

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomických teorií



Bakalářská práce

**Ekonomický přínos specifické skupiny outgoingových
turistů konkrétní cestovní kanceláře z České republiky
pro ekonomiku USA**

Johanka Halamová

© 2024 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Johanka Halamová

Ekonomika a management

Název práce

Ekonomický přínos specifické skupiny outgoingových turistů konkrétní cestovní kanceláře z České republiky pro ekonomiku USA

Název anglicky

The economic contribution of a specific group of outgoing tourists of a particular travel agency from the Czech Republic to the US economy

Cíle práce

Hlavním cíle bakalářské práce je identifikace celkového ekonomického přínosu českých outgoingových turistů dané cestovní kanceláře pro ekonomiku Spojených států amerických za období jednoho kalendářního roku.

Dílčím cílem bakalářské práce je popis makroekonomie, základních makroekonomických charakteristik hrubého domácího produktu, cestovního ruchu a specifických forem turismu.

Metodika

V teoretické části bude proveden popis a vymezení makroekonomie, základních makroekonomických charakteristik hrubého domácího produktu, ekonomického přínosu a základní popis cestovního ruchu a jeho specifických forem.

Praktická část bude obsahovat pravdivý popis zjišťování, identifikování opravdových výdajů osob, které se účastní zájezdů pořádaných konkrétní cestovní kanceláří.

Jednotlivé výdaje z více uskutečněných zájezdů budou zaznamenány do stanovených kategorií. Následně budou jednotlivé kategorie sumarizovány a zjištěn průměrný výdaj na 1 osobu účastnící se zájezdu v každé kategorii výdajů. V dalším kroku bude určen celkový výdaj za každou kategorii na celkový počet osob účastnící se zájezdu za kalendářní rok.

Celkový výdaj v každé kategorii bude dále vynásoben příslušným multiplikátorem a bude tak určen celkový ekonomický přínos za každou kategorii výdajů. Sumou všech kategorií bude určen celkový ekonomický přínos. Efekt multiplikace bude zjištěn input-output analýzou dle metodiky OECD, Americký úřad pro ekonomickou analýzu.

Doporučený rozsah práce

30 – 40 stran

Klíčová slova

cestovní ruch, cestovní kancelář, efekt multiplikace, ekonomický přínos, HDP, multiplikátor cestovního ruchu, outgoing, turismus, výdaj, zájezd

Doporučené zdroje informací

- BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.
- BRČÁK, Josef a Bohuslav SEKERKA. *Makroekonomie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2010. ISBN 9788073802455.
- PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky. 2., aktualiz. a rozš.* vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.
- PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus. 2., aktualiz. a rozš. vyd.* Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4862-7.
- PERNICA, Martin a Vladimír ŠEFČÍK. *Makroekonomická gramotnost: jak pochopit hospodářskou politiku státu*. Praha: Ekopress, 2012. ISBN 978-80-86929-82-8.
- SEKERKA, Bohuslav. *Makroekonomie*. Praha: Profess Consulting, 2007. ISBN 978-80-7259-050-6.
- SOJKA, Milan a John Maynard KEYNES. *John Maynard Keynes a současná ekonomie*. Praha: Grada, 1999. ISBN 9788071698272.
-

Předběžný termín obhajoby

2023/24 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Pavel Hrdlička, MBA, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra ekonomických teorií

Elektronicky schváleno dne 19. 10. 2023

prof. Ing. PhDr. Lucie Severová, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 3. 11. 2023

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 22. 11. 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Ekonomický přínos specifické skupiny outgoingových turistů konkrétní cestovní kanceláře z České republiky pro ekonomiku USA" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 13. 3. 2024

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala panu Ing. Pavlu Hrdličkovi, MBA, Ph.D., za jeho trpělivost, ochotu, odborné a cenné rady, při vypracování bakalářské práce. Dále bych ráda poděkovala své rodině za podporu v průběhu studia i během psaní bakalářské práce a také všem respondentům dotazníkového šetření, bez kterého by nebylo možné tuto bakalářskou práci vypracovat.

Ekonomický přínos specifické skupiny outgoingových turistů konkrétní cestovní kanceláře z České republiky pro ekonomiku USA

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá ekonomickým přínosem skupiny českých turistů konkrétní cestovní kanceláře pro ekonomiku Spojených států amerických. V teoretické části jsou definovány pojmy z oblasti makroekonomie a cestovního ruchu pomocí deskripce, včetně charakteristiky makroekonomických ukazatelů, typologií turismu, ekonomických efektů cestovního ruchu a princip multiplikační teorie spolu s multiplifikátorem cestovního ruchu. Praktická část se soustředí na konkrétní výpočet ekonomického přínosu spojeného s konkrétním typem zájezdu do USA. Pro kvantifikaci tohoto ekonomického přínosu bylo provedeno dotazníkové šetření k zajištění potřebných informací o průměrných výdajích cestujících v konkrétní oblasti během zájezdu a následné stanovení hodnot příslušných multiplikačních poměrů pomocí input-output analýzy. Jejich vynásobením byl získán konečný ekonomický výsledek. V závěrečné části práce jsou zhodnoceny dosažené výsledky, probíhá diskuse a je formulován samotný závěr bakalářské práce.

Klíčová slova: cestovní ruch, ekonomický přínos, efekt multiplikace, multiplifikátor cestovního ruchu, Spojené státy americké, outgoing, výdaj, zájezd, turismus, hrubý domácí produkt

Economic contribution of a specific group of outgoing tourists of a specific travel agency from the Czech Republic to the US economy

Abstract

This bachelor thesis deals with the economic contribution of a group of Czech tourists of a specific travel agency to the economy of the United States of America. The theoretical part defines concepts in the field of macroeconomics and tourism through descriptions, including characteristics of macroeconomic indicators, tourism typologies, economic effects of tourism, and the principle of multiplier theory along with the tourism multiplier. The practical part focuses on the specific calculation of the economic benefits associated with a particular type of tour to the USA. In order to quantify this economic benefit, a questionnaire survey was conducted to provide the necessary information on the average spending of travelers in a specific area during the tour and then determine the values of the corresponding multipliers using input-output analysis. By multiplying them, the final economic result was obtained. In the final part of the thesis, the results obtained are evaluated, a discussion is held and the actual conclusion of the bachelor thesis is formulated.

Keywords: tourism, economic benefit, multiplier effect, tourism multiplier, United States, outgoing, expenditure, tour, gross domestic product

Obsah

1 Úvod.....	11
2 Cíl práce	12
2.1 Metodika.....	12
3 Teoretická východiska	13
3.1 Makroekonomie.....	13
3.1.1 Multiplikace	14
3.2 Ukazatele výkonnosti ekonomiky	16
3.2.1 Hrubý domácí produkt	16
3.2.2 Míra nezaměstnanosti	19
3.2.3 Míra inflace	21
3.2.4 Platební bilance	22
3.3 Cestovní ruch.....	25
3.3.1 Základní pojmy turismu	25
3.3.2 Typologie cestovního ruchu.....	26
3.3.3 Význam cestovního ruchu.....	29
3.3.4 Negativní externality turismu.....	30
3.3.5 Vývoj cestovního ruchu	32
3.4 Ekonomický přínos cestovního ruchu	33
3.4.1 Ekonomika turismu	33
3.4.2 Multiplikátor cestovního ruchu	34
4 Vlastní práce	36
4.1 Spojené státy americké	36
4.1.1 Ekonomika Spojených států amerických	37
4.1.2 Turismus Spojených států amerických	39
4.1.3 Víza	41
4.2 Dotazníkové šetření	42
4.2.1 Klasifikace respondentů	42
4.2.2 Počet cestujících.....	43
4.2.3 Doprava	44
4.2.4 Ubytování.....	45
4.2.5 Stravování	47
4.2.6 Fakultativní vstupy.....	51
4.2.7 Nákupy	53
4.3 Ekonomický přínos.....	57
4.3.1 Hodnota multiplikátoru	57

4.3.2	Ekonomický přínos outgoingových turistů konkrétní cestovní kanceláře z České republiky pro ekonomiku USA	59
5	Výsledky a diskuse	62
5.1	Výsledky	62
5.2	Diskuse	74
6	Závěr	76
7	Seznam použitých zdrojů	78
8	Přílohy	82
8.1	Příloha Dotazník.....	82
8.2	Příloha SIOT tabulka odvětví x odvětví – vybrané sektory	85

Seznam obrázků

Obrázek 1	Vlajka Spojených států amerických	37
-----------	---	----

Seznam tabulek

Tabulka 1	Vybrané makroekonomické ukazatele USA.....	38
Tabulka 2	Cestování a cestovní ruch jako podíl na HDP USA v letech 2017-2021	40
Tabulka 3	Průměrná cena v Kalifornii za palivo, průměrný kurz USD na CZK.....	44
Tabulka 4	Průměrné výdaje na oběd.....	47
Tabulka 5	Celkové výdaje za obědy na 14 zájezdů	48
Tabulka 6	Průměrný výdaj za večeři na 14 zájezdů	49
Tabulka 7	Celkové výdaje za večeře na 14 zájezdů	49
Tabulka 8	Fakultativně hrazené vstupy za 14 zájezdů	51
Tabulka 9	Průměrné výdaje na jeden nákup v supermarketu	53
Tabulka 10	Průměrný výdaj na 14 zájezdů za nákupy v supermarketu.....	54
Tabulka 11	Průměrné výdaje na 14 za nákupy v outletu	54
Tabulka 12	Průměrné výdaje za suvenýry	55
Tabulka 13	Výpočet multiplikátoru dle Input-Output tabulky (v mil.)	59
Tabulka 14	Přehled celkových výdajů na osobu a jejich rozdělení do odvětví	60
Tabulka 15	Průměrné přímé, nepřímé a celkové efekty za jednoho cestujícího v Kč.....	60
Tabulka 16	Ekonomický přínos všech cestujících do odvětví v Kč	61
Tabulka 17	Celkový ekonomický přínos v Kč	61
Tabulka 18	Ekonomický přínos všech cestujících za 1 rok v Kč	62
Tabulka 19	Přehled celkových ekonomických přínosů v Kč	62
Tabulka 20	Přehled multiplikátoru jednotlivých rozřazených odvětví.....	63
Tabulka 21	Průměrné přímé efekty cestujících podle výdajové kategorie v Kč	64
Tabulka 22	Celkový ekonomický přínos všech cestujících za 1 rok v Kč	65
Tabulka 23	Celkový ekonomický přínos plně obsazeného zájezdu v Kč.....	67
Tabulka 24	Celkový ekonomický přínos jednoho cestujícího v Kč	69
Tabulka 25	Roční průměrné přímé, nepřímé a celkové efekty za všechny cestující	72

Seznam grafů

Graf 1 Počet skupin účastníků zájezdu do USA	43
Graf 2 Počet pokojů podle jejich druhu	46
Graf 3 Počet návštěv restaurace respondenty a jejich účelnost	50
Graf 4 Návštěvnost fakultativně hrazených atrakcí	52
Graf 5 Konkrétní nákupní výdaje jednoho cestujícího	56
Graf 6 Hodnoty multiplikátorů daných odvětví	63
Graf 7 Celkový ekonomický přínos všech cestujících pro konkrétní odvětví za 1 rok	65
Graf 8 Průměrné přímé výdaje daných kategorií na všechny cestující za 1 rok	66
Graf 9 Celkový ekonomický přínos plně obsazeného zájezdu pro konkrétní odvětví.....	67
Graf 10 Průměrné výdaje daných kategorií na jeden plně obsazený zájezd	68
Graf 11 Celkový ekonomický přínos jednoho cestujícího pro konkrétní odvětví	69
Graf 12 Průměrné výdaje daných kategorií na jednoho cestujícího	70
Graf 13 Srovnání ekonomického přínosu jednoho cestujícího a jednoho zájezdu v Kč.....	72
Graf 14 Průměrné celkové ekonomické přínosy	73

Seznam použitých zkratk

ČNB	Česká národní banka
HDP	Hrubý domácí produkt
ČSÚ	Český statistický úřad
USA	Spojené státy americké
USD	Americký dolar
VWP	Visa Waiver Program
EIA	U.S. Energy Information Administration
LA	Los Angeles
SIOT	Systematická input-output tabulka
OSN	Organizace spojených národů
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj

1 Úvod

Cestovní ruch je důležité odvětví, díky němuž jsou uspokojovány lidské potřeby v oblasti rekreace, kultury a historických zájmů, turistiky, vzdělání a mnoho dalších s hlavním motivem využití volného času. Má silný vliv na ekonomiku, sociální strukturu, kulturu destinací i na životní prostředí. Cestovní ruch jako aktivita je pohyb cestujících mimo své místo bydliště či práce za jakýmkoliv ze zmíněných účelů.

Při této činnosti účastníci cestovního ruchu investují prostředky, které mají klíčový vliv pro určení ekonomického přínosu v dané oblasti. Ekonomický přínos je relevantní pouze pokud investované peníze podporují růst ekonomické aktivity na daném území a pro jeho výpočet je nutné zohlednit nejen samotné výdaje turistů, ale také použít multiplikátory. Výdaje turistů jsou považovány za přímé ekonomické efekty. K získání celkového dopadu násobíme tyto výdaje odpovídajícím multiplikátorem, který zohledňuje, jakým způsobem se tyto peníze rozšíří do celého ekonomického systému. Tím je zahrnut také vliv nepřímých efektů.

Cestovní ruch je přínosem destinací, ve kterých podporuje zvýšení lokálního podnikání, vytváří pracovní pozice a je posilou infrastruktury. Turismus může u některých států mít velký ekonomický význam, a to zvláště u zemí rozvojových, kdy u některých může tvořit větší část příjmů z hrubého domácího produktu dané země. Tím vším zvyšuje životní úroveň dané země, ale také nese i negativa v podobě zátěže místních zdrojů, znečištění a negativní dopady na místní kulturu a zvyky. Globálně má cestovní ruch zásadní dopady na životní prostředí, zahrnující emise skleníkových plynů, znečištění oceánů a ovzduší, ztrátu biodiverzity, spotřebu vody a mnoho dalších negativních účinků.

Tato práce se soustředí na posouzení ekonomického přínosu, který čestí turisté konkrétní cestovní kanceláře, přinášejí ekonomice Spojených států amerických prostřednictvím analýzy jejich nákladů a výdajů.

2 Cíl práce

Cílem práce je kvantifikovat ekonomický přínos určité skupiny českých turistů, kteří cestují do Spojených států amerických, pro tamní ekonomiku během jednoho kalendářního roku s konkrétní cestovní kanceláří.

Dílčím cílem práce je popis makroekonomie, základních makroekonomických charakteristik hrubého domácího produktu, rovněž cestovního ruchu spolu s jeho významem a vývojem, a v neposlední řadě turismu a jeho specifických forem. Dále provedení deskripce zjištěného celkového přínosu českých outgoingových turistů dané cestovní kanceláře pro ekonomiku Spojených států amerických.

2.1 Metodika

Bakalářská práce je zpracována ve dvou částech, a to teoretické a praktické. Teoretické část bude obsahovat popis a vymezení makroekonomie, základních makroekonomických charakteristik hrubého domácího produktu a dalších ukazatelů výkonnosti ekonomiky. Rovněž základní popis vývoje i významu cestovního ruchu a rozdělení specifických forem turismu. Závěrem teoretické části bude uvedení metod používaných k hodnocení dopadů cestovního ruchu na ekonomiku. Vše bude objasněno s pomocí literární a internetové rešerše.

V praktické části bude pravdivý popis zjišťování, identifikování opravdových výdajů osob, které se účastní zájezdů pořádaných konkrétní cestovní kanceláří. Jednotlivé výdaje z více uskutečněných zájezdů budou zaznamenány do stanovených kategorií. V každé jednotlivé třídě výdajů bude zachycen průměrný výdaj na jednu osobu, která se účastní zájezdu pomocí zjištěného průměru ze sumarizovaných stanovených kategorií. V následujícím kroku bude určen celkový výdaj za jednotlivou kategorii na celkový počet osob účastnících se zájezdu za kalendářní rok. Celkový výdaj v každé kategorii bude dále vynásoben příslušným multiplifikátorem a tím bude určen celkový ekonomický přínos za jednotlivé kategorie výdajů. Úplný ekonomický přínos určí suma všech kategorií. Efekt multiplikace bude zjištěn input-output analýzou dle metodiky OECD, Americký úřad pro ekonomickou analýzu.

3 Teoretická východiska

Cílem této kapitoly je shrnout dostatečné teoretické znalosti makroekonomie, které jsou důležité pro pochopení této práce. V úvodu kapitoly je charakterizována makroekonomie spolu s jejími souvislostmi, kterými se zabývá, a ukazateli, jenž používá při analýze výkonnosti ekonomiky. V textu se dále uvádí, co je to hrubý domácí produkt a jeho určení. Na konci této teoretické části je popsán cestovní ruch, jeho formy a v neposlední řadě ekonomický přínos a také multiplikátor cestovního ruchu.

3.1 Makroekonomie

Makroekonomie je část ekonomie zabývající se národohospodářskými souvislostmi. Studuje ekonomické dění týkající se komplexního pohledu na národní hospodářství jako na celek a zkoumá jeho začlenění se do světové ekonomiky. Její snahou je popis různých problémů a příčin, jež ekonomiku vyvádí z rovnováhy a hledá takové metody a prostředky, které ji navrátí do rovnováhy.

Nedílnou součástí makroekonomie je analýza výkonnosti ekonomiky, agregátní poptávky i nabídky, měnové a fiskální politiky, nebo také zahraniční hospodářské politiky. K analýze používá ukazatele, mezi které patří například celková zaměstnanost, inflace, domácí i národní produkt, platební i obchodní bilance, množství peněz v ekonomice, státní rozpočet a další. (1) V důsledku rozboru těchto veličin je možné vzájemně porovnat ekonomiku jednoho státu s ostatními státy. Dále pak na základě vysledovaných hodnot v daném čase se pokusit předvídat následující chování ekonomiky a její vývoj v budoucnosti. (2)

Základem hospodářské politiky každého státu je právě makroekonomie, v jejímž hlavním zájmu jsou témata vztahující se k výkonnosti ekonomiky. (1) Mezi sektory národního hospodářství se řadí domácnosti, firmy, vláda, a dále zahraničí. Tyto subjekty se podílí na ekonomickém koloběhu statků, výrobních služeb faktorů a také na důchodech a výdajích. (3) Zaměřením a primárním cílem makroekonomické politiky je dosáhnout a udržovat rovnováhu a stabilitu v ekonomice celého státu, zabezpečení udržitelného

ekonomického růstu a jeho vysokou úroveň. Jedním z dalších cílů je dosažení udržitelnosti rozvoje ekonomiky jako např. zajištění dostatku potravin, bydlení, spravedlivého rozdělení příjmů, vzdělání a neposlední řadě minimalizace nezaměstnanosti vytvářením pracovních příležitostí. Důležité je i dosažení cenové stability, tedy udržení inflace na uspokojivé a konstantní úrovni. (4)

3.1.1 Multiplikace

Koncept multiplikace je popsán jako určitý způsob, jakým se jistá změna v hospodářské činnosti může rozšířit a ovlivnit dopady na celkovou ekonomiku. Může fungovat v pozitivním i negativním směru. Pro porozumění dynamiky makroekonomických procesů jsou právě multiplikační efekty podstatným konceptem. (5)

Multiplikační efekt

Multiplikační efekt je důležitým prvkem zejména Keynesovy teorie. Je založen na myšlence, že v ekonomice se k sobě vztahují změny ve spotřebě a změny v národním důchodu. Určuje velikost změny národního důchodu, která je vyvolaná jednotkou investice. Tedy, když lidé budou více utrácet neboli zvýší se spotřební poptávka, pak vznikne pozitivní cyklus, jenž podporuje ekonomický růst. (5)

Obecně multiplikační efekt ilustruje propojenost jednoho ekonomického odvětví s ostatními ekonomickými odvětvími. Multiplikátorem se nazývá konkrétní číslo kvantifikující efekt, zatímco multiplikačním efektem je popis konceptu změny ekonomických výdajů a jejím vlivem na ekonomiku. (5) (6) Existuje několik odvětví multiplikátorů. Rozdělují se podle konkrétního kontextu a faktorů.

Některé z hlavních vymezení multiplikátorů do jednotlivých odvětví:

- ◆ multiplikátor produkce,
- ◆ multiplikátor zaměstnanosti,
- ◆ multiplikátor důchodu,
- ◆ multiplikátor hrubé přidané hodnoty. (7)

K získání hodnoty multiplikátoru nebo pro zkoumání ekonomických dopadů změn ve výdajích lze použít tři základní metody:

- ◆ Keynesiánský model,
- ◆ základní model,
- ◆ model vstupů a výstupů (Input-Output Model).

