = (I-A)$ a tato matice L byla následně invertována do podoby tzv. Leontiefovy inverzní matice pomocí vztahu:

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

Suma každého sloupce Leontiefovy inverzní matice pak představuje hodnotu multiplikátoru odvětví, které daný sloupec zastupuje. Hodnoty multiplikátorů jednotlivých odvětví potřebných pro výpočet ekonomického přínosu Geocachingu pro definovanou oblast jsou zaneseny do Tabulky 4.

Tabulka 4 - Hodnoty multiplikátorů jednotlivých odvětví

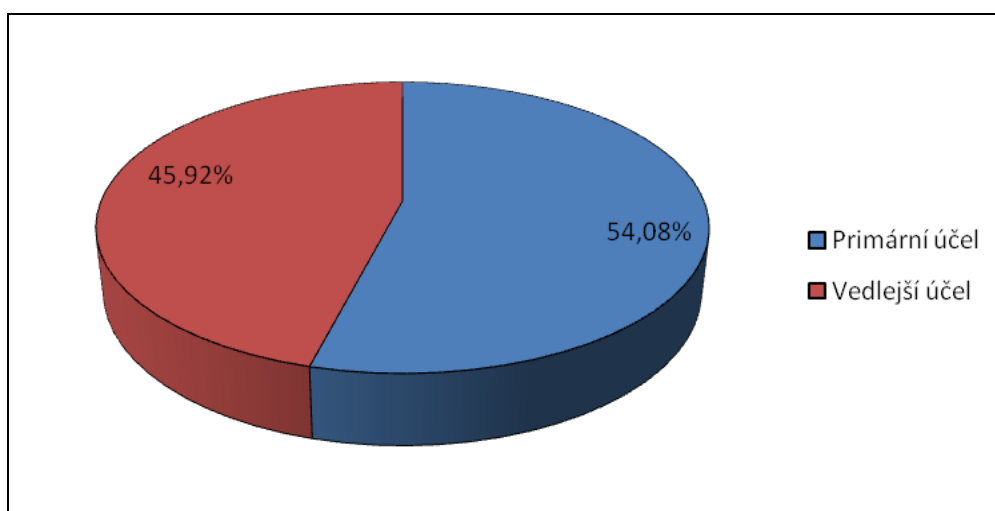
Odvětví	Multiplikátor
Pozemní a potrubní doprava	2,3999
Ubytování	2,2741
Stravování a pohostinství	2,2981
Sportovní, zábavní a rekreační činnosti	2,5509
Velkoob., kromě motorových vozidel; maloob., kromě motorových vozidel	2,1739

Zdroj: Vlastní zpracování

4.4.2 Hlavní a vedlejší účel návštěvy definované oblasti

Jak již bylo zmíněno, pro účely stanovení ekonomického přínosu hry Geocaching pro vybranou oblast je nutné rozdělit respondenty dotazníkového šetření na ty, kteří přijeli do oblasti primárně za účelem Geocachingu a další skupinu návštěvníků, kteří přijeli za jiným účelem, avšak navštívili i nově založené schránky. Z celkového počtu 98 respondentů přijelo primárně za Geocachingem 53 dotazovaných, což je více než 54%. Zbývajících 45 osob uvedlo, že do oblasti cestovali z jiného důvodu. Rozdělení respondentů do dvou skupin dle účelu návštěvy oblasti je zobrazeno v Grafu 12.

Graf 12 - Geocaching jako primární či vedlejší účel návštěvy



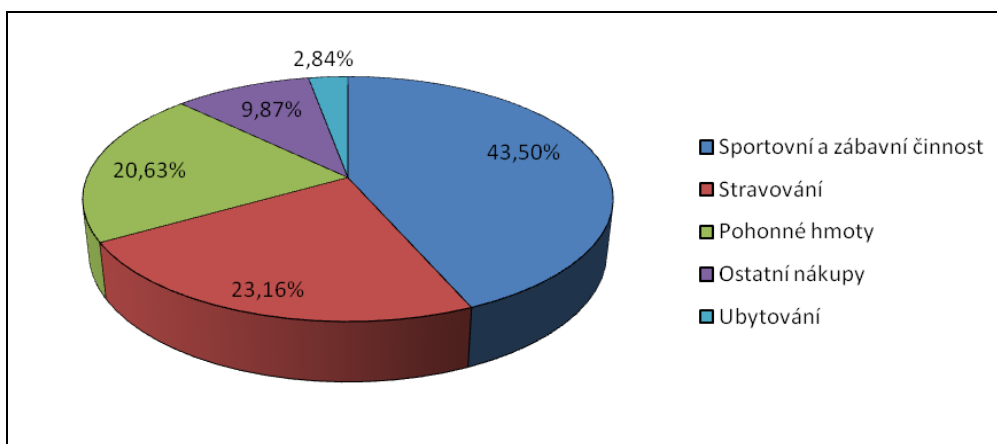
Zdroj: Vlastní zpracování

4.4.3 Geocaching jako primární účel návštěvy

Celkem 53 dotazovaných zvolilo možnost, že oblast navštívili primárně z důvodu hledání nově založených schránek, avšak pouze 24 respondentů v dotazníku uvedlo, že vynaložili určité výdaje v místních zařízeních. Do průměrných výdajů na jednoho návštěvníka však budou zahrnuti i ti respondenti, kteří nenavštívili žádné zařízení. Zmíněných 53 respondentů odpovídalo celkem za 114 návštěvníků. Na Grafu 13 je zobrazeno rozdělení všech výdajů vynaložených návštěvníky, jejichž primárním účelem cesty byl geocaching. Více než 43% výdajů vynaložili návštěvníci za sportovní, zábavní

a rekreační aktivity v obci Klíny. Dalších 23% bylo vynaloženo na stravování a téměř 21% na pohonné hmoty. Necelých 10% pak připadlo na výdaje v maloobchodních prodejnách a pouze 2,8% na ubytovací služby.

Graf 13 - Rozdělení výdajů dle odvětví (Primární účel)



Zdroj: Vlastní zpracování

4.4.3.1 Stravování a pohostinství

Na základě rozhovorů s majiteli a obsluhami stravovacích zařízení byly zjištěny ceny jednotlivých položek jídelních lístků, pomocí nichž byly vyčísleny celkové výdaje návštěvníků za stravování. Na Grafu 14 jsou znázorněny výše výdajů návštěvníků s primárním účelem Geocachingu v jednotlivých stravovacích zařízeních.

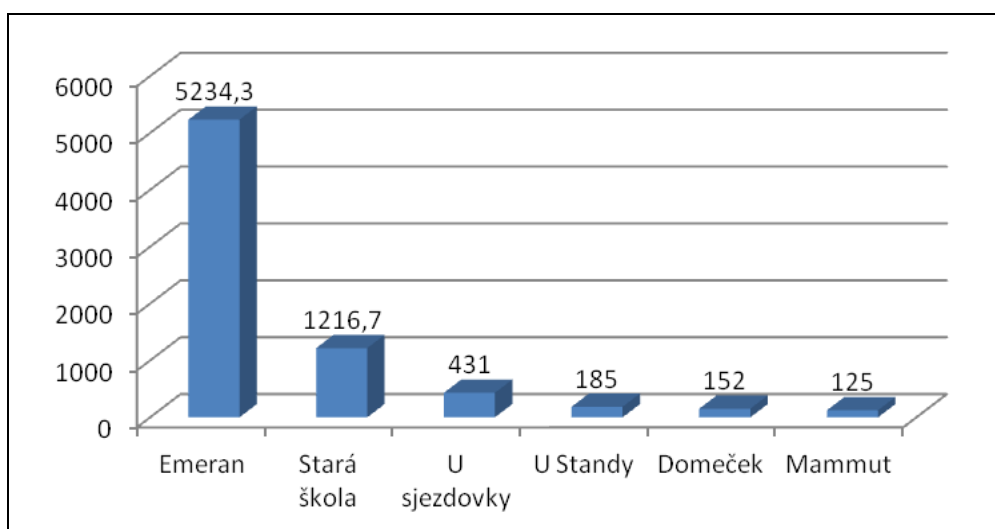
Největší část finančních prostředků byla vynaložena v restauraci Emeran, a to konkrétně 5234,3 Kč. Nejprodávanejším nápojem zde bylo pivo, jehož průměrná cena byla stanovena na 32 Kč. Návštěvníci v restauraci zakoupili 11 piv, tudíž celkové výdaje za pivo v restauraci Emeran byly ve výši 352 Kč. Z jídel byla nejprodávanejší polévka, jejíž průměrná cena byla 42 Kč. Za 12 polévek tak bylo utraceno 504 Kč. Největší finanční položkou však byla jídla z vepřového či kuřecího masa, kterých bylo prodáno 8 za celkovou cenu 1152 Kč.

Celkem 1216,7 Kč pak bylo vynaloženo za stravování v restauraci Stará škola. Zde největší část tržby tvořilo 7ks polévek za celkovou cenu 273 Kč. Z nápojů bylo

nejobjednávanější opět pivo, kterého bylo v restauraci Stará škola zakoupeno 7 ks za celkovou cenu 224 Kč. V ostatních stravovacích zařízeních byly výdaje relativně nízké. V Mammut baru návštěvníci zanechali tržbu 125 Kč a ve městě Meziboří byla jedinou navštěvovanou restaurace U sjezdovky, kde geocacheři utratili celkem 431 Kč. Na území obce Mníšek byly navštěvovány dvě restaurace, a to restaurace U Standy s tržbou 185 Kč a restaurace Domeček s tržbou 152 Kč.

Ve zmíněných šesti stravovacích zařízeních utratili návštěvníci s primárním účelem hledání ukrytých schránek celkem 7344 Kč.

