

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomických teorií



Diplomová práce

Ekonomický přínos geocachingu pro oblast Brdy

Bc. Dominika Vinklerová

© 2018 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Dominika Vinklerová

Podnikání a administrativa

Název práce

Ekonomický přínos geocachingu pro oblast Brdy

Název anglicky

The economic benefits of geocaching for the area of Brdy

Cíle práce

Cílem práce je určit ekonomický přínos vytvoření nových geocachingových schránek pro oblast Brdy a přilehlé okolí.

Metodika

V teoretické části bude provedena literární rešerše metodiky určení ekonomického přínosu cílené turistiky. Bude popsán pojem geocaching jeho fungování a princip. Poté bude popsána oblast, do které budou umístěny nové schránky. V praktické části budou založeny nové geocachingové schránky v oblasti Brdy a přilehlém okolí. Následně bude použita metoda dotazníkového šetření. Všem nálezcům bude odeslán dotazník, který bude zjišťovat jejich ekonomický výdaj v dané oblasti. Bude rozlišeno, zda návštěva oblasti byla cílená na geocaching, nebo zda bylo odlovení cache druhotný důvod s návštěvou spojený. V závěrečné části bude vyčíslen ekonomický přínos geocachingu pro danou oblast s využitím multiplikačního efektu.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

Brdy, cache, cestovní ruch, ekonomický přínos, geocaching, GPS, Křivoklátsko, turismus

Doporučené zdroje informací

- COX, W M. – LANGDANA, F K. *Macroeconomic policy : demystifying monetary and fiscal policy*. New York: Springer, 2009. ISBN 978-0-387-77665-1.
- DYER, M. *The Essential Guide to Geocaching: Tracking Treasure with Your GPS*. 1. vyd. Minneapolis: Fulcrum Publishing, 2004. 160 s. ISBN 978-1555915223.
- FISCHER, S. – SCHMALENSEE, R. – DORNBUSCH, R. *Introduction to macroeconomics..*
- FISCHER, S. – STARTZ, R. – DORNBUSCH, R. *Macroeconomics*. Boston: McGraw-Hill/Irwin, 2004. ISBN 0-07-282340-2.
- MCNAMARA, J. *Geocaching for dummies*. Indiana: Wiley Publishing, 2004. 221 stran. ISBN: 0-7645-7571-6.
- PALATKOVÁ, M. *Marketingový management destinací : strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3749-2.
- PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní turismus : analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4862-7.
- PALATKOVÁ, M. – ZICHOVÁ, J. *Ekonomika turismu : turismus České republiky*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3643-3.
- SARGENT, T J. *Dynamic macroeconomic theory*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1987. ISBN 0-674-21877-9.
-

Předběžný termín obhajoby

2018/19 ZS – PEF (únor 2019)

Vedoucí práce

Ing. Pavel Hrdlička, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra ekonomických teorií

Elektronicky schváleno dne 18. 1. 2018

doc. PhDr. Ing. Lucie Severová, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 29. 1. 2018

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 20. 11. 2018

Čestné prohlášení

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

V Praze dne 23. 11. 2018

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Pavlu Hrdličkovi, Ph. D. za odborné vedení a cenné rady při vypracování diplomové práce. Dále bych ráda poděkovala rodině a příteli za trpělivost a podporu, jmenovitě Ing. Davidu Traugottovi za rady ohledně zakládání schránek. Děkuji také Bc. Agátě Hrdličkové za její podporu, revize a konzultace při psaní práce. A v neposlední řadě bych chtěla poděkovat všem respondentům, kteří si našli chvíli času na vyplnění dotazníku a díky jejichž odpovědím bylo možné vypracovat praktickou část diplomové práce.

Ekonomický přínos geocachingu pro oblast Brdy

Souhrn

Diplomová práce s názvem: „Ekonomický přínos geocachingu pro oblast Brdy“ v teoretické části charakterizuje pomocí deskripce pojmy cestovní ruch, ekonomický přínos, základní makroekonomické ukazatele, multiplikátor a také je popsán postup pro výpočet ekonomického přínosu. Dále je definován pojem geocaching, jeho pravidla a principy. V praktické části byla v první řadě charakterizována vybraná oblast Brd. Na základě čtyř nových geocachingových schránek, které byly založeny pro účely praktické části, byl vypracován dotazník a ten následně elektronicky rozeslán všem nálezcům nových schránek za období 16 měsíců. Pomocí získaných dat z dotazníkového šetření byly vyčísleny výdaje návštěvníků a poté z nich stanoven ekonomický přínos geocachingu pro vybranou oblast. Ekonomický přínos byl zjišťován od návštěvníků, kteří přijeli pouze kvůli geocachingu i od těch, kteří přijeli do oblasti z jiného důvodu.

Klíčová slova: Brdy, cache, cestovní ruch, ekonomický přínos, geocaching, geocacher, GPS, CHKO, multiplikační efekt, regionální rozvoj, turismus

The economic benefits of geocaching for the area of Brdy

Summary

In the theoretical part of this thesis “The economic benefits of geocaching for the region of Brdy” the terms: tourism, economic benefits, basic macroeconomic indicators, multiplier are characterized by the method of description and the method of economic benefits calculation is specified as well. The term geocaching, its gaming rules and its principles are described further on. In the practical part, firstly, the selected region of Brdy is characterized. A questionnaire based on four new geocaches which had been founded for the purposes of the practical part of this thesis was elaborated and afterwards it was sent electronically to all the founders of the new geocaches within previous sixteen months. Spending of the visitors was quantified by analysing the data from the questionnaires and subsequently economic benefits of geocaching for the selected region were specified. Economic benefits were ascertained regarding visitors whose cause for visit had been purely geocaching as well as those who had visited the region with other cause.

Keywords: Brdy, cache, tourist industry, economic benefits, geocaching, geocacher, GPS, protected landscape area, multiplying effect, regional development, tourism

Obsah

1	Úvod.....	15
2	Cíl práce a metodika	16
2.1	Cíl práce.....	16
2.2	Metodika	16
3	Teoretická část	17
3.1	Cestovní ruch	17
3.1.1	Definice.....	17
3.1.2	Typy cestovního ruchu.....	18
3.1.3	Účastníci cestovního ruchu.....	19
3.1.4	Faktory ovlivňující cestovní ruch	20
3.1.5	Služby	20
3.1.6	Hodnocení cestovního ruchu	22
3.2	Definice základních ekonomických pojmů.....	23
3.2.1	Ekonomika a ekonomie	23
3.2.2	Rozdělení ekonomie	23
3.2.3	Hrubý domácí produkt	24
3.2.4	Nezaměstnanost	26
3.2.5	Inflace	28
3.2.6	Platební bilance.....	29
3.3	Ekonomický přínos	29
3.4	Ekonomické efekty cestovního ruchu.....	30
3.4.1	Přímé efekty cestovního ruchu	30
3.4.2	Nepřímé efekty cestovního ruchu	31
3.4.3	Indukované efekty cestovního ruchu	31

3.5	Multiplikátor	31
3.5.1	Multiplikátor cestovního ruchu	32
3.5.2	Metodika pro výpočet ekonomického přínosu.....	34
3.6	Geocaching.....	35
3.6.1	Global Positioning System.....	36
3.6.2	Pravidla	36
3.6.3	Geocacher.....	37
3.6.4	Cache.....	38
4	Praktická část	47
4.1	Charakteristika oblasti Brdy.....	47
4.1.1	Historie Brd.....	48
4.1.2	Dělostřelecká základna a Vojenský újezd Brdy.....	49
4.1.3	Chráněná krajinná oblast Brdy.....	49
4.1.4	Příroda.....	51
4.1.5	Památky a zajímavosti v oblasti Brdy.....	54
4.1.6	Dostupnost a doprava.....	55
4.1.7	Cestovní ruch v Brdech.....	56
4.2	Geocaching – nově založené cache v Brdech	57
4.2.1	Nové cache.....	58
4.3	Dotazníkové šetření.....	64
4.3.1	Návratnost dotazníku	64
4.3.2	Soubor respondentů.....	64
4.3.3	Účel návštěvy vybrané oblasti	68
4.3.4	Způsob dopravy.....	69
4.3.5	Navštívené obce	70

4.3.6	Ubytovací služby	71
4.3.7	Stravovací služby	72
4.3.8	Kulturní, rekreační a sportovní činnost.....	74
4.4	Ekonomický přínos geocachingu pro vybranou oblast Brd.....	75
4.4.1	Hodnota multiplikátoru.....	75
4.4.2	Výdaje pro jednotlivá odvětví – Účel Geocaching.....	78
4.4.3	Výdaje pro jednotlivá odvětví – Vedlejší účel.....	82
4.4.4	Celkový ekonomický přínos	85
5	Shrnutí a výsledky	88
6	Závěr	90
7	Seznam použité literatury	91
8	Přílohy.....	95

Seznam obrázků

Obrázek č. 1:	Typy cache.....	39
Obrázek č. 2:	Microcache a nanocache.....	41
Obrázek č. 3:	Small cache	41
Obrázek č. 4:	Regular cache.....	42
Obrázek č. 5:	Large cache	42
Obrázek č. 6:	Other cache	43
Obrázek č. 7:	Travelbug.....	44
Obrázek č. 8:	Geocoin – trackový.....	44
Obrázek č. 9:	Geocion – na výměnu	45
Obrázek č. 10:	Mapa Brdské vrchoviny.....	48
Obrázek č. 11:	CHKO Brdy	50
Obrázek č. 12:	Tok vřesoviště.....	51

Obrázek č. 13: Skokan.....	52
Obrázek č. 14: Brdy.....	53
Obrázek č. 15: Litavka	53
Obrázek č. 16: Jordán.....	55
Obrázek č. 17: Mapa konkrétní vybrané oblasti.....	57
Obrázek č. 18: Poloha nových cachí	58
Obrázek č. 19: Základní informace – cache Krejčovka	59
Obrázek č. 20: Místo uložení cache	59
Obrázek č. 21: Základní informace – cache Kubova lávka.....	60
Obrázek č. 22: Kubova lávka	60
Obrázek č. 23: Základní informace – cache Velcí	61
Obrázek č. 24: Nádrž Mlýnský rybník	61
Obrázek č. 25: Základní informace – cache Skála u jezírka	62
Obrázek č. 26: Liebusovo jezírko.....	62
Obrázek č. 27: Cache Skála u jezírka.....	63
Obrázek č. 28: Úvod dotazníku.....	95
Obrázek č. 29: SIOT tabulka	99
Obrázek č. 30: Zastavení naučné stezky "Na Olymp Brd"	100
Obrázek č. 31: Trilobiti	100
Obrázek č. 32: Zřícenina hradu Valdek.....	100
Obrázek č. 33: Liebusovo jezírko.....	101
Obrázek č. 34: Přírodní koupaliště Jince.....	101

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Výpočet multiplikátoru (v mil. Kč).....	78
Tabulka č. 2: Výpočet výdajů na ubytovací služby (v Kč)	78

Tabulka č. 3: Výpočet výdajů na sportovní, zábavní a rekreační služby (v Kč).....	79
Tabulka č. 4: Výpočet výdajů na maloobchodní prodejny – občerstvení (v Kč).....	80
Tabulka č. 5: Výpočet výdajů na pivo a limonády (v Kč)	80
Tabulka č. 6: Výpočet výdajů na obědy (v Kč)	81
Tabulka č. 7: Výpočet výdajů na večeře (v Kč).....	81
Tabulka č. 8: Výpočet výdajů na stravovací služby (v Kč)	82
Tabulka č. 9: Výpočet výdajů na maloobchodní prodejny – občerstvení (v Kč).....	83
Tabulka č. 10: Výpočet výdajů na pivo a limonády (v Kč)	83
Tabulka č. 11: Výpočet výdajů na polovinu večeří (v Kč)	84
Tabulka č. 12: Výpočet výdajů na stravovací služby (v Kč)	84
Tabulka č. 13: Výpočet ekonomického přínosu – Účel geocaching (v Kč).....	85
Tabulka č. 14: Výpočet ekonomického přínosu – Vedlejší účel (v Kč)	86
Tabulka č. 15: Celkový ekonomický přínos za 1 rok (v Kč)	87
Tabulka č. 16: Průměrné ceny pohonných hmot (v Kč)	102
Tabulka č. 17: Výpočet průměrné ceny nákup na osobu v maloobchodu (v Kč)	103
Tabulka č. 18: Výpočet průměrné ceny piva a limonády (v Kč)	103
Tabulka č. 19: Výpočet průměrné ceny oběda (v Kč)	104
Tabulka č. 20: Výpočet průměrné ceny večeře (v Kč).....	104

Seznam grafů

Graf č. 1: Počet jednotlivých nálezů cachí	63
Graf č. 2: návratnost dotazníků	64
Graf č. 3: Rozdělení respondentů podle pohlaví	65
Graf č. 4: Věkové rozmezí respondentů.....	65
Graf č. 5: Trvalé bydliště respondentů	66
Graf č. 6: Počet dospělých (15+) osob ve výpravě při odlovení	67

Graf č. 7: Počet dětí do 15 let ve výpravě	67
Graf č. 8: Geocaching – účel návštěvy Brd.....	68
Graf č. 9: Rozdělení účelů návštěvy Brd.....	68
Graf č. 10: Způsob dopravy respondentů	69
Graf č. 11: Čerpání pohonných hmot	70
Graf č. 12: Navštívené obce/města.....	70
Graf č. 13: Využití ubytovacích služeb respondenty	71
Graf č. 14: Počet dní ubytování respondentů	71
Graf č. 15: Konkrétní využití ubytovacích zařízení respondenty.....	72
Graf č. 16: Zakoupení občerstvení v obchodě.....	72
Graf č. 17: Využití stravovacích služeb respondenty	73
Graf č. 18: Rozdělení využití stravovacích služeb respondenty	73
Graf č. 19: Využití stravovacích služeb v jednotlivých zařízeních.....	74
Graf č. 20: Využití kulturních, rekreačních a sportovních služeb.....	75
Graf č. 21: Rozdělení celkových výdajů – Geocaching	82
Graf č. 22: Rozdělení celkových výdajů – Vedlejší účel	85
Graf č. 23: Jednotlivé nálezy cachí geocachery	105

1 Úvod

Cestovní ruch se začal vyvíjet už v polovině 19. století. Jde o činnost osob, které cestují z místa svého trvalého bydliště na přechodnou dobu kratší než rok. Účel jejich cesty může být různý: trávení volného času, léčba, sport, rekreace, poznávání, kultura a zábava, nikoliv však výdělek.

Podle místa realizace existuje několik typů cestovního ruchu konkrétně domácí, zahraniční či tranzitní. Cestovní ruch je spojován s poskytováním různých služeb, které slouží k uspokojování lidských potřeb. Jednotlivé služby mohou být navzájem propojeny. Konkrétním příkladem služeb nabízených v rámci cestovního ruchu mohou být ubytovací služby, stravovací služby, kulturní a rekreační služby, zprostředkovatelské služby, informační služby apod.

Na počátku 21. století vznikla v USA, díky vypnutí umělé odchylky signálu GPS, hra geocaching, jejíž zakladatelem je Dave Ulmer. Jedná se o atraktivní formou trávení volného času spojeného s cestováním, sportem, turistikou, dobrodružstvím a poznáváním nových míst či památek. Ke hře geocaching se mohou zaregistrovat hráči všech generací.

Její hráči pomocí navigačních zařízení GPS a luštění šifer hledají v tajnosti ukryté schránky s poklady. Účelem této hry je ukázat hráčům prostřednictvím schránek zajímavá místa, o kterých běžní turisté často neví. Hráči po nalezení schránky zaznamenávají její nález na internetových stránkách geocachingu nebo pomocí mobilní aplikace. Při samotném zakládání či hledání geocachingových schránek je nutné dodržovat několik důležitých pravidel. Pravidla například zabraňují vzniku negativních dopadů na životní prostředí, nebo poškození soukromého majetku a jsou též důležitá pro bezpečí hráčů samotných.

V Evropě se hra geocaching objevila v roce 2000 a do České republiky se dostala v polovině roku 2001. Hra je rozšířena po celém světě. Celkem bylo založeno více než tři miliony schránek, s velkou koncentrací hlavně v Evropě a Severní Americe.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce je vyčíslit hodnotu ekonomického přínosu geocachingu za jeden kalendářní rok, pomocí čtyř nově vytvořených geocachingových schránek. Ekonomický přínos bude zjišťován pro vybranou oblast Brd ve Středních Čechách, konkrétně na pomezí Hřebenů a severní části Středních Brd.

2.2 Metodika

V teoretické části diplomové práce bude provedena literární rešerše metodiky určení ekonomického přínosu. Za pomoci odborné literatury bude použita deskripce pro charakteristiku pojmu cestovní ruch, základních makroekonomických pojmů včetně multiplikátoru. Vymezeny budou také ekonomické efekty cestovního ruchu. Definován bude pojem ekonomický přínos a bude popsán jeho rozdíl s ekonomickým dopadem. Využita bude také deskripce pojmu geocaching, definování jeho pravidel a principu.

V praktické části bude pomocí deskripce definována vybraná oblast Brd, a to především z hlediska historického, přírodního, památkového a kulturního. Ve vybrané oblasti Brd budou založeny čtyř nové geocachingové schránky. Součástí praktické práce bude i popis jednotlivých schránek.

Následně bude použita metoda dotazníkového šetření pro sběr dat od respondentů. Všem nálezcům nově založených schránek bude elektronicky odeslán vlastnoručně vytvořený dotazník, který bude sloužit především, ke zjištění jejich ekonomických výdajů v dané oblasti. Bude rozlišeno, zda návštěva oblasti byla cílena primárně na geocaching, nebo zda byl důvod návštěvy jiný a odlovení schránky s ním bylo spojeno. Data od respondentů z dotazníkového šetření za dobu 16 měsíců budou v práci zpracována pomocí výsečových a sloupcových grafů.

Ze získaných dat budou vyčísleny jednotlivé výdaje všech návštěvníků podle účelu jejich návštěvy a podle odvětví navštívených služeb. Pro zjištění ekonomického přínosu bude vypočítán multiplikátor pro jednotlivá odvětví služeb. V závěrečné části bude vyčíslen celkový ekonomický přínos geocachingu pro danou oblast s využitím multiplikačního efektu a přepočítán na jeden kalendářní rok.

3 Teoretická část

V následujících kapitolách teoretické části budou rozebrány základní ekonomické pojmy, multiplikátor, ekonomický přínos, ekonomické efekty, cestovní ruch a geocaching.

3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch se díky vývoji společnosti stal neodmyslitelnou součástí lidské činnosti a ekonomiky. Dnes jeho rozvoj stále roste, protože lidé tráví svůj volný čas různorodě – odpočinkem, zábavou, sportem, vzděláním, léčbou apod. (3) (4)

3.1.1 Definice

Definovat cestovní ruch lze různě. Obecně se dá říci, že jde o činnost osob cestujících na přechodnou dobu do místa mimo jejich obvyklé prostředí (trvalé bydliště) na dobu kratší než rok u mezinárodního cestovního ruchu, nebo šest měsíců u domácího. Za účely: trávení volného času, rekreace, poznávání. Hlavní účel cesty není výdělečný. (23) (17) (31)

Cestovní ruch se začal rozvíjet od poloviny 19. století, kdy jsou s cestovním ruchem spojeny jména Kurta Krapfa a Waltera Hunzikera. Původně byl cestovní ruch odvozen od slova „*cestování*“, avšak cestovní ruch je daleko širším pojmem. Cestovní ruch lze také chápat jako masovou formu cestování spojenou s poskytováním určitých služeb. Rysy cestovního ruchu jsou v dočasnosti změny místa trvalého bydliště a nevýdělečný charakter cesty. (23) (16)

Služby spojené s cestovním ruchem mohou být rozděleny do několika skupin: ubytovací služby, stravovací služby, dopravní služby, kulturní a rekreační služby, zprostředkovatelské a informační služby. (25) (21)

Mezinárodně uznávanou se stala definice na Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu pořádanou Světovou organizací cestovního ruchu (WTO, dnes UNWTO). Zde definovali cestovní ruch jako: „*Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné prostředí, a to na dobu kratší než je stanovené, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“ (3 str. 15) (3)

F.W.Ogilvie popisuje cestovní ruch jako „*ekonomický jev spojený se spotřebou hmotných a nehmotných statků, hrazených z prostředků získaných v místě trvalého bydliště*“ (25 str. 17). Z čehož vyplývá, že cestovní ruch je součástí spotřeby obyvatelstva a jsou vyžadovány peníze, které se přesouvají do míst cestovního ruchu. (25)

Cestovní ruch je složitý sociálně-ekonomický jev, který je předmětem zájmu několika vědních oborů (ekonomie, geografie, ekologie, sociologie, psychologie, urbanismu, pedagogiky a dalších). Každá vědní disciplína na cestovní ruch nahlíží z jiného pohledu. (24)

3.1.2 Typy cestovního ruchu

Podle místa realizace lze rozdělit cestovní ruch na:

- domácí cestovní ruch,
- zahraniční cestovní ruch,
 - příjezdový/aktivní cestovní ruch,
 - výjezdový/pasivní cestovní ruch,
- tranzitní cestovní ruch.