Keynesiánský model

Tento model analyzuje změny vládních výdajů, investic nebo spotřeby a jejich vliv na zaměstnanost a celkový národní důchod. Zdůrazňuje roli agregátní poptávky a také klade důraz na možnou situaci ekonomiky, kdy národní důchod nedosahuje svých možností. (5)

Základní model

Jako základní model multiplikátoru je brán jednoduchý ekonomický model, který nabízí základní představu o konceptu funkčnosti multiplikátoru. Analyzuje změnu výdajů a jejich vliv na národní důchod. Jeho primárními složkami jsou spotřeba a investice. Tento model funguje za předpokladu, že klíčovými silami ekonomického růstu jsou investice a poptávka spotřebitelů. (2)

Model Input-Output

Model znám jako model vstupů a výstupů je soustředěn na vzájemné vztahy různých sektorů ekonomiky mezi sebou. Analyzuje způsob změny ve výrobních faktorech jednoho sektoru a jeho vliv na sektory ostatní, tím umožňuje zkoumat, jaký mají změny vliv na různé ekonomické oblasti a jak se šíří. (7)

3.2 Ukazatele výkonnosti ekonomiky

V následujícím textu jsou uvedeny kritéria, která slouží k posuzování a vyhodnocení ekonomické situace v daném státu. Tyto kritéria poskytují informace o ekonomickém růstu, výši produktivity, zaměstnanosti, stavu rozpočtu, míře inflace, obchodní bilance a dalších důležitých stránkách ekonomiky.

3.2.1 Hrubý domácí produkt

Mezi základní národohospodářské agregáty patří domácí produkt. (8) „*Hrubý domácí produkt (HDP) je peněžním vyjádřením celkové hodnoty statků a služeb nově vytvořených v daném období na určitém území; používá se pro stanovení výkonnosti ekonomiky.*“ (9) Poskytuje důležité informace o průměrné životní úrovni v zemi. Uvádí pohyb statků a zboží vyrobených v dané ekonomice za určité období. Většinou jde o roční domácí produkt. Je důležité neopomenout, že zahrnuje vždy pouze nově vyrobené statky. Rozlišujeme hrubý domácí produkt a čistý domácí produkt. Rozdíl mezi nimi představuje opotřebení. (8) Vzhledem k obtížnosti měření opotřebení kapitálu, ekonomové většinou pracují s hrubým domácím produktem. (10) Znehodnocení kapitálu je nazýváno jako amortizace.

Vzorec pro jeho výpočet:

$$\text{čistý domácí produkt} = \text{hrubý domácí produkt} - \text{amortizace}$$

Hrubý domácí produkt udává hodnotu konečné produkce vytvořené za dané období výrobními faktory, které ovlivňovaly území státu. Vyjadřuje finanční výši, kolik toho bylo vyprodukováno na určitém území bez ohledu na výrobce, zda se jedná o rezidenta nebo nikoli. Díky hrubému domácímu produktu je možné měřit právě výkonnosti jednotlivých ekonomik. Pro možné srovnání různých národních hospodářství je potřeba, aby výsledky statků a služeb ve sledovaném období byly formulovány ve stejných jednotkách. Dále se nesmí zapomínat na existenci rozdílu mezi meziproduktem a produktem. Každý jednotlivý statek nebo zhotovená služba musí být obsaženo pouze jednou. (3) (10)

Nominální a reálný domácí produkt

Podle zvolení cen pro vyčíslení produktu může být produkt buď nominální nebo reálný, a mezitím je důležité dělat rozdíly a umět je od sebe odlišit. Pokud je HDP popsán v cenách tržních, pak představuje nominální domácí produkt. To znamená, že výše vyjadřuje závislost na změnách běžných cen a množství prodaných služeb a statků. (3) Na rozdíl od toho je reálný HDP měřeno v cenách stálých, tyto ceny určuje zvolený rok. V těchto stálých cenách se pak měří domácí produkt dalších let. (8)

Měření hrubého domácího produktu

Hrubý domácí produkt lze vypočítat třemi základními metodami:

- ◆ výroková,
- ◆ výdajová,
- ◆ důchodová.

Výroková metoda

Metoda výdajová, nebo také nazývána jako produkční a výrobní, spočívá v součtu hodnot vyrobených výrobků i služeb v daném roce. Do úplného domácího produktu se zahrnuje každý výrobek za určité období pouze jednou, to znamená, že každý výrobce přidává pouze svoji vlastní přidanou hodnotu. (10)

Vzorec pro jeho výpočet:

$$\Sigma \text{ přidaných hodnot} = \text{domácí produkt}$$

Výdajová metoda

V metodě výdajové jde o měření domácího produktu vycházejícího ze základního pochopení, že hodnota zakoupeného zboží je rovna samotné hodnotě zboží. Tato metoda je zaměřená na agregovanou spotřebu domácností (C), veřejných výdajů (G), výdajů na investice (I) a čistý vývoz (NX). NX je označení rozdílu mezi exportem (X) a importem (M). Tyto agregátní výdaje jsou součtem finálních produktů v daném roce.

Vzorec pro jeho výpočet:

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

domácí produkt = agregátní výdaje

Důchodová metoda

Hrubý domácí produkt se důchodovou metodou počítá jako celkový počet původních důchodů za národní hospodářství. Ekonomický výnos je měřen z pohledu nákladů. Důchodová metoda je založena na základním poznatku, že každý výdaj je zároveň příjmem. Bez úvahy daně, jde o jednoduchou ekonomickou identitu.

Vzorec pro jeho výpočet:

agregátní výdaje = agregátní důchody

$$\mathbf{HDP = mzdy a platy (včetně ostatních náhrad zaměstnancům) + zisky firem + renty + čisté úroky + amortizace + nepřímé daně – subvence}$$

Jako důchody se rozumí mzdy, nájemné, úroky a zisky. Dále i odpisy a nerozdělené zisky, které sice nejsou osobními důchody, ale jsou brány jako příjmy vlastníků firem. Z hrubého domácího produktu je potřeba vyloučit subvenci, která představuje transferový

příjem, z důvodu nezobrazení hodnoty vyprodukovaných služeb a statků. A tak se jedná o důchod, který nebyl příjemci kompenzován formou výroby. (3) (10)

3.2.2 Míra nezaměstnanosti

K vzniku makroekonomického produktu je nutný konkrétní objem výrobních faktorů, kde se nejvíce soustředí na práci. S určitým množstvím produktu se spojuje definovaná výše zaměstnanosti, tedy i nezaměstnanosti, která je měřena mírou nezaměstnanosti u . Ta je vyjádřena procentuálním podílem nezaměstnaných na celkovém počtu ekonomicky aktivního obyvatelstva. Jde o důležitý ukazatel ekonomického zdraví a výkonnosti země.

Vzorec pro její výpočet:

$$u = \frac{U}{L+U}$$

U zde charakterizuje počet nezaměstnaných, L počet pracujících obyvatel a jejich součet udává celkový počet pracovních sil. (10)

Míra nezaměstnanosti se v České republice určuje obecnou mírou nezaměstnanosti a registrovanou. Obecnou míru nezaměstnanosti stanovuje Český statistický úřad díky sledování reprezentativního souboru pracovníků. Podíl nezaměstnaných osob je stanoven Ministerstvem práce a sociálních věcí na základě statistik poskytovanými od úřadů práce. (11) (8)

Zaměstnanost

Lidé, kteří jsou považováni za zaměstnané tehdy, kdy vykonávají nezávisle na čemkoliv placenou práci. Spadají sem i momentálně nepracující kvůli nemoci, z důvodu dovolené nebo stávky. (4)

Nezaměstnanost

Za nezaměstnanou osobu je považován nepracující člověk, který aktivně hledá zaměstnání, ale není schopen ho najít. Osoby dobrovolně nepracující se nazývají ekonomicky neaktivní. Právě aktivní hledání zaměstnání je nezbytností pro nezaměstnaného a hlavním odlišným znakem od ekonomicky neaktivních obyvatel. (8) Dále pak jsou například rodiče na mateřské dovolené, důchodci, podnikatelé nebo živnostníci, kteří sice pracovní poměr neuzavřeli, ale nejsou považováni za nezaměstnané. (11)

Formy nezaměstnanosti

Nezaměstnanost se shrnuje to tří skupin:

- ◆ frikční,
- ◆ cyklická,
- ◆ strukturální.

Frikční nezaměstnanost

Lidé přecházejí z ukončeného zaměstnání do nové, které má stejnou případně podobnou kvalifikační úroveň. Nezaměstnanost frikční je pouze přechodná, trvající několik dní, maximálně několik týdnů, a pro hospodářství neznamená vážnější problém. (10)

Cyklická nezaměstnanost

Cyklickou nezaměstnanost způsobuje snížení v úplné úrovni výdajů v ekonomice. Při této fázi celkového hospodářského poklesu, kteréhož hlavním jevem je nezaměstnanost převážně ve všech odvětvích. Její trvání je většinou několik měsíců. Zmizí okamžikem obnovení hospodářského růstu. (8)

Strukturální nezaměstnanost

Nezaměstnanost strukturální je zapříčiněna převážně změnami v potřebné kvalifikaci u pracovních sil z důvodu změn například technologických podmínek výroby. Tato nezaměstnanost někdy trvá i několik let a jejím řešením do určité míry je rekvalifikace. (10)

3.2.3 Míra inflace

Inflace je jedním z projevů nerovnováhy ekonomiky. Pojmem inflace znamená růst cenové hladiny neboli zmenšování kupní síly peněz. Zmenšuje množství zboží a statků, které si za peněžní jednotku si možné koupit. Jejím opakem je deflace, kdy se jedná o snížení cenové hladiny. Inflace rovněž způsobuje devalvaci peněz, a to v přímé souvislosti s mírou inflace, tedy mírou znehodnocení měny. Výsledkem může být negativní úroková míra. V momentě stagnace reálného produktu a inflace se ilustruje stagflace. To vede k růstu nezaměstnanosti.

Míra inflace je číselné vyjádření obecného růstu spotřebitelských cen, tedy změna cenového indexu na rozdíl od minulého období, a to v procentech. (8) (2)

Příčiny inflace

K inflaci dochází díky rychlému růstu zásoby peněz, jehož vyvolání může mít různé příčiny. Podněty mohou být na straně poptávky, ale i nabídky. Inflační impuls sám o sobě k samotné inflaci nestačí. (8)

Důvody vzniku inflace poptávkové jsou například nadměrné investiční výdaje, levný úvěr, rapidní snížení daní, nadměrný růst mezd nebo zvýšení vládních výdajů.

Nákladová inflace může vzniknout díky nedokonalé konkurenci mezi oligopolními nebo monopolními podniky, která vede k cenovému růstu. Dále také díky zvýšení mezd pod nátlakem odborů, neúrodě nebo živelné pohromě, na základě, které produkce zvýší ceny

běžných surovin a potravin. V neposlední řadě může být omezený přístup k surovinovým a energetickým zdrojům jako jsou mezinárodní kartely. (10)

Zastavení inflace

Každá inflace musí jednou skončit. Destrukce ekonomiky narazí na stupeň, kdy už společnost situaci netoleruje. Zastavení nekontrolovatelného a trvalého cenového růstu si žádá komplexní opatření.

Mezi způsoby používané k ovlivnění či zastavení inflace patří:

- ◆ restriktivní monetární politika,
- ◆ restriktivní fiskální politika,
- ◆ politika stabilního měnového kurzu,
- ◆ regulovaná důchodová politika.

Při realizaci uvedených opatření záleží na rychlosti uskutečnění dílčích kroků. V momentě pomalejší realizaci poklesu inflace jde o gradualismus. Na rozdíl od toho je šoková terapie rychlejší možností. Pokud tyto opatření nebudou fungovat, krajním řešením je nulifikace. V tomto případě se jedná o zrušení platnosti původní měny a zavedení měny nové. (8) (10)

3.2.4 Platební bilance

Zaznamenáváním platebních transakcí dané ekonomiky se zahraničím v konkrétním roce se nazývá platební bilance. Vychází se z teritoriálních principů a porovnává platby do zahraničí a ze zahraničí. (8)

Platební bilance zahrnuje všechny ekonomické toky, jako je mezinárodní pohyb statků, služeb, výrobních faktorů, pohledávek a závazků. (2) Fyzické nebo právní osoby, které mají trvalý pobyt či sídlo na národním území se považují za rezidenty. A naopak za nerezidenty

jsou považovány fyzické či právní osoby, které na území daného státu nemají trvalý pobyt.
(12)

Při vyvažování obrátů mezinárodního platebního styku, rozumí se pohyb mezinárodních pohledávek a závazků konkrétních zemí, se staví na koncepci Mezinárodního měnového fondu. Podle této koncepce je pohyb mezinárodních závazků a pohledávek formulován jedinou bilancí členěnou na dvě části:

- ◆ bilance běžných operací,
- ◆ bilance pohybu kapitálu.

Bilance běžných operací zaznamenává příjem, výdaje i saldo položek hlavních, do kterých spadá zboží, cestovní ruch, doprava, příjmy z investic, vládní operace, pojištění, nemonetární zlato, restituce a dary. (8) (10)

Bilance pohybu kapitálu a měnového zlata zachycuje tok krátkodobého i dlouhodobého kapitálu soukromých jednotek, stejně jako krátkodobého a dlouhodobého kapitálu i zlata vládních institucí a bank. (10)

Platební bilance je rozlišována:

- ◆ tržní,
- ◆ účetní.

Platební bilance tržní reprezentuje vztah dvou platebních trhů. Tento vztah je běžný a nepřerušovaný. Dále tato bilance zahrnuje teoretickou analýzu sledovanou pomocí kurzů.

Účetní bilance vyjadřuje statistický výkaz zahrnující kompletní zahraniční transakce konkrétní země za dané období. Tento výkaz se provádí pomocí podvojného účetního záznamu. (2)

Obchodní bilance

Obchodní bilance je rozdíl mezi hodnotou vývozu a hodnotou dovozu zboží a služeb za dané období. Není brán ohled, kdy proběhne platba. Pro obchodní bilanci je používáno také označení čistý vývoz. Pokud je vývoz větší než dovoz, pak je obchodní bilance aktivní. Je-li vývoz menší než dovoz, jedná se o obchodní bilanci pasivní. Vyrovnaná je v moment, kdy se vývoz rovná dovozu. (10) (8)

Obchodní politika může výrazně ovlivnit platební bilanci a celkový hospodářský růst. Klíčovým význam má nejen vyrovnaná platební bilance, ale také schopnost národů zajistit dostatečný příjem a zaměstnanost pro své obyvatelstvo. (5)

Členění platební bilance

Platební bilance je rozlišena z hlediska struktury na horizontální a vertikální členění. Tyto způsoby strukturování jsou při analýze platební bilance užitečné. Umožňují hlubší porozumění, jaký mají jisté transakce a toky vliv na ekonomiku země a její mezinárodní ekonomické postavení. (8) (2)

Horizontální členění platební bilance má věcnou strukturu, díky které napomáhá analyzovat a sledovat změny trendů, jakým směrem se mezinárodní ekonomické vztahy rozvíjejí. Mezi základní položky platební bilance spadá běžný, finanční i kapitálový účet, saldo chyb a opomenutí, kurzovní rozdíly, nebo také změna devizových rezerv. (2)

Členění vertikální specifikuje sloupce. Na základě toho je možné sledovat, kolik bylo vydáno nebo získáno v každé konkrétní oblasti. Tato struktura rozděluje všechny oblasti do dvou skupin, a to do kreditní, kde přírůstek na těchto položkách platební bilanci optimalizuje a debetní oblasti, kde takový přírůstek platební bilanci naopak snižuje. Vertikální členění usnadňuje získání přehledu, kde nastává přebytek a kde nedostatek. (13) (2)

3.3 Cestovní ruch

Cestovní ruch, nebo také turismus, je činností, která zahrnuje cestování do lokalit a pobyt lidí v destinacích mimo své běžné prostředí, a to na dobu kratší, než je jeden rok v mezinárodním turismu a v domácím do šesti měsíců. Účelem má být trávení volného času, obchodu a pro jiné účely než vztahující se k činnosti, za niž jsou na daném místě placeni. (14) (15)

3.3.1 Základní pojmy turismu

Cílem této podkapitoly je vymezení pojmů a poskytnutí obecného přehledu některých klíčových termínů, které jsou s turismem úzce spjaty.

Návštěvník

Účastníkem cestovního ruchu je právě návštěvník, který se klasifikuje na turistu a jednodenního návštěvníka (může být označován i jako exkurzionista nebo výletník). (14)

Jednodenní návštěvník

Jednodenním návštěvníkem je osoba, která cestuje do jiné země, v které nemá trvalé bydliště, bez přenocování. (15)

Turista

Turista je ten, kdo cestuje do jiné země, než ve které má trvalé bydliště, na dobu kratší, než je jeden rok, ale minimálně jednou přenocuje. (14)

Mezinárodní turismus

Označením mezinárodní turismus se rozumí účast cestovního ruchu, kdy nastává překročení hranic státního území. (15)

Domáci turismus

Domáci cestovní ruch tvoří aktivity rezidentních návštěvníků, kteří trvalý pobyt mají v dané zemi, a to buď jako součást výjezdových turistických cest nebo součást domácího cestovního ruchu. (16)

Outgoing

Termínem outgoing se rozumí pasivní cestovní ruch. Jedná se o cesty domácích občanů do zahraničí. Takovýto typ cestovního ruchu má negativní dopad na obchodní bilanci a degraduje saldo cestovního ruchu. V podstatě o nezaznamenaný dovoz služeb. (17)

Incoming

Incoming jinými slovy aktivní zahraničí turismus se dá definovat jako příjezdy zahraničních návštěvníků do dané země. V kontrastu proti outgoingu, incoming saldo cestovního ruchu zvyšuje a přispívá ke kompenzaci schodku obchodní bilance státu. (17)

3.3.2 Typologie cestovního ruchu

V této kapitole budou nastíněné jednotlivé druhy turismu a budou popsány základní typologie cestovního ruchu.

V odborné literatuře je možná najít různá členění turismu na druhy a formy, kde autoři ve většině pracují s rozdílnými pohledy. Kvůli této nejednotnosti je nově používán sjednocující „typ“ turismu. (18)

Přímé, nepřímé a indukované vlivy turismu

Turismus je různorodé odvětví zahrnující mnoho oblastí, díky tomu bývá označován navíc jako „jev“, jenž je náročné definovat a chápat. Celkové vymezení ekonomických důsledků turismu je možné rozčlenit do tří oblastí. A to do přímých, nepřímých a indukovaných efektů cestovního ruchu. (15)

Přímé efekty

Přímé efekty turismu se projevují v oblastech spojovaných přímo se samotným cestovním ruchem. Podrobněji tedy v odvětvích, kde probíhá přímý kontakt mezi aktéry služby turismu, tedy účastníka cestování a poskytovateli cestovních služeb. To zahrnuje například nákup pobytu v hotelu a jiná ubytovací zařízení, letecká, silniční i železniční doprava, stravovací služby, muzea, divadla, sportovní areály a zábavní parky. (15) (18)

Nepřímé efekty

Nepřímé efekty cestovního ruchu se většinou projevují v dodavatelských odvětvích. Jsou často označovány jako multiplikační/multiplikované nebo vyvolané. Jedná se o směnu v kontextu dodavatelských vztahů. Příkladem může být stavební průmysl, účetní a marketingové služby, nákup vybavení ubytovacího zařízení nebo potravin a řada dalších. (15) (18)

Indukované efekty

Indukované efekty cestovního ruchu vyjadřují další formu příjmů z turismu pocházející ze sektorů soukromého i veřejného a domácností. Zvýšením příjmů ze zahraničního cestovního ruchu v destinaci následuje možné zvýšení výdajů sektoru domácností. Zjednodušeně řečeno, příjmy z turismu zahraničních návštěvníků spějí k navýšení výdajů ze strany domácností v dané destinaci. (15)

Typy cestovního ruchu

Typy cestovního ruchu jsou odvozeny od cílů samotného návštěvníka a jeho odůvodněním cílovou destinaci navštívit. Právě motivace oslovení zákazníků a tvoření turistických produktů otevírá rozsáhlou škálu těchto kategorií cestovního ruchu. K běžnějším typům patří například aktivní turistika, lázeňská relaxace, poznávací turistika, vzdělávací kurzy, konferenční akce či venkovské pobyty. Typy cestovního ruchu právě poukazují na pestrost zájmů návštěvníků a na širokou nabídku možností pro prozkoumání světa a jeho kultur. (19) (18)

Formy cestovního ruchu

U turismu jsou jisté formy, kde se odrážejí různé aspekty turistické aktivity. Záleží na úhlu pohledu samotných návštěvníků. Tyto formy jsou tvořeny jejich důvodem vycestování, ke kterým patří obsáhlé spektrum jako jsou například společenské, kulturní, rekreační, ekonomické, sportovní, gastronomické nebo medicínské motivace. Jedná se o komplexní a rozmanitý obraz cestovatelské touhy. (20) (18)

Druhy cestovního ruchu

Turismus je rozlišován mnoho způsoby. Jednou z možností je podle místa realizace, zda jde o cestu domácí, zahraniční, vnitrostátní nebo národní. Dalším druhem rozdělení je ve vztahu k platební bilanci. V tomto případě turismus dále rozlišujeme na incoming, tranzitní a outgoing. Tranzitním turismem se rozumí činnosti spjaté s příjezdem zahraničních osob před danou zemí, kdy z pohledu bilance to představuje přínos, a proto je částí kladně ovlivňující platební bilanci.