Graf 14 - Výdaje v jednotlivých stravovacích zařízeních v Kč (Primární účel)



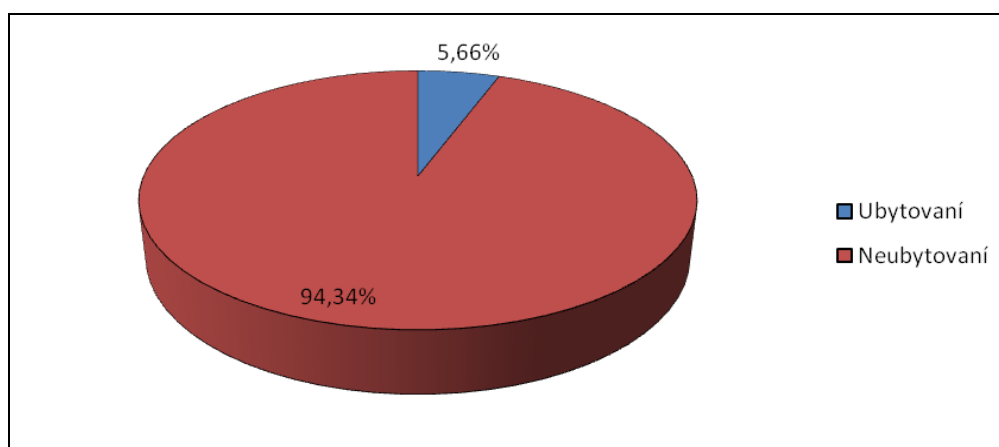
Zdroj: Vlastní zpracování

4.4.3.2 Ubytování

Na území sledovaných obcí pouze 3 respondenti z 53 uvedli, že využili některého z ubytovacích zařízení. Každý z těchto respondentů byl jednotlivec, přičemž dva z nich byli ubytováni v penzionu Emeran II pouze na jednu noc. Na webových stránkách Sport areálu Klíny bylo zjištěno, že penzion Emeran II nabízí pokoje s vlastním sociálním zařízením za cenu 380 Kč / osoba / noc během hlavní sezóny a za cenu 370 Kč / osoba / noc při ubytování během vedlejší sezóny. Zprůměrováním těchto dvou hodnot byla stanovena částka pro výpočet výdajů za ubytování. Vzhledem k tomu, že během

sledovaného období byly v tomto penzionu ubytovány pouze dvě osoby na dvě noci, stačí průměrnou cenu 375 Kč vynásobit dvěma. Jeden respondent byl ubytován ve městě Meziboří v ubytovně Javorka, která nabízí ubytování v ceně 150 Kč / osoba / noc bez ohledu na obsazenost pokoje či druh aktuální sezóny. Výsledná cena za ubytování ve sledované oblasti je tedy celkem 900 Kč. Na Grafu 15 je znázorněn poměr mezi respondenty, kteří využili ubytovacích zařízení a těmi, kteří v oblasti nestrávili více než 1 den.

Graf 15 - Využití ubytovacích služeb (Primární účel)



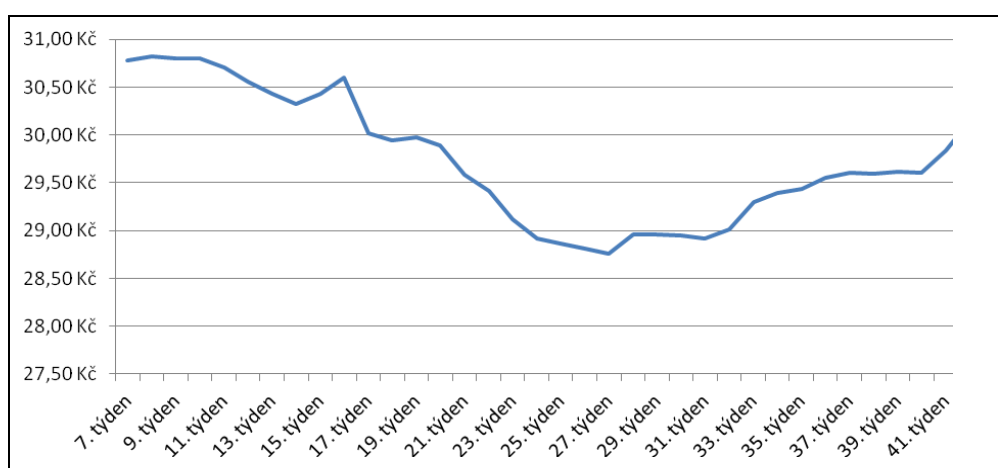
Zdroj: Vlastní zpracování

4.4.3.3 Doprava

Služeb čerpacích stanic využilo celkem 8 respondentů, kteří načerpali dohromady 220 litrů pohonných hmot. Jeden respondent uvedl, že využil čerpací stanice v obci Mníšek a následně i ve městě Meziboří. Průměrná cena za pohonné hmoty byla stanovena s využitím tabulky průměrných spotřebitelských cen pohonných hmot v ČR, kterou vydává ČSÚ s týdenními daty. Byly proto vybrány průměrné ceny bezolovnatého benzínu Natural 95 a motorové nafty (Diesel) za sledované období, tedy od 7. týdnu do 46. týdnu roku 2017. Průměry cen obou paliv za toto období byly dále zprůměrovány a výsledná cena byla použita pro výpočet výdajů za dopravu. Takto stanovená průměrná cena obou paliv za sledované období činí 29,73 Kč za litr pohonné hmoty.

V obci Mníšek využilo dvou místních čerpacích stanic 5 respondentů, kteří zde zakoupili 90 litrů pohonných hmot za cenu 2676 Kč. Na čerpací stanici Robin Oil v Meziboří natankovali celkem 4 respondenti 130 litrů paliva za celkovou cenu 3865,3 Kč. Celkové výdaje za pohonné hmoty návštěvníků, jejichž hlavním účelem bylo nalézt schránky pro hru Geocaching byly 6541,3 Kč. Vývoj průměrné ceny obou uvažovaných paliv za sledované období je znázorněn v Grafu 16.

Graf 16 - Vývoj průměrné ceny pohonných hmot



Zdroj: Vlastní zpracování dle (62)

4.4.3.4 Maloobchodní prodejny

Nákupu v maloobchodních prodejnách využilo celkem 7 z celkového počtu 53 respondentů z první skupiny. Možnost nákupu potravin, domácích potřeb či jiných položek měli návštěvníci v obci Mníšek, kde se nachází velká vietnamská tržnice, příhraniční TravelFree Shop a také je možnost nákupu v prostorech čerpacích stanic. V některé z těchto prodejen zakoupili zboží 3 respondenti za celkovou cenu 800 Kč. Ve městě Meziboří mají návštěvníci širší možnosti nákupů. Mohou navštívit několik prodejen s potravinami, prodejnu telefonního operátora O2, květinářství, lékárnu a mnoho dalších. V maloobchodech v Meziboří utratili 4 respondenti dohromady 2330 Kč, přičemž nejvyšší útrata jednoho respondenta byla 1500 Kč. Celkové výdaje všech respondentů s primárním účelem v oblasti maloobchodu činí 3130 Kč.

4.4.3.5 Sportovní, zábavní a rekreační činnost

Z hlediska příjmů pro oblast byly nejvýznamnější volnočasové aktivity, které nabízí Sport areál Klíny. Celkem 13 respondentů uvedlo, že využili možnosti nabízených aktivit v obci Klíny. Ceny jednotlivých aktivit byly opět stanoveny dle platného ceníku zprůměrováním cen v hlavní a vedlejší sezóně a také byl zahrnutý průměr cen pro děti a dospělé. Počty osob byly určeny s ohledem na charakter účtování ceny. Pro sjezdové lyžování počet 13 osob skutečně odpovídá reálnému počtu osob, které si zakoupili skipas. Avšak například při využití sportovní haly je účtována jednotná cena bez ohledu na to, kolik osob se aktivity účastní. V tomto případě si sportovní halu pronajaly 4 osoby, ale účtována byla pouze dvakrát.

Nejvyšší průměrnou cenu má půjčení jízdního kola na den, avšak této služby nikdo z respondentů nevyužil. Naopak nejvyšší příjmy v tomto odvětví přineslo 13 osob, které využili sjezdového lyžování a každý z nich si zakoupil skipas za průměrnou cenu 335 Kč. Ve spojení s lyžováním byly šesti návštěvníky využity služby lyžařské školy, která si za hodinu výuky účtuje průměrně 520 Kč. Celkem 5 lyžařů využilo i možnosti zapůjčení vybavení v půjčovně lyží a snowboardů, kde se průměrná cena lyžařského setu pohybuje kolem 320 Kč. Hojně využívané bylo i lanové centrum, kterého využilo celkem 9 osob, a za tuto aktivitu utratili dohromady 1440 Kč. Postup výpočtu celkových příjmů včetně průměrných cen a počtů účastníků aktivit v odvětví sportovních, zábavních a rekreačních činností je zachycen v Tabulce 5.

Tabulka 5 - Využití sportovních, zábavních a rekreačních činností (Primární účel)

Aktivita	Počet osob	Průměrná cena	Výdaje v Kč
Sjezdové lyžování	13	335	4355
Lanové centrum	9	160	1440
Lyžařská škola	6	520	3120
Vyhlídková jízda lanovkou	6	50	300
Půjčovna lyží a snowboardů	5	320	1600
Lezecká stěna	3	200	600
Minigolf	2	50	100
Sportovní hala	2	400	800
Horské koloběžky	2	540	1080
Wellness	1	400	400
Půjčovna jízdních kol	0	660	0
		Celkové příjmy	13795

Zdroj: Vlastní zpracování

4.4.3.6 Celkový ekonomický přínos respondentů (Primární účel)

Ve chvíli, kdy jsou vyčísleny výdaje za jednotlivá odvětví všech návštěvníků, kteří do sledované oblasti přijeli během sledovaných devíti měsíců primárně za geocachingem, je možné vypočítat celkový ekonomický přínos geocachingu pro definovanou oblast za první skupinu respondentů. Celková útrata všech 114 návštěvníků s primárním účelem geocachingu byla 31710,3 Kč, z čehož vyplývá, že každý návštěvník zde utratil průměrně 278,2 Kč. Celkové přímé efekty byly tedy vyčísleny na 31710,3 Kč, avšak multiplikačním efektem byly tyto přímé efekty zvýšeny na 75521,65 Kč, což jsou celkové efekty neboli skutečný ekonomický přínos pro oblast. Odečtením přímých efektů od celkových efektů lze vyčíslit i nepřímé efekty. Výpočty celkových efektů pro jednotlivé oblasti pomocí multiplikátorů jsou zaneseny do Tabulky 6.

Tabulka 6 - Výpočet ekonomického přínosu v Kč (Primární účel)

Odvětví	Přímé efekty	Multiplikátor	Nepřímé efekty	Celkové efekty
Sportovní, zábavní a rekreační činnost	13795	2,3999	19312,13	33107,13
Stravování a pohostinství	7344	2,2981	9533,37	16877,37
Nákupy v maloobchodu	3130	2,1739	3674,43	6804,43
Ubytování	900	2,2741	1146,65	2046,65
Doprava	6541,3	2,5509	10144,77	16686,07
Celkem	31710,3		Ekonomický přínos	75521,65

Zdroj: Vlastní zpracování

4.4.3.7 Přepočten ekonomického přínosu na všechny návštěvníky (Primární účel)

Vzhledem k tomu, že návratnost dotazníků byla necelých 60%, je potřeba ekonomický přínos přepočítat i na geocachery, kteří se dotazníkového šetření z nějakého důvodu nezúčastnili. Respondentů s geocachingem jako primárním účelem návštěvy oblasti bylo celkem 53, avšak tito respondenti tvořili celkem 114 návštěvníků. Přepočet na všechny návštěvce schránek s primárním účelem této aktivity lze provést následujícím výpočtem.

$$114 * 100 / 59,76 = \mathbf{190,76}$$

Pro přepočet ekonomického přínosu na všechny návštěvníky, jejichž primárním cílem bylo nalézt nově ukryté schránky, je nutné stanovit průměrný ekonomický přínos na jednoho návštěvníka z této skupiny.

$$75521,65 / 114 = \mathbf{662,47 \text{ Kč}}$$

Následným vynásobením průměrného ekonomického přínosu na jednoho návštěvníka celkovým počtem návštěvníků lze získat skutečný ekonomický přínos všech návštěvníků schránek, kteří oblast navštívili z důvodu geocachingu.

$$190,76 * 662,47 = \mathbf{126374,9 \text{ Kč}}$$

Během 9 měsíců si stanovilo za cíl najít nově založené schránky v definované oblasti celkem 191 návštěvníků, kteří při této příležitosti vytvořili dodatečné příjmy pro oblast ve výši 126374,9 Kč.