Domácí cestovní ruch se provádí jen na území daného státu, turisté nepřekročí hranice vlastní země. Opakem je zahraniční cestovní ruch, kdy dochází k překročení hranic. Zahraniční cestovní ruch může být rozdělen na příjezdový, při kterém jsou sledovány příjezdy turistů ze zahraničí. Činnost nerezidentního návštěvníka na území sledovaného státu. Naopak výjezdový cestovní ruch pozoruje výjezdy do zahraničí. Aktivitu rezidentů daného státu mimo jeho území. Tranzitní cestovní ruch představuje průjezd se zastávkou turistů přes území dané země, která ale není cílovou destinací. (3) (25) (22)

Cestovní ruch lze rozlišovat podle vztahu k platební bilanci, a to na aktivní a pasivní. Aktivní představuje příjezdy zahraničních návštěvníků, jejichž výdaje při cestovním ruchu jsou přílivem devizových prostředků a kladně ovlivňují platební bilanci. Pasivní cestovní ruch jsou výjezdy místních obyvatel do zahraničí, jejich výdaje představují odliv devizových prostředků, ovlivňuje platební bilanci tedy záporně. (23)

Rozdělení cestovního ruchu podle motivu:

- osobní cestovní ruch,
 - rekreační cestovní ruch,
 - kulturně – poznávací cestovní ruch,
 - sportovně – rekreační cestovní ruch,
 - lázeňský a zdravotní cestovní ruch,
 - vzdělávací cestovní ruch,
 - a další,
- obchodní a profesní cestovní ruch. (17)

Existuje také několik dalších typů rozdělení cestovního ruchu:

- podle způsobu financování: komerční (volný) a sociální (vázaný),
- podle délky pobytu: jednodenní, krátkodobý a dlouhodobý,
- podle prostředí: městský, venkovský a ve střediscích turismu,
- podle ročního období: sezónní, mimosezónní,
- a další (podle věku účastníků, podle počtu účastníků, podle způsobu organizace, podle vlivu na životní a sociokulturní prostředí atd.). (25) (23)

3.1.3 Účastníci cestovního ruchu

Pro rozlišení účastníků cestovního ruchu je definováno několik pojmů, které rozdělila WTO na konferenci v Ottawě.

- Stálý obyvatel: osoba, která žije na daném místě šest po sobě jdoucích měsíců (pro domácí cestovní ruch), anebo osoba žijící alespoň rok na daném místě (pro mezinárodní cestovní ruch).
- Návštěvník: osoba cestující do jiné země, než kde má nahlášen trvalý pobyt, nebo cestující na jiné místo ve své zemi, mimo trvalé bydliště, na dobu kratší než jeden rok.
- Turista: návštěvník, jehož cesta zahrnuje alespoň jedno přespání.
- Výletník, Jednodenní návštěvník: návštěvník, který cestuje na dobu kratší než 24 hodin, bez přenocování. (3)

3.1.4 Faktory ovlivňující cestovní ruch

Faktory ovlivňující cestovní ruch jsou rozděleny do tří kategorií: lokalizační, realizační a selektivní.

- **Lokalizační faktory** mohou být definovány jako „to co se dá vidět“ a tvoří uspokojení hmotné poptávky. Jsou dány územím (tj. přírodními podmínkami: klima, terén, vodní poměry, flora a fauna) a společenskou atraktivitou (tj. vzniklé lidskou činností: památky, zvyky, slavnosti, místní gastronomie apod.)
- **Realizační faktory** jsou hlavně doprava, ubytování, stravování a další služby. Důležitými podmínkami těchto faktorů je dostatečná kapacita, odpovídající nabídka a dostatečná kvalita služeb, aby docházelo k dlouhodobému pozitivnímu ekonomickému přínosu.
- **Selektivní faktory** stimulují rozvoj cestovního ruchu. Patří sem například úroveň destinace nebo politická situace. Dělit je lze na objektivní a subjektivní faktory.
 - Objektivními faktory jsou: politické faktory, ekonomické faktory, demografické skutečnosti či administrativní podmínky.
 - Subjektivními faktory jsou: reklama a propagace, zkušenosti, módní trend cestování, pověst destinace a jiné. (25)

3.1.5 Služby

Cestovní ruch je spojen s poskytováním určitých služeb. Tyto služby slouží k uspokojování potřeb lidí a jsou vzájemně propojeny. Jejich výčet a popis je uveden níže. (25)

3.1.5.1 Ubytovací služby

Ubytovací služby zajišťují ubytování mimo místo běžného pobytu účastníka cestovního ruchu. Mají charakter dočasný a přechodný. Členění ubytovacích zařízení je možné podle několika hledisek:

- Podle způsobu výstavby: pevná (hotely apod.), částečně pevná (montované chaty), pohyblivá (karavany, přívěsy apod.).

- Podle časového využití: celoroční, sezónní.
- Podle kategorií: tradiční (hotely, penziony, motely, aj.), doplňková (chaty, bungalovy, botely, kempy, rotely a jiná sezónní zařízení), ostatní (koleje, ubytování ve školách apod.). (17) (31)

Ubytovací zařízení je možné rozlišovat podle kategorie, dále také podle vybavení, kvality a rozsahu služeb i podle tříd označovaných hvězdičkami. Mimo jiné mohou ubytovací zařízení nabízet hostům různé formy stravování či řadu doplňkových služeb (internet, parkování, praní, úklid, wellness, vstupenky atd.) (17)

3.1.5.2 Stravovací služby

Stravovací služby jsou jednou ze součástí cestovního ruchu. Tyto služby je možné využívat v cíleně vybudovaných zařízeních (restaurace apod.), v ubytovacích zařízeních, jídelnách a mnoha dalších. Stravování slouží k uspokojování primárních potřeb člověka. (25)

3.1.5.3 Dopravní služby

Doprava je důležitým prvkem cestovního ruchu a rozsáhlou částí sektoru služeb. Turista se potřebuje dopravit do destinace a zpět. U dopravy je vyžadována především bezpečnost, komfort, kvalitní dopravní síť. Nespokojenost a problémy bývají spojeny s čekáním, zpožděním, rušením spojů, přírodními katastrofami nebo strachem z teroristického útoku. (17)

Dopravní služby jsou děleny na leteckou dopravu, železniční dopravu, silniční dopravu (automobilová, autobusová), námořní a vnitrozemskou vodní dopravu, vertikální dopravu (lanovky, vleky) a dopravu v terénu (koně, osli apod.). Také se lze setkat s půjčovnami aut, kol, lodí apod. (25)

3.1.5.4 Zprostředkovatelské služby

Cestovní kanceláře a cestovní agentury zprostředkovávají a organizují služby spojené s cestovním ruchem. Rozdíl mezi cestovní kanceláří a agenturou je prostý. Cestovní kancelář je podle zákona č. 159/1999 Sb. koncesovanou živností, organizuje a prodává zájezdy svým klientům. Zároveň nese plnou zodpovědnost za jejich realizaci. Naproti tomu je cestovní agentura živností vázanou a pouze zprostředkovává prodej

zájezdů. Cestovní kancelář je obchodní prostředník, který od primárního producenta nakupuje produkty (doprava, ubytování, stravování, sport, zábava apod.) a prodává je koncovým zákazníkům či cestovním agenturám. (17)

3.1.5.5 Informační a průvodcovské služby

Jde hlavně o informační turistická centra, regionální centra apod., která poskytují informace návštěvníkům, současně s doprovodnými službami. Tato centra mají charakter veřejné služby. (17)

Také jsou poskytovány služby průvodce, a to především u organizovaného cestovního ruchu. Jedná se o osobu, která doprovází skupinu turistů a poskytuje jim například informace či odborný výklad. Může jít o vedoucího zájezdů, průvodce zájezdu, turistického průvodce, horského průvodce, pobytového delegáty aj. (17)

3.1.5.6 Kulturní a rekreační služby

Do této kategorie spadá několik typů služeb. Společensko-kulturní služby, sportovně-rekreační služby a lázeňsko-léčebné služby. (25)

Společensko-kulturní služby nabízejí kulturní, osvětová, společenská a zábavní zařízení. Patří sem galerie, divadla, kina, botanické a zoologické zahrady, muzea atd. Sportovně-rekreační služby jsou významnou součástí cestovního ruchu. Slouží ke sportování, rekreaci, turistice, a proto sem patří bazény a koupaliště, lyžařské svahy, sportovní centra. Poslední kategorií jsou lázeňsko-léčebné služby, které tvoří lékařské a léčebné služby, současně i ubytování, stravovací, nebo také společenské a kulturní služby. Lázeňsko-léčebné služby slouží k léčení, prevenci a regeneraci. (17)

3.1.6 Hodnocení cestovního ruchu

Hodnotit vliv cestovního ruchu na ekonomiku je možné několika způsoby. Jde o pět přístupů:

- **Statistické hodnocení** sleduje účastníka turismu jako statistická jednotka, a to především jeho hmotné vyjádření spotřeby.
- **Ekonomicko-peněžní hodnocení** sleduje účastníka cestovního ruchu jako zdroj příjmů.

- **Individuální hodnocení** bere účastníka turismu jako jedince s jeho potřebami, které se odrážejí ve výši a struktuře spotřeby.
- **Sociokulturní hodnocení** vnímá jedince jako sociální bytost, která vstupuje do vztahu s dalšími účastníky turismu, poskytovateli či zprostředkovateli služeb.
- **Globální dopady** turismu na národní hospodářství hodnotí přímé a nepřímé dopady cestovního ruchu pomocí globálních ukazatelů, satelitního účtu a platební bilance. (23)

3.2 Definice základních ekonomických pojmů

V této kapitole budou vysvětleny základní ekonomické pojmy, se kterými bude tato diplomová práce dále pracovat.

3.2.1 Ekonomika a ekonomie

Ekonomika souhrnně označuje hospodářské činnosti na určitém území. Má za úkol zpracovávat, analyzovat a vyhodnocovat data spojená s hospodařením ekonomických subjektů, jako jsou například domácnost, podnik, stát či svět. Naproti tomu ekonomie je společenská věda, která vychází z reality ekonomického života společnosti. Existuje řada definic ekonomie, jako vědní disciplíny. **Ekonomie** je vědní obor, který zkoumá způsoby využívání vzácných zdrojů k produkci statků a služeb a jejich rozdělování mezi spotřebitele. Původ slova pochází z řečtiny, z výrazu oikonomia (oikos = dům, nomos = zákon). Obě slova jsou si podobná, ale lze říci, že ekonomika pracuje s čísly, zatímco ekonomie zkoumá vztahy a fungování trhu. (26) (5)

3.2.2 Rozdělení ekonomie

Ekonomii je možné rozdělit na mikroekonomii a makroekonomii, které jsou vzájemně provázané. Původ vychází z řeckých slov mikros a makros (malý a velký). (18)

3.2.2.1 Mikroekonomie

Mikroekonomie se zabývá chováním jednotlivých ekonomických subjektů, jako jsou domácnosti, firmy a stát. Zkoumá také jejich rozhodování a vzájemné vztahy. Mikroekonomie studuje fungování dílčích trhů, jako jsou: trh statků a služeb, trh práce, trh kapitálu, trh přírodních zdrojů. (19) (5)

Domácnosti jsou považovány za důležité ekonomické subjekty na trhu, které vlastní výrobní faktory – práce, půda a kapitál. Domácnosti tyto výrobní faktory prodávají či pronajímají firmám, které tak mohou produkovat statky. Statek jsou pak věc nebo služba, ze které plyne ekonomickému subjektu užitek. Za výrobní faktory plynou domácnostem z firem důchody formou – mzdy, zisku, nájemného, renty apod. Důchody pak domácnosti využívají k zaplacení daní, nákupu statků (spotřební výdaje) a tvorbě úspor. Podniky vystupují na trhu statků a služeb v pozici prodávajícího, a naopak na trhu výrobních faktorů jako nakupující. Domácnosti vystupují na trhu statků a služeb na straně poptávky, zatímco na trhu výrobních faktorů vystupují na straně nabídky. Domácnosti i firmy usilují o maximalizaci zisku či užitku a současně o minimalizaci nákladů. (5) (1)

3.2.2.2 Makroekonomie

Makroekonomie se věnuje hospodářství jako celku. Věnuje se národohospodářským souvislostem. Zabývá se poruchami a příčinami, které vyvádí ekonomiku z rovnováhy a snaží se najít mechanismy a nástroje, které ji nevracejí do rovnováhy. Zkoumá výkonnost ekonomiky, agregátní poptávky a nabídky, fiskální a monetární politiku, zahraniční hospodářskou politiku a další. Při sledování národní hospodářství používá ukazatele jako například hrubý domácí produkt, národní důchod, celkovou nezaměstnanost, cenovou hladinu, inflaci, platební a obchodní bilanci, státní rozpočet, množství peněz v ekonomice apod. (19)

3.2.3 Hrubý domácí produkt

Hrubý domácí produkt neboli HDP je důležitým makroekonomickým ukazatelem, který svou hodnotou určuje kvalitu života obyvatel na sledovaném území. HDP je peněžním vyjádřením celkové hodnoty statků a služeb, který byly vytvořeny výrobními faktory za dané období na určitém místě. Tento ukazatel slouží k určování výkonnosti ekonomiky států a používaným časovým obdobím bývá zpravidla jeden rok. Pro mezinárodní srovnání se využívá také HDP na obyvatele. (4)

Rozlišovat lze reálný a nominální HDP. Reálné HDP je vyjádřeno ve stálých cenách určitého roku a je očištěno o inflaci, tím je schopen vyjádřit skutečnou změnu v objemu výstupu ekonomiky. Oproti tomu nominální HDP je vyjádřen v běžných cenách daného roku. (15) (26)

3.2.3.1 Metoda výpočtu HDP

Pro určení hodnoty HDP mohou být využity tři metody: produkční, výdajová a důchodová.

- **Produkční (odvětvová) metoda** počítá HDP jako součet hrubé přidané hodnoty jednotlivých sektorů či odvětví dané ekonomiky a čistých daní na produkty. Hrubá přidaná hodnota je dána rozdílem produkce a mezispotřeby (hodnota zboží a služeb, které jsou spotřebovávány v daném období v procesu výroby jiného zboží a služeb). Protože je produkce oceňována v základních cenách a užití v cenách kupních, je strana zdrojů na národní hospodářství doplněna o daně a snížené dotace na výrobky.

$$\text{HDP} = \text{produkce} - \text{mezispotřeba} + \text{daně z produktů} - \text{dotace za produkty}$$

- **Výdajová metoda** sčítá celkové výdaje ekonomických subjektů na nákup výrobků a služeb, včetně salda vývozu a dovozu výrobků a služeb.

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

C – výdaje domácností na spotřebu

I – hrubé soukromé investiční výdaje

G – výdaje státu na nákup výrobků a služeb

NX – čistý export (rozdíl mezi vývozem a dovozem)

- **Důchodová (příjmová) metoda** určuje HDP součtem národního důchodu, amortizace a nepřímých daní. Národní důchod se skládá z důchodů (příjmů) ekonomických subjektů, který jim plyne z vlastnictví výrobních faktorů, jež byly použity na tvorbu HDP (mzdy, renty, zisky, příjmy ze samozaměstnání).

$$\text{HDP} = \text{w} + \text{r} + \text{z} + \text{i} + \text{y} + \text{a} + \text{Tn}$$

w – hrubé mzdy (před zdaněním)

r – renty

z – hrubé zisky korporací

i – čisté úroky (rozdíl mezi inkasovanými a placenými)

y – důchody ze samozaměstnání (příjmy samostatně výdělečných osob)

a – amortizace (hodnota odpisů)

Tn – nepřímé daně (daň z přidané hodnoty, spotřební daň, cla, daň z příjmu

(4) (15) (18)

3.2.4 Nezaměstnanost

Nezaměstnanost je jedním z makroekonomických ukazatelů a současně se jedná i o sociálně-ekonomická jev spojený s existencí trhu práce. Představuje jeden z makroekonomických problémů dnešní doby a snižování nezaměstnanosti je jedním z cílů hospodářství většiny zemí. Nezaměstnanost nastává důsledkem nerovnováhy na trhu práce, kdy nabídka práce je vyšší než poptávka firem po práci. Spočívá hlavně ve ztrátě zaměstnání nebo v dobrovolném ukončení pracovního poměru (z důvodu hledání nového zaměstnání). (15) (4) (18)

Eurostat definuje nezaměstnané jako všechny osoby od 15 let, bez horní věkové hranice, které ve sledovaném období splňovaly souběžně 3 základní podmínky:

- nebyly zaměstnány v placeném zaměstnání ani neprováděly samostatně výdělečnou činnost,
- hledaly aktivně práci pomocí: registrace na úřadu práce, soukromé zprostředkovatelny práce, hledání práce přímo v podnicích, inzerce, podání žádosti o pracovní licenci a povolení, či jiným způsobem,
- byly připraveny k nástupu do zaměstnání, a to okamžitě nebo nejpozději do 14 dnů. (4)

Pokud není některá z podmínek splněna, jsou takové osoby brány jako zaměstnané, nebo ekonomicky neaktivní. (4)

Z makroekonomického hlediska se týká nezaměstnanost obyvatelstva v produktivním věku. Pro Českou republiku je to přibližně od 15 do 64 let. Ne každý, kdo není zaměstnán, musí být označován za nezaměstnaného. Obyvatelstvo lze z hlediska nezaměstnanosti dělit na ekonomicky aktivní a neaktivní. (18) (15)

Ekonomicky aktivní obyvatelstvo tvoří zaměstnaní lidé a nezaměstnané osoby, které práci aktivně hledají. Oproti tomu ekonomicky neaktivní obyvatelstvo jsou lidé, kteří jsou nezaměstnaní a práci aktivně nevyhledávají. Patří sem zejména studenti, ženy v domácnosti a na mateřské dovolené, osoby pečující o hendikepované členy rodiny, lidé se zdravotním postižením, a také lidé, kteří z nějakého důvodu nové zaměstnání nevyhledávají. (15) (18)

Výpočet pro míru nezaměstnanosti:

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

u – míra nezaměstnanosti

L – pracovní síly

U – nezaměstnané osoby

E – zaměstnané osoby

(4)

3.2.4.1 Druhy nezaměstnanosti

Na trhu práce lze rozlišit tři typy nezaměstnanosti: frikční, strukturální, cyklickou a sezónní. (4)

- **Frikční nezaměstnanost** vzniká působením životního cyklu obyvatelstva. Je spojována s pohybem lidí, kteří přecházejí z jednoho zaměstnání do druhého. Důvodem bývá snaha získat co nejvýhodnější pracovní místo (vyšší mzda, lepší pracovní podmínky apod.), hledání nové pracovní pozice po škole, stěhování do nového bydliště a další. Frikční nezaměstnanost je většinou krátkodobá a přechodná a patří do přirozené míry nezaměstnanosti. (18) (15) (4)
- **Strukturální nezaměstnanost** je zapříčiněna změnami kvalifikační struktury na trhu práce. Vzniká tak nesoulad mezi nabídkou a poptávkou po práci. Příčinou mohou být změny ve struktuře ekonomiky či technický pokrok. Tato nezaměstnanost bývá regionálně odlišná. Je považována za dlouhodobou a s velmi negativními dopady na ekonomiku. (18)
- **Cyklická nezaměstnanost** je provázána s cyklickými pohyby ekonomiky. Příčinou bývá změna produktu. Čím je pokles produktu větší, tím je větší i nezaměstnanost. (15)
- **Sezónní nezaměstnanost** vzniká v důsledku sezónní nepravidelnosti poptávky po práci, závisí tedy na ročním období. Typickým příkladem může být poptávka po práci v zemědělství, stavebnictví nebo v sezónních rekreačních zařízeních. Sezónní nezaměstnanost spadá pod frikční nezaměstnanost a je tedy i složkou přirozené nezaměstnanosti. (4)

Nezaměstnanost je také možné charakterizovat jako: dobrovolnou, nedobrovolnou či přirozenou míru nezaměstnanosti. (10)

- **Dobrovolná nezaměstnanost** vzniká ve chvíli, kdy je počet nezaměstnaných nižší nebo rovno počtu volných pracovních míst. Lidé dobrovolně nezaměstnaní dávají přednost jiným činnostem, nebo mohou být frikčně nezaměstnaní a hledají si novou pracovní pozici. Tyto lidé se svobodně rozhodli, že při stávající mzdové sazbě nebudou pracovat. (18)
- **Nedobrovolná nezaměstnanost** nastává, pokud počet volných pracovních míst je nižší než počet zájemců o práci, kdy celková poptávka po práci je menší než celková nabídka pracovních míst. (15)
- **Přirozená míra nezaměstnanosti** nastává tehdy, pokud jsou trhy práce v dané zemi v rovnováze a tlaky na mzdové a cenové hladiny jsou v ekonomice vyrovnané. Jde o nejnižší udržitelnou míru nezaměstnanosti, které může být v ekonomice dosaženo, aniž by se inflace zvyšovala či snižovala. Přirozená míra nezaměstnanosti udává nejvyšší udržitelnou úroveň zaměstnanosti a odpovídá potenciálnímu produktu země. (15)

3.2.5 Inflace

Inflaci lze definovat jako úkaz ekonomické nerovnováhy, která se projevuje zvyšováním cenové hladiny, jejíž následkem je snižování kupní síly peněz. Spotřebitel tedy potřebuje ke stejnému nákupu zboží a služeb více peněžních jednotek. Opakem k inflaci je deflace, která znamená pokles cenové hladiny. Výše inflace bývá zjišťována pomocí míry inflace, která se počítá pomocí cenových indexů. Cenové indexy slouží k poměrování úrovně cen vybraného koše výrobků a služeb. Nejčastěji jsou používány: index spotřebitelských cen, index cen výrobců, implicitní cenový deflátor. (4) (15) (10)

- Index spotřebitelských cen (CPI) je indexem, který odráží velikost změny cen výrobků a služeb, které domácnosti nakupují.
- Index cen výrobců (PPI) je nazýván též index velkoobchodních cen a je konstruován podobně jako index spotřebitelských cen. Pracuje s cenami surovin, energií, polotovarů a hotových výrobků jednotlivých odvětví.