Cestovní ruch lze dále rozdělit podle toho, kdo ho platí, jestli se jedná o komerční či sociální. V momentě, kdy veškeré náklady jsou hrazeny z disponibilního příjmu domácností účastníka cestovního ruchu, se jedná o komerční. Naopak o sociální turismus jde v situaci, kdy jsou splněné určité požadavky, jako je zcela nebo částečné uhrazení nákladů jiným subjektem než samotným klientem. Tak je tomu například v rámci komplexních nebo příspěvkovou lázeňskou procedurou, dále pak kongresový cestovní ruch a podobně. (18)

Jiným možným rozdělováním je podle způsobu zajištění cesty. Tím je myšleno, zda je organizovaný, myšleno realizovaný u cestovní kanceláře, a pokud ne, jde o neorganizovaný.

Je možné se setkat i s rozdělením podle věku účastníků. Existuje turismus dětí, mládeže, rodin s dětmi, osob v produktivním věku i seniorů. (18) (21)

Dále je turismus rozlišován na jednodenní, krátkodobý a dlouhodobý na základě délky pobytu. Krátkodobý turismus zahrnuje cestu s jedním až třemi přenocováními. U dlouhodobého se jedná o 4 a více přenocování, kdy v rámci domácího turismu je doba pobytu omezena na 6 měsíců, zatímco při mezinárodním turismu může být pobyt až do jednoho roku.

Další rozčlenění je na základě charakteru cílového místa pobytu, kde jsou varianty město, venkov a střediska turismu. Dle světové organizace turismu se turismus rozděluje také podle důvodu cesty, zda jsou osobní nebo obchodní a profesní. Za osobní důvody se považuje dovolená, volný čas, rekreace, návštěva příbuzných a známých, vzdělávání, školení nebo také zdravotní, náboženský, nákupní či tranzitní turismus. (18)

3.3.3 Význam cestovního ruchu

Cestovní ruch má vliv na ekonomiku státu. Vyšší výdaje sektorů domácností poukazuje na skutečnost dostatečných finančních prostředků obyvatelstva a jejich investování do služeb, zboží a zážitkovou aktivitu. Proto je cestovní ruch ukazatelem životní úrovně obyvatelstva. (18)

Význam cestovního ruchu je vícestranný. Jeho dopady se odrážejí v ekonomice, mezilidských vztazích, kultuře, ale i na životním prostředí. Cestovní ruch je nemalým zaměstnavatelem, a to především v oblastech, které jsou na něm závislé. Příkladem pracovních příležitostí, které nabízí, je pohostinství, doprava, kulturní služby a mnoho dalších. Turisté se setkávají s novými tradicemi a způsoby života. Přínos jejich peněz do různých destinací pomáhá zlepšení životní úroveň místní komunitě. Může například pomoci rozvoji infrastruktury, vzdělání, a dokonce i zdravotní péče. (22) (23)

V turismu spotřeba znamená naplnění potřeb společnosti díky účasti na cestovním ruchu. Tato spotřeba v turismu je nedílnou součástí spotřeby, právě v důsledku funkcí plnicí turismus v osobním životě lidí. K těmto funkcím řadíme reprodukci pracovních sil, rozvoj

osobnosti člověka, zdravotní funkce, vědecko-informační funkce, postavení turismu ve volném čase, význam zdravotní a cestovního ruchu pro utváření životního stylu lidí. Vyjádření této spotřeby může být hmotné, příkladem může být počet zahraničních účastníků na cestovním ruchu, nebo hodnotové, pod tím si lze představit například úplné výdaje společnosti na cestovním ruchu a jejich uspořádání, hodnota výdajů mezinárodních účastníků turismu. (15)

3.3.4 Negativní externality turismu

Cestovní ruch může vyvolávat některé negativní vedlejší účinky, tedy nepřímé dopady, které ovlivňují společnost nebo okolní prostředí. K těmto nepříznivým dopadům se řadí turistické znečištění, emise, poškozování přírodních hodnot i biodiverzity a mnoho dalších. (24) Tato část se zaměří na hlavní negativní důsledky.

Turistické znečištění

Turistické znečištění vzniká, když nárůst aktivity cestovního ruchu v dané oblasti vyvolává přímo nebo jen částečně negativní dopady na životní prostředí, místní komunity a kulturu. Cestovní ruch může spolu s dalšími faktory, jako je zemědělství nebo průmysl, přispět ke změnám v životním prostředí a snížit potenciál budoucího rozvoje. (24)

Emise

Emise představují uvolňování plynů a částic do ovzduší životního prostředí z různých lidských aktivit nebo procesů. Cestovní ruch významným způsobem přispívá k emisím skleníkových plynů a dalším znečišťujícím látkám, a to jak přímo, tak nepřímo.

Hlavním a přímým způsobem znečištění ovzduší je doprava. Letecká doprava je svým vysokým výskytem emisí skleníkových plynů, především oxidu uhličitého, charakteristická. Turistické lety, zejména na velké vzdálenosti značně přispívají k celkovým emisím. Automobilová, vlaková, autobusová a námořní doprava ale také významně přispívají k emisím. Pro snížení dopadu dopravy na emise je důležité podporovat udržitelné

způsoby cestování jako je veřejná doprava nebo sdílení dopravních prostředků. Klíčové je investovat do nízkoemisních technologií ve vozidlech a infrastruktuře. Dalšími přímými způsoby jsou provozování zábavních parků, center a obecných zařízení cestovního ruchu. (24)
(25)

Cestovní ruch nepřímo přispívá k znečištění ovzduší emisemi, které vznikají při výstavbě a chodu zařízení spojených s turismem, jako je například spotřeba elektrické energie nebo využití stavebního materiálu. (24)

Znečištění vody a vodních zdrojů

Turismus může negativním způsobem ovlivnit kvalitu vodních zdrojů prostřednictvím nevhodným nakládáním s odpadem, úniku odpadních vod do vodních toků, moří nebo znečišťování pláží. Voda je jen další ukázkou neblahého vlivu cestovního ruchu na životním prostředí. Způsobuje znečištění povrchových i podzemních vod, a to vlivem činností samotných turistů nebo díky provozování zařízení turismu. Nadměrná produkce odpadů, které jsou způsobeny vysokou návštěvností turistů je také negativním dopadem na přírodu. (26)

Eroze

Cestovní ruch přispívá k erozi a degradaci krajiny. Hlavní faktory zahrnují zvýšenou turistickou aktivitu v citlivých oblastech, například prošlapávání, prohlubování a rozšiřování cest v okolí kulturních a přírodních památek nebo při výstavbě silnic a různých zařízení. (24)

Poškození přírodních hodnot a biodiverzity

Častými jevy znehodnocování krajiny jsou narušení křehkých ekosystémů, poškození flóry a fauny nebo rušení přirozených cyklů. Může se tak stát pokud turisté trhají vzácné rostliny, loví zvířata, sbírají horniny a nerosty, šlapu po korálech nebo vstupují mimo vyznačené stezky chráněných oblastí. Další možnou příčinou je neadekvátní chování, které je považováno za vandalismus. Tím jsou myšleny například graffiti nebo rýhy na přírodních útvarech. (24)

3.3.5 Vývoj cestovního ruchu

Rozvoj a samotný vznik turismu je spojen s uspokojováním potřeb. Tyto potřeby vznikly na základě změn v ekonomických podmínkách, cestovních zvyklostech, technologii, potřebě vzdělávání, rekreace, objevování, kontaktu s lidmi nebo propojení s přírodou. Turismus se stále vyvíjí a je silně ovlivňován ekonomickými, sociálními, technologickými aspekty i přírodními katastrofami.

Počátky turismu sahají hluboko do minulosti, do dob, kdy se lidé vydávali na cesty za obchodem, vírou či objevováním neznámých míst. Římané, Egypťané nebo Řekové ve starověku například obchodovali na cestovních trzích, putovali za náboženským obřadem či poznáním nových kultur a destinací. (23)

V 19. století a v počátku 20. století v době průmyslové revoluce s lodní i železniční dopravou byla umožněna výrazně větší flexibilita. Zájem veřejnosti o cesty za účelem odpočinku a rekreace vedl k výstavbě prvních letovisek a začali také vznikat první organizované zájezdy. (23) (27)

Dalším milníkem vývoje mezinárodního turismu byl ve 20. století rozvoj letecké dopravy. Letenky byly dostupné a díky rychlým spojení bylo cestování celosvětové. Po skončení druhé světové války byl rozšířený cestovní ruch standardní situací. Lidé měli větší příjem a mohli si tak běžně dovolit dovolenou.

Koncem 20. století byl turismus brán více jako odvětví. Byly vytvářeny pracovní pozice, hospodářství bylo pozitivně ovlivňováno a turistické destinace se rozvíjeli. V dnešní době se využívá možnost volného cestování nejen po vnitrozemských státech, ale po všech možných územích. (23) (27)

3.4 Ekonomický přínos cestovního ruchu

Ekonomický přínos turismu představuje původ finančního příjmu a kde byly finance vynaloženy. Za přínos jsou pouze uvažovány peníze, které zvyšují ekonomické aktivity v konkrétní destinaci, kde by bez turismu tyto příjmy nenastaly. Některé ekonomické dopady neznamenají čistý nebo bezprostřední přínos pro danou referenční oblast. I když mohou mít příznivé vlivy, vždy nemusí zvyšovat prospěšnost dané oblasti. Ekonomický přínos je měřen různými ukazateli a obsahuje přímé i nepřímé efekty. (7)

3.4.1 Ekonomika turismu

Průmysl turismu a všechna odvětví sloužící jako dodavatelské, tedy odvětví se zprostředkovaným vztahem, jsou zahrnuty do ekonomiky turismu. Může se jednat o prodej cestovních potřeb, výrobu a dodávky potravin do restauračních zařízení, zabezpečující dodávky stavebních prací, investiční produkty, prodej a opravy motorových vozidel, prodej pohonných hmot a další. Celkový přehled všech sektorů s přímým a nepřímým vlivem na cestovní ruch je označován jako ekonomika cestovního ruchu. Rozdělení segmentu služeb, spojených s turismem či naopak, je předmětem input-output analýzy a satelitního účtu turismu. (23) (15)

Ekonomika turismu se zabývá všemi ekonomickými aktivitami, které jsou s cestovním ruchem a turistickým průmyslem spojeny. Jsou do ní zahrnuty veškeré procesy a finanční transakce související s cestováním a pobytem turistů v konkrétní lokalitě. Kompletní ekonomická činnost spojená s turismem má výrazný vliv na celkovou ekonomiku v daného státu, regionu nebo města. (23)

K určení postavení cestovního ruchu ve světové ekonomice je realizovatelné s využitím dalších možných přístupů posouzení vlivu a významu turismu. Mezi které patří statistické hodnocení, které sleduje jako statistickou jednotku účastníka cestovního ruchu. Dále ekonomicko-peněžní hodnocení sledující účastníka turismu, hodnotově vyjádřeného,

jako zdroj příjmu. Individuální hodnocení, jenž zahrnuje turistického účastníka v podobě jedince se svými potřebami projevující se ve spotřebě.

V neposlední řadě je za okruh zkoumání a hodnocení dopadu turismu bráno sociokulturní hodnocení, které vnímá účastníka cestovního ruchu jako bytost sociální. Ta vstupuje do vztahů s ostatními účastníky, hlavně s rezidentními poskytovateli a prostředníky služeb. Posledním okruhem posouzení vlivu jsou globální dopady turismu na světové hospodářství jako přehled přímých, nepřímých a indukovaných vlivů cestovního ruchu. Jsou sledovány s využitím platební bilance a satelitního účtu. (23)

Satelitní účet

Satelitní účet je jeden ze statistických nástrojů, které se používají k posouzení dopadu cestovního ruchu na národní nebo světovou ekonomiku. Jedná se o konkrétní nástroj pro měření vlivu makroekonomických odvětví, u kterých nelze provést kvantifikace s pomocí prostým rozdílem vstupů a výstupů. Satelitní účty většinou doplňuje hlavní ekonomické účty, jako například hrubý domácí produkt nebo národní účet. Dále také vychází z hodnocení sektorů, které přímo a které nepřímo souvisejí s cestovním ruchem. Poskytují podrobnější informace o specifické problematice a nabízí možnost analyzovat přínosy turismu vzhledem k ostatním ekonomickým odvětvím. Cílem zhodnocení dopadu turismu na ekonomiku je získání spolehlivých údajů o cestovním ruchu a jejich případné porovnání prostorové i časové. (27) (15)

3.4.2 Multiplikátor cestovního ruchu

Hodnota multiplikátoru je ovlivněna úrovní vyspělosti národní ekonomiky a strukturou příslušné národohospodářské oblasti spolu se sklonem ke spotřebě. Když je sklon ke spotřebě vyšší, pak je vyšší i multiplikátor příjmů. Je ale důležité, aby tato spotřeba byla realizována v rámci dané národní ekonomiky. Tento multiplikátor je používán k určení a popisu vlivu turismu na ekonomiku konkrétního místa nebo regionu. Multiplikační efekt cestovního ruchu umožňuje zhodnocení úplného vlivu turismu na danou ekonomiku i zaměstnanost. Je nejčastěji používán při rozboru ekonomiky cestovního ruchu. (15) (28)

Multiplikátor je určen na základě vztahu:

$$K = Y / E$$

kde multiplikátor vyjadřuje K, Y změnu příjmu vytvořeném díky E a E představuje změnu ve výdaji neboli počáteční částku vydanou turistou.
(28)

Spotřební chování outgoingových turistů

Chování účastníka turismu se nazývá spotřebním chováním, a jedná se o určitý typ lidského chování. Je v něm zahrnut proces počínající hledáním, dále výběrem, nákupem, spotřebou i dobou následující po spotřebě služby nebo zboží. Za cíl má spotřební chování uspokojení potřeb a přání spotřebitele.

Poptávka v cestovním ruchu je ovlivňována mnoho faktory, mezi které patří individuální tedy motivační faktory, společensko-kulturní, ekonomické či ekologické faktory a vliv nabízejících. Všechny tyto aspekty mají vliv na outgoingové turisty a jejich utrácení peněz v zahraničí. Spotřební chování je individuální a podléhá spoustě proměnných. (27)

4 Vlastní práce

Cílem vlastní bakalářské práce je nejdříve seznámení s ekonomikou a turismem Spojených států amerických. Dále popis opravdových výdajů osob účastnících se zájezdů pořádaných konkrétní cestovní kanceláří a jejich rozřazení do konkrétních kategorií. Následně bude určen celkový výdaj každé kategorie na úplný počet osob. Nadcházejícími výpočty bude zjištěn úplný ekonomický přínos spolu s efektem multiplikace.

4.1 Spojené státy americké

Spojené státy americké, zkráceně také USA, nebo také Spojené státy, jsou federální republikou, která se skládá z 50 států, 14 území v zámoří a jednoho federálního okruhu, Washingtonu, D.C. Každý ze států má vlastní vládu, ústavu a právní předpisy, zároveň ale mají společné federální zákony a ústavu. Měna v USA je americký dolar, jehož mezinárodní zkratka je USD. Spojené státy americké jsou svojí rozlohou třetí největší zemí na světě a díky tomu se setkávají různé klimatické, či geografické podmínky, od rovinných krajín, pouští po horské a pobřežní oblasti. Politickým systémem je zde demokratický politický systém s rozdělením pravomoci na federální úrovni na tři sektory a to legislativní, výkonný a soudní. Důležitou roli ve vedení země zastává prezident, jímž se po nástupu při slavnosti inauguraci 20. ledna 2021 stal Jon Biden. (29)

Spojené státy mají jednu z nejstarších stále účinných ústav zabezpečující základní práva a svobody obyvatel na světě. Kongres reprezentuje zákonodárnou moc, zatímco Nejvyšší soud má na starost moc soudní. Všechny tyto orgány sídlí na samostatném územním celku District of Columbia v hlavním městě Spojených států amerických, Washingtonu. (30)

Obrázek 1 Vlajka Spojených států amerických



Zdroj: (30)

Počet obyvatel byl k roku 2021 uveden 331,9 milionů, díky tomu USA drží třetí místo v žebříčku zemí podle populace. (31) V zemi se objevuje náboženská různorodost, kde převažují protestanti (51,3 %) a římský katolíci (23,9 %). Ostatní náboženské skupiny zahrnují mormony (1,7 %), Židy (1,7 %), muslimy (0,6 %) a další (2,5 %), zatímco 16,1 % obyvatel se nehlásí k žádnému náboženství. Spojené státy americké jsou sídlem některých z nejprestižnějších univerzit nebo výzkumných institucí vůbec. Dále jsou známy svoji jednou z nejsilnějších vojenských mocností na světě a zastávají důležitou roli v mezinárodních záležitostech a konflikty. (30)

4.1.1 Ekonomika Spojených států amerických

USA disponuje jednou z nejsilnějších ekonomik na celém světě a je známa svými inovacemi, podnikáním a dominancí řadou velkých korporací. K roku 2022 přibližně 70 % HDP Spojených států představují spotřebitelské výdaje, čímž tvoří hlavní klíčový faktor ekonomiky země. Nominální hodnota HDP je pro tento rok 25 464 miliard dolarů. Inflace dosáhla úrovně 7,99 procenta a nezaměstnanost se ustálila na hodnotě 3,64 procent. (32) (33)

Tabulka 1 Vybrané makroekonomické ukazatele USA

Ukazatel	2020	2021	2022	2023	2024
Růst HDP (%)	-2,77	5,95	2,1	0,7	1,2
HDP/obyv. (USD/PPP)	62 690,73	69 184,69	75 270,00	78 570,00	80 750,00
Inflace (%)	1,25	4,68	7,99	4	2,2
Nezaměstnanost (%)	8,1	5,37	3,64	4,1	4,3
Export zboží (mld. USD)	1 428,50	1 756,70	2 108,90	2 210,00	2 388,00
Import zboží (mld. USD)	2 330,84	2 833,15	3 313,60	3 334,50	3 485,10
Saldo obchodní bilance (mld. USD)	-913,89	-1 090,30	-1 220,70	-1 140,80	-1 113,20
Průmyslová produkce (% změna)	-7,04	4,96	3,83	-1	1,9
Populace (mil.)	335,94	337	338,29	340	341,8

Zdroj: (32)

Z Tabulky číslo 1 lze vyčíst data o ekonomické situaci USA a změny v průběhu pěti let. V roce 2020 byl pokles HDP o 2,77 % a to vyjadřuje recesi či pokles ekonomiky, zatímco v dalším roce se ekonomika zotavila a dosáhla růstu o 5,95 %. Následující roky značí pomalejší obnovu mírným růstem a v roce 2024 se přepokládá růst HDP o 1,2 %. HDP na obyvatele postupně roste každý rok, a to může značit lepší životní úroveň obyvatel. Všechny data v tabulce poukazují také na zasažení ekonomiky během pandemie COVID-19. Například nezaměstnanost, která byla v roce 2020 výrazně vyšší, neboť firmy snižovaly počty zaměstnanců, nebo také export a import zboží či průmyslová produkce, kde byl její pokles až 7,04 %. V letech následujících je možné vidět snahu o obnovu a zotavení, i přes to inflace zůstává stále vysoká, to ale může být také způsobeno s následky pandemie a přijatými ekonomickými opatřeními k jejímu zvládnutí. V roce 2021 došlo k výraznému oživení ekonomiky. Americká vláda přijala mnoho opatření pro zmírnění dopadů této krize a to včetně „záchranného plánu pro Ameriku“ v březnu 2021 obsahující injekci 1,9 bilionů amerických dolarů do ekonomiky. (32) (34)

V dubnu 2022 dosáhl veřejný dluh USA dosáhl přibližně 30,4 bilionů amerických dolarů, to představuje zvýšení zhruba o 2,2 bilionů oproti toku předešlému, kdy dluh činil

přibližně 28,2 bilionů USD. Veřejný dluh Spojených států se tím stal jedním z klíčových politických problémů v zemi.