4.4.3.8 Přepočet ekonomického přínosu na 1 rok (Primární účel)

Dotazníkové šetření probíhalo po dobu devíti měsíců, proto je nutné celkový ekonomický přínos přepočítat na období jednoho roku. Pro období 9 měsíců byl stanoven ekonomický přínos ve výši 126374,9 Kč. Při dělení této sumy devíti lze zjistit, jaký je ekonomický přínos geocachingu průměrně za každý měsíc.

$$126374,9 / 9 = \mathbf{14041,66 \text{ Kč}}$$

Vypočtený měsíční ekonomický přínos pak stačí jen vynásobit dvanácti, což je počet měsíců v roce. Touto operací bylo zjištěno, že celkové ekonomické přínosy geocachingu pro oblast jsou ve výši 168709,2 Kč. Tuto částku však do oblasti přináší pouze ti návštěvníci, kteří přijeli primárně kvůli hledání nově založených schránek pro účely této práce.

$$14041,66 * 12 = \mathbf{168499,89 \text{ Kč}}$$

4.4.4 Geocaching jako vedlejší účel návštěvy

Pro 45 respondentů bylo hledání nově založených schránek v obci Klíny až druhotným důvodem pro návštěvu definované oblasti. Tato část respondentů je specifická tím, že zřejmě oblastí pouze projížděli cestou do sousedního Německa, byli ubytováni ve svých chalupách, přijeli do obce za sportovními aktivitami nebo oblast

navštívili za jiným účelem, avšak primárně ne z důvodu hledání schránek. Těchto 45 respondentů ve skutečnosti odpovídalo za 128 návštěvníků, z čehož vyplývá, že skupina byla složena průměrně ze tří členů.

Jelikož zmíněná část respondentů nepřišla do oblasti primárně kvůli geocachingu, nelze s touto aktivitou spojovat všechny jejich výdaje. Větší část výdajů těchto návštěvníků byla zřejmě spojena s jejich hlavními důvody návštěvy, avšak při jejich rozhodnutí pro hledání nově založených schránek lze předpokládat, že vynaložili větší či menší finanční částku ve spojení s touto doplňkovou aktivitou.

U návštěvníků sledované oblasti, kteří nepřišli primárně za geocachingem, lze obecně předpokládat, že služeb čerpacích stanic, ubytovacích zařízení a stravování ve stravovacích zařízeních využili zejména ve spojení s primárním důvodem jejich cesty. Tyto položky proto byly u druhé skupiny návštěvníků z výpočtů vyloučeny a z odpovědí těchto respondentů byly využity pouze data týkající se výdajů na zakoupené nápoje a útraty v ostatních obchodech. Ekonomický přínos geocachingu díky návštěvníkům, kteří přijeli do oblasti z jiného důvodu než je geocaching, je stanoven intervalem, jehož spodní hranici tvoří jejich výdaje na nákup nápojů ve stravovacích zařízeních. Tím jsou určeny minimální ekonomické přínosy geocachingu návštěvníky, jejichž primárním účelem cesty nebyl geocaching. Maximální ekonomický přínos pro oblast plynoucí od těchto návštěvníků je pak vymezen horní hranicí intervalu, kterou tvoří součet výdajů za nápoje s výdaji v ostatních maloobchodních prodejnách na sledovaném území.

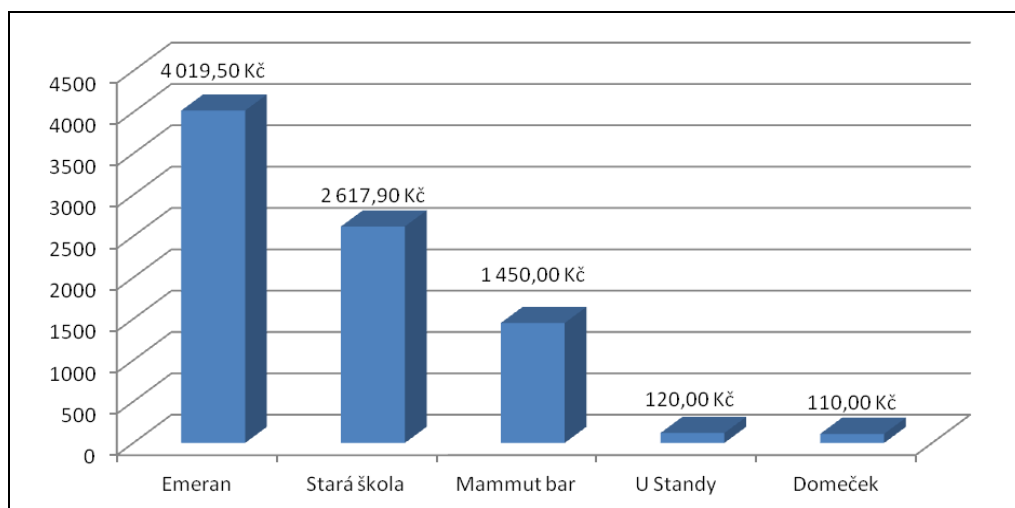
4.4.4.1 Výdaje za nápoje

Návštěvníci s jiným primárním účelem jejich cesty vynaložili nejvyšší výdaje za nápoje v restauraci Emeran. V této restauraci zakoupili nápoje za celkem 4019,50 Kč, přičemž nejkonsumovanější bylo pivo s průměrnou cenou 32 Kč, kterých vypili 44 ks. Dále byla často objednávaným nápojem káva, které si návštěvníci zakoupili celkem 21 ks za celkovou cenu 840 Kč. Další hojně navštěvovanou restaurací byla Stará škola, kde byla celková útrata za nápoje 2617,90 Kč. Zde byly nejobjednávanější nápoje stejné jako v restauraci Emeran. Ve Staré škole se vypilo celkem 37 piv při průměrné ceně 32 Kč za jedno. Průměrná cena kávy zde byla 42,60 Kč a celkem si tito návštěvníci objednali

14 šálků. Mammut bar navštívilo celkem 5 respondentů a dohromady zde utratili 1450 Kč. V tomto baru bylo opět nejobjednávanějším nápojem pivo, kterého bylo prodáno 16 ks, avšak druhým nejobjednávanějším nápojem byla čepovaná limonáda za cenu 35 Kč, kterých se vypilo celkem 8.

V obci Mníšek navštívila tato skupina respondentů pouze dvě stravovací zařízení. Jeden z respondentů uvedl, že jeho skupina navštívila restauraci U Standy a zakoupili zde 4 ks piva za celkovou cenu 120 Kč. Další skupina návštěvníků, za kterou odpovídal opět pouze jeden respondent, se občerstvila v restauraci Domeček, kde si zakoupili pivo, džus, vodu a točenou limonádu dohromady za cenu 110 Kč. Nikdo z respondentů bez primárního účelu geocachingu nenavštívil obec Meziboří za účelem občerstvení se nápoji. V Grafu 17 jsou znázorněny výdaje návštěvníků, kteří nepřijeli do oblasti primárně hledat založené schránky. Tyto výdaje zahrnují pouze nákup nápojů a jsou rozděleny dle jednotlivých stravovacích zařízení v oblasti. Součtem výdajů za nápoje zakoupených ve stravovacích zařízeních v oblasti byly vyčísleny celkové výdaje, které jsou ve výši 8317,4 Kč.

Graf 17 - Výdaje za nápoje (Vedlejší účel)



Zdroj: Vlastní zpracování

4.4.4.2 Výdaje v maloobchodních prodejnách

Pro stanovení horní hranice intervalu ekonomického přínosu geocachingu díky návštěvníkům s jiným účelem návštěvy než je geocaching, je potřeba sečíst výdaje těchto návštěvníků v oblasti maloobchodu. Možnost nákupu v ostatních obchodech byla v obci Mníšek i ve městě Meziboří. Celkem 4 respondenti uvedli, že navštívili některou z maloobchodních prodejen v obci Mníšek a zakoupili zde jakékoli zboží. Tito 4 respondenti zde utratili celkem 2100 Kč, přičemž nejvyšší útrata jednoho respondenta byla 1000 Kč. Ve městě Meziboří výdaje v maloobchodních prodejnách vynaložil pouze jeden respondent, který zde utratil celkem 200 Kč. Celkové výdaje všech respondentů cestujícími do oblasti s jiným důvodem jsou za období sledovaných 9 měsíců vyčísleny na 2300 Kč.

4.4.4.3 Celkový ekonomický přínos respondentů (Vedlejší účel)

Obě důležité sumy výdajů pro potřebné výpočty ekonomického přínosu jsou vymezeny a nyní je možné určit spodní a horní hranici intervalu ekonomického přínosu geocachingu vytvořeného návštěvníky, kteří přijeli do oblasti s jiným primárním účelem. V Tabulce 7 se nachází výpočty celkových efektů vytvořených v odvětvích pomocí jednotlivých multiplikátorů těchto odvětví. Pro výpočet celkových efektů útraty za nápoje byl použit multiplikátor pro odvětví stravování a pohostinství, jehož hodnoty byla dle input – output tabulek stanovena na 2,2981. Celkové efekty pro útratu v maloobchodních prodejnách byly stanoveny vynásobením přímých efektů multiplikátorem pro odvětví velkoobchod kromě motorových vozidel; maloobchod kromě motorových vozidel. Celkový ekonomický přínos geocachingu za tyto dvě položky je 24114,4 Kč během 9 měsíců.