- Implicitní cenový deflátor slouží k přepočtu nominálního HDP na jeho reálnou hodnotu. (4) (10) (18)

3.2.6 Platební bilance

Platební bilance je významným ukazatelem, který vyjadřuje ekonomické transakce subjektů dané země se zahraničím v průběhu určitého období. Zároveň zachycuje mezinárodní pohyb statků, služeb, výrobních faktorů, pohledávek a závazků. Má podobu účtu, který vykazuje kreditní a debetní položky. Platební bilance může vykazovat rovnováhu, přebytek či deficit. Ve chvíli, kdy příjmy převažují nad výdaji státního rozpočtu, jedná se o aktivní či přebytkovou platební bilanci. V opačném případě jde o pasivní či schodkovou platební bilanci. Lze rozlišit platební bilanci tržní a účetní. (4) (15)

- Tržní platební bilance vyjadřuje běžný a nepřerušovaný vztah dvou platebních trhů (exportu a importu).
- Účetní platební bilance představuje statistický účetní záznam, který funguje na principu podvojného účetnictví. Zachycuje veškeré mezinárodní obchodní a finanční transakce v určitém období. (4)

3.3 Ekonomický přínos

Ekonomický dopad sleduje ekonomickou aktivitu, která vyplývá z každé utracené koruny na daném území bez ohledu na to, odkud tyto peníze pocházejí. (24)

Ekonomický přínos přihlíží k tomu, odkud finance přišly a kde byly vynaloženy. Přínos vzniká, pouze pokud vydané peníze znamenají takové zvýšení ekonomické aktivity v dané oblasti, k jakému by bez sledované akce nedošlo. Tato zvýšená aktivita je zpravidla výsledkem externí finanční „injekce“ (například výdaje zahraničních návštěvníků, zahraniční dotace), která plyne z jiné než sledované geografické oblasti a je připisována zkoumané akci. (24)

Ekonomické přínosy lze tedy vnímat jako podmnožinu ekonomických dopadů, z čehož vyplývá, že ne všechny ekonomické dopady jsou čistým přínosem pro referenční oblast. Finanční prostředky, které jsou vynaloženy v téže referenční oblasti, odkud pocházejí, neznamení nový či dodatečný příjem pro dané území. Pro zjištění čistého

přínosu určité referenční oblasti (kraje, regionu apod.) je nutné zahrnout z celkových ekonomických dopadů pouze nové příjmy, které plynou do dané oblasti. Jde tedy o výdaje návštěvníků, kteří žijí mimo referenční oblast, a které v dané oblasti utratili. U těchto návštěvníků je potřeba zjistit, jak je akce motivovala pro návštěvu referenční oblasti, a tím i podíl jejich výdajů, které lze připisovat dané akci. Také jsou sem zahrnuty výdaje organizace, které plynou z nemístních příjmů a byly použity v referenční oblasti (například evropské dotace). (24)

Hlavní ekonomické přínosy cestovního ruchu je možné rozlišit na tyto oblasti, na které turismus pozitivně působí:

- zlepšení platební bilance státu pomocí příjezdového cestovního ruchu,
- prostřednictvím daní a poplatků, které zvyšují příjmy do místních rozpočtů či státního rozpočtu,
- oblast podpory rozvoje malého a středního podnikání,
- zvyšování zaměstnanosti,
- oblast stimulování investic do místní infrastruktury (vodovody, kanalizace, elektrifikace, telekomunikace, silniční a železniční síť, letiště apod.),
- oblast rozvoje služeb, které mohou využívat i místní obyvatelé. (11)

3.4 Ekonomické efekty cestovního ruchu

Cestovní ruch jako součást ekonomiky, ať už národní, regionální nebo světové, je spojen s realizací příjmů, tvorbou nových pracovních míst, rozvojem podnikatelské činnosti či jiných pozitivních efektů. Nesmí být však opomíjeny ani negativní efekty turismu. Na úrovni národní ekonomiky cestovní ruch realizuje tři typy ekonomických efektů: přímé, nepřímé a indukované. (23)

3.4.1 Přímé efekty cestovního ruchu

Přímé efekty vznikají v odvětvích přímo spojených s cestovním ruchem, tam kde dochází ke kontaktu poskytovatele či zprostředkovatele služby turismu a účastníka turismu. Příkladem přímých efektů cestovního ruchu může být zakoupení letenky u cestovní kanceláře či agentury, zakoupení pobytu v ubytovacích zařízeních. (23)

3.4.2 Nepřímé efekty cestovního ruchu

Nepřímé efekty cestovního ruchu jsou nazývány také jako vyvolané nebo multiplikované efekty. Jejich vznik není spojen s přímým kontaktem účastníka turismu a poskytovatele či zprostředkovatele služeb, nýbrž jde o směnu v oblasti dodavatelsko-odběratelských vztahů v rámci cestovního ruchu. Jedná se například o nákup vybavení v ubytovacích zařízeních, nákup potravin pro stravovací zařízení, poskytování marketingové služeb a další. (23) (3)

3.4.3 Indukované efekty cestovního ruchu

Indukované efekty, někdy také nazývány spotřebitelské odvozené efekty. Představují další vznik příjmů cestovního ruchu ze strany soukromého sektoru, veřejného sektoru či domácností (zaměstnanců). Jako příklad lze uvést zvýšení výdajů domácností na základě zvýšení příjmů ze zahraničního cestovního ruchu v destinaci. (23)

3.5 Multiplikátor

V makroekonomii je multiplikátor důležitým pojmem, který znázorňuje nakolik změna jedné proměnné vyvolá změnu jiné proměnné. Například jak velká bude změna důchodu při změně peněžních výdajů o jednotku. Představuje spojení vztahů mezi ekonomickými odvětvími. (26) (4)

Teorii multiplikátoru definoval jako první anglický ekonom Richard Ferdinand Kahn, v roce 1931 během Velké hospodářské deprese. Konkrétně šlo o multiplikátor nezaměstnanosti. Kahn poukázal na to, že jednotlivé výdaje v dané ekonomice vedou k řetězové reakci výdajů v jiných ekonomických odvětvích. Na Kahna navázal anglický ekonom John Maynard Keynes, který z Kahnova multiplikátoru odvodil investiční multiplikátor neboli Kahn – Keynesův multiplikátor. Keynesův model vysvětluje změny agregátní poptávky (investic), působící na úroveň výstupu – národního důchodu. (4) (14) (26)

Kahn – Keynesův multiplikátor (α) lze vyjádřit pomocí vzorce:

$$\alpha = \frac{1}{1-c} = \frac{1}{s}$$

c – mezní sklon ke spotřebě (MPC)

s – mezní sklon k úsporám (MPS)

(4) (5)

Model multiplikátoru je řazen mezi výchozí nástroje neokeynesiánské makroekonomie. V 50. letech 20. století sehrál důležitou roli při vývoji ekonomie a hospodářské politiky. (15) (10)

Multiplikátor může být definován různými způsoby jako koeficient, násobitel, ukazatel, číslo, nástroj ekonomiky. Velikost multiplikátoru je ovlivňována výší změny sklonu ke spotřebě a k úsporám spotřebitelů, daňové sazby, vládních výdajů, investic. V literatuře lze najít, že každé euro vydané jako výdaj způsobuje změnu v jiných odvětvích v hodnotě vyšší než 1, to znamená, že hodnota multiplikátoru je vyšší než 1. Lze rozeznávat několik typů multiplikátoru, například investiční, daňový, vládních výdajů, mzdový a další. (10) (15) (26) (2)

3.5.1 Multiplikátor cestovního ruchu

Dopady cestovního ruchu na ekonomiku státu je možné rozlišit na přímé vlivy a nepřímé vlivy, nazývané též multiplikační efekt cestovního ruchu. Přímý vliv lze definovat jako výsledek výdajů účastníka cestovního ruchu, vydaných na koupi zboží a služeb v daném regionu. Nepřímý vliv vzniká díky druhotným výdajům účastníka v daném regionu. Prostředky, které účastník cestovního ruchu utrací v dané oblasti, vytváří příjem, který vede k řetězové reakci: „výdaje – příjmy – výdaje“. Proto příjem získaný od jednoho účastníka turismu převyšuje sumu, kterou vydal na daném místě. Změna příjmů v cestovním ruchu se pak rovná změně výdajů vynásobené hodnotou zvoleného multiplikátoru. (3)

Multiplikační efekt turismu dokazuje, že cestovní ruch plní podstatnou roli pro rozvoj a hospodářskou úroveň regionu za předpokladu, že jsou využívány zdroje z dané oblasti. Vychází z makroekonomické teorie multiplikátoru a bývá vysvětlován jako násobící efekt výdajů. Zároveň bývá multiplikační efekt kritizován jako pouhý kumulovaný obrat, který neprezentuje dodatečně vytvořené příjmy. (23) (30)

Multiplikační efekt poskytuje informace o tom, o co vyšší jsou příjmy než výdaje cestovního ruchu, které je vyvolaly. Hodnota multiplikátoru cestovního ruchu je závislá na objemu dovozu, kdy čím nižší je objem dovozu, tím vyšší je multiplikátor příjmů. Také je

závislá na sklonu ke spotřebě, čím je vyšší sklon ke spotřebě, tím vyšší je multiplikátor příjmů. Podmínkou je spotřeba zboží a služeb v dané ekonomice. (30)

Příjmový multiplikační efekt cestovního ruchu lze vyjádřit dvěma způsoby: poměrovou a normální metodou. Poměrová metoda rozlišuje přímé a nepřímé příjmy vytvořené na jednotku přímého příjmu, zatím co normální metoda vyjadřuje celkový příjem vydaný ve zkoumané oblasti na jednotku nárůstu konečné poptávky vytvořené na daném místě. (23)

Nejčastěji uváděnými multiplikátory v souvislosti s cestovním ruchem jsou:

- multiplikátor produkce,
- multiplikátor HDP,
- multiplikátor důchodu,
- multiplikátor zaměstnanosti. (3) (24)

3.5.1.1 Multiplikátor produkce

Tento multiplikátor zahrnuje přímý vliv finální poptávky po produkci určitého produktu a zároveň i nepřímý vliv, vycházející z multiplikace výrobního procesu. Multiplikátor lze interpretovat tak, že pokud dojde ke změně finální poptávky po produkci určitého odvětví o jednotku, celková produkce všech odvětví se zvýší o hodnotu multiplikátoru. Multiplikátor celkové produkce zahrnuje o mezispotřebu, proto započítává vícekrát vstupy, které jdou od jednoho subdodavatele přes dalšího subdodavatele k dodavateli poptávaného zboží či služeb. Jeho vypovídající hodnota tak může být do jisté míry snižená, a tak musí být tento ukazatel využíván s opatrností. (24)

3.5.1.2 Multiplikátor HDP

Multiplikátor HDP je možné využít pro vyhnutí se vícečetné započítání mezispotřeby. Lze ho využít proto, že hrubá přidaná hodnota odvětví neobsahuje mnohonásobně hodnotu vstupů (mezispotřebu). Tento multiplikátor udává vztah mezi prvotním zvýšením produkce určitého odvětví a celkovým zvýšením hrubé přidané hodnoty ve všech odvětvích ekonomiky. (24)

3.5.1.3 Multiplikátor důchodu

Multiplikátor důchodu lze definovat jako celkovou hodnotu náhrad zaměstnancům (mzdy, platy, sociální příspěvky), které jsou nutné ke zvýšení produkce odvětví o jednu peněžní jednotku. Náhrady zaměstnanců jsou součástí hrubé přidané hodnoty, proto multiplikátor důchodu je nižší než multiplikátor hrubé přidané hodnoty. (3) (24)

3.5.1.4 Multiplikátor zaměstnanosti

Dalším multiplikátorem je multiplikátor zaměstnanosti, který charakterizuje počet nových pracovních míst v celé ekonomice, vytvořených pomocí zvýšené produkce v odvětví. Konkrétně pro cestovní ruch v důsledku dodatečných výdajů účastníků turismu. Reakce podniků na zvýšenou poptávku nemusí být vždy vytvoření nových pracovních míst, ale mohou to řešit přesčasů stávajících zaměstnanců. Proto je nutné uvádět zvýšenou zaměstnanost v přepočtu na celé úvazky. I když se zvýší celková zaměstnanost, počet fyzických pracovníků tak může zůstat konstantní. (3) (23) (24)

3.5.2 Metodika pro výpočet ekonomického přínosu

Pro zjištění ekonomického přínosu je potřeba sledovat výdaje jednotlivých účastníků cestovního ruchu, které přinášejí multiplikační efekt do ekonomiky. Multiplikační efekt je vyvolán vydáním výdaje (útratou peněz) návštěvníkem v daném zařízení cestovního ruchu. (28)

Hodnotu ekonomického přínosu cestovního ruchu lze vyjádřit pomocí následujícího vztahu:

Ekonomický přínos = počet návštěvníků * průměrné výdaje na jednoho návštěvníka * multiplikátor

Hodnotu multiplikátoru lze zjistit pomocí několika metod, například:

- **Keynesův multiplikátor** jsou multiplikátory, které se zabývají změnou agregátní poptávky. Velikost multiplikátoru je závislá na mezním sklonu ke spotřebě. (14)
- **Ad hoc modely** jsou podobné Keynesiánskému přístupu. Tyto modely jsou příhodné pro regionální analýzu, kde by bylo provedení input – output analýzy nákladné či nepraktické. Jednoduché modely počítají s dodatečnými

výdaji cestovního ruchu (A), sklonem ke spotřebě (B) a výdaji místních obyvatel (C), pomocí rovnice: $A * \frac{1}{1-BC}$. (29)

- **Input-output modely** kvantifikují vztahy mezi subjekty, odvětvími a sektory v ekonomice (na národní, celosvětové úrovni či v rámci jednoho podniku). Symetrické input – output tabulky jsou využívány k modelování a analyzování, umožňují zkoumat dopady vlivů na ekonomiku. Jádrem SIOT je čtvercová matice mezispotřeby, členěná do řádků a sloupců. Pomocí symetrické input – output tabulky je možné zjistit přímé a nepřímé dopady změn produkce. (24)
 - **Matice sociálního účetnictví (SAM)** je založena na principu input-output modelu. Matice znázorňuje veškeré toky v ekonomice, které jsou vzájemně propojeny. (28)
- (28) (24)

Mezi nejčastěji používané multiplikátory lze považovat příjmový multiplikátor. Ten je možné rozlišit na pravý a nepravý příjmový multiplikátor, kdy oba mají odlišný postup pro výpočet. (29)

$$\text{Pravý příjmový multiplikátor} = \frac{(\text{Přímé} + \text{nepřímé příjmy})}{\text{Přímé příjmy}}$$

$$\text{Nepravý příjmový multiplikátor} = \frac{(\text{Přímé} + \text{nepřímé} + \text{indukované příjmy})}{\text{Změna v agregátní poptávce}}$$

(29)

3.6 Geocaching

Jde o hru, která dosáhla celosvětového rozměru, v níž jde o kombinaci turistiky, navigačních systémů, internetu, kreativity a hlavně zábavy. (39) (40)

Principem této hry je nenápadně najít pomocí GPS souřadnic ukrytou skrýš, nebo také „poklad“. V geocachingu je důležité znát několik základních pojmů. Těmito pojmy jsou:

- Cache: nebo také poklad, slangově „keška“. Jde o schránky různých rozměrů, které geocacher hledá podle GPS souřadnic.
- Geocacher: „geokačer“ je osoba, která hledá ukryté skrýše.
- Logbook: návštěvní kniha ukrytá ve schránce, která slouží k tzv. zalogování, teda zápisu o nálezu cache. Log neboli zápis provádí geocacher buď fyzicky při nálezu, nebo následně i na internetu.
- Reviewer: je osoba, která je pověřena kontrolovat založené cache, zda jsou v souladu s pravidly geocachingu. Provádí tak dobrovolně a po kontrole povolí zveřejnění schránky.
- Owner: je majitel cache – tedy ten, kdo ji založil. (40) (20)

3.6.1 Global Positioning System

V českém názvu Globální polohový systém, zkráceně GPS. Jedná se o vojenský navigační systém, který spravuje Ministerstvo obrany Spojených států amerických. Díky tomuto systému jde s několikametrovou přesností určit jakýkoliv bod na Zemi. Systém byl původně určen pouze pro vojenské účely, dnes však je část funkcí GPS volně přístupná a k dispozici lidem. Využívána je hodně jako pomoc při navigaci na cestách či právě při hře geocaching. Jedná se o systém, který je založen na vysílání signálu z družic, které krouží kolem planety. Velmi jednoduše, GPS přijímače přijímají od družic speciální kódy spolu s informacemi o poloze družice a dalších satelitů. V GPS přijímači dochází k výpočtu rozdílu mezi časem odeslání a přijetím zprávy – dochází tak ke složitým algoritmům korigování a synchronizování. Po vypočtení doby, jak dlouho putovala informace od družice do GPS přijímače, je pak už pomocí znalosti rychlosti šíření signálu snadné vypočítat vzdálenost GPS zařízení a družice. Samotné zaměření polohy na Zemi je pak založeno právě na znalosti vzdálenosti GPS přijímače od polohy družice. (20) (40)

3.6.2 Pravidla

Pro úspěšné zapojení do hry je nutné mít přístroj k zjišťování souřadnic, ať už GPS navigaci nebo mobilní telefon. Veškeré informace o jednotlivých cachích jsou k nalezení na internetových stránkách geocaching.com, kde je nutné se zaregistrovat a založit si svůj uživatelský účet, kam se zapisují odlovené cache. Zde jsou zaneseny hlavně souřadnice

cache, její obtížnost a velikost. Pak už jen zbývá vybranou cache najít. Při samotném hledání schránek je nutné dodržovat několik pravidel. (40) (27)

Každá cache obsahuje zpravidla několik věcí. Jednou z nich bývá logbook neboli zápisník, kam se nálezce zapisuje po objevení cache. Podepisuje se svou přezdívkou, pod kterou se zaregistroval na webových stránkách. Podle velikosti krabičky může cache obsahovat i nějaké poklady, drobnosti. Pokud danou cache geocacher nalezne, smí si odnést něco z jejího obsahu, ale platí pravidlo, že musí vložit předmět ve stejné nebo vyšší hodnotě. (9)

Je zakázáno vkládání jídla do krabiček kvůli divoké zvěři. Mezi další zakázané předměty patří nebezpečné věci jako zapalovač, sirky, nože. Geocaching je velmi oblíbený u rodin s dětmi, proto by cacher neměl právě takovými předměty někoho ohrožovat. Naopak by předměty měly pobavit, potěšit, být originální. (39)