Ekonomika USA je založena na vysoce rozvinutém a technologicky pokročilým sektoru služeb, který tvoří zhruba 80 % její produkce. V této oblasti Spojené státy jasně dominují společnosti, jež jsou orientovány na technologie, zdravotnictví, finanční služby a maloobchod. Její konkurenceschopnost na světovém trhu je právě díky velkému domácímu trhu, inovacím, kvalitnímu vzdělání, infrastruktuře, vyspělému finančnímu trhu a již umíněné technologické připravenosti. (34)

Jednou z nejvýznamnějších ekonomických krizí v moderní historii se značným dopadem na globální ekonomiku byla finanční krize v USA v roce 2008. Tato krize byla zapříčiněna propadem trhu nemovitostí a rizikovými hypotékami a jejich zabalování do složitých finančních produktů, které ztrácely na hodnotě. Díky tomuto kolapsu trhu s nemovitostmi byla způsobena bankovní krize a úvěrová křeč. Vláda a centrální banka tedy přijali opatření k regulaci trhu. Krize vedla ke ztrátě pracovních pozic a hodnoty aktiv a tím vyústila v následné legislativní úpravy finančního odvětví. (35)

4.1.2 Turismus Spojených států amerických

Před vypuknutím pandemie COVID-19 byly Spojené státy americké jednou z nejpopulárnějších turistických destinací. Tato země nabízí pestré atrakce, jako národní parky, velkoměsta a bohaté kulturní dědictví. Omezení cestování, uzavření turistických atrakcí a omezení mezinárodních návštěvníků byla zavedena ve Spojených státech stejně jako ve světě v důsledku pandemie COVID-19 s cílem chránit veřejné zdraví. Postupné otevírání nastalo v průběhu let u různých států odlišně. Cestovní ruch je pro ekonomiku USA důležitý, z tohoto důvodu je mnohými oblastmi a městy aktivně podporována obnova turistického ruchu a přilákání návštěvníků. (29)

Zlomový moment v historii turismu, ovlivněný teroristickými útoky, se odehrál 11. září 2001. I přesto, že útoky nebyly mířené na cestovní ruch, jejich dopad na toto odvětví byl mimořádný, a to zejména na globální úrovni. Teroristické útoky zapříčinily okamžitý pokles mezinárodní cestování a vedly k tendenci lidí upřednostňování jiných forem dopravy před leteckou. Dále to také vyvolalo preferenci při výběru cestovní destinace a USA tím zaznamenala rapidní pokles přílivu návštěvníků ze zahraničí. (36)

Tabulka 2 Cestování a cestovní ruch jako podíl na HDP USA v letech 2017-2021

Rok	Miliardy dolarů		Procenta
	Hrubý domácí produkt (HDP)	Přidaná hodnota cestovního ruchu	Přidaná hodnota cestovního ruchu jako podíl na HDP
2017	19,477	565	2,90
2018	20,533	595	2,90
2019	21,381	640	2,99
2020	20,061	308	1,54
2021	23,315	502	2,15

Zdroj: (33)

Tabulka číslo 2 poskytuje důležité informace o ekonomické situaci a vlivu turismu na Spojené státy. Z tabulky lze vyčíst významný vliv cestovního ruchu na ekonomiku země a také jak byly ekonomické výsledky roce 2020 ovlivněny pandemií COVID-19. Jelikož turismus tvoří relativně vysoký podíl HDP, přibližně okolo 3 % a má pozitivní růst v hodnotě přidané, znamená to, že se jedná o indikátor významného vlivu na ekonomiku USA. Při poklesu těchto hodnot, který je vidět v roce 2020, poukazuje na významné dopady na celou ekonomiku vyvolané změnami cestovního ruchu.

4.1.3 Víza

Cestující, kteří mají v plánu vstup na území Spojených států amerických za účelem obchodní cesty nebo turistiky, mají několik možností. Jestliže jsou občany zemí spadajících pod program Visa Waiver Program (zkráceně VWP), jejich vstup na území USA je možný na 90 dní bez víza. Nebo mohou zažádat o víza kategorie B-1, která jsou určena pro služební cesty, včetně jednání a obchodních schůzek, a také pro akademiky, studenty či domácí zaměstnance. Pro turistické účely jako je dovolená nebo léčebný pobyt lze požádat o víza kategorie B-2. (30) (29)

Visa Waiver Program (VWP)

Program Visa Waiver je určen pro občany daných zemí, které mají možnost cestovat na území USA bez nutnosti víza. Do tohoto programu v současnosti spadá 36 zemí včetně České republiky. Cestující zemí VWP musí před svojí cestou vyplnit online formulář ESTA, který slouží k ověření oprávnění ke vstupu do země. Za elektronickou cestovní registraci ESTA se platí poplatek 14 USD. Pobyt v zemi za účelem obchodní cesty nebo turistiky (B-1/B-2) nesmí přesáhnout dobu 90 dnů. Povinností je platný biometrický pas a zakoupená zpáteční letenka, která prokazuje opuštění USA během již zmíněných 90 dnů. (30) (29)

Víza kategorie B-1

O víza kategorie B-1 si mohou zažádat cestující, kteří plánují služební cesty, včetně obchodních jednání. Nebo také cestující jako jsou domácí zaměstnanci, akademici, vědci a studenti. Díky těmto vízům je umožněn pobyt pro specifické účely, které byly uvedené v žádosti. (30)

Víza kategorie B-2

Cestující plánující turistiku, dovolenou nebo léčebný pobyt si mohou zažádat o víza kategorie B-2. Tato víza umožňují pobyt pro zdravotní účely či turistiku. (30)

4.2 Dotazníkové šetření

Byl vytvořen klasický papírový dotazník s cílem získat potřebná data pro výpočet ekonomického přínosu českých turistů, kteří se zúčastnili zájezdu do USA, konkrétně poznávacího zájezdu na americký západ – zlatý okruh. Tento zájezd, trvající 16 dní a 14 nocí, je pořádán cestovní kanceláří, která však nebude v rámci celé této práce jmenována. Jedná se o jednoduchý, strukturovaný dotazník, který byl fyzicky vyplněn účastníky zájezdu během cesty. Respondenti byli požádáni o vyplnění dotazníku od průvodce přímo v rámci zájezdu. Tento průzkum obsahuje 13 otázek, z nichž je většina zaškrtačovacího typu s možností vybrat jednu odpověď, 5 otázek s polem navíc pro případné uvedení konkrétní hodnoty jiné, která se od možných liší a jedna z otázek umožňuje respondentům zaškrtnout více možných odpovědí.

V dotazníku byly shromážděna klíčová data týkající se základních informací o parametrech cesty účastníků zájezdu. Respondenti byli dotazováni, v jakém období se na cestu vydali, s kým cestují, jak jsou ubytováni, jakým způsobem se stravují, kterých fakultativně hrazených atrakcí a výletů se účastní. V neposlední řadě je zjišťováno kolik v průměru utrácejí za občerstvení, suvenýry či jiné statky. Tímto průzkumem bylo možné zajistit přibližné výdaje turistů spojené s jejich zájezdem.

4.2.1 Klasifikace respondentů

Celkový počet respondentů činí 138, přičemž očekávaný celkový počet účastníků zájezdu zlatého okruhu USA během jednoho kalendářního roku je 234. Celkem je uskutečněno 24 zájezdů zlatého okruhu během jednoho kalendářního roku, avšak dotazníky byly rozdány jen ve 14 z nich. Maximální počet osob na jednu výpravu je omezen na 10 turistů, z důvodu kapacity automobilu.

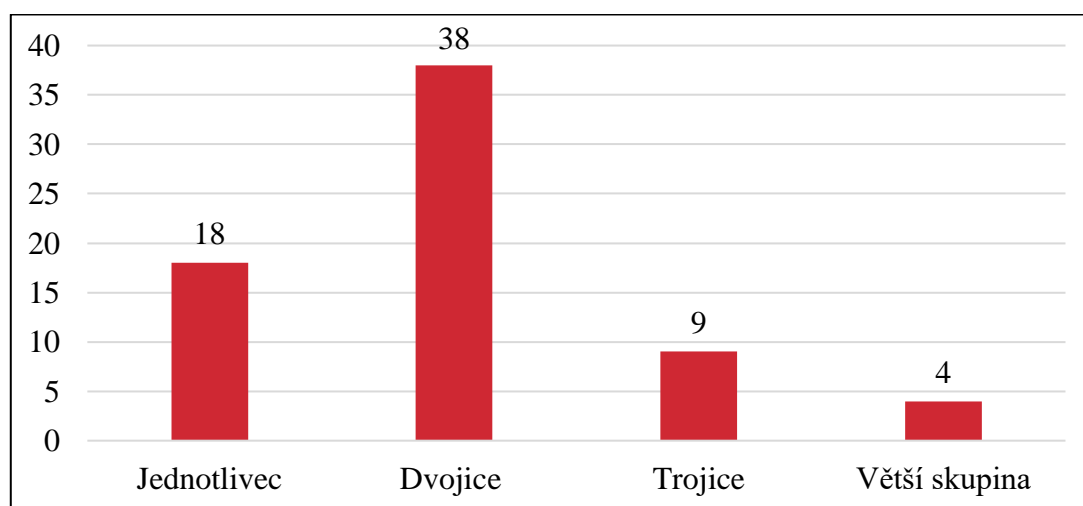
Všichni požádaní o vyplnění dotazníku jej vyplnili. Z těchto 14 výprav byly téměř všechny kapacitně naplněny turisty, s výjimkou dvou případů, kdy chyběl vždy jeden cestující. Tato situace mohla vzniknout z důvodu neobsazení plné kapacity nebo zrušení

cestujícím z důvodu, jako jsou zdravotní či jiné příčiny. Z charakteru náročného programu lze usoudit, že hlavním cílem je poznání a prozkoumání americké západní krajiny. Tento zájezd do USA se odlišuje od mnoha pobytových zájezdů, tím že je zaměřen na poznávání.

4.2.2 Počet cestujících

K co nejpřesnějšímu výsledku jsou potřebné informace o počtu cestujících. Respondenti nejdříve vybírali, zda jsou na zájezdu sami, s partnerem, rodinou či přáteli a dále přesný počet spolucestujících. Z odpovědí respondentů vyplývá, že více jak polovina účastníků cestuje v se svým partnerem nebo partnerkou, přesněji 51 %, tedy 70 osob. Dalších 26 %, konkrétně 36 respondentů uvedlo, že cestuje s rodinou a 18 turistů (13 %) preferuje cestování bez doprovodu. Skupina cestujících s přáteli tvoří 10 %, tedy 14 osob. Dále 76 dotázaných uvedlo, že cestuje ve dvojici (55 %). Ve trojici cestuje 27 respondentů (20 %), ve větší skupině 17 cestujících (12 %) a zbylých 18 cestujících jsou jednotlivci.

Graf 1 Počet skupin účastníků zájezdu do USA



Zdroj: Vlastní zpracování

4.2.3 Doprava

Do Spojených států amerických se zájezd dopraví vždy letecky, poté na letišti vyzvedne cestující průvodce, který je zároveň i řidičem, po celou dobu výpravy. Letecká doprava nebude započítána do výdajů, neboť ani jedna z leteckých společností, kterou tento zájezd využívá není americká. Jedná se o britskou leteckou společnost British Airways, německou společnost Lufthansa, nizozemskou KLM a v poslední řadě francouzskou leteckou společnost Air France.

Mezi jednotlivými místy se přepravuje pouze ve vozech Full Size Van pro maximálně 10 osob a průvodce. Délka trasy je 4 200 km. Při spotřebě 13,5 litrů na 100 km vychází celková spotřeba paliva na 567 litrů. K výpočtu nákladů na palivo je potřeba znát přepočítanou průměrnou cenu benzínu v Kalifornii. Zlatý okruh se jezdí v období od 1. března do 30. listopadu. K propočítání průměrné ceny paliva za toto období využijeme průměrný kurz dle devizových měsíčních průměrů ČNB a průměrné hodnoty ceny paliva dle sběru měsíčních dat od Správy energetických informací USA (EIA). Data jsou uvedena v Tabulce 3, kde v posledním sloupci jsou aritmetickým průměrem zprůměrovány měsíční hodnoty a ty budou brány v úvahu k výpočtu nákladů na palivo. Tento kurz bude využíván pro výpočty v celé bakalářské práci.

Tabulka 3 Průměrná cena v Kalifornii za palivo, průměrný kurz USD na CZK

	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Průměr
Ceny za galon v Kalifornii (USD)	4,786	4,787	4,74	4,781	4,823	5,13	5,52	5,546	4,935	-
Ceny za 1 litr (USD)	1,26	1,26	1,25	1,26	1,27	1,36	1,46	1,47	1,30	1,32
Kurz USD na CZK dle ČNB	22,123	21,37	21,738	21,86	21,584	22,104	22,813	23,276	22,671	22,171

Zdroj: Vlastní zpracování, (37) (38)

Pro výpočet výdajů za dopravu na 1 osobu jsou využity následující postupy:

Cena za litr paliva v Kč: $1,32 \times 22,171 = 29,3192 \text{ Kč}$

Cena za palivo na 1 zájezd: $29,3192 \times 567 = 16\,624 \text{ Kč}$

Výdaje na palivo za všechny zájezdy: $16\,624 \times 24 = 398\,976 \text{ Kč}$

Průměrné výdaje na 1 cestujícího: $398\,976 / 234 = 1\,705,03 \text{ Kč}$

Předešlé výpočty nejdříve zohlednily cenu za litr v Kč a jejich následné násobení celkových litrů připadajících na 1 zájezd. Výsledek byl dále vynásoben celkovým počtem zájezdů a v poslední řadě vydělen celkovým počtem cestujících a tím byl zjištěn výdaj na dopravu na jednu osobu účastnící se zájezdu, tedy 1 705,03 Kč.

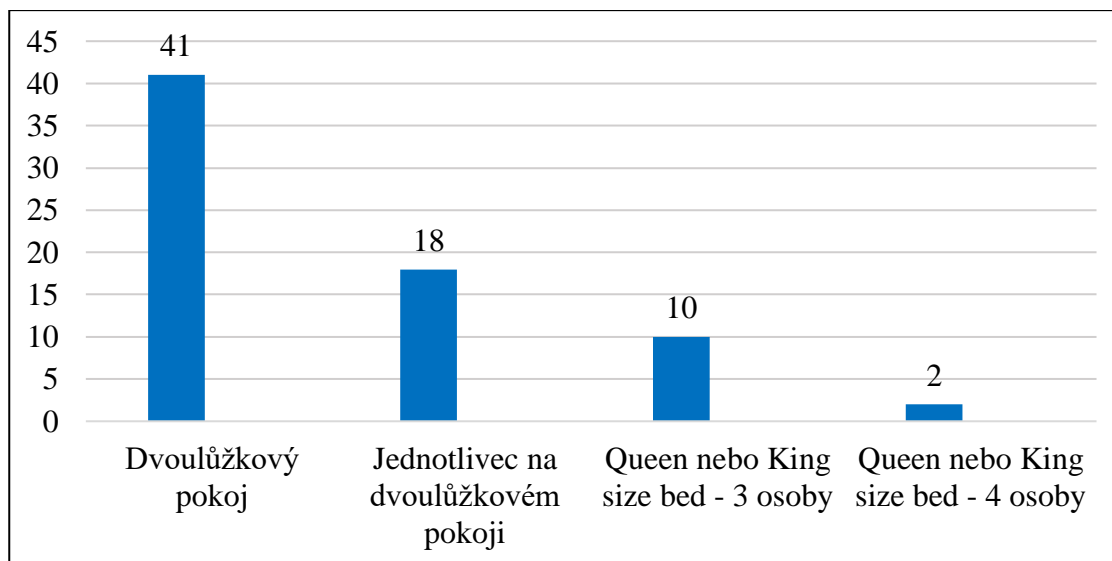
4.2.4 Ubytování

Ubytování na 14 nocí je zajištěno cestovní kanceláří, která jej zprostředkovává díky svému americkému partnerovi. Podle poskytnutých informací cestovní kanceláří je průměrná cena za dvojlůžkový pokoj 190 USD za noc se snídaní. Na rozdíl od evropských standardů se v USA nenabízejí jednolůžkové pokoje, jen pouze zřídka. Jednotlivci tedy platí stejnou cenu za pokoj jako dvojice. V informacích zájezdu jsou na to účastníci, kteří cestují sami, upozorněni. Za pokoje s většími postelemi, nazývané Kings a Queen size bed, určené pro 3-4 osoby, je průměrná cena pokoj na noc 220 USD. I v tomto případě je cena neměnná bez ohledu na počet osob v pokoji.

Z výsledků odpovědí respondentů vyplývá, že 82 osob (59 %) bylo ubytováno ve dvojlůžkovém pokoji ve formě dvojic, tedy 41 párů. Dalších 18 jednotlivců (13 %) bylo taktéž ubytováno ve dvojlůžkovém pokoji, kde však platili příplatek za druhou osobu. Skupinově bylo 30 osob (22 %) ubytováno po trojicích v pokoji s manželskými postelemi Queen nebo Kings size bed. Ve stejném pokoji, ale po čtveřicích bylo ubytováno 8 cestujících (6 %).

Při využití průměrného kurzu USD podle ČNB v průběhu období zájezdu, konkrétně hodnoty 22,171 Kč, je průměrná cena na noc za dvojlůžkový pokoj 4 212,49 Kč, na rezervovaných 14 nocí 58 974,86 Kč a cena za pokoj Queen nebo Kings size bed na noc 4 877,62 Kč a na celý zájezd 68 286,68 Kč.

Graf 2 Počet pokojů podle jejich druhu



Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě následujících výpočtů je možné zjistit nejdříve celkovou cenu za ubytovací služby na všechny zájezdy a následně průměrný výdaj na ubytování pro jednu osobu. Přehled počtu jednotlivých typů pokojů je znázorněn v Grafu 2.

Cena všech dvojlůžkových pokojů za 14 dotazovaných zájezdů:

$$(41 \text{ (párů)} + 18 \text{ (jednotlivců)}) \times 58\,974,86 \text{ Kč} = 3\,479\,516,74 \text{ Kč}$$

Cena všech Queen nebo King size bed pokojů za 14 dotazovaných zájezdů:

$$(10 \text{ (trojic)} + 2 \text{ (čtveřice)}) \times 68\,286,68 \text{ Kč} = 819\,440,16 \text{ Kč}$$

Průměrná cena ubytování na jeden zájezd:

$$(3\,479\,516,74 + 819\,440,16) / 14 = 307\,068,35 \text{ Kč}$$

Průměrná cena ubytování za 24 zájezdů: $307\,068,35 * 24 = 7\,369\,640,40 \text{ Kč}$ **Průměrná cena ubytování na jednu osobu:** $7\,369\,640,40 / 234 = 31\,494,19 \text{ Kč}$

Průměrný celkový výdaj na ubytování pro jednoho cestujícího je 31 494,19 Kč.

4.2.5 Stravování

Účastníci zájezdu snídají v hotelech, snídaně jsou tedy v ceně za pokoj a započítány již v minulé podkapitole. Program zájezdu je strukturovaný tak, že není mnoho prostoru pro stravování se v restauracích, cestující se tedy mnohokrát stravují svačinou z hotelu nebo nakupují potraviny v místních supermarketech (viz podkapitola 4.2.7 Nakupování).

Na otázku, kolik průměrně cestující utratili za jeden oběd na osobu (viz Příloha 8.1, otázka 6) odpovědělo 35 dotazovaných 1-25 USD, 80 uvedlo 26-50 USD, 23 respondentů 50-75 USD a nikdo nevybral možnost více než 75 USD a také 0 USD. Tyto všechny kategorie pomocí aritmetického průměru zajistí přesnější hodnotu průměrného výdaje. Po vynásobení těchto průměrných částek s počtem respondentů a jejich následným sečtením získáme hodnotu 4 932,5 USD a po jejím vydělení celkovým počtem dotazovaných respondentů vyplývá průměrná cena oběda, konkrétně 35,7 USD.

Tabulka 4 Průměrné výdaje na oběd

Odpověď	Počet respondentů	Poměr	Průměrná hodnota (USD)	Výdaje (USD)
0 USD	0	0 %	0,0	0,0
1-25 USD	35	25 %	13,0	455,0
26-50 USD	80	58 %	38,0	3 040,0
50-75 USD	23	17 %	62,5	1 437,5
Více	0	0 %	0,0	0,0
Celkem	138	100 %	-	4 932,5

Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě odpovědí na otázku týkající se počtu zakoupených obědů v průběhu zájezdu vychází, že méně, než 3x vyrazilo 23 respondentů, 3x až 6x 83 respondentů, 7x až 10x vybralo 25 dotazovaných a zbylých 7 skupin respondentů 11x až 13x. Každý den nevybral žádný z dotazovaných, to potvrzuje nedostatek časového prostoru. Pro výpočet celkového výdaje na oběd byl využit průměrný počet návštěv restaurace během jednoho zájezdu, jenž je vypočítán v Tabulce 5, a tato hodnota je následně vynásobena průměrnou cenou za oběd. Sečtením těchto hodnot je získán celkový výdaj na oběd za 14 zájezdů, tedy 25 180,8 USD, s použitím průměrného kurzu USD na CZK během tohoto období v přepočtu 558 282,9 Kč.