Tabulka 7 - Výpočet celkových efektů v odvětvích v Kč (Vedlejší účel)

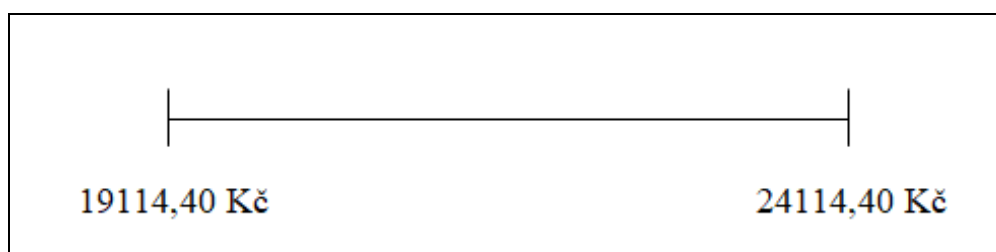
	Přímé efekty	Multiplikátor	Nepřímé efekty	Celkové efekty
Útrata - nápoje	8317,4	2,2981	10797,0	19114,4
Útrata - maloobchod	2300	2,1739	2700,1	5000,1
Celkem	10617,4		13497,0	24114,4

Zdroj: Vlastní zpracování

Nyní je však nutné stanovit hranice intervalu ekonomického přínosu geocachingu za použití předchozích výpočtů. Spodní hranici tvoří tedy minimální ekonomický přínos geocachingu, kteří vytvořili návštěvníci bez primárního účelu prostřednictvím nákupů nápojů v oblasti. Tento minimální ekonomický přínos je stanoven na 19 114,40 Kč.

Horní hranici intervalu pak lze stanovit součtem celkových efektů za obě položky. Celkové efekty za nákup nápojů jsou ve výši 19 114,40 Kč a za nákupy v maloobchodních prodejnách 5000,10 Kč. Celkové efekty obou položek pro horní hranici intervalu tak činí 24 114,40 Kč.

Obrázek 34 - Interval ekonomického přínosu geocachingu (Vedlejší účel)



Zdroj: Vlastní zpracování

4.4.4.4 Přepočet ekonomického přínosu na všechny návštěvníky (Vedlejší účel)

I v případě návštěvníků, kteří přijeli do sledované oblasti z jiného důvodu, než je geocaching, je potřeba přepočítat ekonomický přínos i na osoby, které se nezúčastnili dotazníkového šetření. Návštěvníků s vedlejším účelem bylo celkem 128 při návratnosti dotazníku 59,76%. Při přepočtu na všechny návštěvníky, tedy na 100% geocacherů v oblasti vychází reálný počet všech návštěvníků na 214.

$$128 * 100 / 59,76 = \mathbf{214,19}$$

Pro přepočet ekonomického přínosu na všechny návštěvníky, kteří do definované oblasti přijeli za jiným účelem, je potřeba také stanovit průměrný ekonomický přínos na jednoho návštěvníka z této skupiny. Toho lze dosáhnout vydělením obou stran intervalu reálným počtem návštěvníků z dané skupiny. Pro intervalové minimum je průměr

149,33 Kč a pro maximum 188,39 Kč. Pro skutečný ekonomický přínos této skupiny respondentů během 9 měsíců stačí průměrnou sumu vynásobit reálným počtem návštěvníků.

- **Spodní hodnota intervalu**

$$149,33 * 214,19 = \mathbf{31985,18 \text{ Kč}}$$

- **Horní hodnota intervalu**

$$188,39 * 214,19 = \mathbf{40352,06 \text{ Kč}}$$

4.4.4.5 Přepočítání ekonomického přínosu na 1 rok (Vedlejší účel)

Vzhledem k tomu, že dotazníkové šetření probíhalo od 15. 2. 2017 do 15. 11. 2017, je nutné ekonomický přínos geocachingu pro definovanou oblast vyčíslit v časovém horizontu jednoho roku. Každou stranu intervalu je proto potřeba opět vydělit devíti, čímž vznikne hodnota měsíčního ekonomického přínosu pro intervalové maximum i minimum. Následným vynásobením obou těchto hodnot číslem 12 lze získat ekonomický přínos geocachingu pro druhou skupinu respondentů za jeden kalendářní rok.

- **Spodní hodnota intervalu**

$$31985,18 / 9 = 3553,9 \Rightarrow 3553,9 * 12 = \mathbf{42\ 646,9 \text{ Kč}}$$

- **Horní hodnota intervalu**

$$40352,06 / 9 = 4483,56 \Rightarrow 4483,56 * 12 = \mathbf{53\ 802,7 \text{ Kč}}$$

Na základě těchto výpočtů lze určit, že hodnota ekonomického přínosu geocachingu pro definovanou oblast leží v intervalu od 42646,9 Kč do 53802,7 Kč. Částku daného rozpětí však do oblasti přinesli pouze ti návštěvníci, kteří přijeli do oblasti primárně z jiných důvodů, než je hra geocaching.

4.4.5 Sumarizace celkových ekonomických přínosů geocachingu všech návštěvníků

Celkové ekonomické přínosy geocachingu pro sledovanou oblast lze vyčíslit sumarizací jednotlivých výsledků zahrnující ekonomické přínosy plynoucí od obou skupin návštěvníků. Bylo zjištěno, že celkové ekonomické efekty u osob, které do obce přijely primárně za geocachingem, činily 168499,9 Kč. Přičtením intervalového maxima a minima ekonomického přínosu geocachingu, jehož iniciátory byly osoby s jiným účelem návštěvy, vznikne nový interval, který charakterizuje výši celkových ekonomických přínosů geocachingu pro definovanou oblast v horizontu jednoho roku.

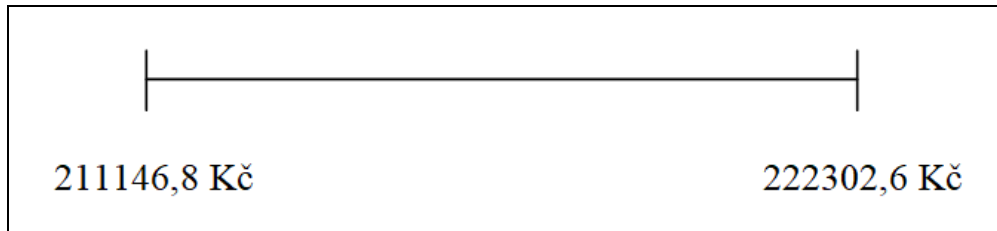
- **Spodní hodnota intervalu**

$$168499,9 + 42646,9 = \mathbf{211146,8 \text{ Kč}}$$

- **Horní hodnota intervalu**

$$168499,9 + 53802,7 = \mathbf{222302,6 \text{ Kč}}$$

Obrázek 35 - Interval celkového ekonomického přínosu geocachingu



Zdroj: Vlastní zpracování

Tímto lze shrnout, že ekonomický přínos geocachingu pro definovanou oblast zahrnující obce Klíny, Mníšek a město Meziboří, který byl vypočten dle certifikované metodiky pro stanovení ekonomických dopadů kulturních akcí, leží v intervalu **od 211146,8 Kč do 222302,6 Kč** za jeden rok.

5 Výsledky a diskuse

Dotazníkové šetření realizované za účelem stanovení ekonomického přínosu pěti nově založených schránek hry Geocaching pro definovanou oblast probíhalo v období od 15. 2. 2017 do 15. 11. 2017. Výpočet ekonomického přínosu geocachingu byl realizován dle certifikované metodiky Divadelního institutu, jejíž autorkou je Ing. MgA. Tereza Raabová, Ph. D. Pro použití vybrané metodiky bylo nutné vypočítat hodnoty multiplikátorů pěti odvětví – Pozemní a potrubní doprava (2,3999), Ubytování (2,2741), Stravování a pohostinství (2,2981), Sportovní, zábavní a rekreační činnost (2,5509) a Velkoobchod a maloobchod kromě motorových vozidel (2,1739). Uvedené hodnoty multiplikátorů byly vypočteny s využitím matice mezispotřeby a produkce jednotlivých odvětví symetrických input – output tabulek vydaných ČSÚ v roce 2015 s údaji aktualizovanými ke dni 30. 6. 2017.

Za dobu devíti měsíců do logbooků nových schránek na území obce Klíny zapsalo své návštěvy celkem 164 nálezců. Všem návštěvníkům schránek byl ihned po zápisu jejich návštěvy na web geocaching.com odeslán dotazník, jehož účelem bylo zjistit informace o všech výdajích, které geocacheři vynaložili ve sledované oblasti. Z celkového počtu 164 nálezců své odpovědi na dotazník odeslalo 98 z nich. Návratnost dotazníků byla tedy 59,76%. Na základě návratnosti dotazníkového šetření byly veškeré výdaje přepočteny na všechny návštěvníky schránek během jednoho roku. Základním předpokladem charakteristiky respondentů bylo, že největší část z nich přicestovala z kraje, ve kterém leží definovaná oblast. Tento předpoklad se naplnil, přičemž oblast navštívilo téměř 70% respondentů z Ústeckého kraje. Celkem 54,4% z nich vynaložilo jakékoli výdaje v oblasti, pouze 5 respondentů z Ústeckého kraje využilo některého z ubytovacích zařízení.

Za účelem výpočtu ekonomického přínosu Geocachingu pro definovanou oblast byly vytvořeny dvě skupiny respondentů. První skupinu tvořili návštěvníci, kteří přijeli do oblasti primárně z důvodu hledání nově založených schránek. Těchto respondentů bylo celkem 53 a jejich celkové výdaje ve sledované oblasti byly za 9 měsíců ve výši 31710,3 Kč. Vynásobením jednotlivých výdajů příslušnými multiplikátory však byly tyto přímé efekty zvýšeny na hodnotu 75 521,65 Kč, což je suma přímých a nepřímých efektů, tedy celkový ekonomický přínos. Při přepočtu na všechny návštěvníky vzhledem k návratnosti dotazníku a zároveň i přepočtu na časový horizont jednoho kalendářního roku

je celkový ekonomický přínos nově založených schránek ve výši **168499,89 Kč** díky této skupině respondentů. Přehled přímých, nepřímých a celkových efektů během jednoho roku pro skupinu návštěvníků s geocachingem jako primárním účelem cesty je vyčíslen v Tabulce 8. Z ekonomických údajů v tabulce je patrné, že největší vliv na ekonomický přínos má odvětví sportovní, zábavní a rekreační činnost, které tvoří 43,5% všech výdajů návštěvníků zařazených do první skupiny.