Celé hledání schránky a zapsání se do logbooku na místě, by mělo probíhat nenápadně a v tajnosti. Důvodem jsou lidé, kteří neví nic o geocachingu. Zároveň je nutné se chovat tak, aby nebyla poškozena příroda či cizí majetek. Po odlovu je nutné schránku opět uzavřít, znovu ukryt na stejné místo a uvést vše do původního stavu, aby nebyla odhalena neoprávněnou osobou. (40) (20)

3.6.3 Geocacher

Geocacher je uživatel geocachingu, zaregistrovaný na internetových stránkách. Nezáleží zde na věku či pohlaví. Bývají to rodiny s dětmi, parta kamarádů, nebo i jen samotný turista, který rád chodí po přírodě a památkách. Hráči geocachingu jsou lidé, kteří rádi poznávají nová a zajímavá místa, mají rádi zábavu a aktivní odpočinek, ať už formou pěší turistiky nebo cyklistiky. (40)

Opakem geocachera je ne-geocacher slangově řečeno „mudla“ (slovo mudla bylo převzato ze série filmů Harry Potter), který není s geocachingem vůbec seznámen. Před těmi se snaží geocacher držet v tajnosti ukryté skrýše, aby je nenašli a nedošlo k jejich poškození. (20)

3.6.4 Cache

Důležitou součástí geocachingu jsou schránky, které jsou ukryty po celém světě na obyčejných, ale i zajímavých místech. Geocaching takto podporuje cestovní ruch. Nález cache je nutný v tajnosti. Odlov bývá mnohdy spojen s nějakým úkolem, hádankou, šifrou a jinými zábavnými činnostmi. (39) (40)

Informace o cachi nalezne geocacher na webových stránkách geocachingu po přihlášení, v listingu neboli zadání cache. Najde zde souřadnice schránky, její typ, velikost. Dále terén, kde se cache nachází a jaká je náročnost jejího odlovu. V listingu se také dozví zpravidla něco o místě, kde je schránka uložena, důležité informace, co na daném místě očekávat, či jak se na místo může dopravit a nápovědu (hint), pokud bude při hledání bezradný. (27) (40)

Ve schránce je minimálně uložen logbook ve své fyzické podobě pro zapsání úspěšného odlovu, zatímco na webových stránkách je logbook virtuální. Dále obsahuje něco na psaní, aby se nálezce mohl zapsat do logbooku, nebo je v popisu cache uvedeno, aby si donesl vlastní psací potřebu. U větších schránek bývají pro nálezce připraveny poklady, které si mohou za úspěšný nález cache vyměnit za jiný. Ty představují hlavně motivaci pro rodiny s dětmi. Skryš by měla obsahovat také informace o geocachingu, pokud by ji našel ne-geocacher. (39) (40)

Cache lze rozdělit podle její velikosti a podle několika typů. Prvním rozdělením bude podle typu. Jednotlivé značky používané pro typy cachí jsou uvedeny na Obrázku č. 1. Nejznámějšími a stále tvořenými jsou:

- Tradiční cache,
- Multi-cache,
- Mystery cache,
- Letterbox hybrid,
- Event cache,
- Earthcache,
- Cache In Trash Our Event (CITO Event),
- Wherigo cache.

(39)

Obrázek č. 1: Typy cache



Zdroj: vlastní zpracování z (40) (39) (20)

3.6.4.1 Typy cachí

Tradiční cache – jedná se o nejběžněji používaný typ schránky. Jde o hmotnou schránku, minimálně s logbookem, která se nachází přímo na místě udávaném souřadnicemi. Tato častá fyzická cache může mít celou řadu velikostí. (20)

Multi-cache – je složena z několika částí. Princip je jednoduchý. Tento typ cache má několik zastávek. Začíná se na úvodních souřadnicích z listingu, kde na geocachera čekají buď další souřadnice, nebo hádanka k vyřešení nové hledané polohy. Ty ho pak pošlou na další místo, dokud tímto způsobem nedojde na konečné souřadnice cache. Jednotlivé mezizastávky mají tedy fyzický charakter (schránka se souřadnicemi) nebo virtuální (úkol něco zjistit, vypočítat, hádanka apod.) Multi-cache bývají například vytvářeny proto, aby ukázaly několik zajímavých míst, které souvisejí s cachí nebo danou lokalitou. (40)

Mystery cache – u této cache nebývají souřadnice schránky předem známé. Geocacher musí nejdříve vyřešit nějakou šifru či hádanku, aby konečné souřadnice získal. Zda je opravdu určil správně, může někdy zjistit až na místě. U některých mystery cachí jsou souřadnice dány, ale je potřeba po nálezů vyřešit hádanku k jejímu otevření. (40) (20)

Letterbox hybrid – jedná se o kombinaci používání souřadnic GPS a letterboxingu. Hledači se snaží najít cache pomocí GPS, stop a indicií, jako jsou například popis cesty či

fotografie. Letterboxing byla dřívější forma geocachingu, než se začaly využívat GPS navigace. K nalezení schránky byly známé jen indicie a zdárný odlov si nálezce mohl označit razítkem uvnitř. I dnešní cache tohoto typu obsahují razítko, kterým si nálezce označí úspěšnou návštěvu. (20) (40) (39)

Event cache – je uspořádané společné setkání geocacheru, které slouží k seznámení, výměně travelbugu, geocoinů, ale také k společnému hledání schránek, prohlídce památek, či sportu. Geocacheři se předem přihlašují a souřadnice cache jsou místem konání akce. Vlastník, který cache založil, by měl po ukončení eventů listing archivovat. (40) (20)

Earthcache – zvláštní typ virtuální skrýše, která má vzdělávat o geologii. Podstatou je dojít na zadané souřadnice, kde však není uložena cache. Nálezce se má o místě dozvědět něco nového a zajímavého. Uznání logu záleží na podmínkách autora. (40) (39)

Cache In Trast Out Event (CITO Event) – jedná se specifický typ setkání geocacherů, které bylo odlišeno od event cachí. Toto setkání je ekologického rázu, kdy se hráči snaží danou oblast vyčistit od odpadků, o údržbu parků, o vysazování stromků, o údržbu biotopu a další. (40) (39)

Wherigo cache – novější projekt, kdy jde o kombinaci hledání cachí pomocí GPS a dobrodružné hry (Wherigo). Poté co hráč po cestě splní několik úkolů, může nalézt fyzickou schránku. Na odlov této cache je potřeba specifické zařízení (nestačí pouze obyčejné GPS zařízení). (39)

Dalšími typy cachí, které se také vytvářejí, nebo už se naopak nezakládají a nechávají se dožít, jsou například: Mega-Event cache, Lab cache, Virtuální Cache, Webcam cache, Projekt A.P.E. cache, NGS Benchmark, Locationless cache a další. (40)

3.6.4.2 Velikosti cachí

- Microcache (nacocache),
- Small cache,
- Regular cache,
- Large cache,
- Other cache.

(39)

Microcache – jedná se o velmi malé schránky, které většinou obsahují pouze logbook, výjimečně také tužku. Díky jejich velikosti se objevují hlavně v městských částech, kde jsou jejich rozměry praktické. Typickou microcachí jsou obaly od filmu, či krabička od léků s objemem do 100 ml. (20)

V této kategorii lze také zmínit velikost nanocache. Jde o velikost bez vlastní kategorie. Schránky jsou opravdu velmi malé maximálně o rozměrech do 2 centimetrů, a i logbook je minimalistický. (40)

Obrázek č. 2: Microcache a nanocache



Zdroj: (41)

Small cache – na rozdíl od microcache obsahuje spolu s logbookem také tužku a mohou v ní být ukryty drobné předměty k výměně. Nejčastěji bývá použita plastová krabička na potraviny s těsnícím uzávěrem a s objemem do 1 litru. (40)

Obrázek č. 3: Small cache



Zdroj: (39)

Regular cache – pojme logbook, psací potřeby a dále několik předmětů malé i střední velikosti. Tato velikost cache je vhodná pro dobré ukrytí a zároveň pojme více předmětů pro nálezce. Častou jde o velké plastové či plechové krabice s objemem až 20 litrů. (40) (19)

Obrázek č. 4: Regular cache



Zdroj: (38)

Large cache – mohou obsahovat mimo logbooku a tužky také větší předměty. Její ukrytí je však pracnější, než je tomu u menších velikostí. Pro tak rozměrnou schránku je potřeba najít vhodné místo, kterých není mnoho. Jako large cache jsou využívány barely či sudy s víkem, kufry a větší plechové krabice s objemem více než 20 litrů. (39) (27)

Obrázek č. 5: Large cache



Zdroj: (39)

Other cache – je označení používané pro schránku, která nespadá ani do jedné z kategorií velikosti. Využívá se také v případě, že chce vlastník upozornit na neobvyklý tvar cache. Příkladem může být magnetická fólie, na které je připevněn papír pro zanášení logů. (39) (40)

Obrázek č. 7: Travelbug



Zdroj: (39)

Geocoin – je založen na stejném principu jako travelbug. Putuje po světě mezi cachemi. Má také svůj vlastní listing na logování. Geocoin je unikátní ražená mince s šestimístným kódem. (39)

Obrázek č. 8: Geocoin – trackový



Zdroj: (40)

Mohou také existovat modifikace těch to putovních mincí. Mince představující konkrétního cachera, nebo tým cacherů. Tyto mince jsou vyrobeny ze dřeva nebo z kovu a slouží jako běžné předměty na výměnu či památku při odlovu skrýše. (39)

Obrázek č. 9: Geocion – na výměnu



Zdroj: (39)

3.6.4.4 Zakládání cache

Zakládání cache má svá pravidla. Pro vytvoření nové cache je nutné být zaregistrovaným hráčem geocachingu. Bývá doporučeno, před založením vlastní cache nalézt co nejvíce cachí a nasbírat zkušenosti s ukrýváním schránek. (40)

3.6.4.5 Umístění a schválení cache

Důležitý je výběr místa, kde bude schránka ukryta. Cache bývají dávány na místa, která jsou zajímavá a pro nálezce mají nějaký přínos. Během výběru místa je nutné přemýšlet o bezpečnosti lokality, technických podmínkách, sezónní podmínky apod. Úkryt cache se nesmí nacházet na soukromém pozemku, pokud s tím sám vlastník pozemku nesouhlasí. Není dovoleno ukrývat schránku do oblastí, kam je vstup zakázán. V blízkosti dálnic, letišť, vojenských objektů, železnice, na konstrukcích mostů, hřbitovy, kanalizační síť, vysílačů a dalších je zakázáno umisťovat cache. Při umisťování cache je nutné postupovat v souladu se zákony. (20) (27)

Cache nesmí být pohřbívána do země, aby k jejímu nálezu bylo nutné použít lopatu nebo rýče. Schránka nesmí zohyzďovat či jakkoliv poškozovat soukromý majetek, nebo ohrožovat přírodu, lidi a zvířata. Je zakázáno, aby schránka vypadala jako bomba či jiný nebezpečný předmět. Reklama a komerce není v geocachingu povolena. (39)

Jednotlivé cache nesmí být mezi sebou v tzv. kolizi, což znamená, že se fyzické schránky cachí a fyzické zastávky od některých typů cachí nesmějí od sebe nacházet méně než 161 metrů. (27)

V souvislosti s místem úkrytu cache si vlastním vybírá vhodný typ a velikost cache. Cache je nutné před ukrytím řádně označit a její obsah musí korigovat s pravidly geocachingu. Po vytvoření a umístění fyzické cache na místo úkrytu, je nutné založit listing na oficiálních stránkách geocachingu. Při vkládání názvu a hintu do listingu je důležité vynechat diakritiku. Pro spuštění je cache odeslána ke schválení reviewerovi, který posoudí, zda byla ownerem dodržena pravidla geocachingu. Při dodržení všech pravidel a pokynů je následně cache zveřejněna pro ostatní geocachery. (39)

4 Praktická část

Praktická část diplomové práce je zaměřena na charakteristiku vybrané oblasti Brd a popis čtyř nově založených schránek. Zpracovány jsou zde graficky odpovědi návštěvníků cachí z dotazníkové šetření.

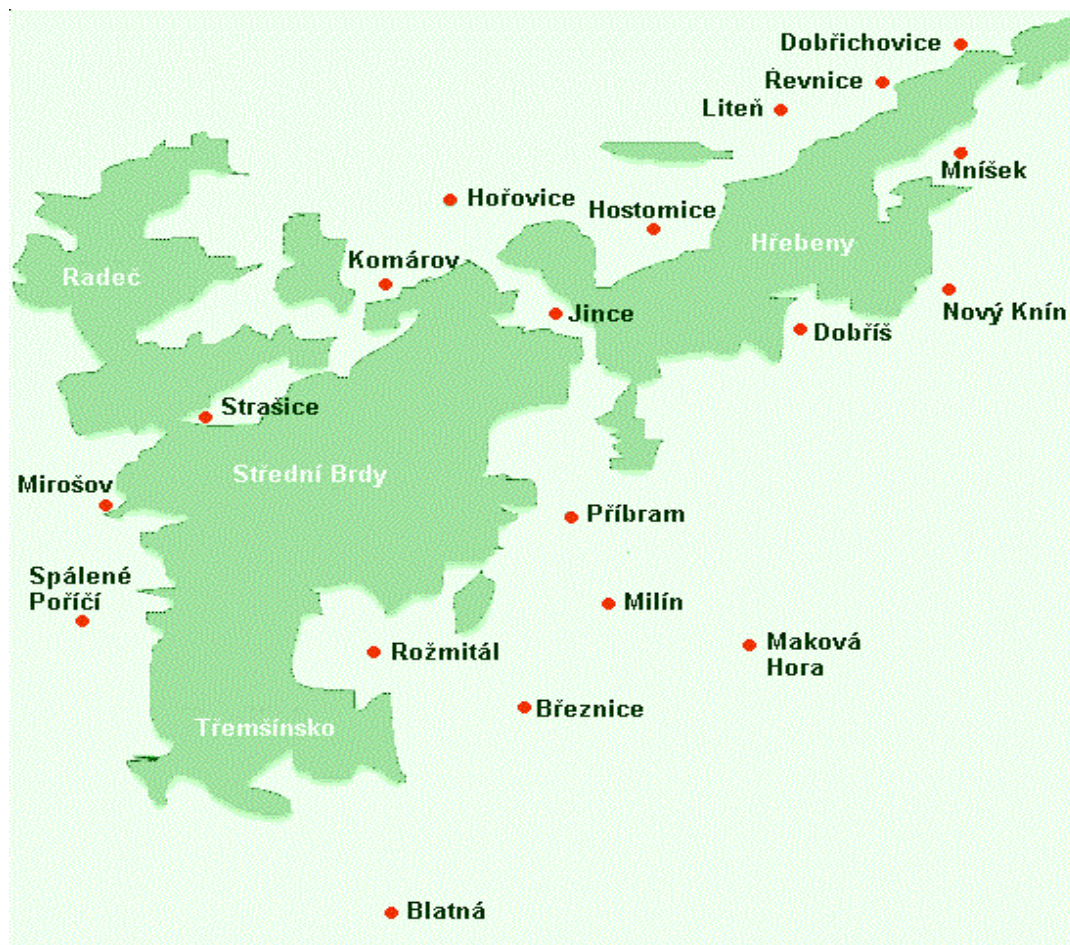
Dále je také určena hodnota multiplikátoru a vyčísleny výdaje respondentů jednotlivých odvětvích ze získaných dat dotazníkového průzkumu. Na základě vypočítaných hodnot je v závěru zjištěn ekonomický přínos geocachingu pro vybranou oblast a přepočítán na jeden rok.

4.1 Charakteristika oblasti Brdy

Brdská vrchovina se nachází ve Středních Čechách, jihozápadně od Prahy a rozkládá se na 827 km², od Řevnic až po Rožmitál pod Třemšínem. Vrchovina je rozdělena na několik částí – Hřebeny (Severní Brdy), Střední Brdy, Jižní Brdy (Třemšínsko) a Radeč. Nejvyšším vrcholem Brd je Tok – 865 m.n.m. Brdy mají velmi bohatou historii, na jejich území se několik let nacházel vojenský prostor a dělostřelecká základna. Od roku 2016 je ve středu Brd chráněná krajinná oblast. (8) (33)

Z mapy na Obrázku č. 10 níže je patrné, že na hranicích Brd se nachází několik větších měst či městysů – Příbram, Hořovice, Dobříš, Jince, Březnice, Hostomice, Řevnice, Strašice, Rožmitál a další. Mnoho z nich jsou významná či historická místa, jak bude uvedeno blíže v následujících podkapitolách. (33)

Obrázek č. 10: Mapa Brdské vrchoviny



Zdroj: (44)

4.1.1 Historie Brd

Historie Brd je velice rozmanitá. V době pravěku zde byla budována opevnění a hradiště. Pozůstatky této doby byly nalezeny například na Plešivci. Ve středověku zde vzniklo několik hradů a staveb, dodnes je tu mnoho z nich k vidění. Období novověku bylo pro Brdy významné zejména rozvojem řemesel jako bylo uhlířství, železářství, skelná huť. (7) (8) (13)

Ve 20. století po první světové válce byly Brdy důležitou dělostřeleckou stanicí, jelikož v roce 1926 byl odsouhlasen návrh na zřízení dělostřelecké základny v Jincích. V době druhé světové války byly v místních lesích partyzánské odboje. Tehdy bylo na území mnoho Němců, kteří se usídlili po Brdech. Během války po roce 1940 bylo vyklizeno několik vesnic kvůli nutnosti rozšíření střelnice. Vojenská střelnice se v roce 1949 změnila na Vojenský újezd Brdy a po ukončení války byly některé vesnice opět

osídleny. Avšak obce Velcí, Hrachoviště, Padrt', Kolvín a Záběhlá byly kvůli Vojenskému újezdu srovnány se zemí. (7) (6) (12)

Před rokem 2016 byl vstup do Vojenského újezdu zakázán a byl možný pouze o víkendech a státních svátcích po cestách a mimo dopadové plochy. Od 1. ledna 2016 byl Vojenský újezd Brdy vládou vyhlášen Chráněnou krajinnou oblastí. Každá historická etapa české historie se nějakým způsobem dotkla Brd, ať už dobývání hradů v dobách husitských, či ve válečné a poválečné době. (8) (48)

4.1.2 Dělostřelecká základna a Vojenský újezd Brdy

V roce 1926 byla vybudována dělostřelecká střelnice ve Středních Brdech. Brdy byly totiž vhodné nejen z hlediska jejich malé osídlenosti, ale také měly vojensky strategickou polohu blízko Prahy, nedaleko železnice a reliéf byl navíc podobný pohraniční krajině. Výcvikové středisko v Jincích, kde byla později vystavěna i kasárna, bylo v Brdech jedno z nejdůležitějších. Po schválení návrhu tak vznikly tři dopadové plochy – Jordán, Brda a Tok. (48) (6)

Po vytvoření Vojenského újezdu Brdy v poválečné době se opět začal využívat jako před válkou. Střelnice sloužila 13. dělostřeleckému pluku Jince. Dodnes jsou zde pořádána tzv. Bahna jako den Pozemního vojska České republiky. Uzavření prostoru veřejnosti zde dalo vzniknout jedinečné přírodě. Po vyhlášení CHKO Brdy byl vojenský újezd kompletně zpřístupněn až na Posádkové cvičiště Jince a uzavřené vojenské areály. Původní rozloha vojenského prostoru byla 260 km² mezi městy Strašice a Příbram. (48)

Nedávno řešenou kauzou okolo Brd bylo na počátku 21. století vystavění radaru, který se měl stát součástí americké protiraketové základny v Evropě. Radar měl sloužit jako ochrana před tehdejšími hrozbami z Íránu a KLDK. Koncem roku 2009 ale Spojené státy americké oznámily, že projekt ukončují. (48) (33) (32)