Tabulka 5 Celkové výdaje za obědy na 14 zájezdů

Odpověď	Počet respondentů	Poměr	Průměrný počet návštěv	Výdaje cestujících (USD)
Méně než 3x	23	17 %	1,5	1 233,1
3x až 6x	83	60 %	4,5	13 349,9
7x až 10x	25	18 %	8,5	7 595,3
11x až 13x	7	5 %	12,0	3 002,4
Každý den	0	0 %	0,0	0,0
Celkem	138	100 %	-	25 180,8

Zdroj: Vlastní zpracování

Výdaj na 1 zájezd: $558\,282,9 / 14 = 39\,877,4$ Kč

Výdaj za všech 24 zájezdů: $39\,877,4 \times 24 = 957\,056,3$ Kč

Průměrný výdaj za obědy na jednu osobu: $957\,056,3 / 234 = 4\,090$ Kč

Tabulka 6 Průměrný výdaj za večeři na 14 zájezdů

Odpověď	Počet respondentů	Poměr	Průměrný počet návštěv	Výdaje cestujících (USD)
0 USD	0	0 %	0,0	0,0
1-30 USD	29	21 %	15,5	449,5
31-50 USD	92	67 %	40,5	3 726,0
51-70 USD	17	12 %	60,5	1 028,5
Více	0	0 %	0,0	0,0
Celkem	138	100 %		5 204,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Pro výpočet nákladu na večeři v restauraci je použit stejný postup. Respondenti byli dotazováni na průměrnou cenu večeře za osobu a kolikrát restauraci navštívili, aby se navečeřeli.

$$\text{Průměrná cena za večeři: } 5\,204 / 138 = 37,7 \text{ USD}$$

$$37,7 \times 22,171 = 836,1 \text{ Kč}$$

Tabulka 7 Celkové výdaje za večeře na 14 zájezdů

Odpověď	Počet respondentů	Poměr	Průměrný počet návštěv	Výdaje cestujících (USD)
Méně než 3x	12	9 %	1,5	678,8
3x až 6x	101	73 %	4,5	17 139,3
7x až 10x	22	16 %	8,5	7 051,8
11x až 13x	3	2 %	12,0	1 357,6
Každý den	0	0 %	0,0	0,0
Celkem	138	100 %	-	26 227,4

Zdroj: Vlastní zpracování

$$\text{Výdaj na 1 zájezd: } 26\,082,4 \times 22,171 = 581\,487,8$$

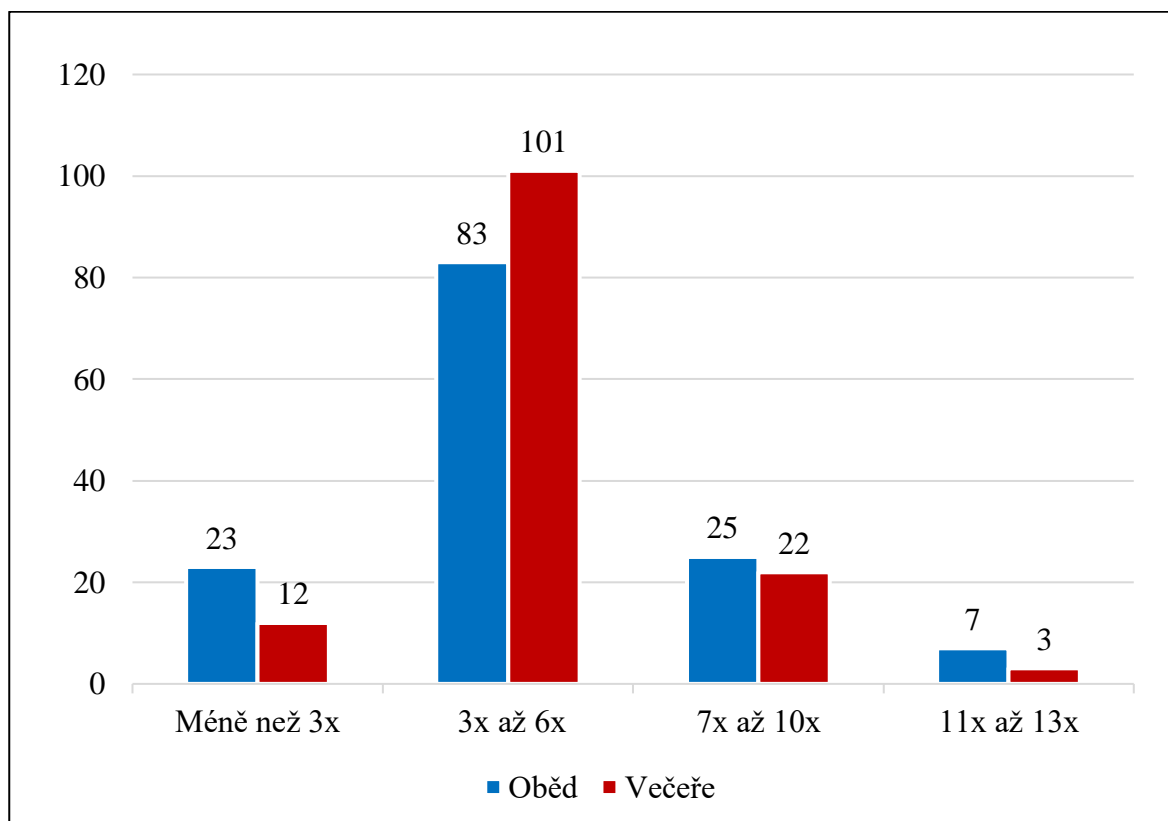
$$581\,487,8 / 14 = 41\,534,8 \text{ Kč}$$

$$\text{Výdaj za všech 24 zájezdů: } 41\,534,8 \times 24 = 996\,836,3 \text{ Kč}$$

$$\text{Průměrný výdaj za večeře na jednu osobu: } 996\,836,3 / 234 = 4\,260 \text{ Kč}$$

Průměrný celkový výdaj na stravování pro jednu osobu po sečtení výdaje na obědy a večeře vychází 8 350 Kč.

Graf 3 Počet návštěv restaurace respondenty a jejich účelnost



Zdroj: Vlastní zpracování

V Grafu 3 je znázorněno srovnání počtu návštěv restaurace z důvodu oběda a večeře. Z dat vyhodnocených na základě dotazníkového šetření vyplývá, že respondenti více navštěvovali restaurace za účelem navečeřet se.

4.2.6 Fakultativní vstupy

Další kategorií výdajů jsou vstupy a výlety hrazené cestujícím, které nejsou zahrnuty v ceně zájezdu. U této otázky (viz Příloha 8.1., otázka číslo 13) mohli respondenti vybrat více než jednu odpověď. Výsledky dotazování jsou znázorněny v Tabulce 8.

Tabulka 8 Fakultativně hrazené vstupy za 14 zájezdů

Fakultativní vstupy	Počet respondentů	Poměr	Cena za 1 vstup (USD)	Celkové výdaje (USD)
Večerní projížďka v Las Vegas	135	98 %	25	3 375,00
Vyhlídkový let vrtulníkem Grand Canyon	58	42 %	360	20 880,00
Vyhlídkový let letadlem nad Grand Canyon	84	61 %	205	17 220,00
Kino IMAX, NP Grand Canyon	134	97 %	15	2 010,00
Universal Studios Los Angeles – klasický vstup	62	45 %	144	8 928,00
Universal Studios Los Angeles – vstup bez front	8	6 %	269	2 152,00
Sea World v San Diegu	47	34 %	94	4 418,00
Letadlová loď Midway v San Diegu	30	22 %	31	930,00
Výprava terénním vozem – Monument Valley	132	96 %	105	13 860,00
Svoz kabelové tramvaje cable-car	109	79 %	8	872,00
Celkem	-	-	-	74 645

Zdroj: Vlastní zpracování

Celkový výdaj této kategorie vychází dle odpovědí respondentů 74 645 USD. Po vynásobení určeným kurzem pro celou tuto práci 1 654 954,3 Kč. Pro výpočet výdajů za vstupy a výlety na 1 osobu jsou využity následující postupy:

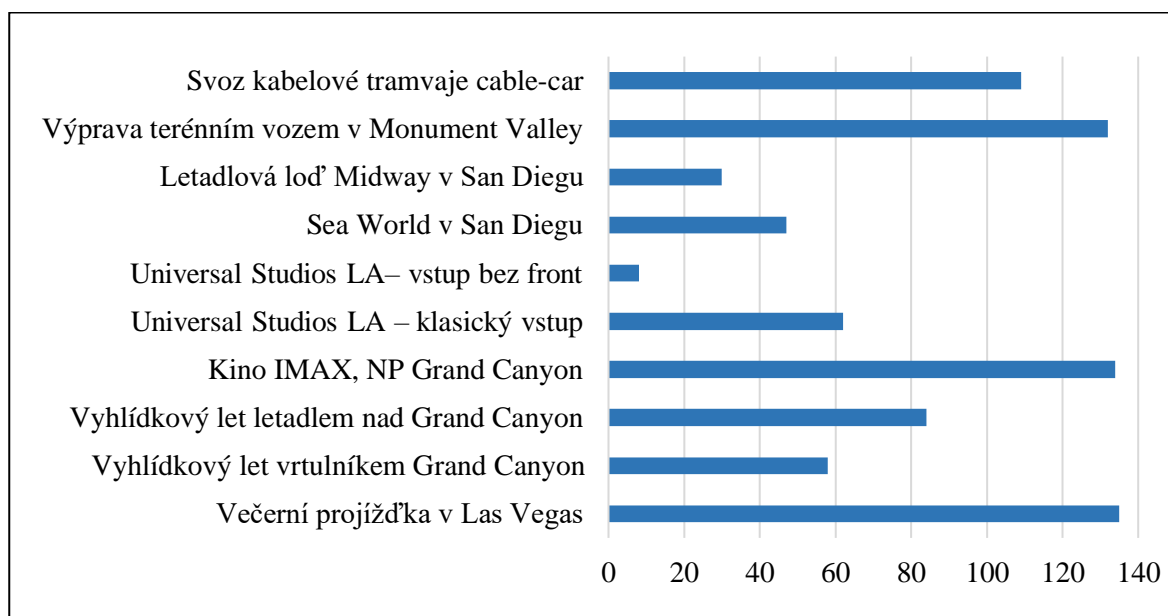
Průměrný výdaj na 1 zájezd: $1\,654\,954,3 / 14 = 118\,211$ Kč

Průměrné výdaje za všechny zájezdy: $118\,211 \times 24 = 2\,837\,064,5$ Kč

Průměrné výdaje na 1 cestujícího: $2\,837\,064,5 / 234 = 12\,124,2$ Kč

Průměrný celkový výdaj na jednotlivé výlety a vstupy mimo cenu zájezdu pro jednu osobu je 12 124,2 Kč. Názorné zobrazení návštěvnosti fakultativně hrazených vstupů na výlety či atrakce zobrazuje Graf 4.

Graf 4 Návštěvnost fakultativně hrazených atrakcí



Zdroj: Vlastní zpracování

4.2.7 Nákupy

Poslední kategorie výdajů potřebná pro výpočet ekonomického přínosu zájezdu zlatého okruhu českých turistů je nakupování. Do této kategorie spadají potraviny a jiné produkty zakoupené v supermarketu, suvenýry v obchodech a také nákupy v outletu, který je součástí programu zájezdu. Na základě odpovědí na otázku, kolik v průměru utratili dotazovaní v supermarketu za jeden nákup, nám vyplývají data uvedené v Tabulce 9. Součet všech průměrných výdajů je 2 784 USD a po jeho následným vydělením 138 respondenty vyplývá průměrný výdaj na jeden nákup 20,2 USD.

Tabulka 9 Průměrné výdaje na jeden nákup v supermarketu

Odpověď	Počet respondentů	Poměr	Průměrná hodnota (USD)	Výdaje (USD)
0 USD	0	0 %	0,0	0,0
1-20 USD	62	45 %	10,5	651,0
21-30 USD	58	42 %	25,5	1 479,0
31-40 USD	17	12 %	35,5	603,5
Jiné – konkrétní částka	1	1 %	50,5	50,5
Celkem	138	100 %	-	2 784,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Díky odpovědím, kolikrát cestující navštívili průměrně supermarket (viz Tabulka 10), je následně spočítán průměrný výdaj na 1 osobu. Celkové výdaje na 14 zájezdů vychází 10 308,9 USD, tedy 228 558 Kč.

Tabulka 10 Průměrný výdaj na 14 zájezdů za nákupy v supermarketu

Odpověď	Počet respondentů	Poměr	Průměrný počet návštěv	Výdaje cestujících (USD)
Méně než 3x	14	10 %	1,5	1 876,2
3x až 6x	73	53 %	4,5	5 265,4
7x až 10x	48	35 %	8,5	2 915,1
11x až 14x	3	2 %	12,5	252,2
Celkem	138	100 %	-	10 308,9

Zdroj: Vlastní zpracování

Průměrný výdaj na 1 zájezd: $228\,558 / 14 = 16\,325,6$ Kč

Průměrné výdaje za všechny zájezdy: $16\,325,6 \times 24 = 391\,813,6$ Kč

Průměrné výdaje na 1 cestujícího: $391\,813,6 / 234 = 1\,674,4$ Kč

Tabulka 11 Průměrné výdaje na 14 za nákupy v outletu

Odpověď	Počet respondentů	Poměr	Průměrná hodnota (USD)	Výdaje cestujících (USD)
0 USD	0	0 %	0,0	0,0
1-100 USD	15	11 %	50,5	757,5
101-200 USD	37	27 %	150,5	5 568,5
201-300 USD	82	59 %	250,5	20 541,0
Jiné – konkrétní částka	4	3 %	350,0	1 400,0
Celkem	138	100 %	-	28 267,0

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 11 zobrazuje údaje, kolik respondenti utráceli v outletu. Celkem za 14 zájezdů je částka 28 267 USD, konkrétně 626 707,7 Kč.

Průměrný výdaj na 1 zájezd: $626\,707,7 / 14 = 44\,764,8$ Kč

Průměrné výdaje za všechny zájezdy: $44\,764,8 \times 24 = 1\,074\,356$ Kč

Průměrné výdaje na 1 cestujícího: $1\,074\,356 / 234 = 8\,017,6$ Kč

Tabulka 12 Průměrné výdaje za suvenýry

Odpověď	Počet respondentů	Poměr	Průměrná hodnota (USD)	Výdaje cestujících (USD)
0 USD	0	0 %	0,0	0,0
1-30 USD	7	5 %	15,5	108,5
31-70 USD	59	43 %	50,5	2 979,5
71-100 USD	63	46 %	85,5	5 386,5
101–200 USD	6	4 %	150,5	903,0
Jiné – konkrétní částka	3	2 %	240,0	720,0
Celkem	138	100 %	-	9 377,5

Zdroj: Vlastní zpracování

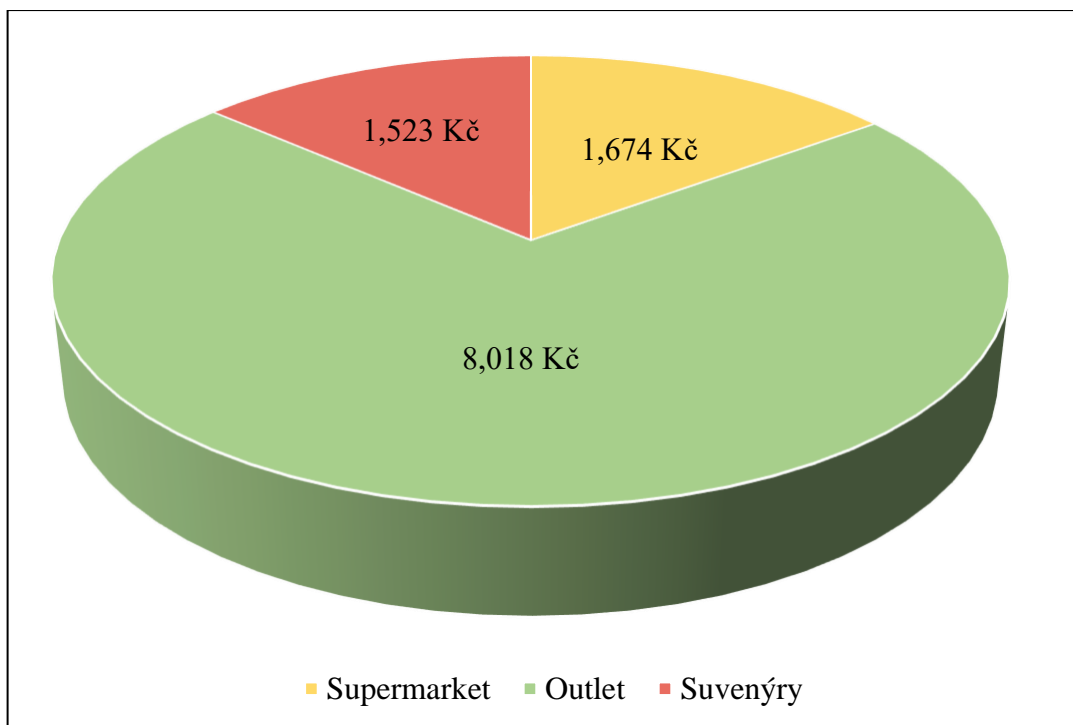
V Tabulce 12 jsou vyobrazeny hodnoty, které dotazovaní zaškrtili, případně doplnili konkrétní hodnotu, u otázky, kolik utratili za suvenýry (viz Příloha 8.1., otázka číslo 10). Suma hodnot výdajů je 9 377 USD neboli 207 908,6 Kč. Následně budou použity stejné výpočty jako u kategorií předešlých, pro výpočet průměrného výdaje na 1 cestujícího. Všechny tyto hodnoty v kategorii nákupu budou sečteny a tím bude zjištěn celkový průměrný výdaj na osobu.

Průměrný výdaj na 1 zájezd: $207\,908,6 / 14 = 14\,850,6$ Kč

Průměrné výdaje za všechny zájezdy: $14\,850,6 \times 24 = 356\,414,7$ Kč

Průměrné výdaje na 1 cestujícího: $356\,414,7 / 234 = 1\,523,1$ Kč

Graf 5 Konkrétní nákupní výdaje jednoho cestujícího



Zdroj: Vlastní zpracování

V Grafu 5 jsou graficky vyjádřeny jednotlivé výdajové podkategorie sekce nákupu. Nejvíce respondenti průměrně utratili v outletu, na jednoho cestujícího výdaje vychází na 8 017,6 Kč. V supermarketech, kde se předpokládají například nákupy svačín, jeden cestující v průměru utratil 1 674,4 Kč. V poslední kategorii, konkrétně nákupy za suvenýry, byl průměrný výdaj jednoho respondenta 1 523,1 Kč. Po jejich následném sečtení vyplývá průměrný celkový výdaj 11 215,1 Kč za nákupy během zájezdu pro jednoho cestujícího.

4.3 Ekonomický přínos

Ke stanovení ekonomického přínosu českých turistů dané cestovní kanceláře a jejich multiplikačního efektu je nezbytné kvantifikovat veškeré výdaje respondentů a určit hodnotu multiplikátoru produkce daných odvětví. Tímto multiplikátorem bude následně vynásobena útrata v jednotlivých sektorech. Do celkových výdajů dotazovaných jsou zahrnuty nejen přímé výdaje spojené se stravováním, ubytováním, dopravou, také ale nepřímé náklady na různé služby a zážitkové aktivity. Právě tyto efekty jsou uvedeny v Systematické input – output tabulce (SIOT).

4.3.1 Hodnota multiplikátoru

K zjištění ekonomického přínosu jsou potřebná odvětví maloobchod, doprava a skladování i umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby. Multiplikátor bude vypočítán metodou input-output. Informace o těchto výstupech a vstupech do konkrétních odvětví USA nabízí tabulka The Domestic Supply of Commodities by Industries – Sector, v překladu Domácí dodávky komodit podle odvětví – sektory, která je dostupná na stránkách statistického úřadu USA, konkrétně Bureau of Economic Analysis. Tabulka má strukturu odvětví x odvětví a je vyjádřena v běžných cenách pro rok 2022 (Příloha 8.2) a pro účely této bakalářské práce byla upravena, aby významné odvětví a data potřebná pro výpočet byla zvýrazněna pro usnadnění orientace.

Multiplikátor produkce bude vypočten pomocí vzorce:

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

Přímé efekty jsou umístěné v buňce, kde se protíná řádek daného odvětví se sloupcem “Total product supply (basic prices)“, v českém překladu to znamená celková nabídka produktů (základní ceny). V porovnání s českou SIOT tabulkou, tento sloupec nahrazuje řádek mezispotřeby v běžných cenách.

Nepřímé efekty se nacházejí v buňce, kde se protíná sloupec daného odvětví s celkovou nabídkou průmyslu, tedy řádkem s názvem “Total industry supply“. Následně budou spočítány jednotlivé multiplikátory ke konkrétním odvětvím. Hodnota multiplikátoru by měla být neměnná i při výpočtu ekonomického přínosu v CZK.

Maloobchod

V této části je klíčové zohlednit z tabulky (Příloha 8.2) řádek i sloupec 44RT Retail trade, přeloženo jako maloobchod.

Multiplikátor produkce: $(2\,281\,540 + 2\,404\,055) / 2\,281\,540 = 2,05$

Doprava a skladování

V rámci této položky je nutné z tabulky (Příloha 8.2) uvažovat řádek i sloupec 48TW Transportation and warehousing, v češtině doprava a skladování.

Multiplikátor produkce: $(1\,822\,317 + 1\,771\,549) / 1\,822\,317 = 1,97$

Umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby

Při výpočtu tohoto multiplikátoru je důležité brát v úvahu sloupec i řádek v tabulce (Příloha 8.2) 7 Arts, entertainment, recreation, accomodation, and food services, což v českém překladu znamená umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby.

Multiplikátor produkce: $(1\,982\,369 + 1\,832\,250) / 1\,982\,369 = 1,92$

Tabulka 13 Výpočet multiplikátoru dle Input-Output tabulky (v mil.)

	Přímé efekty v USD	Multiplikátor	Nepřímé efekty v USD	Celkové efekty s v USD	Celkové efekty v CZK
Maloobchod	2 281 540	2,05	2 404 055	4 685 595	103 884 327
Doprava a skladování	1 822 317	1,97	1 771 549	3 593 866	79 679 603
Umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby	1 982 369	1,92	1 832 250	3 814 619	84 573 918

Zdroj: Vlastní zpracování, výpočet multiplikátoru produkce na základě dat (39)

Přímé i nepřímé efekty byly vypočteny na základě údajů poskytnutých Úřadem pro ekonomickou analýzu USA. Hodnoty jednotlivých multiplikátorů jsou podstatné při výpočtu ekonomického přínosu specifické skupiny outgoingových turistů konkrétní cestovní kanceláře z České republiky pro ekonomiku Spojených států amerických.