Tabulka 8 - Přehled přímých, nepřímých a celkových efektů v Kč (Primární účel)

Odvětví	Přímé efekty	Multiplikátor	Nepřímé efekty	Celkové efekty
Sportovní, zábavní a rekreační činnost	30778,67	2,3999	43087,06	73865,73
Stravování a pohostinství	16385,54	2,2981	21270,07	37655,61
Nákupy v maloobchodu	6983,49	2,1739	8197,92	15181,41
Ubytování	2008,03	2,2741	2558,43	4566,47
Doprava	14594,60	2,5509	22634,77	37229,37
Celkem	70750,33		97749,56	168499,89

Zdroj: Vlastní zpracování

Druhou skupinu respondentů tvořili návštěvníci, kteří přijeli do oblasti z jiného důvodu, avšak v rámci jejich pobytu na daném území se rozhodli najít nově založené schránky. U této skupiny nelze předpokládat přímý vliv geocachingu na všechny výdaje vynaložené v definované oblasti. Proto byl vytvořen interval, jehož spodní hranice předpokládá, že návštěvníci si zakoupili alespoň nápoje v místních stravovacích zařízeních. Maximum intervalu pak bylo stanoveno sumou výdajů za nápoje společně s výdaji v maloobchodních prodejnách. Výdaje druhé skupiny respondentů přepočtené na všechny návštěvníky za jeden rok se tedy nacházejí v intervalu od 18557,3 Kč do 23688,97 Kč. Multiplikačním efektem jsou tyto výdaje zvýšeny na hodnotu celkového ekonomického přínosu ležícího v intervalu od 42646,91 Kč do 53802,78 Kč za jeden kalendářní rok. Přehled ročních přímých, nepřímých a celkových efektů spojených s touto skupinou respondentů je uveden v Tabulce 9.

Tabulka 9 - Přehled přímých nepřímých a celkových efektů v Kč (Vedlejší účel)

	Přímé efekty	Multiplikátor	Nepřímé efekty	Celkové efekty
Útrata nápoje	18557,33	2,2981	10796,95	42646,91
Útrata obchody	5131,64	2,1739	2700,06	11155,87
Celkem	23688,97		13497,01	53802,78

Zdroj: Vlastní zpracování

Celkový ekonomický přínos nově založených schránek pro hru Geocaching v definované oblasti byl vyčíslen sumarizací dílčích výsledků obou zmíněných skupin. S využitím certifikované metodiky pro stanovení ekonomických dopadů kulturních akcí byl stanoven interval zahrnující ekonomické přínosy geocachingu ve výši **od 211146,8 Kč do 222302,6 Kč** za jeden kalendářní rok. Interval lze zjednodušit pomocí aritmetického průměru minimální a maximální hodnoty, čímž je stanoven průměrný ekonomický přínos v hodnotě **216724,74 Kč**.

Na výši hodnoty ekonomického přínosu geocachingu měla pravděpodobně vliv i oprava a s ní spojená uzavírka hlavní komunikace č. II/271 do obce Klíny, která byla uzavřena celkem 34 dní. Tato skutečnost měla určitý vliv na příliv turistů do oblasti a tím bránila potenciálnímu zvýšení ekonomického přínosu geocachingu pro definovanou oblast.

Důležité je však zmínit, že Geocaching není jednorázová akce, tudíž nelze ani vyčíslený ekonomický přínos chápat jako jednorázový. Na základě výsledků této práce lze předpokládat, že s rostoucím počtem schránek v určité oblasti bude růst i ekonomický přínos z této aktivity. Čím větší by byla koncentrace ukrytých schránek v definované oblasti, tím déle by v této oblasti strávili návštěvníci, kteří by přicestovali primárně z důvodu hledání těchto schránek. Pokud by počet schránek v oblasti byl dvojnásobný, pravděpodobně by jejich návštěvníci strávili jejich hledáním dvakrát více času, což by znamenalo, že by jejich výdaje byly vyšší a tím by se zvýšil i ekonomický přínos pro danou oblast. Často z tohoto důvodu vznikají tzv. série keší, které mají za cíl provést hledače po neznámém městě a představit mu tak největší zajímavosti. Právě prostřednictvím Geocachingu se všeobecně může zvyšovat i povědomí nejen o menších obcích, pro něž může mít tato hra relativně velké přínosy.

6 Závěr

Primárním cílem diplomové práce bylo stanovit ekonomický přínos pěti nově založených schránek geolokační hry Geocaching pro definovanou oblast ležící ve východní části Krušných hor. Konkrétně byl výzkum zaměřen na obec Klíny, její sousední příhraniční obec Mníšek a město Meziboří.

S využitím certifikované metodiky pro výpočet ekonomických dopadů, jejíž autorkou je Ing. MgA. Tereza Raabová, Ph. D., byl stanoven celkový roční ekonomický přínos nově založených schránek hry Geocaching v intervalu od 211146,8 Kč do 222302,6 Kč. Tento interval byl vytvořen sumarizací dílčích výsledků dotazníkového šetření a následných analýz. Odpovědi všech respondentů byly rozděleny do dvou skupin dle primárního účelu cesty do sledované oblasti. První skupina byla z hlediska ekonomického přínosu důležitější, neboť tito návštěvníci přijeli do sledované oblasti primárně za účelem hledání založených schránek. Celkové příjmy pro oblast díky účastníkům s primárním účelem geocachingu byly vyčísleny částkou 168499,9 Kč.

Další skupinou návštěvníků byli ti, kteří přicestovali do oblasti z jiných důvodů, avšak při této příležitosti se rozhodli najít nově založené schránky. S geocachingem však není možné spojit všechny výdaje těchto návštěvníků, proto byly do výpočtů zahrnuty pouze výdaje za nápoje a výdaje v maloobchodních prodejnách. Ekonomický přínos generovaný výdaji návštěvníků, kteří uvedli Geocaching jako doprovodnou aktivitu jejich cesty do definované oblasti, leží v intervalu <42646,91 Kč; 53802,78 Kč>. Aritmetický průměr maxima a minima intervalu charakterizující ekonomický přínos z respondentů s jiným účelem návštěvy má hodnotu 48224,8 Kč. Celkový ekonomický přínos nově založených schránek hry Geocaching lze zjednodušit přičtením této průměrné hodnoty k hodnotě ekonomického přínosu návštěvníků s primárním účelem Geocachingu. Celkový ekonomický přínos geocachingu pro sledované území byl tedy vyčíslen na 216724,7 Kč za jeden kalendářní rok.

7 Seznam použité literatury

- (1) Geocaching_speter. *Typy keší* [online]. [cit. 2017-08-20]. Dostupné z: http://geocachingspeter.4fan.cz/?page_id=42
- (2) *Caledoniancachefest: Geocache Types* [online]. [cit. 2017-08-20]. Dostupné z: <http://www.caledoniancachefest.com/geocache-types.html>
- (3) *Shop Geoguru: Eventy (stretnutia kešerov)* [online]. Sučany: Juraj Pecka [cit. 2017-08-20]. Dostupné z: <http://www.shop.geo.guru/clanky-a-oznamy/lexikon/eventy-stretnutia-keserov/>
- (4) MCNAMARA, Joel. *Geocaching for dummies*. Hoboken, NJ: Wiley Pub., c2004. ISBN 978-0-7645-7571-6.
- (5) *Geocaching.com: The History of Geocaching* [online]. Seattle: Groundspeak [cit. 2017-08-23]. Dostupné z: <https://www.geocaching.com/about/history.aspx>
- (6) DYER, Mike. *The essential guide to geocaching: tracking treasure with your GPS*. Golden, Colo.: Fulcrum Pub., c2004. ISBN 1555915221.
- (7) THE EDITORS & STAFF OF GEOCACHING.COM. *The complete idiot's guide to geocaching.*, 3rd ed. New York, N.Y.: Alpha, c2012. ISBN 978-1-61564-194-9.
- (8) Project Geocaching: *Statistics overview* [online]. Ground Zero Communications AB [cit. 2017-08-23]. Dostupné z: <https://project-gc.com/Statistics/Overview>
- (9) Kronika českého geocachingu: *wiki.geocaching.cz* [online]. [cit. 2017-08-20]. Dostupné z: http://wiki.geocaching.cz/wiki/Kronika_%C4%8Desk%C3%A9ho_geocachingu
- (10) *Geocaching.com: Přehled pojmů* [online]. Seattle: Groundspeak [cit. 2017-08-23]. Dostupné z: <https://www.geocaching.com/about/glossary.aspx>

- (11) Institut umění - Divadelní ústav: *Návrh certifikované metodiky pro výpočet ekonomických dopadů kulturní organizace* [online]. [cit. 2017-08-23]. Dostupné z: http://www.idu.cz/media/document/metodika_vypocet_ek_dopadu_df11p01ovv031.pdf
- (12) *TEX - Czech: Geocaching* [online]. [cit. 2017-12-07]. Dostupné z: https://www.geocaching.com/geocache/GCE50_tex-czech
- (13) *Czech Wood Geocoin: Co je to CWG* [online]. [cit. 2017-12-08]. Dostupné z: <http://www.cwg-sigitem.cz/cwgabout.html>
- (14) *Geocoin: CzechWoodGeocoin* [online]. [cit. 2017-12-08]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Geocoin>
- (15) *Shop Geocaching: 1000 Finds Geo-Achievement® Award Set* [online]. [cit. 2017-12-08]. Dostupné z: <https://shop.geocaching.com/default/1-000-finds-geo-achievement-award.html>
- (16) PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky : vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada, 2011. ISBN 8024737485.
- (17) PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice: význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích: evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada, 2011. ISBN 8024737507.
- (18) *Ministerstvo kultury: Aproximační strategie* [online]. [cit. 2018-01-31]. Dostupné z: https://ipodpora.odborny.info/soubory/dms/wysiwyg_uploads/a4abd49bbf28c42a/uploads/Aproximacni-strategie.pdf
- (19) PÁSKOVÁ, Martina. *Udržitelnost cestovního ruchu*. 3. vyd., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. ISBN 978-80-7435-329-1.
- (20) HAMARNEHOVÁ, Iveta. *Geografie cestovního ruchu: Evropa*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2008. ISBN 978-80-7380-093-2.
- (21) INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Praha: Oeconomica, 2007. ISBN 978-80-245-1252-5.