4.1.3 Chráněná krajinná oblast Brdy

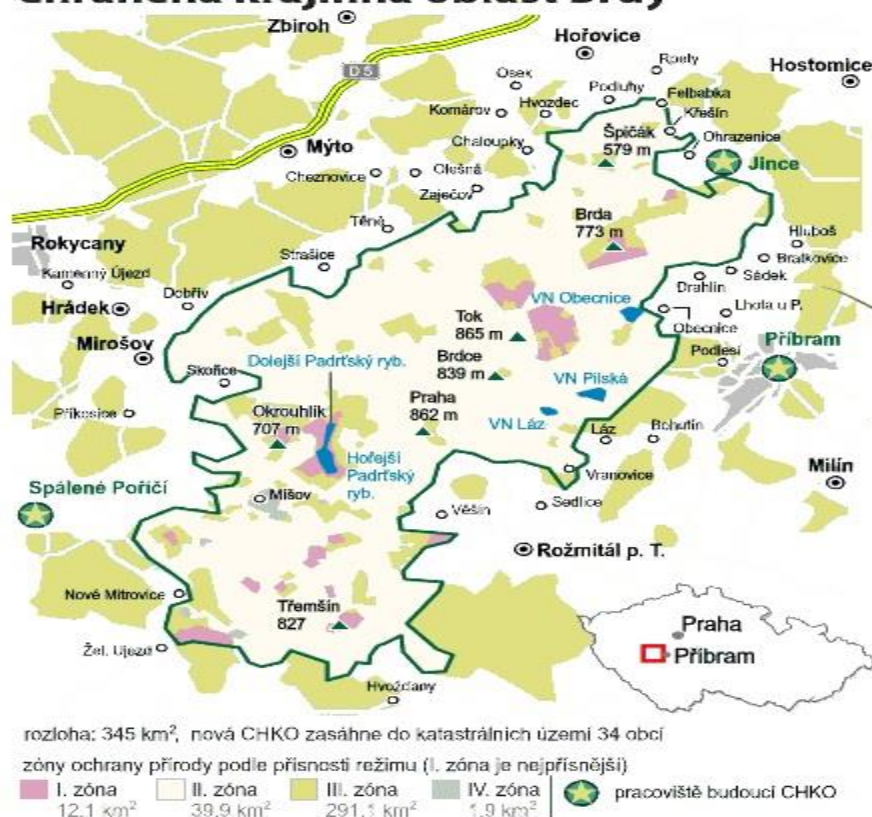
Chráněnou krajinnou oblast lze definovat jako velkoplošné území nižšího stupně ochrany, než je tomu u národních parků. Přesnější charakteristiku je možné najít v zákoně České národní rady č. 114/1992 Sb. o ochraně přírody a krajiny. Krajina je chráněna hlavně před činnostmi snižující její přírodní hodnotu. Stavby mohou být prováděny pouze

s ohledem na uchování krajinných prvků a s nezbytným souhlasem příslušných orgánů.
(46) (32)

Již v roce 1920 byl skupinou poslanců podán návrh na zřízení národního parku v Brdech. Návrh však nebyl přijat, a tak vznikl Vojenský újezd Brdy. Pro neutuchající zájem a kvůli ochraně jedinečné přírody v Brdech byl v lednu roku 2016 po pěti letech vyhlášen Vojenský újezd Brdy Chráněnou krajinnou oblastí Brdy. Oblast nadále zůstává majetkem Ministerstva obrany České republiky. V současnosti jsou tedy Brdy otevřeny veřejnosti, i když stále probíhá deaktivace nevybuchlé munice, a tak je vstup do některých částí stále zakázán. (48) (7)

Rozloha CHKO Brdy je 345 km², přičemž převážnou část tvoří bývalý vojenský prostor ve Středních Brdech a zbytek jsou dva přírodní parky z Jižních Brd (přírodní park Brdy na území Plzeňského kraje a částečně přírodní park Třemšín na území Středočeského kraje), které CHKO nahradila, viz Obrázek č. 11. Z 86 % je oblast tvořena lesy. (48) (8)
(32)

Obrázek č. 11: CHKO Brdy
Chráněná krajinná oblast Brdy

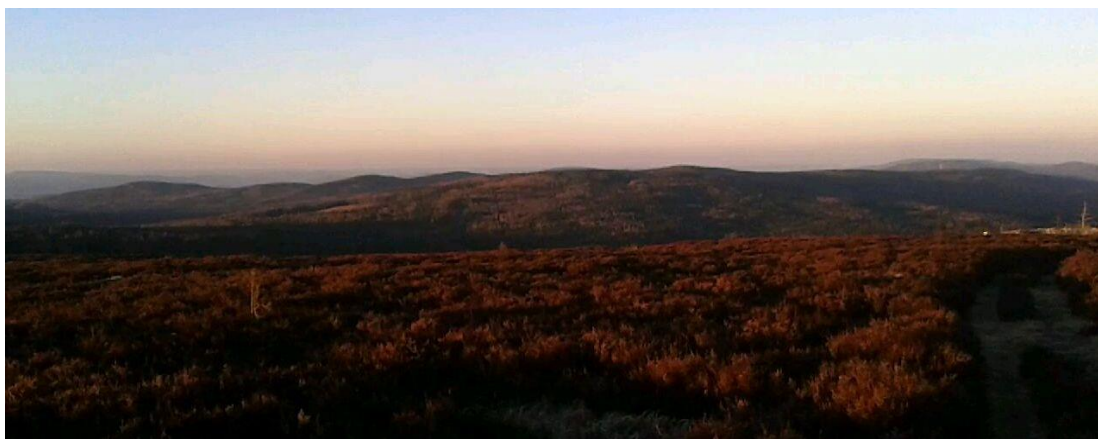


Zdroj: vlastní zpracování z (35)

4.1.4 Příroda

V minulosti se zde nalézaly přirozené pralesy, jejichž složení se měnilo se změnami klimatu, zásahy člověka a příchodem nových rostlinných i živočišných druhů. Hlavní složku místní flóry tvořil buk a další smíšené dřeviny. Buk se díky své dostupnosti a výhřevnosti používal jako ideální palivo při těžbě a zpracování rudy. Došlo tak k postupnému vykácení lesa a nová výsadba byla zanedbávána. Až postupem času byly vysazeny nové stromy k obnově lesa, jenže zaplněn byl z velké části smrkou, což vedlo k problémům s monokulturálním hospodářstvím (choroby a eroze). Smrky tak doplňují buky, borovice, břízy, duby, modříny a olše, je zde snaha o znovuvytvoření druhové pestrosti. Na vykácených dopadových plochách vznikla rašeliniště, mokřady a vřesoviště. Vojenská aktivita tedy napomohla k vytvoření zajímavých biotopů. (48) (32) (12)

Obrázek č. 12: Tok vřesoviště



Zdroj: vlastní zpracování

Mezi představitele květin rostoucí v Brdech patří zejména jetel horský, náprstník červený, některé druhy sasanek, vřes obecný, vranec jedlový, plicník, netřesky, skalník celokrajný, plavuň pučivá a mnoho dalších. Do chráněných druhů rostlin se pak řadí například rosnatka okrouhlostá či pobřežnice jednokvětá, které si potrpí na čistotu vody, a dále pak také plavuník. (48) (32)

Lov a boj s divokou zvěří vedl k vyvraždění původních živočišných druhů na území Středočeské vrchoviny. Stejně jako ve zbytku Čech vymizeli z lesů vlci, medvědi nebo také tetřevi. V Brdech se přesto nachází mnoho běžných, stejně jako vzácných živočichů.

- Korýši – raci, mihule, mřenka.
- Ryby – pstruh obecný.
- Obojživelníci – mlok, čolek, ropucha, skokan, rosnička zelená.
- Plazi – ještěrky, slepýš křehký, zmijs obecná, užovka obojková.
- Ptáci – výr velký, tetřev hlušec.
- Savci – plch zahradní, netopýři, veverka obecná, jelen lesní, daněk evropský, prase divoké, muflon, zajíc obecný, liška obecná, jezevec lesní.

(32)

Obrázek č. 13: Skokan



Zdroj: vlastní zpracování

K zvláště ohroženým druhům zvířat patří rak kamenáč, vranka obecná a mihule potoční, kterým se daří ve velmi čistých tocích. Dále sem spadá také čáp černý, orel mořský, bekasina otavní a vydra. Zvláště zajímavým a chráněným druhem je pak rys ostrovid, jehož populaci se v těchto lesích daří. (32) (48)

Brdy se skládají z mnoha vrcholů a zalesněných hřebenů. Spolu s Tokem, je také jedním z nejvyšších míst v Brdech vrchol Praha - 862 m.n.m. Zdejší vrcholy jsou oblé s táhlými hřebenými a ohraničují úvalová údolí. (33) (32)

Obrázek č. 14: Brdy



Zdroj: vlastní zpracování

Na území Brd se nachází desítky vodních toků, nádrží a rybníků. Jedním z nejznámějších ve Středních Brdech jsou Padrt'ské rybníky, kde se nachází mnoho chráněných rostlin a živočichů. Dalšími vodními plochami jsou Velký rybník, Mlýnský rybník, nádrž Velcí, nádrž nad Jordánem a jiné. Významnými vodními toky jsou Padrt'ský potok (Klabava), Litavka, Albrechtický potok a další. (6) (8)

Obrázek č. 15: Litavka



Zdroj: vlastní zpracování

4.1.5 Památky a zajímavosti v oblasti Brdy

Brdy a jejich okolí nabízí mnoho historicky zajímavých objektů, zřícenin, přírodních skvostů a skal, nebo také nespočet turistických či cyklistických tras. S místními lesy jsou spojeny mnohé pověsti a pověry. Jedna z nejznámějších pověstí je o ochránci lesů a duchu Fabiánovi. (32) (7) (12)

V samotných Brdech, nedaleko obce Chaloupky, se nachází například zřícenina gotického hradu Valdek ze 13. století, který byl několikrát obléhán. Dále také lovecký zámek Tři Trubky, který leží na soutoku Třítrubeckého a Padrt'ského potoka, zřícenina hradu Třemšín, hrad Vimperk, klášter Svatá Dobrotivá, nebo zaniklý benediktinský klášter na Teslíně. V okolí Brd se nalézá také mnoho dochovaných památek, například v městysu Jince se nachází dřevouhelná vysoká pec Barbora, jediná plně dochovaná ve střední Evropě, chátrající zámek v Jincích (později upraven na pivovar), poutní místo Svatá Hora Příbram, Mincovna v Novém Kníně, panství Zbiroh a mnoho dalších, výčet některých viz Příloha č. 4. V obcích na okraji Brd se nachází mnoho památníků k uctění pocty padlým vojákům z války. Stejně tak je zde spousta starých kostelů, kapliček a židovských hřbitovů. (48) (7)

K vidění jsou na dopadových plochách v Brdech pěchotní bunkry, jejichž odolnost byla testována od První republiky. Nejvíce stojí za zmínku bunkr na Houpáku (794 m.n.m.), který byl používán při letecké raketové střelbě, a bunkr na Jordánu (775 m.n.m.), sloužící k testování opevnění a zbroje. (48)

Obrázek č. 16: Jordán



Zdroj: (47)

Po Brdech je vyznačeno několik tras, ať už turistických, cyklistických nebo běžkařských. Mnoho z nich vede na velmi zajímavá místa, jako jsou studánky a vyhlídky. Nejnavštěvovanějším je Plešivec (645 m.n.m.), na němž kdysi stálo hradiště z doby bronzové. Na tento vrchol vede několik turistických cest a jedna naučná stezka „Z Jinec na Olymp Brd”. Jedna ze žlutých turistických cest vede také na vrchol Praha (862 m.n.m.), kde byla zřízena vysoká věž meteoradaru ČHMÚ. Brdy jsou také rájem lezců. Je zde několik skal, které jsou horolezecky značeny a aktivně využívány k lezení. Pro milovníky paleontologie a fosilií je zdejší lokalita cenná. Uklývá mnoho zkamenělin kambrické mořské fauny – trilobity. Jejich nelegální sběr je však zakázán a pokutován (8) (48)

V CHKO Brdy je koupání přísně zakázáno, aby nedošlo k znečištění vod. Avšak na hranicích Brd je mnoho možností na koupání, konkrétně například: přehrada Zászkalská u Chaloupek, přírodní koupaliště Jince a mnoho dalších koupališť, rybníků, lomů, nádrží či bazénů. (48) (8)

4.1.6 Dostupnost a doprava

Po Brdech je možné se dobře pohybovat po značených cestách. Je zde zákaz vjezdu motorových vozidel bez povolení, které udílí Vojenské lesy a statky ČR se sídlem v Jincích. Do Brd je dobrá dostupnost jak z Prahy, tak z Plzně či Brna. Využít se k tomu dá

auta, či hromadných dopravních prostředků. V létě o víkendech je možné se pohodlně dostat do Brd „Cyklovlakem Brdy“, vyjíždějícím z Prahy a jedoucím až do Březnice. (48)

4.1.7 Cestovní ruch v Brdech

Pro oblast Brdy je příznačných několik druhů cestovního ruchu. Jde hlavně o domácí cestovní ruch, s malým procentem zahraničního cestovního ruchu. Lidé často navštěvují destinaci na jednodenní výlet. Využívanější formou cestovního ruchu pro Brdy je sportovně – rekreační cestovní ruch. Po Brdech je vyznačeno mnoho turistických a cyklistických stezek, které nabízejí turistům spoustu možností na výlety. Dále je zde též uplatňován kulturně – poznávací cestovní ruch, který je dán množstvím památek v této lokalitě.

Mezi služby související s cestovním ruchem, které jsou dostupné v okolí Brd, patří služby stravovací, ubytovací, dopravní, informační, kulturní a sportovní. Ubytovacích zařízení typu hotel či penzion, které je možné využít při návštěvě Brd, je hned několik. Níže výčet některých z nich:

- Hotel Ermi,
- Hotel Žebrák,
- Hotel Zelený Strom,
- Hotel Kratochvíl,
- Penzion Ranch,
- Penzion Eška,
- U Prejzků,
- Pivovar Podlesí,
- Penzion na Statku,
- Penzion Brdy,
- Rybářský penzion,
- Rezidence V Parku.

(42)

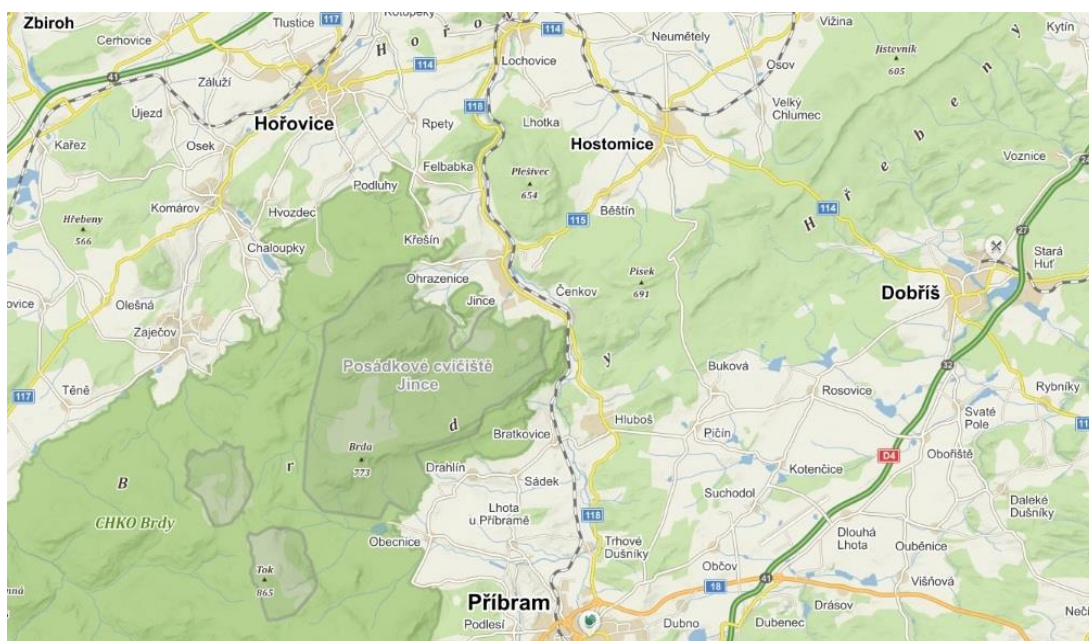
Možnosti stravování je v této oblasti o mnoho více než těch ubytovacích. Stravování zajišťuje převážně mnoho restaurací a hospod, kdy některé z nich jsou součástí ubytovacích zařízení. Dopravní služby v okolí Brd zajišťují hlavně prostředky veřejné

hromadné dopravy a silniční doprava. Ve větších obcích či městech naleznou turisté dostupná informační centra. Cestovní ruch je v Brdech tvořen také díky mnoha kulturním a sportovním akcím. Brdy a jejich okolí nabízejí několik přírodních či uměle vytvořených koupališť, sportoviště, muzea či památníky, kina, divadlo atd., spadajících do kulturních a sportovních služeb.

4.2 Geocaching – nově založené cache v Brdech

Pro zjištění ekonomického přínosu pro oblast Brdy, kterým se tato práce zabývá, bylo nutné k získání dat založit nové cache. Na začátku června roku 2017 byly nově založeny čtyři schránky ve vybrané oblasti na pomezí Hřebenů a severu Středních Brd.

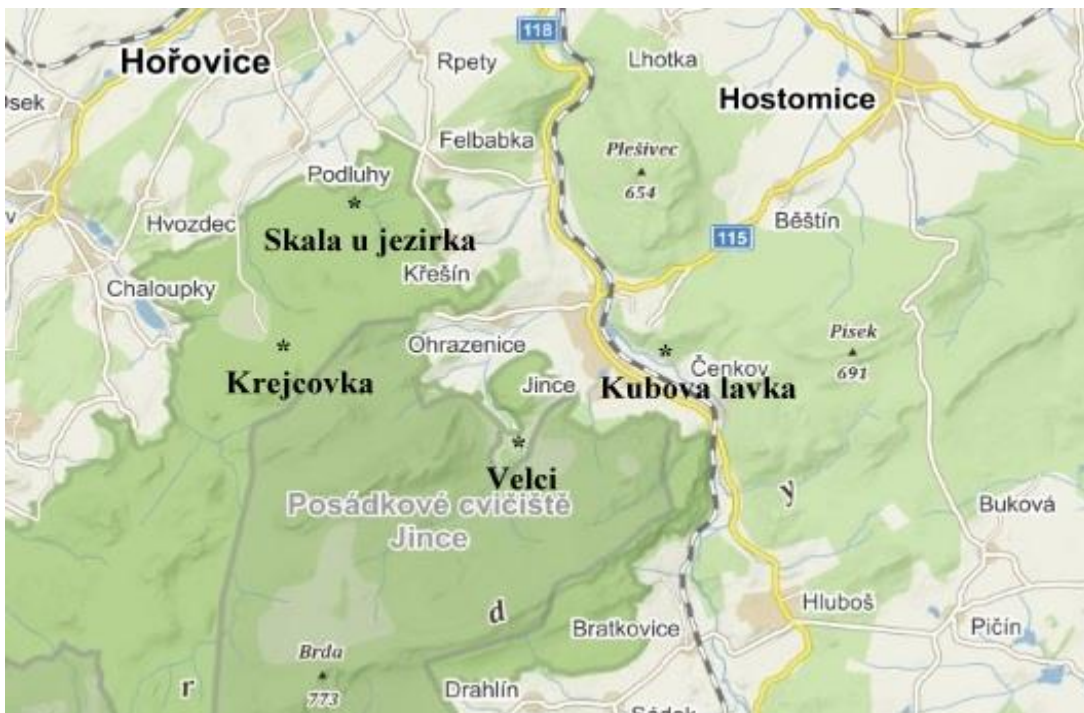
Obrázek č. 17: Mapa konkrétní vybrané oblasti



Zdroj: (45)

Samotnému založení předcházelo prostudování pravidel geocachingu pro zakládání nové cache a výběr míst pro ukrytí schránek. Vytvořeny byly čtyři tradiční schránky cache, které měly různé velikosti, podle místa jejich uložení. Do každé schránky byl vložen vyrobený logbook s označením cache a případně tužka, pokud to velikost krabičky dovolila. Schránky byly následně umístěny na vybraná místa, viz Obrázek č. 18, a pomocí GPS byla zaměřena jejich poloha. Poté došlo k vytvoření listingu k jednotlivým cachím na oficiálních webových stránkách geocachingu. Listing každé cache obsahoval hlavně její souřadnice, popis, typ, velikost, obtížnost, hint a další.

Obrázek č. 18: Poloha nových cachí



Zdroj: vlastní zpracování z (45)

Posledním krokem bylo odeslat cache ke schválení reviewerovi. Schvalování všech cachí proběhlo v pořádku, bez připomínek a úprav. Poté byly všechny cache zveřejněny uživatelům geocachingu.


4.2.1 Nové cache


Založeny byly čtyři nové cache: „Krejčovka“, „Kubova lávka“, „Velcí“, „Skála u jezírka“.


4.2.1.1 Krejčovka


První založená cache se nachází na rozcestníku Krejčovka na okraji CHKO Brdy nedaleko městyse Jince. Na rozcestí se nachází stará vojenská strážní budka, která sloužila jako úkryt pro vojáky. Je zde postavena i hájovna a kryté posezení pro turisty. Konkrétní datum založení a základní informaci o cachí „Krejčovka“ jsou uvedeny níže na Obrázku č. 19.