4.3.2 Ekonomický přínos outgoingových turistů konkrétní cestovní kanceláře z České republiky pro ekonomiku USA

Při výpočtu, jakým je ekonomický přínos outgoingových turistů z konkrétní české cestovní kanceláře pro ekonomiku Spojených států, je nezbytné vycházet z dat získaných prostřednictvím dotazníkového průzkumu a hodnot uvedených v Příloze 7.2. Tímto způsobem lze vyčíslit celkový ekonomický přínos pro konkrétní turistickou skupinu.

Celkové výdaje

Jednotlivé kategorie výdajů musí být kvůli rozdělení odvětví a jejich multiplikátorů přerozděleny, kam zapadají. Jejich rozdělení je znázorněno v Tabulce 14. Na rozdíl od českých kategorizací je ubytování, stravování a sportovní, zábavní a rekreační činnost spojena. Do maloobchodu je zařazeno nakupování v supermarketu, outletu a nákupy suvenýrů, neboť se jedná o přímý koncový prodej zboží spotřebiteli.

Tabulka 14 Přehled celkových výdajů na osobu a jejich rozdělení do odvětví

Doprava a skladování	Doprava	1 705,03 Kč
Umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby	Ubytování	31 494,19 Kč
	Stravování	8 349,97 Kč
	Fakultativní vstupy	12 124,21 Kč
Maloobchod	Nákupy	11 215,14 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Pro získání celkového ekonomického přínosu je nutné vynásobit celkové průměrné výdaje jednoho cestujícího za jednotlivá odvětví a jejich následné vynásobení odpovídajícím multiplikaátorem. Tabulka 15 detailně zobrazuje výpočet ekonomického přínosu pro každé odvětví a pro celkovou sumu.

Pro konečný výsledek budou celkové efekty za všechna odvětví vynásobena číslem 234, tedy počtem všech českých outgoingových turistů konkrétní cestovní kanceláře zúčastněných zájezdů na americký západ – zlatý okruh, a to za období kalendářního roku.

Tabulka 15 Průměrné přímé, nepřímé a celkové efekty za jednoho cestujícího v Kč

	Přímé efekty	Multiplikátor	Nepřímé efekty	Celkové efekty
Maloobchod	11 215,14	2,05	22 991	34 206
Doprava a skladování	1 705,03	1,97	3 359	5 064
Umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby	51 968,37	1,92	99 779	151 748
Celkem	64 888,54	2,94	126 129	191 018

Zdroj: Vlastní zpracování

Český outgoingový turista měl největší přínos do odvětví umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby. Ekonomický přínos a multiplikační efekty byly vypočteny pomocí input-output analýzy. V Tabulce 16 jsou uvedeny celkové efekty do jednotlivých odvětví u všech cestujících.

Tabulka 16 Ekonomický přínos všech cestujících do odvětví v Kč

	Celkové efekty na jednoho cestujícího	Celkové efekty na všechny cestující
Maloobchod	34 206	8 004 245
Doprava a skladování	5 064	1 184 962
Umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby	151 748	35 508 948

Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě výsledků uvedených v Tabulce 17 lze konstatovat, že konkrétní skupina outgoingových českých turistů, přesněji zájezdů americký západ-zlatý okruh, přináší ekonomický přínos pro ekonomiku USA ve výši 44 698 155 Kč za jeden kalendářní rok. Tato částka zahrnuje přímé výdaje ve výši 15 183 918 Kč, které po zvýšení multiplikačním efektem dosáhly na částku 44 698 155 Kč. Nepřímé efekty byly vyčísleny na 29 514 237 Kč.

Tabulka 17 Celkový ekonomický přínos v Kč

	Přímé efekty	Multiplikátor	Nepřímé efekty	Celkové efekty
Přínos jednoho cestujícího	64 888,54	2,94	126 129	191 018
Přínos všech cestujících	15 183 918,36	2,94	29 514 237	44 698 155

Zdroj: Vlastní zpracování

5 Výsledky a diskuse

Cílem následující kapitoly bude interpretace a vysvětlení významu výsledků této bakalářské práce.

5.1 Výsledky

Specifická skupina outgoingových turistů konkrétní cestovní kanceláře z České republiky má za jeden kalendářní rok celkový ekonomický přínos pro ekonomiku Spojených států 44 698 155 Kč. Z toho je hodnota přímých efektů za všechny cestující 15 183 918 Kč a nepřímých efektů 29 514 237 Kč.

Tabulka 18 Ekonomický přínos všech cestujících za 1 rok v Kč

	Přímé efekty	Multiplikátor	Nepřímé efekty	Celkové efekty
Přínos všech cestujících	15 183 918	2,94	29 514 237	44 698 155

Zdroj: Vlastní zpracování

V Tabulce 19 jsou zobrazeny jednotlivé efekty jednoho cestujícího a jednoho plně obsazeného zájezdu. Hodnota multiplikátoru byla zajištěna vydělením celkového efektu efektem přímým. Průměrný ekonomický přínos na jednoho cestujícího je 191 018 Kč a na jeden plně obsazený zájezd 1 910 178 Kč.

Tabulka 19 Přehled celkových ekonomických přínosů v Kč

	Přímé efekty	Multiplikátor	Nepřímé efekty	Celkové efekty
Přínos jednoho cestujícího	64 888,54	2,94	126 129	191 018
Přínos jednoho zájezdu	648 885,40	2,94	1 261 292	1 910 178

Zdroj: Vlastní zpracování

Pro výpočet ekonomického přínosu je potřebná hodnota multiplikátoru, která byla vypočtena meziodvětvovou input-output analýzou pomocí vzorečku multiplikátoru produkce. Data potřebných výstupů a vstupů do konkrétních odvětví USA nabízí tabulka Domácí dodávky komodit podle odvětví – sektory (Příloha 8.2), která je dostupná na stránkách statistického úřadu USA Bureau of Economic Analysis.

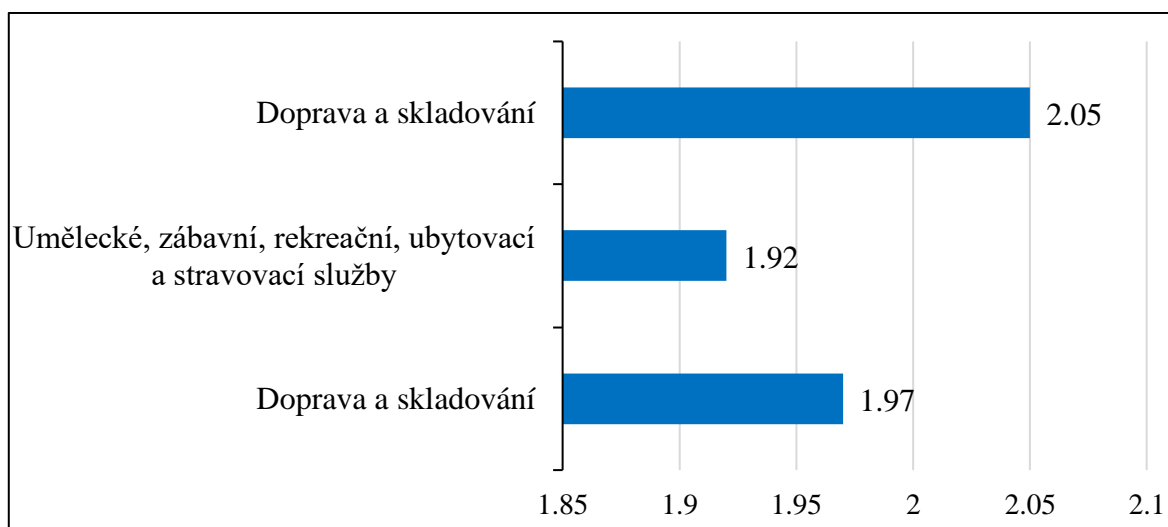
Tabulka 20 Přehled multiplikátoru jednotlivých rozřazených odvětví

		Multiplikátor
Doprava a skladování	Doprava	1,97
Umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby	Ubytování	1,92
	Stravování	
	Fakultativní vstupy	
Maloobchod	Nákupy	2,05

Zdroj: Vlastní zpracování

Ve spojených státech je ubytování, stravování a sportovní, zábavní a rekreační činnost spojena do jednoho odvětví, což se od kategorizace v České republice liší. Hodnoty jednotlivých multiplikátoru odvětví jsou uvedeny v Tabulce 20 a prezentovány v Grafu 6.

Graf 6 Hodnoty multiplikátorů daných odvětví



Zdroj: Vlastní zpracování

Pro určení ekonomického přínosu českých outgoingových turistů dané cestovní kanceláře v USA bylo provedeno průzkumové šetření formou dotazníku (Příloha 8.2) s cílem zajištění potřebných dat o předpokládaných výdajích během zájezdů do Spojených států.

Při porovnání všech jednotlivých kategorií přímých výdajů (viz Tabulka 21) lze vyvodit, že finančně nejnáročnější pro turisty je výrazně ubytování, dále s podstatným rozdílem fakultativní vstupy a výlety s následujícími nákupy a v neposlední řadě stravování. Doprava je tedy nejnižším výdajem. Celkové výdaje na osobu činí 64 888,54 Kč, na plně obsazený zájezd 648 885,40 Kč a na všechny cestující 15 183 918,36 Kč za 1 rok.

Tabulka 21 Průměrné přímé efekty cestujících podle výdajové kategorie v Kč

Výdajové kategorie	Výdaje na jednoho cestujícího	Výdaje cestujících na jeden plně obsazený zájezd	Výdaje na všechny cestující za 1 rok
Doprava	1 705	17 050	398 977
Ubytování	31 494	314 942	7 369 640
Stravování	8 350	83 500	1 953 893
Fakultativní vstupy	12 124	121 242	2 837 065
Nákupy	11 215	112 151	2 624 343
Celkem	64 889	648 885	15 183 918

Zdroj: Vlastní zpracování

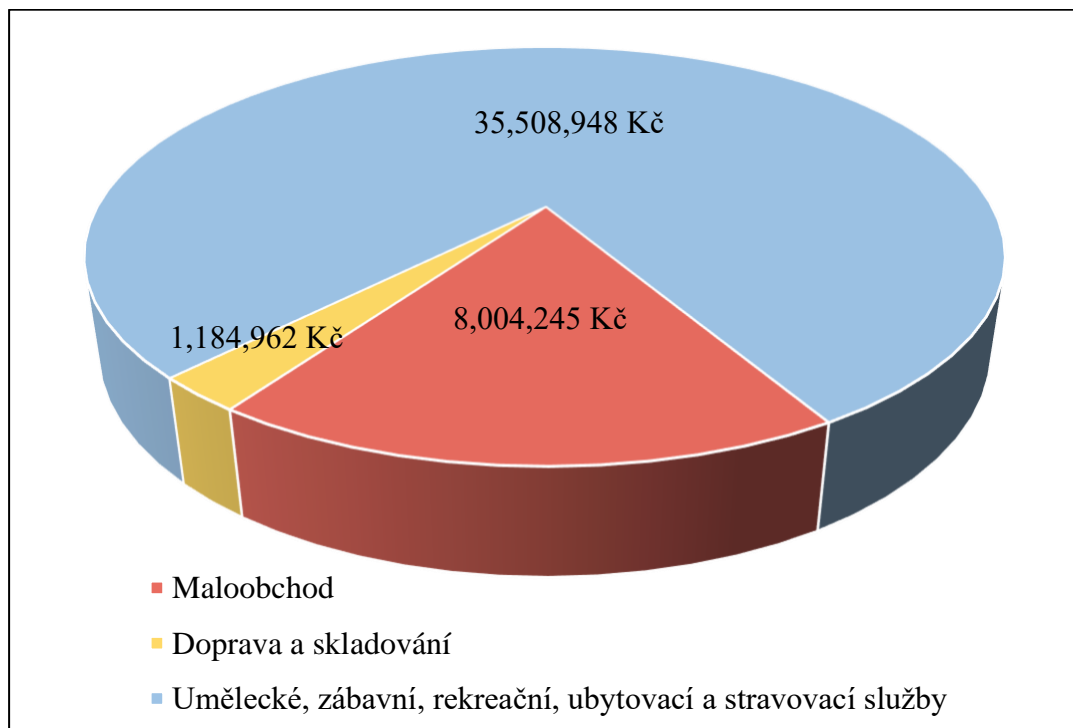
Celkové ekonomické přínosy pro konkrétní odvětví podle kategorizace USA jsou znázorněny v Tabulce 22 a následně vizualizovány v Grafu 7. Průměrné přímé výdaje na všechny cestující za jeden kalendářní rok, které byly uvedeny v Tabulce 21 jsou ilustrovány v Grafu 8.

Tabulka 22 Celkový ekonomický přínos všech cestujících za 1 rok v Kč

	Celkový přínos všech cestujících za 1 rok
Maloobchod	8 004 245
Doprava a skladování	1 184 962
Umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby	35 508 948
Celkem	44 698 155

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 7 Celkový ekonomický přínos všech cestujících pro konkrétní odvětví za 1 rok



Zdroj: Vlastní zpracování

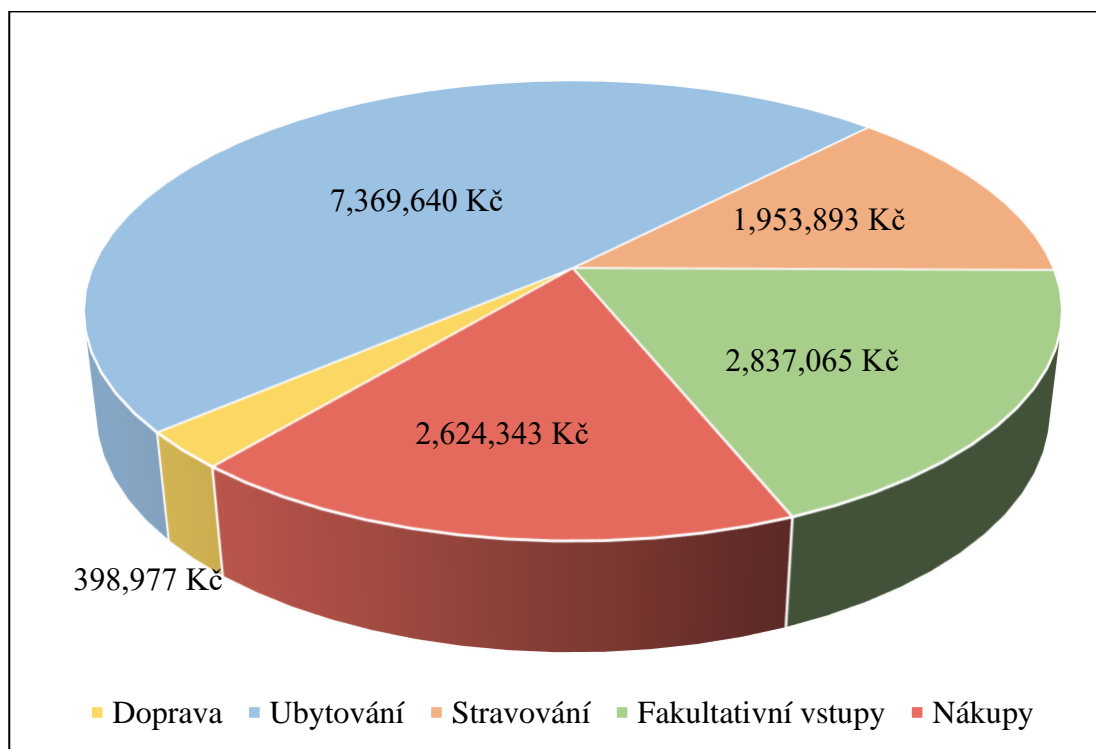
Za jeden kalendářní rok bylo uskutečněno 24 zájezdů amerického západu – zlatého okruhu, přičemž celkový počet cestujících byl 234.

Největší ekonomický přínos, konkrétně 35 508 947,85 Kč všech účastníků zájezdu byl do odvětví umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby. Do tohoto odvětví patří ubytování, stravování a fakultativní vstupy.

Nakupování v supermarketu, outletu a za suvenýry spadá do odvětví maloobchod. Celkový přínos všech cestujících za jeden rok je 8 004 245,42 Kč pro tamní ekonomiku.

Odvětví doprava a skladování, který zahrnoval dopravu automobilem, měli všichni cestující za 1 rok celkový přínos 1 184 961,75 Kč pro ekonomiku USA.

Graf 8 Průměrné přímé výdaje daných kategorií na všechny cestující za 1 rok



Zdroj: Vlastní zpracování

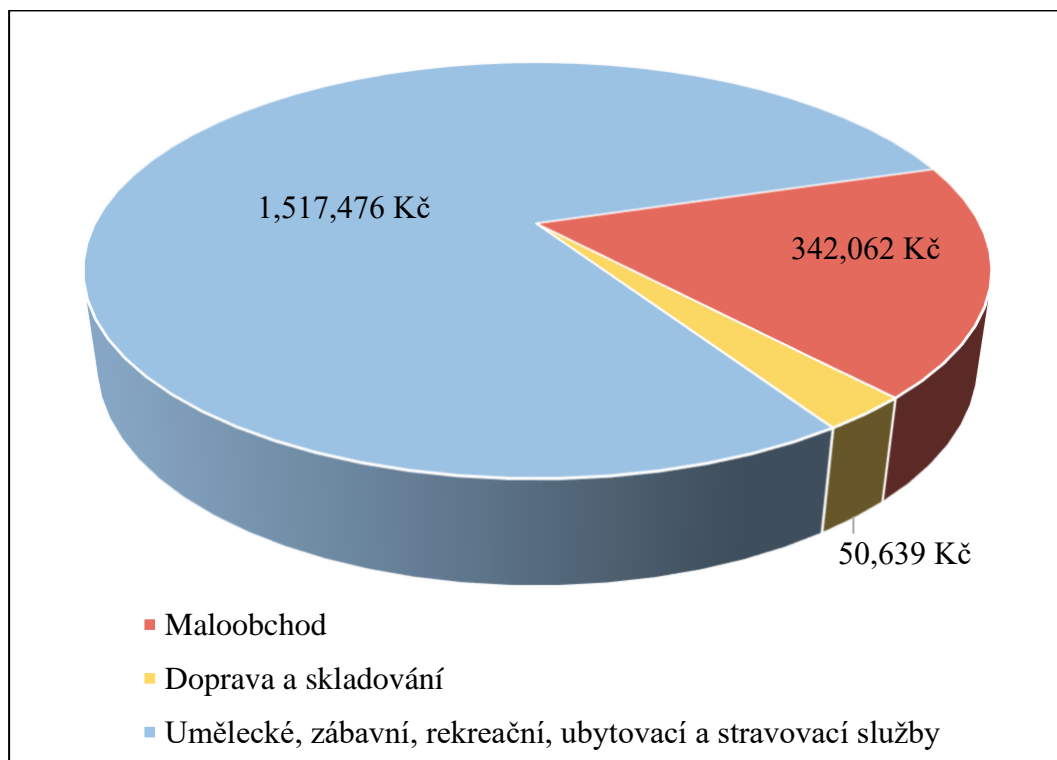
Maximální kapacita jednoho zájezdu je omezena na 10 cestujících. Celkové ekonomické přínosy jednoho plně obsazeného zájezdu do konkrétního odvětví jsou uvedeny v Tabulce 23, dále znázorněny v Grafu 9. Přímé průměrné výdaje na jeden plně obsazený zájezd, které jsou zaznamenány v Tabulce 21, jsou níže představeny v Grafu 10.