- (22) ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 9788072018802.
- (23) *Artslexikon: Turismus kulturní* [online]. [cit. 2018-02-05]. Dostupné z: http://www.artslexikon.cz//index.php?title=Turismus_kulturn%C3%AD
- (24) HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada, c2003. Expert (Grada). ISBN 80-247-0202-9.
- (25) RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
- (26) HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.
- (27) GALVASOVÁ, Iva. *Průmysl cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. ISBN 978-80-87147-06-1.
- (28) SAMUELSON, Paul Anthony a William D. NORDHAUS. *Ekonomie: 19. vydání*. Praha: NS Svoboda, 2013. ISBN 978-80-205-0629-0.
- (29) BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.
- (30) VYSTOUPIL, Jiří. *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4167-6.
- (31) RAABOVÁ, Tereza. *Multiplikační efekty kulturních odvětví v české ekonomice* [online]. Praha, 2010 [cit. 2018-02-11]. Dostupné z: <https://www.idu.cz/media/document/multiplikacni-efekty-2010.pdf>
- (32) Český statistický úřad. *Hrubý domácí produkt (HDP) - Metodika* [online]. 10.01.2018 [cit. 2018-02-11]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/hruby_domaci_produk_t_-hdp-
- (33) RAABOVÁ, Tereza. *Úvod k metodice pro výpočet ekonomických dopadů kulturních organizací* [online]. [cit. 2018-02-16]. Dostupné z: <http://www.idu.cz/media/document/metodika-pro-web-2.pdf>
- (34) RAABOVÁ, Tereza. *Jak spočítat ekonomické dopady a získat více peněz pro váš projekt* [online]. 2014 [cit. 2018-02-16]. Dostupné z: <http://www.kulkal.cz/download/ebook-jak-spo-citat-ekonomick-e-dopady.pdf>
- (35) *Zákon č. 235/2004 Sb.: o dani z přidané hodnoty* [online]. [cit. 2018-02-17]. Dostupné z: <http://www.mfcr.cz/cs/legislativa/legislativni-dokumenty/2004/zakon-c-235-2004-sb-3570>

- (36) Český statistický úřad: *Symetrické tabulky Input-Output (SIOT)* [online]. [cit. 2018-02-17]. Dostupné z: http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenkaout.dod_uziti?mylang=CZ
- (37) Rojíček, M., Vavrla, L. 2006. *Sestavování symetrických input-output tabulek a jejich aplikace*. In: Statistika, 2006, č. 1, s. 28–43. ISSN 0322-788x. Praha: ČSÚ.
- (38) Jurajda, Š., Lízal, L., München, D., Zemčík, P. 2006. Hlavní ekonomické důsledky pořádání letních olympijských her v Praze v roce 2016. Praha: Národohospodářský ústav AV ČR, 2006.
- (39) BRČÁK, Josef a Bohuslav SEKERKA. *Makroekonomie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2010. ISBN 978-80-7380-245-5.
- (40) JUREČKA, Václav. *Makroekonomie*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3258-9.
- (41) KLÍMA, Jan. *Makroekonomie*. Praha: Alfa Publishing, 2006. ISBN 8086575292.
- (42) MAREŠ, Petr. *Nezaměstnanost jako sociální problém*. Vyd. 3., upr. Praha: Sociologické nakladatelství, 2002. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 80-86429-08-3.
- (43) ŠMAJSOVÁ BUCHTOVÁ, Božena. *Nezaměstnanost: psychologický, ekonomický a sociální problém*. Praha: Grada, 2002. Psyché (Grada). ISBN 80-247-9006-8.
- (44) Český statistický úřad: *Zaměstnanost a nezaměstnanost podle výsledků VŠPS - Metodika* [online]. [cit. 2018-02-26]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/zam_vsp
- (45) Česká národní banka: *Co to je inflace?* [online]. [cit. 2018-03-01]. Dostupné z: https://www.cnb.cz/cs/faq/co_to_je_inflace.html
- (46) Český statistický úřad: *Malý lexikon obcí České republiky - 2016* [online]. [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/maly-lexikon-obci-ceske-republiky-2016>
- (47) *Svazek obcí v regionu Krušných hor: Klíny* [online]. [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: www.svazekobci.cz/kliny
- (48) *Obecní úřad Klíny: Z historie obce* [online]. [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: http://www.kliny.eu/vismo/dokumenty2.asp?id_org=6635&id=53&p1=3025
- (49) *Krušné hory na Mostecku: Mníšek* [online]. [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: <http://rangiroa.sweb.cz/novaves/mnisek.html>
- (50) *Sport areál Klíny* [online]. [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: <http://www.kliny.cz/>

- (51) MIKŠÍČEK, Petr. *Tváře Krušnohoří: podoby, příběhy a proměny regionu mezi Chebem a Ústím nad Labem = Gesichter des Erzgebirges : Bilder, Menschen, Wandlungen : ein Porträt der Region zwischen Eger und Aussig*. Sokolov: Fornica Graphics, 2009. ISBN 978-80-87194-07-2.
- (52) *Krušnohoří bez hranic: Mníšek / Einsiedel* [online]. [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: <http://krusnohori-bez-hranic.cz/mnisek-einsiedel>
- (53) *Obecní úřad Klíny: Rozhledna Jeřabina* [online]. [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: http://www.kliny.eu/vismo/dokumenty2.asp?id_org=6635&id=3214
- (54) BÍNA, Jan a Jaromír DEMEK. *Z nížin do hor: geomorfologické jednotky České republiky*. Praha: Academia, 2012. Průvodce (Academia). ISBN 978-80-200-2026-0.
- (55) *Český statistický úřad: Vše o území* [online]. [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=profil-uzemi&uzemiprofil=31588&u=__VUZEMI__43__567311
- (56) *Oficiální stránky města Meziboří: Historie* [online]. [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: <http://www.mezibori.cz/mesto/mesto-a-okoli/historie/>
- (57) *Oficiální stránky města Meziboří: Město Meziboří* [online]. [cit. 2018-03-02]. Dostupné z: <http://www.mezibori.cz/>
- (58) *Zaniklé obce: Klíny - Kostel sv. Antonína z Padua* [online]. [cit. 2018-03-06]. Dostupné z: <http://www.zanikleobce.cz/index.php?detail=1448971>
- (59) *Severočeský letecký archiv Most: Klínech zvelebují pomník pilota Stěpanova, oběti posledního sestřelu Luftwaffe* [online]. [cit. 2018-03-06]. Dostupné z: <http://sla-most.cz/klinech-zvelebuj-pomnik-pilota-stepanova-obeti-posledniho-sestrelu-luftwaffe/>
- (60) *Obecní úřad Klíny: Zvonička na Klínech* [online]. [cit. 2018-03-08]. Dostupné z: http://kliny.eu/msp/id_osnovy=2041&p1=2041
- (61) *Oficiální web města Litvínov: Upozornění na uzavírku silnice Litvínov - Klíny* [online]. [cit. 2018-03-10]. Dostupné z: <https://www.mulitvinov.cz/upozorneni-na-uzavirku-silnice-litvinov-kliny/d-458218>
- (62) *Český statistický úřad: Průměrné spotřebitelské ceny pohonných hmot* [online]. [cit. 2018-03-14]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/setreni-prumernych-cen-vybranych-vyrobu-pohonne-hmoty-a-topne-oleje-casove-rady>

8 Přílohy

Obrázek 36 - Úvodní část online dotazníku

Ekonomický přínos GC pro oblast Klíny, Mníšek a Meziboří

Dobrý den, děkuji Vám za návštěvu ať už některé, nebo všech mých keší na Klínech. Na České zemědělské univerzitě v Praze studuji obor Provoz a ekonomika a v rámci diplomové práce analyzuji, jaký ekonomický přínos má geocaching na území obcí Klíny, Mníšek a Meziboří. Tímto bych Vás chtěl poprosit o vyplnění dotazníku, který je anonymní a získaná data budou použita pouze pro účely mé diplomové práce. V případě nejasností mne můžete kontaktovat na emailu honza244gc@seznam.cz nebo na GC profilu Honza244.

Ještě jednou moc děkuji a Lovu zdar! :)

Jan Schichor

***Povinné pole**

Kolik členů se zúčastnilo Vašeho výletu?

Vyberte ▼

Ve kterém kraji máte trvalé bydliště?

Vyberte ▼

Navštívili jste vybranou oblast s PRIMÁRNÍM účelem GEOCACHINGU?

☐ ANO

☐ NE

Zdroj: Vlastní zpracování dle Google Forms

Obrázek 37 - Ukázka matice mezispotřeby (SIOT)

CZ-NACE odvětví	Název	Zemědělství										Výroba potravinář- ských výrobků	Výroba nápo- jů
		01	02	03	05	06	07	08	09	10	11		
01	Zemědělství	24 600	1 039	21	12	0	0	3	0	85 632	7		
02	Lesnictví a těžba dřeva	542	6 740	14	16	1	1	173	24	2 148			
03	Rybolov a akvakultura	36	1	0	0	0	0	0	0	339			
05	Těžba a úprava čer. a hněd. uhlí	102	13	21	277	2	5	9	84	192			
06	Těžba ropy a zemního plynu	42	7	0	8	2	1	4	131	120			
07	Těžba a úprava rud	10	5	0	1	0	20	123	1	3			
08	Ostatní těžba a dobývání	93	146	4	24	0	12	1 101	3	115			
09	Podpůrné činnosti při těžbě	4	0	269	312	21	0	2	683	1			
10	Výroba potravinářských výrobků	30 602	87	77	68	0	10	186	19	41 527	5		
11	Výroba nápojů	1 184	10	0	4	0	0	3	0	1 091	4		
12	Výroba tabákových výrobků	64	11	0	8	0	0	2	0	191			
13	Výroba textilií	117	35	0	47	0	1	7	0	185			
14	Výroba oděvů	686	790	6	174	1	14	6	0	102			
15	Výroba usní a souvisejících výrobků	76	101	3	189	0	17	18	1	167			
16	Zprac. dřeva, vý. dřev., kork., prout. a slam. výr., kromě nábytku	264	1 263	1	153	0	72	46	3	247			
17	Výroba papíru a výrobků z papíru	136	79	3	16	0	7	18	0	3 298			
18	Tisk a roznož. nahraných nosičů	72	27	0	1	0	0	19	0	196			
19	Výroba koksu a raf. ropných produktů	5 144	687	7	338	5	44	341	105	1 851			
20	Výroba chem. látek a chem. přípravků	10 562	216	32	674	2	137	419	32	2 500	1		
21	Výroba základních farmac. výr. a přípravků	571	8	0	8	0	0	12	0	400			
22	Výroba pryže a plast. výrobků	837	497	2	657	1	44	531	5	1 817	2		
23	Výroba ost. nekov. minerálních výrobků	391	186	8	121	2	68	92	21	845	1		
24	Výr. zákl. kovů, hutní zprac. kovů, slévár.	427	143	148	131	0	20	25	20	265			
25	Výr. kov. konstrukcí a kovoobráběcích výr.,	417	399	11	1 191	0	74	271	31	1 201			

Zdroj: (36)