Obrázek č. 19: Základní informace – cache Krejčovka


 **Krejčovka**

Kešku založil well.sleeper  Napsat autorovi Založeno : 06/03/2017

Obtížnost: ★★★★★ Velikost:  (mikro)

Terén: ★★★★★  **2** Oblíbené ▼

N 49° 46.816 E 013° 54.880 
UTM: 33U E 421864 N 5514765

V Středočeský kraj, Czechia
 SW 49.5 km od tvých domovských souřadnic

Zdroj: (39)

Cache byla umístěna do trubky v závoře, která se nachází několik metrů od rozcestí. Byla zabezpečena vlastnoručně vyrobeným odnímatelným víčkem, aby bylo zabráněno vypadnutí. Jako nápověda pro odlov bylo zvoleno slovo – „závora“.

Obrázek č. 20: Místo uložení cache



Zdroj: vlastní zpracování

4.2.1.2 Kubova lávka

Kubova lávka vede přes řeku Litavku a nachází se pod přírodní památkou Vinicí. Jedná se o zalesněnou stráň, která byla v roce 1999 prohlášena za chráněné území. Hlavní důvodem bylo zachování cenné paleontologické lokality, ve které se nachází mnoho

zkamenělin kambrické mořské fauny, tzv. trilobity. Přes Kukovu lávku vede naučná stezka „Z Jince na Olymp Brd“, která je 17,3 km dlouhá a prochází nedalekým městysem Jince. Základní informace o cachi jsou uvedeny na Obrázku č. 21.

Obrázek č. 21: Základní informace – cache Kubova lávka



The screenshot shows the details for a geocaching cache named "Kubova lavka". It includes a green circular icon with a white cache symbol, the title "Kubova lavka", and the creator "well.sleeper". The cache was created on 06/04/2017. It has a difficulty rating of 1 star and a terrain rating of 2 stars. The size is categorized as "mikro". There are 0 favorite caches. The coordinates are N 49° 47.076 E 013° 59.334, with UTM coordinates 33U E 427214 N 5515172. The location is in the Středočeský kraj, Czechia, 45.3 km SW from the user's home coordinates.

Zdroj: (39)

Samotná schránka se nachází na pravém břehu řeky Litavky hned za lávkou a je ukrytá v dutině kořenů stromu. Jako nápověda bylo uvedeno slovní spojení – „strana stromu přivrácená k lávce, s turistickým značením“.

Obrázek č. 22: Kubova lávka



Zdroj: vlastní zpracování

4.2.1.3 Velcí

Cache „Velcí“ byla umístěna u vodní nádrže Mlýnský rybník, který se nachází na Pstruhovém potoce. Nádrž spadá do katastru bývalé obce Velcí. Místo bývalé obce je pod vrcholem Vystrkov, na kraji CHKO Brdy. Zmínky o obci jsou již z roku 1454, kdy spadala do panství vladyků z Jince. Během staletí byla obec i okolní vesnice na pokraji zániku. Za 2. světové války bylo vydáno nařízení obec vystěhovat. Většina domů obce byla zbourána a dnes je z obce katastrální oblast, ve které žije několik ledních zřízenců. Základní informace o cachi uvádí Obrázek č. 23.

Obrázek č. 23: Základní informace – cache Velcí



Velcí

Kešku založil well.sleeper [Napsat autorovi](#) Založeno : 06/04/2017

Obtížnost: ★★★★★ Velikost: (mikro)

Terén: ★★★★★ [0 Oblíbené](#)

N 49° 46.260 E 013° 57.670 
UTM: 33U E 425197 N 5513687

V Středočeský kraj, Czechia
SW 47.7 km od tvých domovských souřadnic

Zdroj: (39)

Schránka cache se nachází v jedné z trubek na kraji nádrže. V trubce je krabička zavěšena pomocí drátku, který je na ni připevněn.

Obrázek č. 24: Nádrž Mlýnský rybník



Zdroj: vlastní zpracování

4.2.1.4 Skála u jezírka

Cache „Skála u jezírka“ byla uložena nedaleko obce Podluhy, u lesního Liebusova jezírka. Historie obce Podluhy sahá až do 14. století a původní osada patřila k panství valdeckému a pozdější době panství hořovickému. Na návsi stojí kaplička sv. Floriána.

Podluhy jsou jednou z obcí, které dodržují staré tradice a pořádají Staročeské Máje, kde se tancuje Staročeská beseda.

Obrázek č. 25: Základní informace – cache Skála u jezírka

 **Skála u jezírka**

Kešku založil well.sleeper  Napsat autorovi Založeno : 06/10/2017

Obtížnost: ★★★★★
Terén: ★★★★★

Velikost:  (malá)

 6 Oblíbené ▼

N 49° 48.434 E 013° 55.488 
UTM: 33U E 422636 N 5517752

V Středočeský kraj, Czechia
 SW 47 km od tvých domovských souřadnic

Zdroj: (39)

Liebusovo jezírko nebo také Černé jezírko. Do 2. světové války sloužilo jako turistické místo. Postupem času, ale došlo k jeho devastaci a protržení hráze. K obnově došlo až v roce 2013, kdy byla provedena rekonstrukce hráze. Své jméno získalo jezírko podle Johanna Liebuse, který byl lesmistrem na hořovickém panství. Na přelomu 19. a 20. století byla pod jeho dohledem budována vyhlídková místa, altány a turistické stezky, která byla často pojmenovávána podle příslušníků knížecího rodu. U jezírka byla umístěna litinová deska s názvem místa, jejíž torzo bylo pod skálou nalezeno a uloženo do muzea ve Strašicích. (34)

Obrázek č. 26: Liebusovo jezírko



Zdroj: vlastní zpracování

Schránka se nachází na levé straně svahu, ve skalní dutině za kamenem. Pro hint bylo zvoleno – „strana k mýtině“.

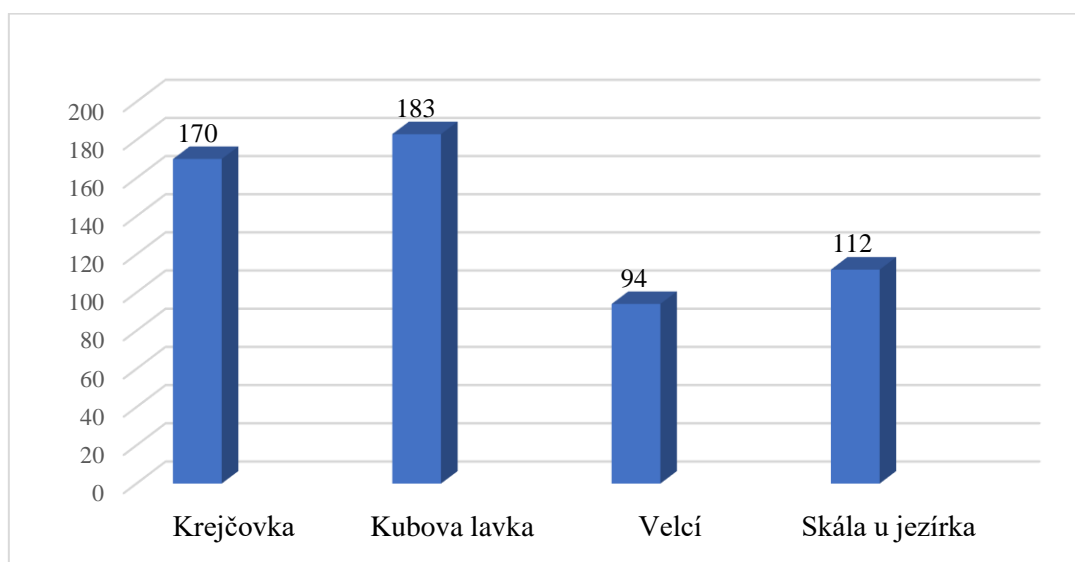
Obrázek č. 27: Cache Skála u jezírka



Zdroj: vlastní zpracování

Graf č.1 ukazuje celkový počet nálezů u jednotlivých cachí. Nejčastěji byla odlovena cache Kubova lávka, 183 nálezů geocachery. Druhou nejvíce odlovenou cachí byla Krejčovka, 170 nálezů. Cache Skála u jezírka našlo celkem 112 geocacherů a cache Velcí 94.

Graf č. 1: Počet jednotlivých nálezů cachí



Zdroj: vlastní zpracování z (39)

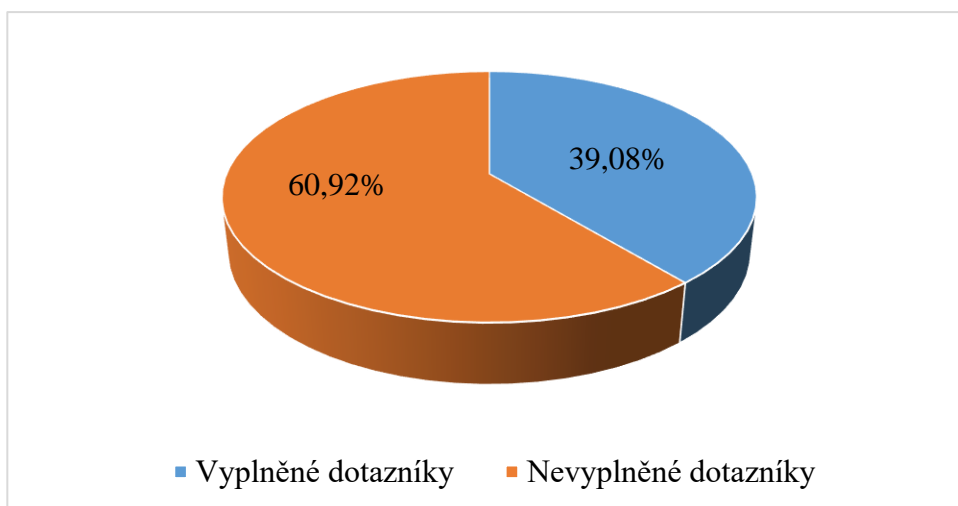
4.3 Dotazníkové šetření

Za účelem získání dat pro tuto diplomovou práci byl vytvořen on-line dotazník pomocí Google Forms. Dotazník obsahoval 18 strukturovaných otázek, viz Příloha č. 1. Internetový odkaz na dotazník byl odeslán každému nálezci prostřednictvím emailové komunikace přes Geocaching.com.

4.3.1 Návratnost dotazníku

Osloveni byli nálezci, kteří našli alespoň jednu ze čtyř cachí, od 6. června roku 2017 (založení cachí) do 30. září roku 2018. Dotazník byl odeslán celkem 348 nálezcům založených schránek, z čehož se vrátilo 136 vyplněných dotazníků. Návratnost dotazníku byla 39,08 %. Poměr vyplněných a nevyplněných dotazníků ukazuje Graf č. 2.

Graf č. 2: Návratnost dotazníků



Zdroj: vlastní zpracování

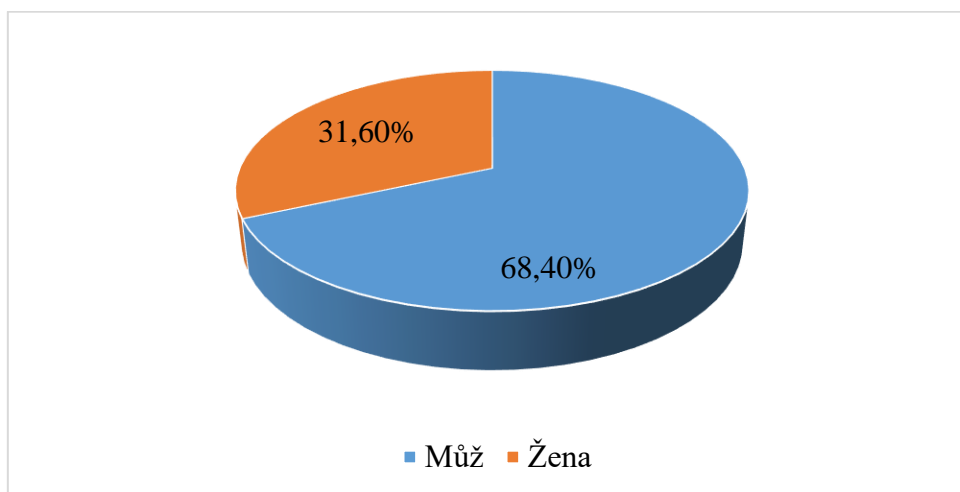
4.3.2 Soubor respondentů

Tato podkapitola se zabývá souborem 136 respondentů, kteří vyplnili dotazník a uvedeny jsou grafy, které znázorňují jejich rozdělení podle pohlaví, věku a místa trvalého bydliště.

4.3.2.1 Charakteristika respondentů z hlediska pohlaví

Podle Grafu č. 3 je patrné, že dotazník vyplnily z 68,4 % muži a 31,6 % ženy, z čehož vyplývá více jak dvojnásobná převaha mužských respondentů.

Graf č. 3: Rozdělení respondentů podle pohlaví

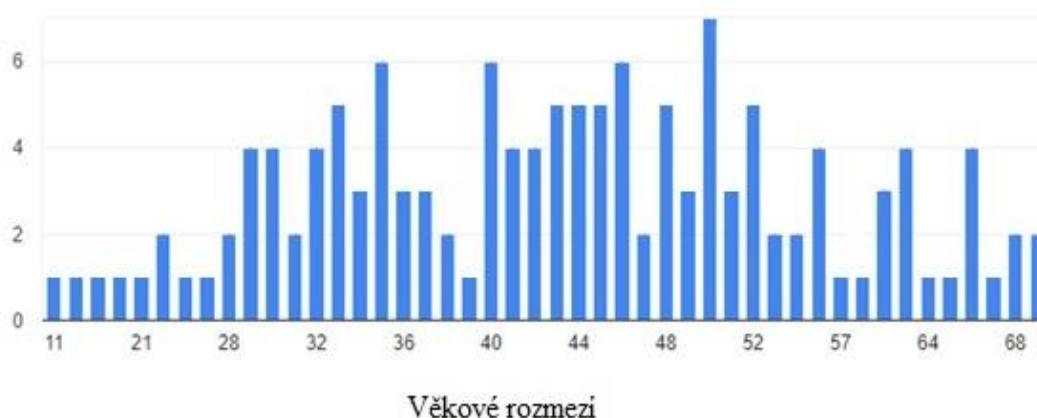


Zdroj: vlastní zpracování

4.3.2.2 Charakteristika respondentů z hlediska věku

Věkové rozmezí souboru respondentů zobrazuje Graf č. 4, z kterého lze vyčíst, že nejmladšímu nálezci cache bylo 11 let a nejstaršímu bylo 70 let. Na Grafu č. 5 je možné také poukázat na časté zastoupení věku mezi 30 a 52 lety, s malým vybočením kolem 40 let. Z toho je možné usoudit, že geocachingu se přímo nezabývají děti (i když se odlovu účastní na rodinných výletech) a studenti. Nejčetnější zastoupení zájmu o geocaching je tedy u lidí v produktivním věku a částečně u osob v důchodu. Úplně nejčastější odpovědí v dotazníkovém šetření byl věk 50 let, uvedený celkem 7 respondenty.

Graf č. 4: Věkové rozmezí respondentů

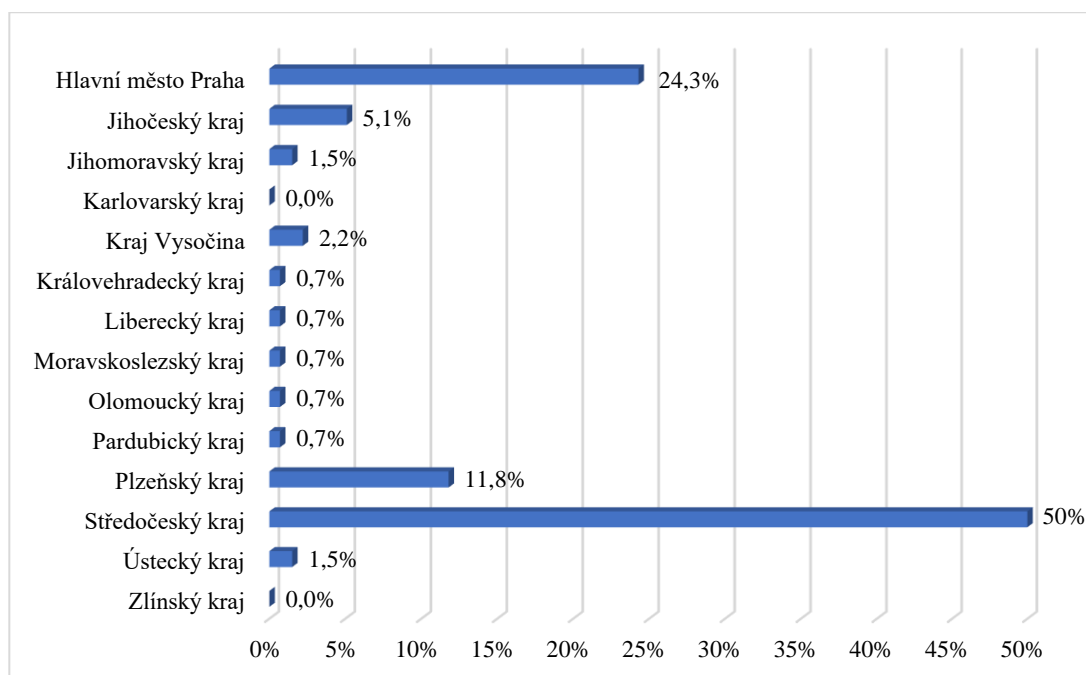


Zdroj: vlastní zpracování

4.3.2.3 Charakteristika respondentů z hlediska trvalého bydliště

Další charakteristikou soboru respondentů je rozdělení podle místa jejich trvalého bydliště, kterou znázorňuje Graf č. 6. Dá se předpokládat, že nejvíce zastoupeným bude Středočeský kraj, ve kterém se dané cache nachází. Jak je patrné z Grafu č. 5 přesně polovina (50 %) dotazovaných pochází ze Středočeského kraje. Druhým nejčastěji uvedeným trvalým bydlištěm je Hlavní město Praha 24,3 % a relevantně významným je také Plzeňský kraj, ze kterého přijelo 11,8 % respondentů.

Graf č. 5: Trvalé bydliště respondentů



Zdroj: vlastní zpracování

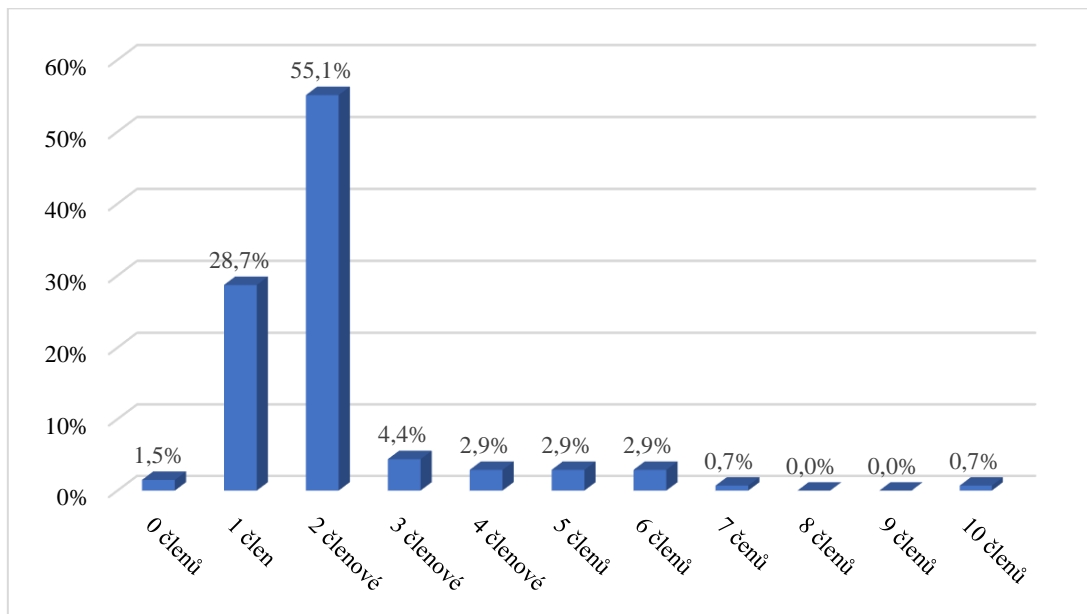
Je pravděpodobné, že lidé s trvalým bydlištěm ve Středočeském kraji nebudou využívat ubytovacích služeb. Tito lidé však představují pro vybranou lokalitu potenciální zdroj příjmů prostřednictvím stravovacích služeb, kulturních, sportovních či jiných aktivit. Tyto výdaje mohou přinést nepřímé ekonomické dopady v dané oblasti.