Tabulka 23 Celkový ekonomický přínos plně obsazeného zájezdu v Kč

	Celkový přínos jednoho plně obsazeného zájezdu
Maloobchod	342 062
Doprava a skladování	50 639
Umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby	1 517 476
Celkem	1 910 178

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 9 Celkový ekonomický přínos plně obsazeného zájezdu pro konkrétní odvětví



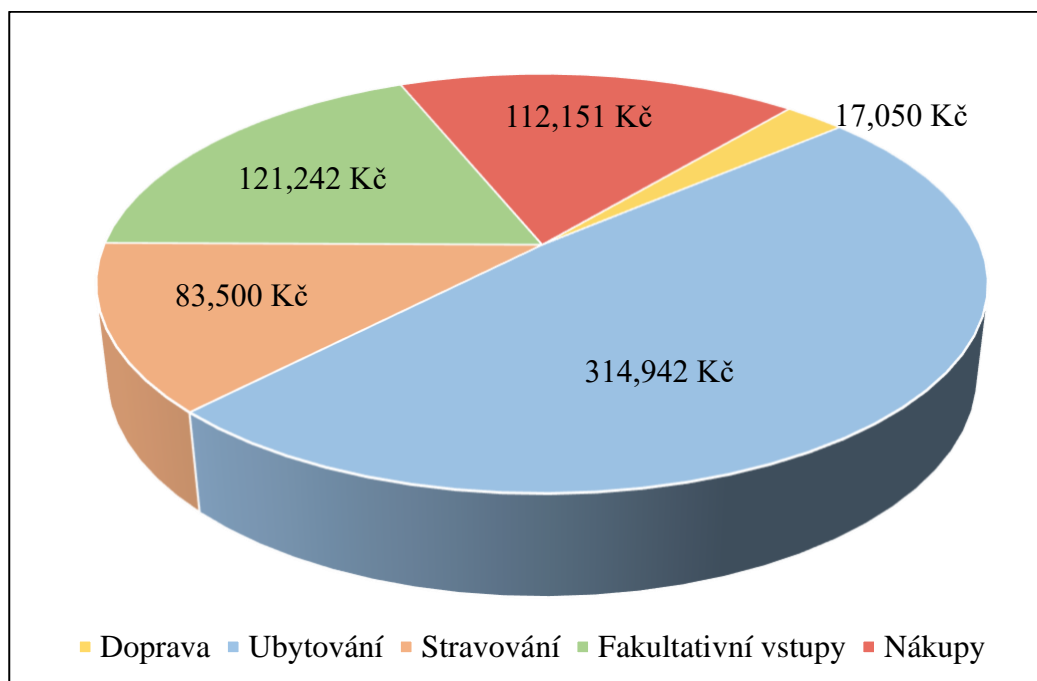
Zdroj: Vlastní zpracování

Jeden plně obsazený zájezd má největší přínos pro ekonomiku do odvětví do odvětví umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby. Jedná se o hodnotu 1 517 476,40 Kč.

Pro odvětví maloobchod má plně obsazený zájezd celkový průměrný ekonomický přínos 342 061,77 Kč. Jednotlivé kategorie nakupování a přímé výdaje jsou znázorněny v Grafu 10.

Nejnižší ekonomický přínos jednoho plně obsazeného zájezdu je do odvětví doprava a skladování. Celkový přínos dosahuje hodnoty 50 639, 39 Kč pro ekonomiku Spojených států amerických.

Graf 10 Průměrné výdaje daných kategorií na jeden plně obsazený zájezd



Zdroj: Vlastní zpracování

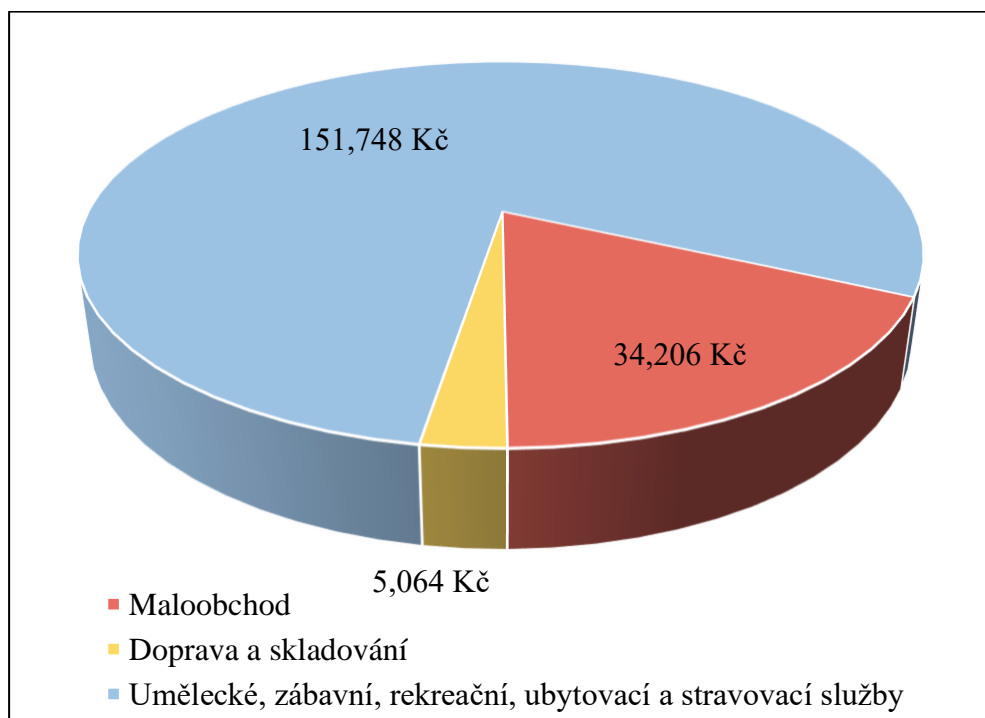
V Tabulce 24 je přehled jednotlivých odvětví zájmu a konkrétních hodnot celkového ekonomického přínosu na jednoho cestujícího. Největší ekonomický přínos je pro odvětví umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby, dále pro maloobchod a v poslední řadě pro odvětví doprava a skladování. Hodnoty jsou následně vizualizovány v Grafu 11.

Tabulka 24 Celkový ekonomický přínos jednoho cestujícího v Kč

	Celkový přínos jednoho cestujícího
Maloobchod	34 206
Doprava a skladování	5 064
Umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby	151 748
Celkem	191 018

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 11 Celkový ekonomický přínos jednoho cestujícího pro konkrétní odvětví



Zdroj: Vlastní zpracování

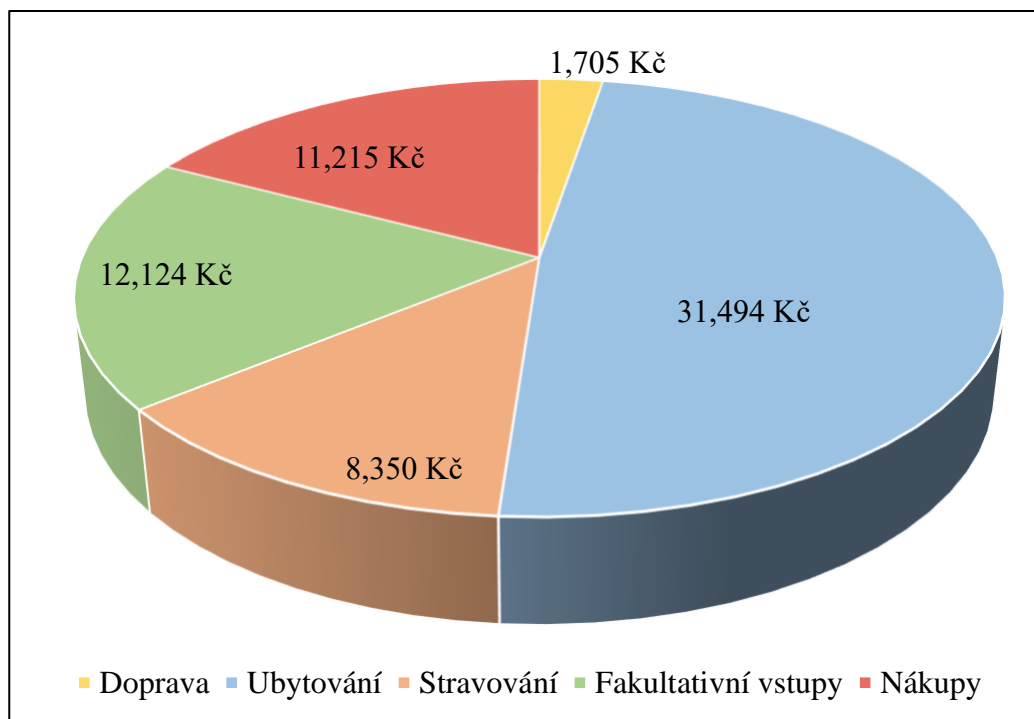
Pro odvětví umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby, které zahrnovalo ubytování, stravování a fakultativní vstupy má jeden cestující ekonomický přínos 151 747,64 Kč.

Jeden průměrný účastník zájezdu amerického západu – zlatého okruhu má přínos pro ekonomiku USA pro konkrétní odvětví maloobchod 34 206,18 Kč.

V odvětví doprava a skladování, kam spadala kategorie doprava, měl cestující celkový ekonomický přínos 5 063,94 Kč.

V následujícím Grafu 12 jsou znázorněny jednotlivé výdaje konkrétních výdajových kategorií a níže popsány průměrné přímé výdaje na jednoho cestujícího.

Graf 12 Průměrné výdaje daných kategorií na jednoho cestujícího



Zdroj: Vlastní zpracování

První výdajovou kategorií byla doprava. Tu bezpodmínečně zaplatil každý cestující. Je potřebnou položkou zájezdu a plnění jeho programu. Automobil cestovní kanceláře má přepravní kapacitu 10 osob, tedy i limitní počet turistů jednoho zájezdu. Díky spotřebě automobilu, průměrné ceny paliva v období uskutečňování zájezdů a průměrným kurzem

téhož období byl spočítán celkový výdaj na dopravu jednoho zájezdu a následně zjištěna hodnota 1 705,03 Kč na jednoho cestujícího.

Na základě odpovědí respondentů, jaké pokoje obývali a s kolika spolucestujícími, byl zjištěn průměrný výdaj 3 149,4 Kč jedné osoby na ubytování. Ceny pokojů se rozlišovaly podle velikostí postelí a pokud cestoval někdo sám, musel připlatit za další osobu ve dvojlůžkovém pokoji. Nejvíce z ubytovaných skupin bylo párů, který obsazovali klasický dvojlůžkový pokoj.

Kategorie výdajů na stravování vycházela z dat uvedených dotazovanými, konkrétně kolik průměrně utratili za oběd a večeři a jak často restaurace navštěvovali. Nejčastěji respondenti uvedli, že restaurace, ať už na oběd či večeři, navštěvovali v intervalu třikrát až šestkrát. Celkové výdaje jedné osoby na stravování vyšly díky těmto údajům a zprůměrovaných cen 8 349,97 Kč.

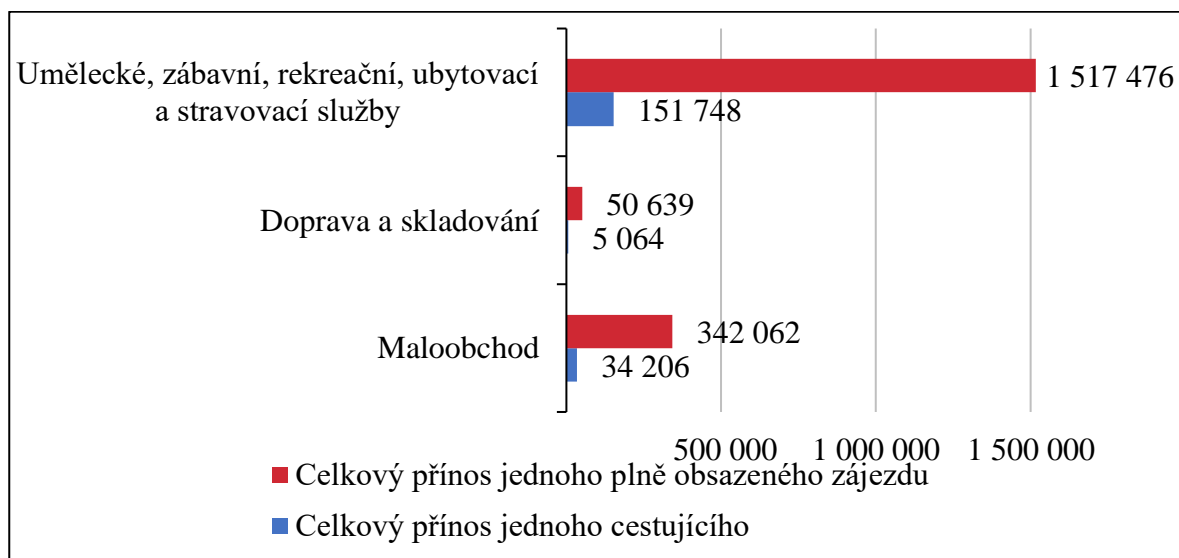
Výdaje spojené s rekreačními, zábavními aktivitami a výlety byly další výdajovou kategorií, kam patřily veškeré vstupy a platby spojené s návštěvou těchto turistických atrakcí. Průměrný výdaj jednoho cestujícího je 12 124,21 Kč. Nejnavštěvovanějšími fakultativními vstupy mimo program zájezdu byla večerní projížďka v Las Vegas, Kino IMAX v národním parku Grand Canyon a výprava terénním vozem v Monument Valley.

Poslední skupinou výdajů byly nákupy, které spadají do odvětví maloobchod. Tato skupina zahrnovala nákupy v supermarketu, outletu a za suvenýry. Odpovědi cestujících udávají, že turista průměrně utratí 11 215,14 Kč za nákupy, nejvíce konkrétně v outletu.

Po vynásobení celkového průměrného výdaje všech účastníků zájezdů za jednotlivá odvětví a odpovídajícím multiplikačním faktorem byly získány nepřímé efekty. Sečtením přímých a nepřímých efektů byl vyčíslen celkový efekt jednotlivých odvětví. Tabulka 25 detailně zobrazuje dílčí hodnoty výpočtu ekonomického přínosu pro každé odvětví a jejich celkovou sumu.

Srovnání ekonomických přínosů v Kč do jednotlivých odvětví za jednoho cestujícího a jednoho plně obsazeného zájezdu je vyobrazeno v Grafu 13.

Graf 13 Srovnání ekonomického přínosu jednoho cestujícího a jednoho zájezdu v Kč



Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 25 Roční průměrné přímé, nepřímé a celkové efekty za všechny cestující

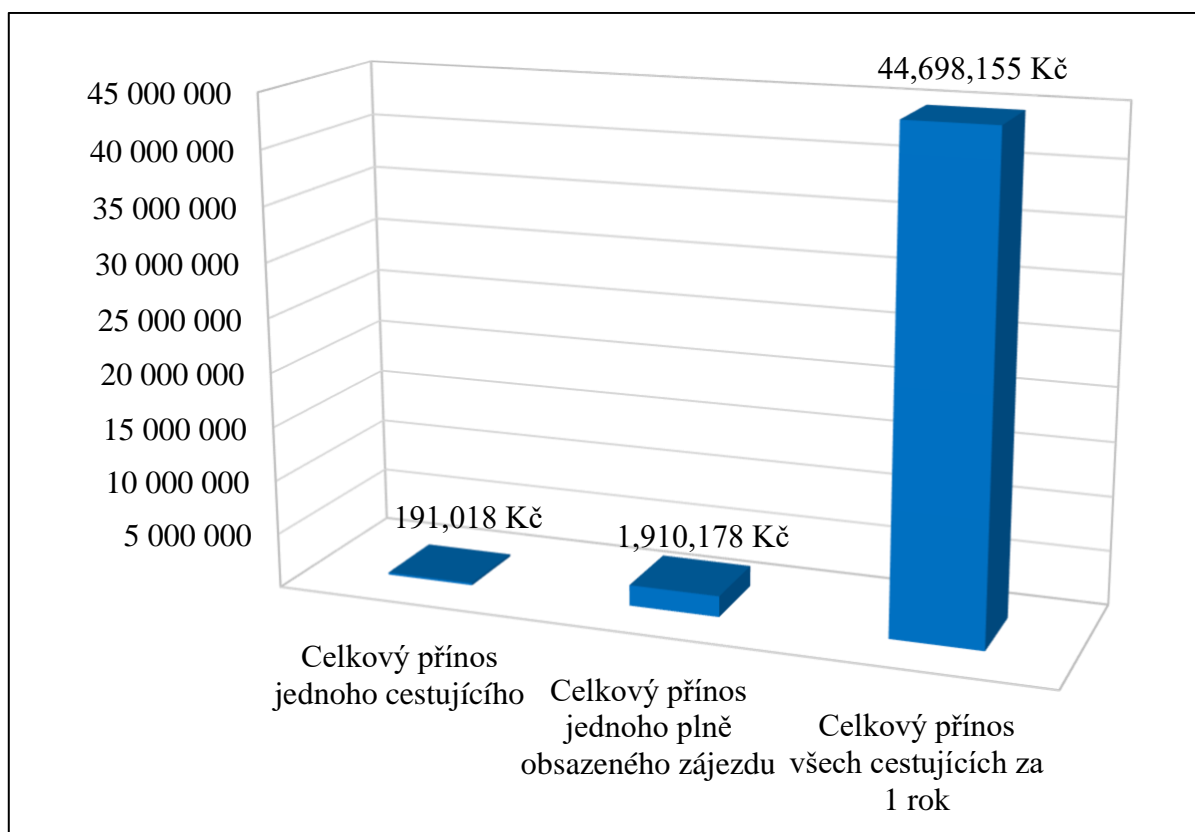
	Přímé efekty v Kč	Multiplikátor	Nepřímé efekty v Kč	Celkové efekty v Kč
Maloobchod	2 624 343	2,05	5 379 903	8 004 245
Doprava a skladování	398 977	1,97	785 985	1 184 962
Umělecké, zábavní, rekreační, ubytovací a stravovací služby	12 160 599	1,92	23 348 349	35 508 948
Celkem	15 183 918	2,94	29 514 237	44 698 155

Zdroj: Vlastní zpracování

V Tabulce 25 jsou zaznamenány přímé, nepřímé efekty a celkové efekty za všechny cestující za období jednoho kalendářního roku pro ekonomiku Spojených států amerických a jejich konkrétní hodnoty za daná odvětví.

V následujícím Grafu 14 jsou ilustrovány průměrné jednotlivé ekonomické přínosy za jednoho cestujícího, za jeden plně obsazený zájezd a celkový ekonomický přínos za jeden kalendářní rok za všechny cestující.

Graf 14 Průměrné celkové ekonomické přínosy



Zdroj: Vlastní zpracování

5.2 Diskuse

Blahuna a Rumiantseva na základě jejich analýzy dat Světové organizace cestovního ruchu OSN uvádí, že mezinárodní turismus mezi lety 2020 a 2021 v důsledku pandemie COVID-19 utrpěl značné ztráty. Velkým poklesem o 73 % zahraničních turistů na 1,1 miliardy osob bylo zapříčiněno snížení příjmů z mezinárodního cestovního ruchu o 63 % na 1,1 bilionů USD. Konkrétně přímý příspěvek turismu ke světovému HDP se snížil o 2 000 miliard USD. Z těchto dat vyplývá, že ekonomický přínos cestovního ruchu USA byl v posledních letech globálními vlivy vážně ovlivněn. (41)

Webová platforma Statista.com, poskytující statistická data a informace z oblastí ekonomiky, průmyslu, marketingu, technologie a mnoho dalších, nabízí data o podílu cestovního ruchu na HDP Spojených států. Informace potvrzují tvrzení, že i přes obnovení některých cestovních aktivit se sektor stále zotavuje z dopadů pandemie. V roce 2022 hodnota HDP turismu klesla oproti roku 2019. (43)

Lze říct, že ekonomický přínos českých turistů přibližně 2 miliony USD, i přesto že se jedná o menší turistické výdaje, tak v období procesu obnovy, tedy roku 2023, je vítán. Během zotavování z dopadů pandemie COVID-19 na cestovním ruchu tento přínos napomáhá k stabilizaci zdroje pro lokální podniky a tím místní ekonomiku.

Za American Journals Publishing Center přináší Gibson a Wolford tvrzení, že má cestovní ruch spolu s pohostinstvím pro ekonomiku USA klíčový význam, kdy vytváří poptávku a tím podporuje růst a rozvoj ostatních odvětví. Díky turismu je poskytováno mnoho pracovních příležitostí. (42)

I přes to, že ekonomický přínos českých turistů do USA je na poměr velikosti americké ekonomiky zdánlivě zanedbatelný, pořád je to zdroj příjmu, který přispívá k ekonomickému růstu, podporuje zaměstnanost a obchodní vztahy mezi zeměmi. Je důležité zdůraznit, že tento ekonomický přínos českých turistů pro západ USA není jediným přínosem českých outgoingových turistů. Navštěvují ho během roku i jiné cestovní

kanceláře anebo také jednotlivci, kteří sami organizují svou cestu. I vybrané konkrétní cestovní kanceláře je více druhů zájezdu do USA. To znamená, že ekonomický přínos je mnohem větší.

Elektronický článek od autorů Korstanje a George "Tourism Analysis" publikovaný v roce 2017 tvrdí, že existuje dlouhodobý významný vztah mezi cestovním ruchem a ekonomickým růstem ve Spojených státech amerických. Z krátkodobého hlediska se zdá, že turismus je jednostranně ovlivňován ekonomickým růstem, ale dlouhodobě je to opačně. V článku se objevuje návrh, aby vláda podporovala cestovní ruch, což bude mít pozitivní dopad na ekonomiku USA. (44)

Tento článek potvrzuje, i z dob před vypuknutím pandemie COVID-19, důležitost cestovního ruchu pro ekonomiku Spojených států. Vzhledem k doporučením autorů, že vláda by aktivně měla podporovat turismus a jeho rozvoj v souvislosti s rozvojem ekonomiky, lze považovat přínos českých turistů jako již zmiňovanou součást posílení a prosperity turistického průmyslu.

6 Závěr

Celkový ekonomický přínos specifické skupiny outgoingových turistů konkrétní cestovní kanceláře z České republiky pro ekonomiku USA za jeden kalendářní rok dosahuje hodnoty 44 698 155 Kč. Hodnota přímých efektů za všechny cestující je 15 183 918 Kč. Nepřímé efekty byly vyčísleny na 29 514 237 Kč.