Obrázek 38 - Ukázka matice koeficientů A

Název	Výroba													
	Zemědělství	Lesnictví a těžba dřeva	Rybolov a akvakultura	Těžba a úprava čer. a hněd. uhlí	Těžba ropy a zemního plynu	Těžba a úprava rud	Ostatní těžba a dobývání	Podpůrné činnosti při těžbě	Výroba potravinářských výrobků	Výroba nápojů	Výroba tabákových výrobků	Výroba textilní	Výroba oděvů	
(A) $a_{ij} = z_{ij}/x_j$	01	02	03	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	
	0,12216	0,018278	0,012195	0,000282	0	0	0,000186	0	0,32564	0,101223	0,1116	0,053078	0,003	
	0,002691	0,118572	0,00813	0,000375	0,000187	0,000326	0,0107	0,005757	0,008168	0,007868	0,006133	0,004296	0,000	
	0,000179	1,76E-05	0	0	0	0	0	0	0,001289	1,39E-05	0	0	0	
	0,000507	0,000229	0,012195	0,006499	0,000374	0,00163	0,000557	0,020149	0,00073	0,000305	0,000133	0,001015	0,000	
	0,000209	0,000123	0	0,000188	0,000374	0,000326	0,000247	0,031422	0,000456	0,000346	0,000133	0,000371	0,000	
	4,97E-05	8,8E-05	0	2,35E-05	0	0,006521	0,007608	0,00024	1,14E-05	0,000263	0	0	0	
	0,000462	0,002568	0,002323	0,000563	0	0,003913	0,068097	0,00072	0,000437	0,000277	0	0,000391	5,65E-05	
	1,99E-05	0	0,156214	0,00732	0,003923	0	0,000124	0,163828	3,8E-06	1,39E-05	0	3,91E-05	0	
	0,151965	0,001531	0,044715	0,001595	0	0,003261	0,011504	0,004557	0,157918	0,075471	0,003333	0,009725	0,002	
	0,00588	0,000176	0	9,38E-05	0	0	0,000186	0	0,004149	0,055938	0,0016	0,000469	0,000	
	0,000318	0,000194	0	0,000188	0	0	0,000124	0	0,000726	0,000499	0,005867	0,000566	0,000	
	0,000581	0,000616	0	0,001103	0	0,000326	0,000433	0	0,000704	0,000859	0,000267	0,225082	0,04	
	0,003407	0,013898	0,003484	0,004082	0,000187	0,004565	0,000371	0	0,000388	0,001787	0,001733	0,011834	0,226	
	0,000377	0,001777	0,001742	0,004434	0	0,005543	0,001113	0,00024	0,000635	0,000111	0,0012	0,003046	0,002	
	0,001311	0,022219	0,000581	0,00359	0	0,023476	0,002845	0,00072	0,000939	0,001759	0,000267	0,000801	0,000	
	0,000675	0,00139	0,001742	0,000375	0	0,002282	0,001113	0	0,012542	0,006289	0,0348	0,006015	0,00	
	0,000358	0,000475	0	2,35E-05	0	0	0,001175	0	0,000745	0,007397	0	0,000352	0,006	
	0,025544	0,012086	0,004065	0,00793	0,000934	0,014346	0,021091	0,025186	0,007039	0,003893	0,000267	0,009764	0,001	
	0,052449	0,0038	0,018583	0,015813	0,000374	0,044669	0,025915	0,007676	0,009507	0,02114	0,003067	0,076062	0,007	
	0,002836	0,000141	0	0,000188	0	0	0,000742	0	0,001521	0,000845	0,000133	0,001933	0,000	
	0,004156	0,008743	0,001161	0,015414	0,000187	0,014346	0,032843	0,001199	0,00691	0,031779	0,004533	0,015095	0,003	
	0,001942	0,003272	0,004646	0,002839	0,000374	0,022172	0,00569	0,005037	0,003213	0,015238	0,000267	0,03189	0,003	
	0,00212	0,002516	0,085947	0,003073	0	0,006521	0,001546	0,004797	0,001008	0,002771	0,000533	0,000879	0,000	
	0,002071	0,007019	0,006388	0,027942	0	0,024128	0,016762	0,007436	0,004567	0,006386	0,0004	0,013064	0,002	
	0,004698	0,005049	0,012776	0,022124	0	0,060646	0,00402	0,00072	0,000605	0,0009	0,000933	0,001679	0,000	
	0,002384	0,006703	0,004646	0,015109	0	0,016629	0,001299	0,006237	0,001205	0,001759	0,0004	0,0025	0,003	
	0,022739	0,017733	0,073171	0,077022	0	0,053472	0,0107	0,045574	0,002689	0,006428	0,002667	0,003515	0,007	
	0,006068	0,013141	0,002323	0,003566	0	0,011738	0,002227	0,000959	0,001977	0,00241	0,0008	0,01035	0,002	
	0,001261	0,000651	0,004065	0,002581	0	0,00163	0,000557	0,001919	0,001023	0,000914	0,000267	0,001367	0,003	

Zdroj: Vlastní zpracování dle (36)

Obrázek 39 - Ukázka matice L (I-A)

Název	Zemědělství	Lesnictví a těžba dřeva	Rybolov a akvakultura	Těžba a úprava černého a hnědého uhlí	Těžba ropy a zemního plynu	Těžba a úprava rud	Ostatní těžba a dobývání	Podpůrné činnosti při těžbě	Výroba potravinářských výrobků	Výroba nápojů	Výroba tabákových výrobků	Výroba textilií	Výroba oděvů
	01	02	03	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14
L = (I-A)	0,87784	-0,01828	-0,0122	-0,00028	0	0	-0,00019	0	-0,32564	-0,10122	-0,1116	-0,05308	-0,01
	-0,00269	0,881428	-0,00813	-0,00038	-0,00019	-0,00033	-0,0107	-0,00576	-0,00817	-0,00787	-0,00613	-0,0043	-0,00
	-0,00018	-1,8E-05	1	0	0	0	0	0	-0,00129	-1,4E-05	0	0	0
	-0,00051	-0,00023	-0,0122	0,993501	-0,00037	-0,00163	-0,00056	-0,02015	-0,00073	-0,00003	-0,00013	-0,00102	-0,00
	-0,00021	-0,00012	0	0,999626	0,999626	-0,00033	-0,00025	-0,03142	-0,00046	-0,00035	-0,00013	-0,00037	-0,00
	-5E-05	-8,8E-05	0	-2,3E-05	0	0,993479	-0,00761	-0,00024	-1,1E-05	-0,00026	0	0	0
	-0,00046	-0,00257	-0,00232	-0,00056	0	-0,00391	0,931903	-0,00072	-0,00044	-0,00028	0	-0,00039	-5,7E
	-2E-05	0	-0,15621	-0,00732	-0,00392	0	-0,00012	0,836172	-3,8E-06	-1,4E-05	0	-3,9E-05	0
	-0,15197	-0,00153	-0,04472	-0,0016	0	-0,00326	-0,0115	-0,00456	0,842082	-0,07547	-0,00333	-0,00973	-0,00
	-0,00588	-0,00018	0	-9,4E-05	0	0	-0,00019	0	-0,00415	0,944062	-0,0016	-0,00047	-0,00
	-0,00032	-0,00019	0	-0,00019	0	0	-0,00012	0	-0,00073	-0,00005	0,994133	-0,00057	-0,01
	-0,00058	-0,00062	0	-0,0011	0	-0,00033	-0,00043	0	-0,0007	-0,00086	-0,00027	0,774918	-0,04
	-0,00341	-0,0139	-0,00348	-0,00408	-0,00019	-0,00456	-0,00037	0	-0,00039	-0,00179	-0,00173	-0,01183	0,775
	-0,00038	-0,00178	-0,00174	-0,00443	0	-0,00554	-0,00111	-0,00024	-0,00064	-0,00011	-0,0012	-0,00305	-0,01
	-0,00131	-0,02222	-0,00058	-0,00359	0	-0,02348	-0,00285	-0,00072	-0,00094	-0,00176	-0,00027	-0,0008	-0,00
	-0,00068	-0,00139	-0,00174	-0,00038	0	-0,00228	-0,00111	0	-0,01254	-0,00629	-0,0348	-0,00601	-0,00
	-0,00036	-0,00047	0	-2,3E-05	0	0	-0,00118	0	-0,00075	-0,0074	0	-0,00035	-0,00
	-0,02554	-0,01209	-0,00407	-0,00793	-0,00093	-0,01435	-0,02109	-0,02519	-0,00704	-0,00389	-0,00027	-0,00976	-0,00
	-0,05245	-0,0038	-0,01858	-0,01581	-0,00037	-0,04467	-0,02592	-0,00768	-0,00951	-0,02114	-0,00307	-0,07606	-0,00
	-0,00284	-0,00014	0	-0,00019	0	0	-0,00074	0	-0,00152	-0,00085	-0,00013	-0,00193	-0,01
	-0,00416	-0,00874	-0,00116	-0,01541	-0,00019	-0,01435	-0,03284	-0,0012	-0,00691	-0,03178	-0,00453	-0,0151	-0,00
	-0,00194	-0,00327	-0,00465	-0,00284	-0,00037	-0,02217	-0,00569	-0,00504	-0,00321	-0,01524	-0,00027	-0,03189	-0,01
	-0,00212	-0,00252	-0,08595	-0,00307	0	-0,00652	-0,00155	-0,0048	-0,00101	-0,00277	-0,00053	-0,00088	-0,01
	-0,00207	-0,00702	-0,00639	-0,02794	0	-0,02413	-0,01676	-0,00744	-0,00457	-0,00639	-0,0004	-0,01306	-0,00
	-0,0047	-0,00505	-0,01278	-0,02212	0	-0,06065	-0,00402	-0,00072	-0,0006	-0,0009	-0,00093	-0,00168	-0,00
	-0,00238	-0,0067	-0,00465	-0,01511	0	-0,01663	-0,0013	-0,00624	-0,00121	-0,00176	-0,0004	-0,0025	-0,01
	-0,02274	-0,01773	-0,07317	-0,07702	0	-0,05347	-0,0107	-0,04557	-0,00269	-0,00643	-0,00267	-0,00352	-0,00
	-0,00607	-0,01314	-0,00232	-0,00357	0	-0,01174	-0,00223	-0,00096	-0,00198	-0,00241	-0,0008	-0,01035	-0,00
	-0,00126	-0,00065	-0,00407	-0,00258	0	-0,00163	-0,00056	-0,00192	-0,00102	-0,00091	-0,00027	-0,00137	-0,00
	-0,00017	-0,00116	-0,00053	-0,0003	0	-0,00065	-0,00025	0	-0,00032	-0,00046	-0,00253	-0,0005	-0,00

Zdroj: Vlastní zpracování dle (36)