4.3.2.4 Počet členů výpravy při odlovení cache

Pomocí dvou otázek v dotazníku bylo zjišťováno kolika členná výprava se účastnila geocachingu. Výsledky znázorňují dva Grafy č. 6 a č. 7, které jsou rozděleny na počet dospělých osob (15+) a počet dětí do 15 let.

Z Grafu č. 6 je nejvíce patrné, že více jako polovina (55,1 %) respondentů nad 15 let podnikla výpravu za cachí ve 2 lidech. Jednotlivců, kteří odlovili cache samostatně bylo 28,7 % a zbytek Grafu č. 6 ukazuje i malá procenta skupinových účastí geocachingu.

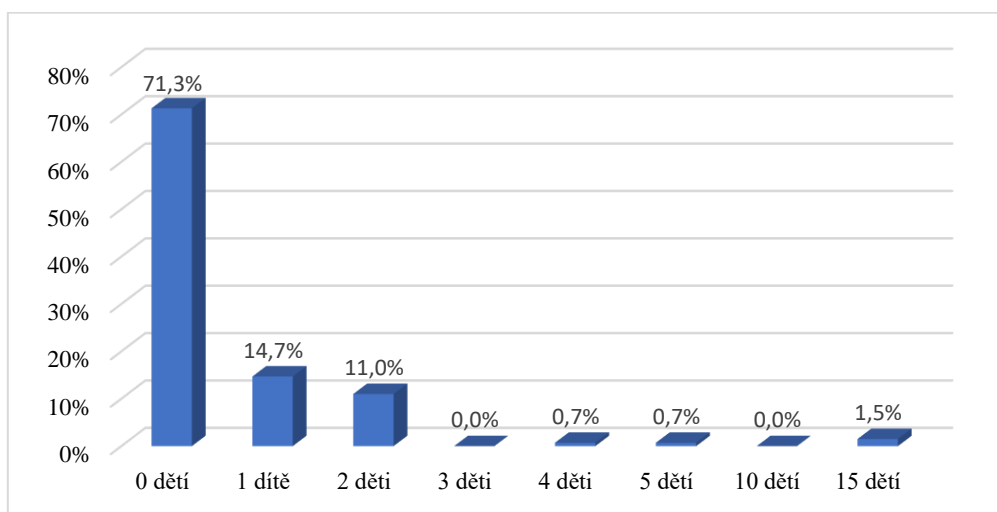
Graf č. 6: Počet dospělých (15+) osob ve výpravě při odlovení



Zdroj: vlastní zpracování

Na otázku počtu dětí do 15 let odpovědělo 71,3 % dotazovaných, že výpravy se zúčastnily bez dítěte. Graf č. 7 zobrazuje, že dítě bylo ve výpravě nejčastěji jedno (14,7 %) až dvě (11,0 %). Největší počet dětí ve výpravě bylo uvedeno 15, a to dvěma respondenty.

Graf č. 7: Počet dětí do 15 let ve výpravě

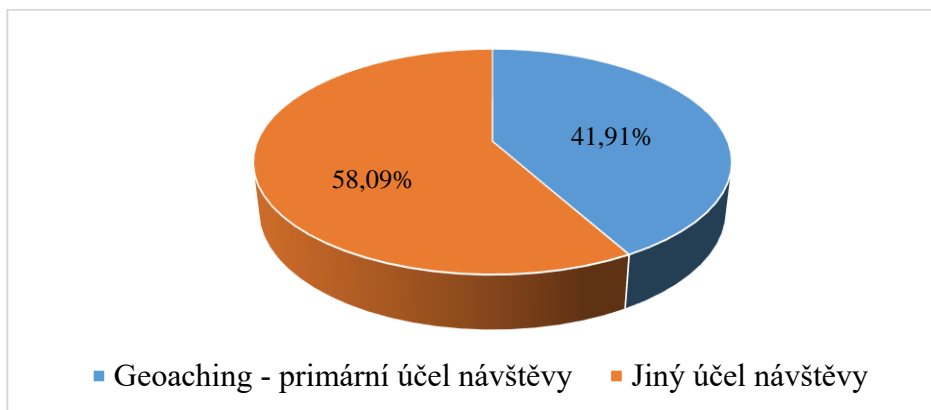


Zdroj: vlastní zpracování

4.3.3 Účel návštěvy vybrané oblasti

Pro diplomovou práci bylo klíčové zjistit, zda byl geocaching primárním účelem návštěvy dané oblasti Brd. Výsledky na tuto otázku prezentuje Graf č. 8, podle kterého byl pro 41,91 % dotazovaných (57 ze 136) geocaching primárním důvodem návštěvy. Pro zbylých 58,09 % respondentů (79 ze 136) byl účel návštěvy jiný.

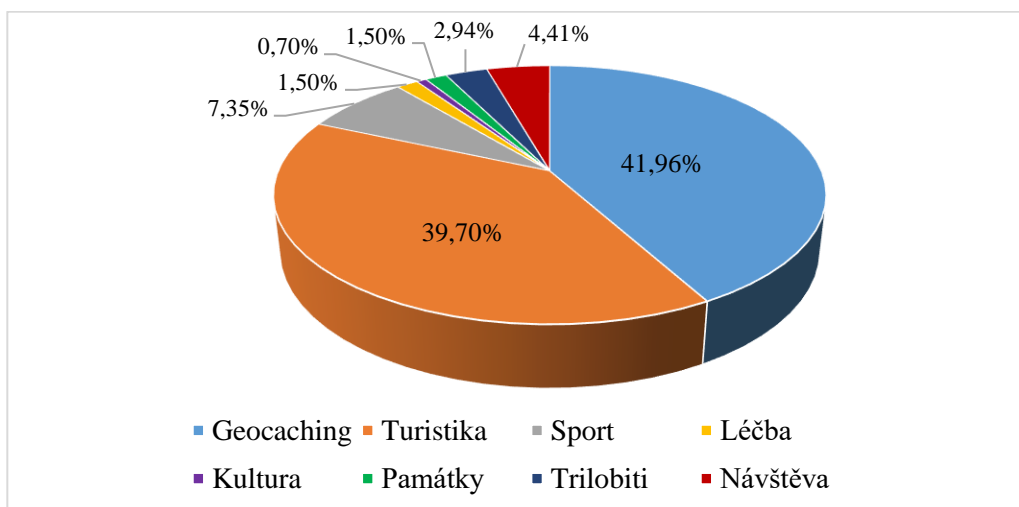
Graf č. 8: Geocaching – účel návštěvy Brd



Zdroj: vlastní zpracování

Dále byl také zjišťován konkrétní důvod návštěvy oblasti Brd, který znázorňuje Graf č. 9. Geocaching byl důvodem návštěvy pro 41,91 % oslovených. Druhým nejčastějším důvodem byla turistika pro 39,7 % respondentů. Oblast Brd navštívilo pro sportovní aktivity 7,35 % respondentů, navštívit rodinu či známé přijelo 4,41 %. Dalšími důvody byly též kultura (0,7 %), památky (1,5 %), léčba (1,5 %) nebo trilobiti (2,94 %).

Graf č. 9: Rozdělení účelů návštěvy Brd

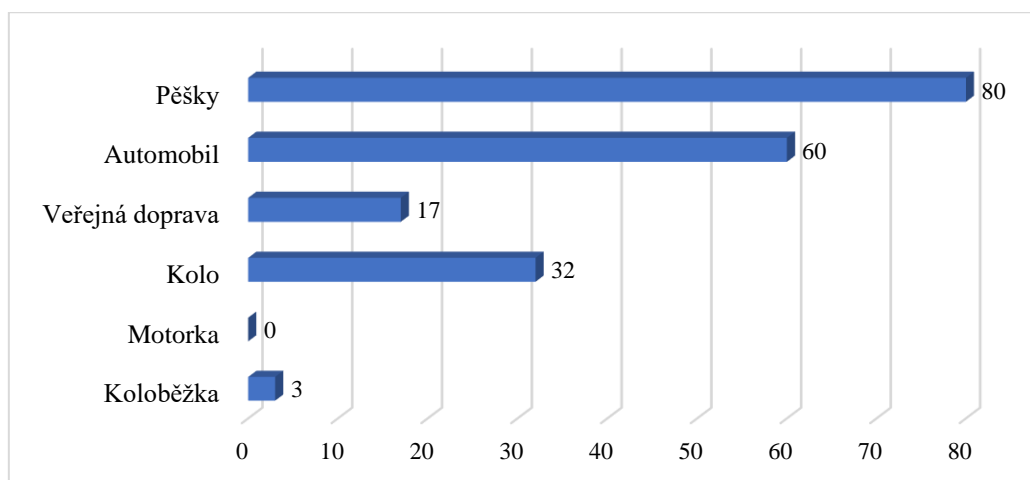


Zdroj: vlastní zpracování

4.3.4 Způsob dopravy

Tato otázka umožňovala dotazovaných zadávat více odpovědí. Výsledky na otázku způsobu dopravy znázorňuje Graf č. 10. Nejčastěji chodili lidé pěšky, což se dalo očekávat, vzhledem k umístění cachí v blízkosti CHKO a přírody. Tuto možnost zvolilo 80 návštěvníků. Nejčastěji využívaným dopravním prostředkem byl automobil u 60 respondentů. Druhým nejvíce používaným prostředkem bylo kolo ve 32 případech. Dále také respondenti využili sedmnáctkrát veřejnou dopravu a třikrát koloběžku.

Graf č. 10: Způsob dopravy respondentů

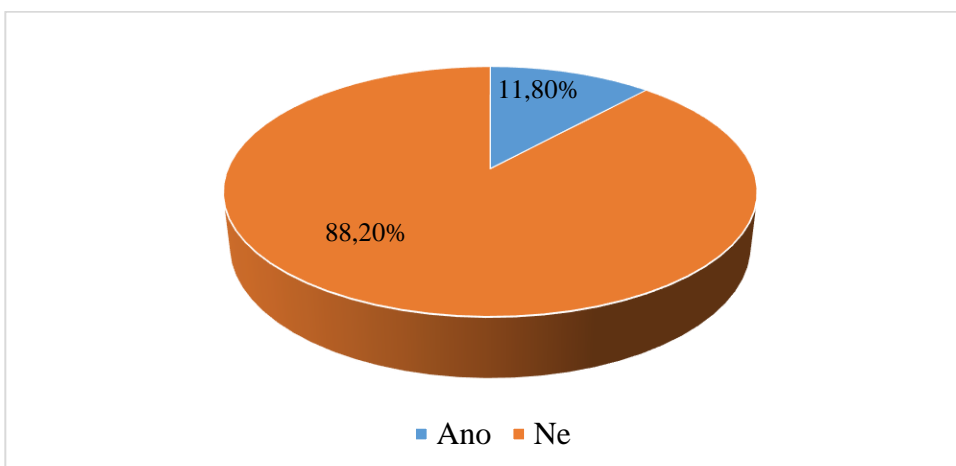


Zdroj: vlastní zpracování

4.3.4.1 Využití čerpací stanice

Při odlovu alespoň jedné z cachí využilo 60 respondentů dopravu pomocí automobilu, z čehož 16 (11,8 %) jich uvedlo, že využili služby čerpací stanice a natankovali pohonné hmoty. Graf č. 11 uvádí, že zbylých 88,2 % čerpání pohonných hmot nevyužilo.

Graf č. 11: Čerpání pohonných hmot

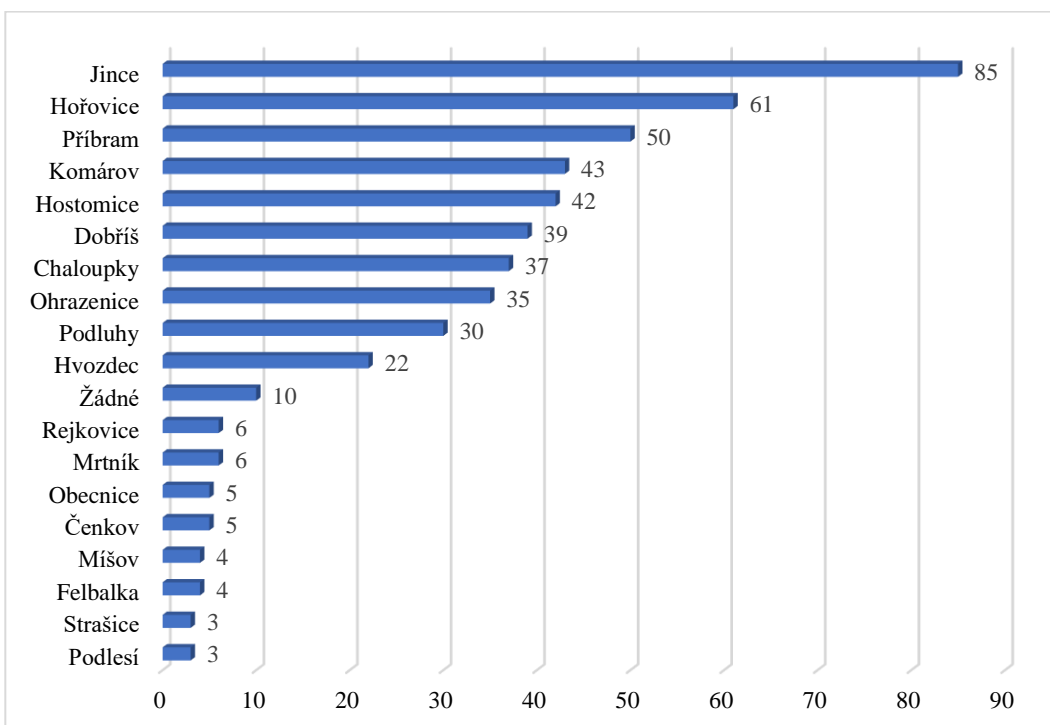


Zdroj: vlastní zpracování

4.3.5 Navštívené obce

V okolí jednotlivých cachí se nachází nemálo obcí a měst. Nejčastěji navštěvovaným byl městys Jince, který navštívilo 85 respondentů. Graf č. 12 prezentuje počet návštěv v každé obci či městě a 10 oslovených uvedlo, že žádnou obec nebo město nenavštívilo.

Graf č. 12: Navštívené obce/města

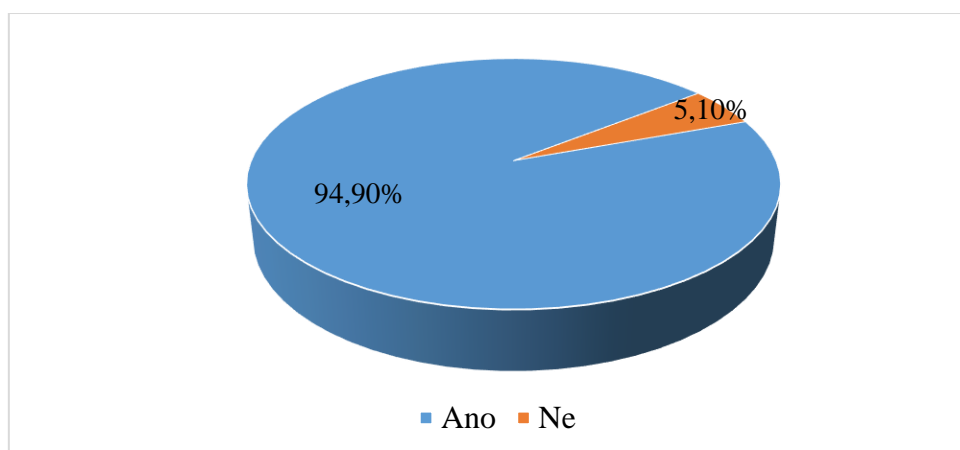


Zdroj: vlastní zpracování

4.3.6 Ubytovací služby

Návštěvníci cachí byli tázáni, zda využili některou z možností ubytování. Jak je patrné z Grafu č. 13, ubytováno bylo pouze 5,1 % respondentů v přepočtu 7 ze 136 dotazovaných. Zbýlých 94,9 % ubytovacích služeb nevyužilo a cache odlovili během jednodenního výletu. Ubytovacích služeb využily čtyřikrát dvojice osob a třikrát větší skupina dospělých osob s dětmi do 15 let.

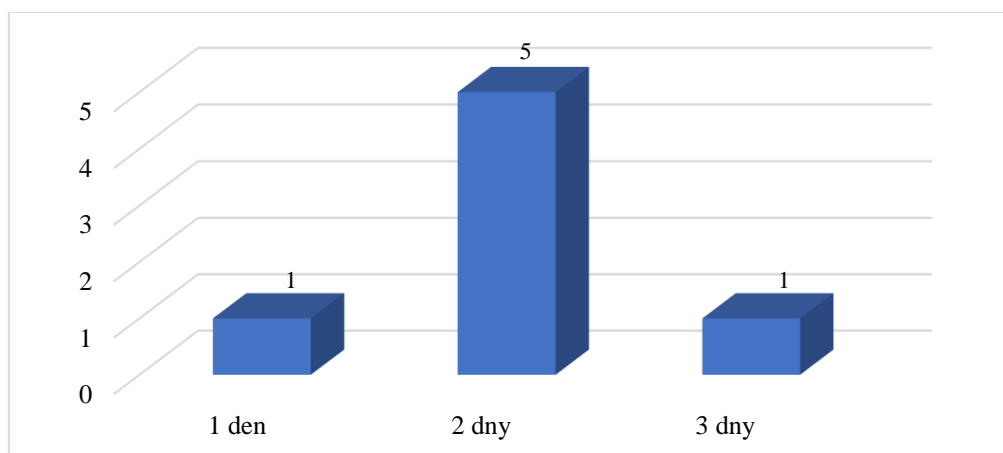
Graf č. 13: Využití ubytovacích služeb respondenty



Zdroj: vlastní zpracování

Ze 7 respondentů celkem 5 odpovědělo, že využili ubytovacích služeb 2 dny, po jednom pak uvedli, že byli ubytováni 1 den a 3 dny, jak je zobrazeno v Grafu č. 14.

Graf č. 14: Počet dní ubytování respondentů

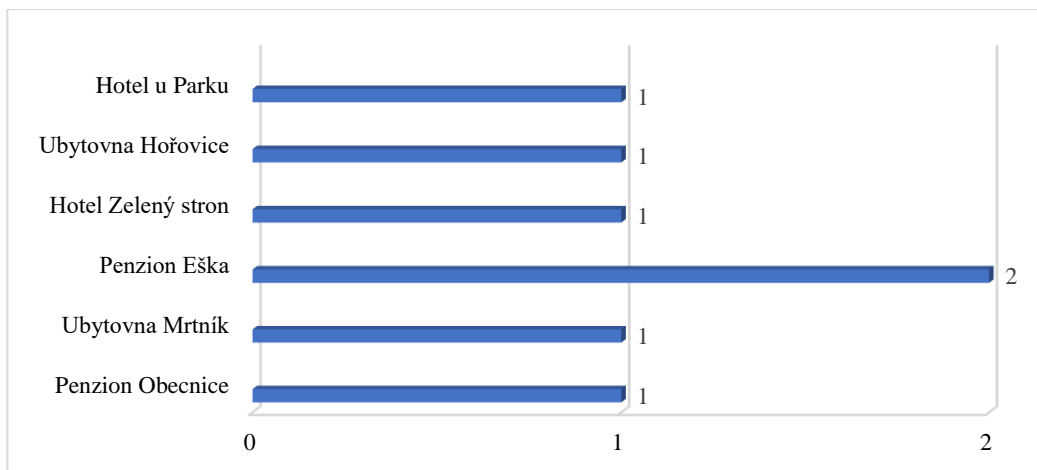


Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 15 prezentuje počet využití konkrétních ubytovacích zařízení. Jednotlivé zařízení byly podle odpovědí návštěvníků využity jen jednou, mimo Penzionu Eška, který

byl použit dvakrát. Skupiny s dětmi byly ubytovány hlavně v ubytovnách a Penzion Obecnice, oproti tomu dvojice osob navštívila hotely a Penzion Eška.