Průměrný celkový ekonomický přínos jednoho plně obsazeného zájezdu činí 1 910 178 Kč. Přímé efekty představují částku 648 845 Kč a po vynásobení multiplifikátorem jsou nepřímé efekty 1 261 292 Kč.

Jeden průměrný cestující má celkový ekonomický přínos pro USA ve výši 191 018 Kč, přičemž přímé efekty dosahují hodnoty 64 889 Kč a nepřímé 126 129 Kč.

Pro výpočet ekonomického přínosu bylo nutné zajistit hodnoty multiplifikátorů jednotlivých odvětví. Multiplifikátor odvětví Doprava a skladování má hodnotu 1,97, zatímco multiplifikátor odvětví Umělecké, zábavní, rekreační a stravovací služby 1,92 a multiplifikátor odvětví maloobchod 2,05. Po vynásobení jednotlivých výdajů konkrétním multiplifikátorem odvětví, ke kterému jsou vázány, bylo dosaženo výsledku ekonomického přínosu.

Ekonomie je vědní obor, který zkoumá vztahy mezi lidmi během procesu výroby statků a služeb, jejich distribuce a konečné spotřeby. Tento obor je zaměřen na rozhodování jednotlivců a skupin, jejich chování na trhu a vliv ekonomických faktorů na celkovou ekonomiku. Ekonomie se dále dělí na mikroekonomii a makroekonomii.

Makroekonomie je jedno z odvětví ekonomie zabývající se studii celkových ekonomických jevů, a to na úrovni státu. Studuje vzájemné vztahy a jevy jako např. inflace, nezaměstnanost a platební bilance. Jedním z důležitých makroekonomických ukazatelů je hrubý domácí produkt. Ten představuje celkovou hodnotu všech statků a služeb vyprodukovaných za konkrétní období, obvykle za rok nebo čtvrtletí, na území dané země.

Cestovní ruch je ekonomická činnost spojená s cestováním a pobytem mimo místo trvalého bydliště za účelem rekreace, poznávání nových míst, sportu, zážitkové aktivity či odpočinku. Turismus je konkrétní forma cestovního ruchu, která je zaměřena na aktivity a služby s cestováním spojené. Skrze přínosů turistických aktivit jako je ubytování, stravování i doprava přispívá cestovní ruch značně do ekonomiky státu a je významným zaměstnavatelem.

Multiplikací je v ekonomii označován proces, kdy změna v konkrétní ekonomické proměnné vyvolá následně změny v jiných ekonomických proměnných. Turismem je způsoben multiplikační efekt, tedy že původní investice vyvolá užitek i v jiných odvětvích a vzniká větší ekonomický dopad.

7 Seznam použitých zdrojů

1. **BRČÁK, Josef, a další.** *Mikroekonomie: teorie a aplikace*. Plzeň : Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2020. ISBN 978-80-7380-818-1.
2. **BRČÁK, Josef a SEKERKA, Bohuslav.** *Makroekonomie*. Plzeň : Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2010. ISBN 978-80-7380-245.
3. **BRČÁK, Josef, SEKERKA, Bohuslav a STARÁ, Dana.** *Makroekonomie - teorie a praxe*. Plzeň : Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2014. ISBN 978-80-7380-492-3.
4. **SAMUELSON, Paul Anthony a NORDHAUS, Wiliam D.** *Ekonomie 19. vydání* . Praha : NS Svoboda, 2013. ISBN 978-80-205-0629-0.
5. **KEYNES, John Maynard.** *The General Theory of Employment, Interest and Money*. místo neznámé : Wordsworth Editions Ltd, 2017. ISBN: 978-18-402-2747-5.
6. **RAABOVÁ, Tereza.** *KULTURO, MULTIPLIKUJ!* [Online]. A2 kulturní čtrnáctideník, 2007. [Citace: 30. 7 2023.] Dostupné z: <<https://www.advojka.cz/archiv/2007/40/kulturo-multiplikuj>>.
7. **RAABOVÁ, Tereza.** *Multiplikační efekty v české ekonomice*. [Online]. Institut umění, 2010. [Citace: 28. 7 2023.] Dostupné z: <https://is.muni.cz/el/1456/podzim2013/MPV_EKKU/um/Raabova_multiplikaeni-efekty-2010.pdf>.
8. **HOLMAN, Robert.** *Ekonomie*. Praha : C.H.Beck, 1999. ISBN 80-7179-255-1.
9. **Česká národní banka.** *Hrubý domácí produkt*. [Online]. [Citace: 14. 7 2023.] Dostupné z: <https://www.cnb.cz/docs/ARADY/MET_LIST/hdp_cs.pdf>.
10. **MÁČE, Miroslav.** *Makroekonomie v kostce*. Praha : Grada , 2007. ISBN 978-80-247-1841-5.
11. **Moneta.cz.** *Nezaměstnanost*. [Online]. [Citace: 16. 7 2023.] Dostupné z: <<https://www.moneta.cz/slovník-pojmu/detail/nezamestnanost>>.
12. **PLCHOVÁ, Božena.** *Zahraniční ekonomické vztahy České republiky*. Praha : Oeconomica, 2003. ISBN 80-245-0608-4.
13. **NEUMANN, Pavel, ŽAMBERSKÝ, Pavel a JIRÁNKOVÁ, Martina.** *Mezinárodní ekonomie*. Praha : Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3276-3.
14. **Český statistický úřad.** *Základní pojmy a definice*. [Online]. [Citace: 1. 8 2023.] Dostupné z: <<https://www.czso.cz/documents/10180/20557193/921108m.pdf/b6571837-6a2e-4138-912c-59da6de43de4?version=1.0>>.
15. **PALATKOVÁ, Monika.** *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha : GRADA, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.

16. **Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.** *Porozumění cestovnímu ruchu: základní glosář.* mmr.cz. [Online]. 2008. [Citace: 30. 7 2023.] Dostupné z: <<https://www.mmr.cz/setmedia/17e09ec7-5bd6-463e-9ebd-ed72aea946fe/Zakladni-glosar>>.
17. **Studentske.cz.** *Rozdělení cestovního ruchu.* [Online]. [Citace: 3. 8 2023.] Dostupné z: <<https://zemepis-maturita.studentske.cz/2008/08/3-rozdlen-cestovno-ruchu.html>>.
18. **VOTOUPALOVÁ, Alena.** *Speciální druhy cestovního ruchu.* [Online]. Inovace VOV, portál inovace vyššího odborného vzdělání, 2019. [Citace: 30. 7 2023.] Dostupné z: <<https://www.vovcr.cz/odz/ekon/444/page03.html>>.
19. **GALVASOVÁ, Iva.** *Průmysl cestovního ruchu.* Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. ISBN 978-80-87147-06-1.
20. **INDROVÁ, Jarmila, a další.** *Cestovní ruch pro všechny.* Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. ISBN 978-80-7399-407-05.
21. **RYGLOVÁ, Kateřina, BURIAN, Michal a VAJČNEROVÁ, Ida.** *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi.* Praha : Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
22. **HORNER, Susan a SWARBROOKE, John.** *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb.* Praha : Grada, 2003. ISBN 80-247-0202-9.
23. **BERÁNEK, Jaromír.** *Ekonomika cestovního ruchu.* Praha : Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.
24. **PÁSKOVÁ, Martina.** *Udržitelnost cestovního ruchu.* Hradec Králové : Gaudeamus, 2014. Sv. 3. vyd., přeprac. ISBN 978-80-7435-329-1.
25. **European Academics Science Advosry Council.** *Decarbonisation of transport: options and challenges.* EASAC policy report 37, 2019. ISBN 978-3-8047-3977-2
26. **PÁSKOVÁ, Martina.** *Vlivy cestovního ruchu na přírodní i lidmi vytvořené prostředí a jejich časoprostorové souvislosti.* UK Praha : Přírodovědecká fakulta, 2003. Sv. Disertační práce.
27. **PALATKOVÁ, Monika a ZICHOVÁ, Jitka.** *Ekonomika turismu: turismus České republiky.* Praha : Grada, 2014. Sv. 2., aktualiz. a rozš. vyd. ISBN 978-80-247- 3643-3.
28. **BAKOS, Tomáš.** *Východiska hodnocení ekonomického dopadu cestovního ruchu.* Jihlava : Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2011. ISBN 978-80-87035-44-3.
29. **Ministerstvo zahraničních věcí České republiky.** *USA - cestování.* [Online]. [Citace: 16. Říjen 2023.] Dostupné z: <https://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/severni_amerika/usa/cestovani/index.html>.

30. **Velvyslanectví USA v České republice. Vládní systém** [Online]. [Citace: 10. 9 2023.] Dostupné z: <<https://cz.usembassy.gov/cs/our-relationship-cs/politika-historie/vladni-system/>>.
31. **United States Census Bureau, Světová banka. Census.** [Online]. [Citace: 10. 9 2023.] Dostupné z: <<https://www.census.gov>>.
32. **BusinessINFO.cz. Spojené státy americké.** [Online]. 2023. Července 13. [Citace: 1. 10 2023.] Dostupné z: <<https://www.businessinfo.cz/navody/spojene-staty-americke-souhrnna-teritorialni-informace/2/>>.
33. **The Bureau of Economic Analysis. Gross Domestic Product.** [Online]. [Citace: 15. Říjen 2023.] Dostupné z: <<https://www.bea.gov/data/gdp/gross-domestic-product>>.
34. **Velvyslanectví České republiky ve Washingtonu. Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. Souhrnná teritoriální informace: Spojené státy americké.** [Online]. 24. Květen 2022. [Citace: 15. Říjen 2023.] Dostupné z: <<http://publiccontent.sinpro.cz/PublicFiles/2022/05/24/spojene%20staty%20americke-souhrnna-teritorialni-informace-2022-151334426.pdf>>.
35. **KLVÁČOVÁ, Eva. Světová ekonomická krize: příčiny, projevy, perspektivy.** Praha : Professional Publishing, 2009. ISBN: 978-80-7431-012-6.
36. **BAKER, David. The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry.** Nashville : International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, 2014. Sv. Vol. 2: Issue 1 Tourism and Terorism. ISSN: 2009-7379.
37. **U.S. Energy Information Administration. Petroleum & other liquids. EIA.** [Online]. U.S. Department of Energy, 20. 11 2023. [Citace: 27. 11 2023.] Dostupné z: <https://www.eia.gov/dnav/pet/hist/LeafHandler.ashx?n=PET&s=EMM_EPM0_PTE_SC_A_DPG&f=M>.
38. **Česká národní banka. Kurzy devizového trhu - měsíční průměry.** [Online]. [Citace: 2023. 11 27.] Dostupné z: <<https://www.cnb.cz/cs/>>.
39. **Analysis, The Bureau of Economic. Input-Output.** [Online]. [Citace: 10. 12 2023.] Dostupné z:<<https://www.bea.gov/itable/input-output>>.
40. **Český statistický úřad. Cestovní ruch - časové řady.** [Online]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cru_cr>.
41. **BLAHUN, Ivan a RUMIANTSEVA, Iryna. Trends in tourist flows during the pandemic.** [Online]. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences. 2022, roč. 312, č. 6 (1), s. 115-123. [cit. 2024-01-30] ISSN 23075740. Dostupné z: <[https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(1\)-17](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(1)-17)>.

42. **GIBSON, Sandra a WOLFORD, Steve.** *The Positive and Negative Effects of Market Competition Pressure on the Development of Tourism and the Future Development of Tourism Industry In USA.* American Journals Publishing Center -Publish Article In the United States. 2019. [cit. 2024-01-29].

43. **Statista.** *Total contribution of travel and tourism to the gross domestic product (GDP) in the United States in 2019 and 2022.* [Online]. 2024-01-30. [cit. 2024-01-30]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/292518/contribution-of-travel-and-tourism-to-gdp-in-us-time-series/>

44. **KORSTANJE, Maximiliano E. a GEORGE, Babu P.** *Tourism Analysis.* [Online]. The Construction of a Security Coefficient for Tourist Destinations Based on Travel Insurance Purchase Behavior. 2017, roč. 22, č. 4, s. 563-568. ISSN 1083-5423. [cit. 2024-02-01]. Dostupné z: <https://doi.org/10.3727/108354217X15023805452158>

8 Přílohy

8.1 Příloha Dotazník

Ekonomický přínos specifické skupiny outgoingových turistů konkrétní cestovní kanceláře z České republiky pro ekonomiku USA

Dobrý den,

děkuji, že jste si našli čas na vyplnění tohoto dotazníku. Dotazník je součástí mé bakalářské práce. Vaše odpovědi budou sloužit pro průzkum ekonomického přínosu českých turistů v USA. Studie zjišťuje výdaje ročních zájezdů do Spojených států a vliv na místní ekonomiku. Prosím o pravdivé odpovědi pro zajištění, co nejpřesnějšího výsledku. Vaše údaje jsou důležité, zůstanou anonymní a budou zpracovávány výhradně pro účely této studie.

Doba trvání dotazníku: Očekávaný čas trvání dotazníku je 10-15 minut.

- 1) V kterém období v roce jste se rozhodli cestovat do USA?
 - a) 1.3. - 15.6.
 - b) 16.6. - 31.8.
 - c) 1.9. - 30.11.

- 2) S kým cestujete?
 - a) S rodinou
 - b) S přítelem/přítečkyní
 - c) S přáteli
 - d) Sami

- 3) Počet spolucestujících?
 - a) 0
 - b) 1
 - c) 2
 - d) 3
 - e) Více než 3

- 4) Jak jste ubytováni?
 - a) Se spolucestujícími ve dvojlůžkovém pokoji
 - b) Sám/sama ve dvojlůžkovém pokoji
 - c) S více spolucestujícími (3-4 osoby) v pokoji s dvěma lůžky (Queen nebo King size bed)

- 5) Kolikrát jste za Váš pobyt byli na obědě v restauraci?
- a) Méně než 3x
 - b) 3x až 6x
 - c) 7x až 10x
 - d) 11x až 13x
 - e) Každý den
- 6) Kolik v průměru jste utratili za oběd pro jednu osobu?
- a) 0 USD
 - b) 1-25 USD
 - c) 26-50 USD
 - d) 50-75 USD
 - e) Jiné – konkrétní částka: _____ USD
- 7) Kolikrát jste za Váš pobyt byli na večeři v restauraci?
- a) Méně než 3x
 - b) 3x až 6x
 - c) 7x až 10x
 - d) 11x až 14x
- 8) Kolik v průměru jste utratili za večeři pro jednu osobu?
- a) 0 USD
 - b) 1-30 USD
 - c) 31-50 USD
 - d) 51-70 USD
 - e) Jiné – konkrétní částka: _____ USD
- 9) Kolik jste přibližně utratili za nákupy v outletu?
- a) 0 USD
 - b) 1-100 USD
 - c) 101-200 USD
 - d) 201-300 USD
 - e) Jiné – konkrétní částka: _____ USD
- 10) Kolik jste přibližně utratili za suvenýry?
- a) 0
 - b) 1-30 USD
 - c) 31-70 USD
 - d) 71-100 USD
 - e) 101-200 USD
 - f) Jiné – konkrétní částka: _____ USD
- 11) Kolikrát jste byli nakoupit v supermarketu?
- a) 0
 - b) Méně než 3x
 - c) 3x až 6x
 - d) 7x až 10x
 - e) 11x až 14x
 - f) Více než 14x

12) Kolik jste průměrně utratili za jeden nákup potravin v supermarketu?

- a) 0 USD
- b) 1-20 USD
- c) 21-30 USD
- d) 31-40 USD
- e) Jiné – konkrétní částka: _____ USD

13) Které atrakce jste během svého pobytu v USA navštívili? (Můžete označit více možností)

- a) Večerní projížďka v Las Vegas
- b) Vyhlídkový let vrtulníkem Grand Canyon
- c) Vyhlídkový let letadlem nad Grand Canyon
- d) Kino IMAX, NP Grand Canyon
- e) Universal Studios Los Angeles – klasický vstup
- f) Universal Studios Los Angeles – vstup bez front
- g) Sea World v San Diegu
- h) Letadlová loď Midway v San Diegu
- i) Výprava terénním vozem v indiánské rezervaci Monument Valley
- j) Svoz kabelové tramvaje cable-car

Konec dotazníku

Děkuji za Váš čas. Vaše odpovědi jsou pro mě velmi cenné a pomohou mi lépe vyhodnotit ekonomický přínos cestujících do USA. Pokud Vás napadají další informace, které byste rádi poskytli a mohli by být užitečné pro výsledek mé práce, můžete mě kontaktovat na mém e-mailu halamova.johana@icloud.com.

Přeji příjemný zbytek dne!

8.2 Příloha SIOT tabulka odvětví x odvětví – vybrané sektory

The Domestic Supply of Commodities by Industries - Sector
2022, (Millions of dollars)
Bureau of Economic Analysis

Commodities/Industries	11	21	22	23	31G	42	44RT	48TW	51	FIRE	PROF	6	7	81	G	T007	MCIF	MADJ	T013	Trade	Trans	T014	MDTY	T0P	SUB	T015	T016
Name	Agriculture, forestry, fishing, and hunting	Mining	Utilities	Construction	Manufacturing	Wholesale trade	Retail trade	Transportation and warehousing	Information	Finance, insurance, real estate, rental, and leasing	Professional and business services	Educational services, health care, and social assistance	Arts, entertainment, recreation, accommodation, and food services	Other services, except government	Government	Total Commodity Output	Imports	CIF/FOB Adjustments on Imports	Total product supply (basic prices)	Trade margins	Transport margins	Total trade and transportation margins	Import duties	Tax on products	Subsidies on products	Total tax less subsidies on products	Total product supply (purchaser prices)
11 Agriculture, forestry, fishing, and hunting	641691	—	—	—	—	95	274	1430	—	—	—	—	—	—	5663	649153	82128	—	731281	206120	92577	298697	381	12976	-13234	123	1030101
21 Mining	—	740119	140	—	746	—	—	—	—	—	335	—	—	—	836	742176	228268	—	970444	39247	104550	143797	152	31931	—	32083	1146324
22 Utilities	—	—	647971	—	—	—	—	227	—	—	—	—	—	—	199004	847203	4508	—	851711	—	—	—	—	—	—	36434	888145
23 Construction	840	18357	2783	2131476	11513	9607	6437	590	2222	27132	2171	2895	3276	526	23622	2243447	—	—	2243447	—	—	—	—	2894	—	2894	2246341
31G Manufacturing	12	69319	—	—	6828850	1534	16312	—	2613	—	1926	—	—	—	10598	6931162	2649017	—	9580179	3983033	381456	4364489	101633	494325	-422	595536	14540203
42 Wholesale trade	—	2419	1987	—	71611	2358915	—	0	7506	—	154	—	44	581	—	2443219	—	—	2443219	-2321421	—	-2321421	—	0	—	0	121798
44RT Retail trade	—	—	1233	—	—	—	2224402	12	7777	4310	6176	12340	8101	6477	10624	2281540	—	—	2281540	-2266151	—	-2266151	—	0	—	0	15390
48TW Transportation and warehousing	—	—	4682	—	—	1305	0	1743970	—	1582	686	—	—	—	56413	1808637	136811	-123132	1822317	—	-635882	-635882	—	29269	-25522	3747	1190181
51 Information	—	—	—	—	—	—	865	—	1880817	—	123846	—	168	808	5453	2011956	21378	—	2033334	162438	9502	171940	51	53939	—	53989	2259263
FIRE Finance, insurance, real estate, rental, and leasing	—	—	—	—	12	13879	6555	1772	9579	8213933	1728	1097	5702	2152	130139	8386548	70923	-1370	8456101	—	—	—	—	60211	-63898	-3687	8452414
PROF Professional and business services	0	723	1598	463	242844	9937	13473	21844	494792	20265	5192255	60604	9777	2423	173842	6244840	167347	—	6412187	—	—	—	2	55033	—	55036	6467222
6 Educational services, health care, and social assistance	—	—	—	—	—	—	134	142	656	4	796	3265089	4917	9	437109	3708854	11765	—	3720620	—	—	—	—	9353	4	9349	3729969
7 Arts, entertainment, recreation, accommodation, and food services	2212	—	—	—	—	—	47964	147	28	74	—	38228	1795030	9055	93658	1980395	1973	—	1982369	—	—	—	—	122169	—	122169	2104537
81 Other services, except government	—	—	—	—	465	86104	87551	1415	931	1653	7715	18	5225	855118	4707	1050901	3524	—	1054425	—	—	—	10	24574	—	24584	1079009
G Government	—	—	5038	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3774561	3779599	312	—	3779911	—	—	—	—	0	—	0	3779911
Used Scrap, used and secondhand goods	—	—	—	—	6360	—	—	—	—	—	1204	—	11	—	5021	12596	24294	—	36890	196733	47797	244531	104	23201	—	23305	304725
Other Noncomparable imports and rest-of-the-world adjustment	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	5476	5476	293560	—	299036	—	—	—	—	0	—	0	299036
Total industry supply	644755	830937	665432	2131939	7162401	2481375	2404055	1771549	2406922	8268954	5338993	3380270	1832250	871147	4936725	45127704	3695807	-124501	48699009	0	0	0	102333	956309	-103080	955563	49654572

Zdroj: Vlastní zpracování, (39)