Obrázek 40 - Ukázka Leontievy inverzní matice

Název	Zemědělství	Lesnictví a těžba dřeva	Rybolov a akvakultura	Těžba a úprava černé a hnědé uhlí	Těžba ropy a zemního plynu	Těžba a úprava rud	Ostatní těžba a dobývání	Podpůrné činnosti při těžbě	Výroba potravinářských výrobků	Výroba nápojů	Výroba tabákových výrobků	Výroba textilů	Výroba ostatní
	01	02	03	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14
L = (I-A)⁻¹	1,230577	0,031517	0,044085	0,007082	0,000213	0,011755	0,013489	0,008066	0,482899	0,177398	0,14307	0,100388	0,010
	0,00918	1,145153	0,015102	0,003951	0,000305	0,011997	0,016989	0,010054	0,018006	0,015367	0,012378	0,011072	0,005
	0,000525	4,78E-05	1,000103	1,97E-05	5,18E-07	3,19E-05	4,23E-05	2,23E-05	0,00175	0,000228	7,3E-05	8,37E-05	2,65E-05
	0,009657	0,005127	0,028886	1,015119	0,000812	0,020031	0,01237	0,031909	0,010047	0,007992	0,003408	0,012862	0,005
	0,037357	0,018416	0,028862	0,022062	1,001755	0,042422	0,040403	0,068273	0,031901	0,02351	0,010095	0,035545	0,012
	0,002406	0,002367	0,012319	0,003962	4,41E-05	1,011893	0,010467	0,003266	0,002174	0,002474	0,000925	0,002519	0,007
	0,002506	0,004625	0,005471	0,00215	4,98E-05	0,007775	1,074943	0,002407	0,002442	0,002453	0,000754	0,004032	0,007
	0,000779	0,000453	0,188017	0,00956	0,004721	0,001372	0,001109	1,196926	0,001004	0,000644	0,000259	0,000883	0,003
	0,23034	0,012281	0,067975	0,008411	0,000213	0,014197	0,023555	0,011718	1,282735	0,134249	0,033264	0,043	0,012
	0,009367	0,001036	0,001213	0,000755	2,75E-05	0,000877	0,001062	0,000508	0,009435	1,061799	0,003144	0,002234	0,007
	0,000958	0,00053	0,000438	0,000532	7,57E-06	0,000505	0,0005	0,000243	0,001553	0,001101	1,006179	0,0013	0,003
	0,004781	0,004647	0,003205	0,00453	6,79E-05	0,004854	0,003717	0,001843	0,005085	0,004963	0,002366	1,295834	0,07
	0,008737	0,022833	0,008407	0,008348	0,000335	0,010726	0,004334	0,002547	0,006805	0,007187	0,005558	0,024032	1,296
	0,002439	0,004278	0,00432	0,007899	3,4E-05	0,010133	0,00357	0,001518	0,003213	0,00228	0,002692	0,007925	0,003
	0,007755	0,036115	0,01034	0,00974	0,000135	0,037741	0,009906	0,005328	0,009567	0,009494	0,00708	0,009183	0,003
	0,014347	0,00917	0,010916	0,007061	0,000193	0,014288	0,010928	0,005056	0,032138	0,023546	0,05368	0,021796	0,023
	0,005768	0,004589	0,003843	0,00319	0,000127	0,005798	0,007265	0,00248	0,00773	0,01794	0,004861	0,00647	0,010
	0,047458	0,024227	0,024527	0,02161	0,001446	0,031688	0,045847	0,041412	0,038456	0,024529	0,01108	0,034594	0,010
	0,116494	0,031198	0,061367	0,051737	0,001129	0,106673	0,074911	0,031519	0,0782	0,080352	0,029456	0,179519	0,042
	0,013638	0,001519	0,00174	0,00135	2,68E-05	0,001638	0,002305	0,00084	0,008923	0,004819	0,002414	0,005876	0,003
	0,022906	0,027806	0,022234	0,037111	0,000542	0,046178	0,057539	0,014287	0,028055	0,055869	0,013588	0,042774	0,017
	0,01123	0,012279	0,016979	0,01094	0,000657	0,041164	0,014992	0,013019	0,013247	0,027552	0,004038	0,05932	0,010
	0,029305	0,028243	0,160601	0,049985	0,000529	0,066607	0,028146	0,037795	0,028568	0,027165	0,011447	0,03086	0,010
	0,030528	0,032808	0,062529	0,073807	0,000543	0,079252	0,046266	0,039347	0,03209	0,03201	0,012132	0,04969	0,027
	0,028425	0,027422	0,044323	0,056269	0,000688	0,130299	0,028398	0,01888	0,024324	0,022012	0,011242	0,027093	0,010
	0,018737	0,023026	0,026678	0,03551	0,000454	0,049188	0,017881	0,022367	0,018327	0,016995	0,007442	0,022057	0,010
	0,043775	0,032773	0,104316	0,095296	0,000611	0,080796	0,027518	0,069522	0,029613	0,025808	0,013023	0,02725	0,010
	0,035895	0,052723	0,032609	0,032449	0,000578	0,056329	0,037539	0,021628	0,034007	0,031299	0,01553	0,049665	0,012
	0,005147	0,003144	0,009937	0,007293	8,88E-05	0,008853	0,003882	0,006175	0,005007	0,004132	0,001873	0,005425	0,010
	0,001403	0,002431	0,001807	0,001325	2,57E-05	0,002103	0,001371	0,000744	0,001732	0,001826	0,003398	0,003379	0,010

Zdroj: Vlastní zpracování dle (36)

Tabulka 10 - Výpočet výdajů ve stravovacích zařízeních (Primární účel)

Emeran	Položka	Cena	Počet ks	Celková cena
	Pivo	32	11	352
	Džus	38	3	114
	Voda	30	1	30
	Limonáda	35	7	245
	Coca-cola, Fanta, Sprite	38	3	114
	Káva	40	7	280
	Čaj	35	4	140
	Svařené víno	45	1	45
	Předkrm	90	1	90
	Polévka	42	12	504
	Hotové jídlo	125	7	875
	Salát	112,3	1	112,3
	Vepřové/kuřecí maso	144	8	1152
	Bezmasé jídlo	134	7	938
	Dezert	81	3	243
Stará škola	Položka	Cena	Počet ks	Celková cena
	Pivo	32	7	224
	Voda	28	1	28
	Limonáda	28	4	112
	Coca-cola, Fanta, Sprite	33	2	66
	Káva	41,6666	1	41,6
	Čaj	28	1	28
	Předkrm	63,33	2	126,6
	Polévka	39	7	273
	Hotové jídlo	95	3	285
	Arašídý/Brambůrky	32,5	1	32,5
Mammut bar	Položka	Cena	Počet ks	Celková cena
	Čaj	35	1	35
	Svařené víno	45	2	90
U Standy	Položka	Cena	Počet ks	Celková cena
	Pivo	30	2	60
	Káva	30	1	30
	Čaj	25	1	25
	Polévka	35	2	70
Domeček	Položka	Cena	Počet ks	Celková cena
	Pivo	27	2	54
	Hotové jídlo	98	1	98
Na Sjezdovce	Položka	Cena	Počet ks	Celková cena
	Coca-cola, Fanta, Sprite	30	1	30
	Čaj	25	1	25
	Předkrm	45	1	45
	Vepřové/kuřecí maso	135	1	135
	Bezmasé jídlo	109	1	109
	Arašídý/Brambůrky	32	1	32
	Dezert	55	1	55
			Cena celkem	7344

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 11 - Výpočet výdajů za ubytování (Primární cíl)

Ubytování	Ubyt. zařízení	Cena za noc	Počet nocí	Cena celkem
	Emeran II.	375	2	750
	Javorka	150	1	150
			Celkem	900

*Zdroj: Vlastní zpracování***Tabulka 12 – Výpočet výdajů za sportovní, zábavní a rekreační aktivity (Primární cíl)**

Aktivita	Počet osob	Průměrná cena	Cena celkem
Sjezdové lyžování	13	335	4355
Lanové centrum	9	160	1440
Lyžařská škola	6	520	3120
Vyhlídková jízda lanovkou	6	50	300
Půjčovna lyží a snowboardů	5	320	1600
Lezecká stěna	3	200	600
Minigolf	2	50	100
Sportovní hala	2	400	800
Horské koloběžky	2	540	1080
Wellness	1	400	400
Půjčovna jízdních kol	0	660	0
		Celkem	13795

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 13 - Výpočet výdajů za nápoje ve stravovacích zařízeních (Vedlejší účel)

Emeran	Položka	Cena	Počet ks	Celková cena
	Pivo	32	44	1408
	Džus	38	17	646
	Voda	30	15	450
	Limonáda	35	5	175
	Víno	42	1	42
	Káva	40	21	840
	Čaj	35	8	280
	Grog	42	1	42
	Horká čokoláda	45	1	45
	Cappuccino	49	1	49
	Rum	42,5	1	42,5
Stará škola	Položka	Cena	Počet ks	Celková cena
	Pivo	32	37	1184
	Džus	33	11	363
	Voda	28	6	168
	Limonáda	28	6	168
	Káva	41,6	14	582,4
	Čaj	28	1	28
	Grog	38	1	38
	Cappuccino	45	1	45
	Rum	41,5	1	41,5
Mammut bar	Položka	Cena	Počet ks	Celková cena
	Pivo	32	16	512
	Džus	38	6	228
	Limonáda	35	8	280
	Coca-cola, Fanta, Sprite	38	5	190
	Káva	40	6	240
U Standy	Položka	Cena	Počet ks	Celková cena
	Pivo	30	4	120
Domeček	Položka	Cena	Počet ks	Celková cena
	Pivo	27	1	27
	Džus	28	1	28
	Voda	25	1	25
	Limonáda	30	1	30
			Celkem	8317,4

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 14 - Výpočet průměrné ceny PHM v Kč

Týden	Cena N95	Cena Diesel	Průměr
7. týden	31,06	30,50	30,78
8. týden	31,10	30,54	30,82
9. týden	31,10	30,51	30,81
10. týden	31,10	30,50	30,80
11. týden	31,02	30,39	30,71
12. týden	30,88	30,24	30,56
13. týden	30,73	30,12	30,43
14. týden	30,63	30,01	30,32
15. týden	30,83	30,04	30,44
16. týden	31,05	30,14	30,60
17. týden	30,46	29,57	30,02
18. týden	30,39	29,49	29,94
19. týden	30,43	29,52	29,98
20. týden	30,35	29,44	29,90
21. týden	30,11	29,05	29,58
22. týden	29,95	28,88	29,42
23. týden	29,64	28,59	29,12
24. týden	29,43	28,40	28,92
25. týden	29,38	28,34	28,86
26. týden	29,33	28,30	28,82
27. týden	29,28	28,23	28,76
28. týden	29,44	28,48	28,96
29. týden	29,45	28,47	28,96
30. týden	29,44	28,46	28,95
31. týden	29,40	28,43	28,92
32. týden	29,53	28,49	29,01
33. týden	29,90	28,69	29,30
34. týden	30,02	28,76	29,39
35. týden	29,96	28,90	29,43
36. týden	30,01	29,10	29,56
37. týden	29,99	29,21	29,60
38. týden	29,99	29,19	29,59
39. týden	30,00	29,24	29,62
40. týden	29,99	29,22	29,61
41. týden	30,19	29,48	29,84
42. týden	30,51	29,78	30,15
Průměr	30,17	29,30	29,73

Zdroj: Vlastní zpracování