Graf č. 15: Konkrétní využití ubytovacích zařízení respondenty

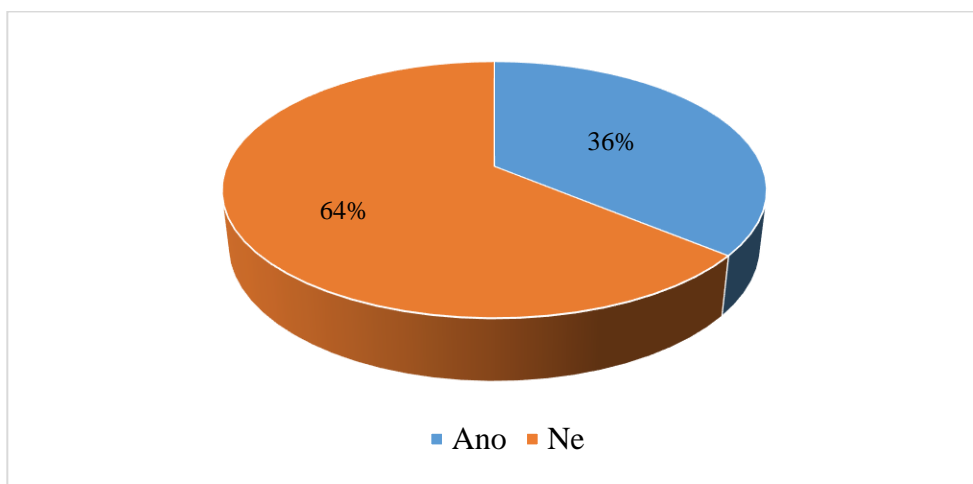


Zdroj: vlastní zpracování

4.3.7 Stravovací služby

Na otázku, zda zakoupili občerstvení v obchodě, odpovědělo 64 % respondentů, že nenakoupilo. Zbýlých 36 % občerstvení v obchodě pořídilo, jak uvádí Graf č. 16.

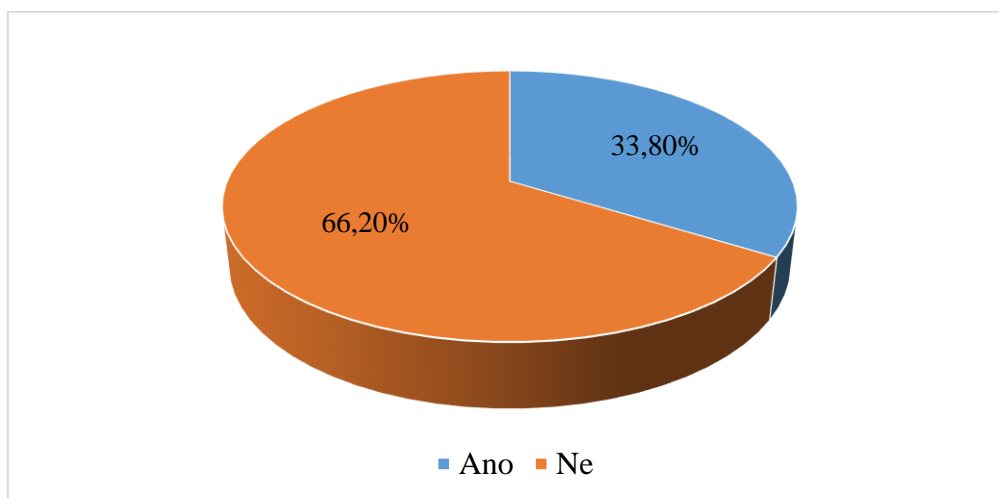
Graf č. 16: Zakoupení občerstvení v obchodě



Zdroj: vlastní zpracování

Návštěvníci v dotazníku odpovídali, zda během návštěvy vybrané oblasti Brd a odlovu schránek využili některých stravovacích služeb. Podle výsledků uvedených v Grafu č. 17 celkem 46 respondentů navštívilo stravovací zařízení. Zbýlých 90 ze 136 dotazovaných těchto služeb nevyužilo.

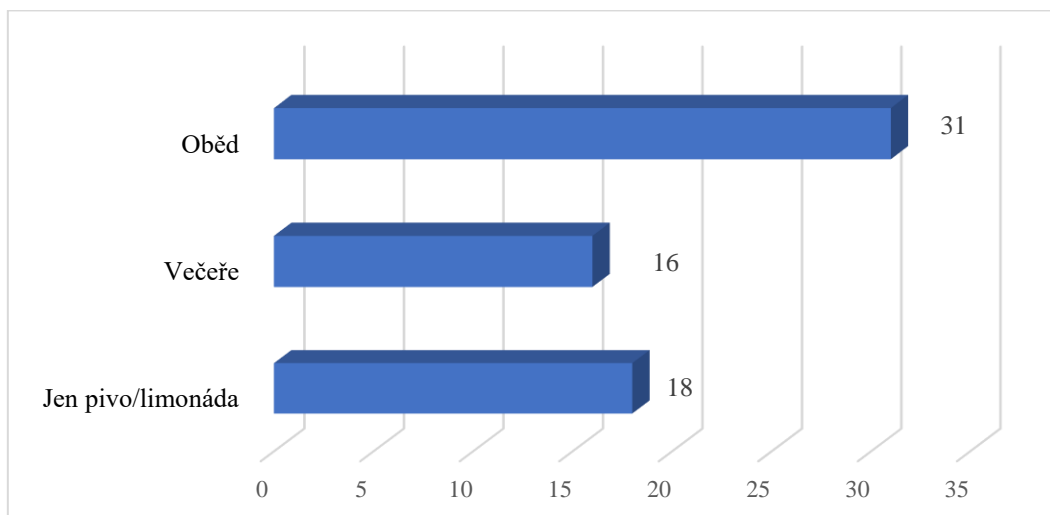
Graf č. 17: Využití stravovacích služeb respondenty



Zdroj: vlastní zpracování

Další otázkou bylo zjištěno, jaký typ stravovacích služeb 46 respondentů využívalo. Tato otázka dovolovala více odpovědí. Z Grafu č. 18 je patrné, že z možných stravovacích služeb volilo obědy 31 návštěvníků, večeře 16 návštěvníků a pivo nebo limonádu preferovalo 18 osob.

Graf č. 18: Rozdělení využití stravovacích služeb respondenty

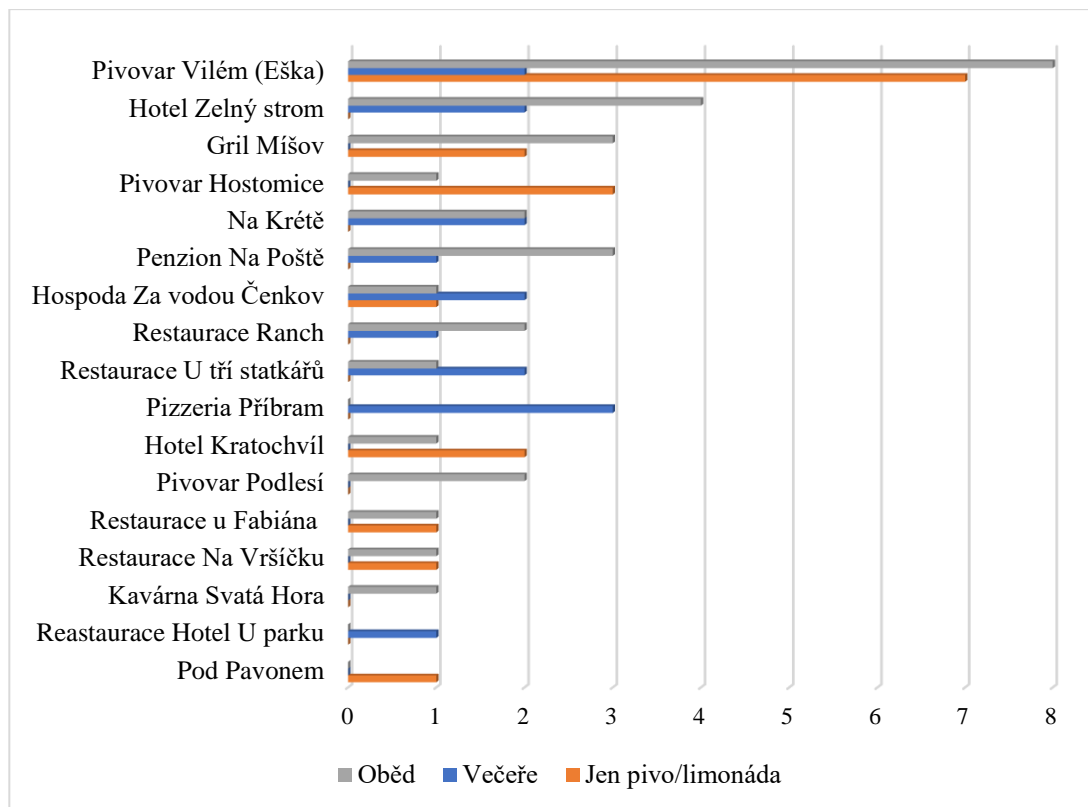


Zdroj: vlastní zpracování

V Grafu č. 19 je možné vidět počet návštěv v jednotlivých stravovacích zařízeních a současně i rozdělených na konkrétní způsoby stravování. Navštíveno bylo celkem 17 restaurací, pivovarů apod. Jednotlivá zařízení jsou v grafu seřazena podle celkové četnosti návštěv. Nejčastěji byl navštěvován Pivovar Vilém 17 respondenty. V 8 případech

zde obědvali a v sedmkrát se zastavili na pivo či limonádu. Hotel Zelený Strom byl dalším nejpoužívanějším podnikem.

Graf č. 19: Využití stravovacích služeb v jednotlivých zařízeních

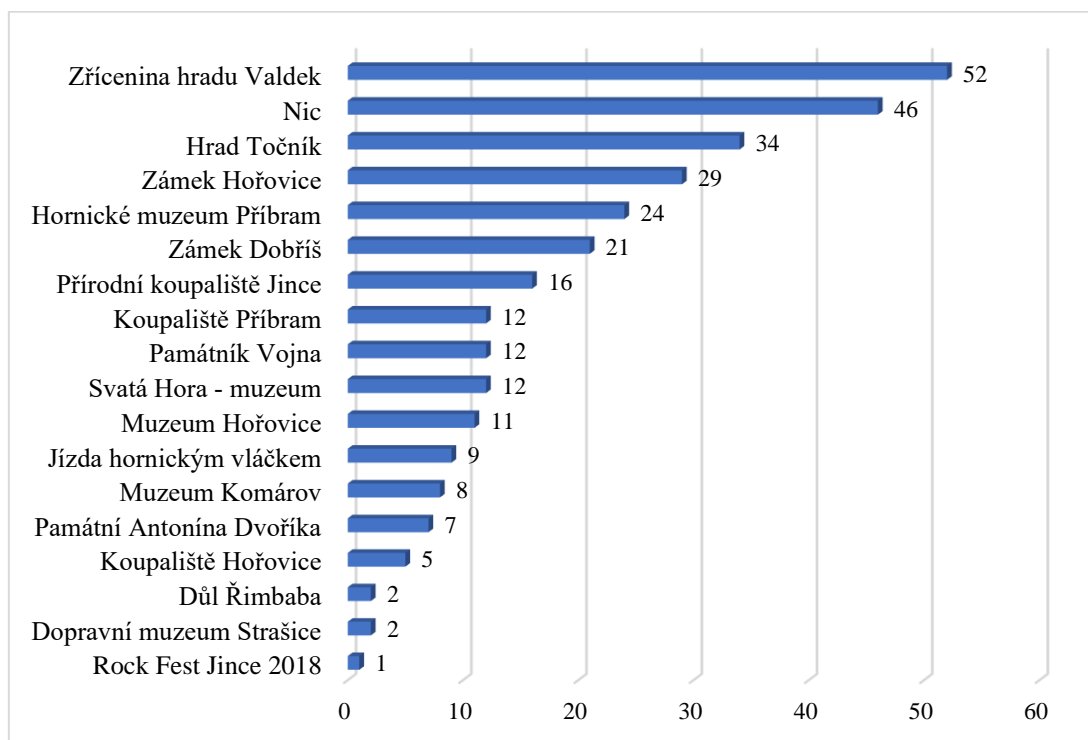


Zdroj: vlastní zpracování

4.3.8 Kulturní, rekreační a sportovní činnost

I když oblast Brdy nabízí hlavně přírodní památky, najde se zde mnoho sportovních, rekreačních či kulturních aktivit. Návštěvníci odpovídali, které služby využili a měli možnost zaškrtnou více odpovědí, nebo svou vlastní odpověď připsat. Graf č. 20 prezentuje využití těchto služeb. Nejčastěji byla navštívena zřícenina hradu Valdek jak uvedlo 52 dotazovaných. Celkem 46 respondentů odpovědělo, že při nálezů cache nevyužila ani nejednu z těchto služeb. Významným je zřejmě hrad Točnick, který navštívilo 34 osob. Navštíveny byly také památky zámek a muzeum v Hořovicích, zámek Dobříš, Hornické muzeum v Příbrami, památník Antonína Dvořáka, památník Vojna a další. K rekreaci byly využity koupaliště v Jincích, v Hořovicích a v Příbrami. Kulturní akce se zúčastnil 1 z dotazovaných, konkrétně se jednalo o Rock Fest Jince.

Graf č. 20: Využití kulturních, rekreačních a sportovních služeb



Zdroj: vlastní zpracování

4.4 Ekonomický přínos geocachingu pro vybranou oblast Brd

Na vyčíslení ekonomického přínosu hry geocaching pro zvolenou oblast je potřeba vypočítat hodnotu zvoleného multiplikátoru (pravý příjmový multiplikátor). Dále je nutné vyčíslit výdaje respondentů, které budou rozděleny podle toho, zda přijeli primárně z důvodu geocachingu či nikoliv a bude zjištěn přesný počet návštěvníků rozdělných podle účelu jejich návštěvy.

4.4.1 Hodnota multiplikátoru

Návštěvníci využívali služeb různého charakteru, s ohledem na to byly vypočteny multiplikátory pro různá odvětví:

- doprava,
- ubytovací služby,
- stravovací služby,
- sportovní, zábavní a rekreační služby,
- maloobchodní prodejny.

Hodnoty jednotlivých multiplikátorů byly zjištěny za pomoci hodnot SIOT tabulky z Českého statistického úřadu, viz Příloha č. 2. Využita byla tabulka SIOT typu odvětví x odvětví v běžných cenách základních, z roku 2015 (údaje platné k 29.6.2018). Pro výpočet multiplikátoru produkce byly použita data z SIOT, jejíž jádro tvoří matice mezispotřeby. V této matici představuje každý sloupec strukturu vstupů / přímých efektů v daném odvětví. Ze symetrické input – output tabulky je také možné získat hodnoty nepřímých efektů, které jsou způsobeny tím, že výstup jednoho odvětví je současně i vstupem odvětví dalších a naopak. Nepřímé efekty znázorňuje příslušný řádek daného odvětví v matici mezispotřeby.

Pro jednotlivá odvětví byly vypočítány multiplikátory produkce. Hodnoty přímých a nepřímých vstupů z SIOT tabulky byly pro daná odvětví dosazeny do vzorce:

$$\text{Multiplikátor produkce} = \frac{(\text{Přímé efekty} + \text{nepřímé efekty})}{\text{Přímé efekty}}$$

Doprava

Pro výpočet multiplikátoru pro odvětví dopravy bylo počítáno s přímými a nepřímými efekty pozemní dopravy z SIOT tabulky, viz Příloha č. 2 (hodnoty z řádku a sloupce 49 – Pozemní doprava).

$$\begin{aligned} \text{Multiplikátor produkce} &= \frac{(\text{Přímé efekty dopravy} + \text{nepřímé efekty dopravy})}{\text{Přímé efekty dopravy}} \\ &= \frac{(35\,112 + 37\,494)}{35\,112} = \mathbf{2,07} \end{aligned}$$

Ubytovací služby

Ke zjištění hodnoty multiplikátoru pro odvětví ubytovacích služeb byly využity přímé a nepřímé efekty ubytování z SIOT tabulky, viz Příloha č. 2 (hodnoty z řádku a sloupce 55 – Ubytování).

$$\begin{aligned} \text{Multiplikátor produkce} &= \frac{(\text{Přímé efekty ubytování} + \text{nepřímé efekty ubytování})}{\text{Přímé efekty ubytování}} \\ &= \frac{(4\,411 + 4\,060)}{4\,400} = \mathbf{1,92} \end{aligned}$$

Stravovací služby

K výpočtu hodnoty multiplikátoru pro odvětví stravovacích služeb bylo počítáno s přímými a nepřímými efekty stravování z SIOT tabulky, viz Příloha č. 2 (hodnoty z řádku a sloupce 56 – Stravování a pohostinství).

$$\begin{aligned}\text{Multiplikátor produkce} &= \frac{(\text{Přímé efekty stravování} + \text{nepřímé efekty stravování})}{\text{Přímé efekty stravování}} \\ &= \frac{(21\,123 + 9\,840)}{21\,123} = \mathbf{1,47}\end{aligned}$$

Sportovní, zábavní a rekreační služby

Pro výpočet multiplikátoru odvětví sportovních, zábavních a rekreačních služeb byly použity přímé a nepřímé efekty sportovní, zábavní a rekreační činnosti z SIOT tabulky, viz Příloha č. 2 (hodnoty z řádku a sloupce 93 – Sportovní, zábavní a rekreační činnost).

$$\begin{aligned}\text{Multiplikátor produkce} &= \frac{(\text{Přímé efekty rekreace} + \text{nepřímé efekty rekreace})}{\text{Přímé efekty rekreace}} \\ &= \frac{(11\,233 + 9\,775)}{11\,233} = \mathbf{1,87}\end{aligned}$$

Maloobchodní prodejny

V rámci výpočtu hodnoty multiplikátoru pro odvětví maloobchodních prodejen, bylo počítáno s přímými a nepřímými efekty maloobchodních prodejen z SIOT tabulky, viz Příloha č. 2 (hodnoty z řádku a sloupce 46 + 47 – Velkoobchod kromě motorových vozidel, maloobchod kromě motorových vozidel).

$$\begin{aligned}\text{Multiplikátor produkce} &= \frac{(\text{Přímé efekty maloob.prodejen} + \text{nepřímé efekty maloob.prodejen})}{\text{Přímé efekty maloob.}} \\ &= \frac{(112\,361 + 137\,532)}{112\,361} = \mathbf{2,22}\end{aligned}$$

Hodnoty multiplikátorů pro jednotlivá odvětví, se kterými bylo dále počítáno, jsou uvedeny v Tabulce č. 1. Tabulka obsahuje jednotlivé údaje přímých a nepřímých efektů pro výpočet multiplikátorů. Vypočteny byly také celkové efekty jednotlivých odvětví, sečtením přímých a nepřímých efektů.

Tabulka č. 1: Výpočet multiplikátoru (v mil. Kč)

	Přímé efekty	Nepřímé efekty	Multiplikátor	Celkové efekty
Pozemní doprava	35 112	37 494	2,07	72 606
Ubytovací služby	4 411	4 060	1,92	8 471
Stravovací služby	21 123	9 840	1,47	30 963
Sportovní, zábavní a rekreační služby	11 233	9 775	1,87	21 008
Maloobchodní prodejny	112 361	137 532	2,22	249 893

Zdroj: vlastní zpracování z (36)

4.4.2 Výdaje pro jednotlivá odvětví – Účel Geocaching

U daných odvětvích bylo nutné vypočítat výdaje respondentů, kteří přijeli primárně kvůli geocachingu. V tom to případě lze předpokládat, že veškeré jejich výdeje byly ve vybrané oblasti vynaloženy z důvodu nových cachí. Výdaje byly zjištěny pomocí dat z dotazníkového šetření. Na základě odpovědí z dotazníků byl zjištěn přesný počet osob, který danou službu jednotlivých odvětví využili a ten poté vynásoben cenou za službu.

Ubytovací služby

Pouze 1 z dotazovaných, jehož primárním účelem byl geocaching uvedl, že využil ubytovacích služeb. Tabulka č. 2 uvádí, kolik osob bylo přesně ubytováno, počet nocí, které strávili v zařízení a cena za noc. Celkové výdaje na ubytovací služby byly 1 400 Kč.

Tabulka č. 2: Výpočet výdajů na ubytovací služby (v Kč)

	Počet osob	Počet nocí	Cena/noc	Výdaje v Kč
Penzion Eška	2	2	350	1 400
Celkem výdaje v Kč				1 400

Zdroj: vlastní zpracování

Sportovní, zábavní a rekreační služby

V tomto odvětví byl zjišťován přesný počet dospělých osob a dětí do 15 let z důvodu sníženého vstupného pro dětské návštěvníky. Výdeje na jednotlivý objekt byly vypočítány jako: „počet dospělých * cena plného vstupného + počet dětí * cena sníženého vstupného“. Celkové výdej na sportovní, zábavní a rekreační služby činily 13 460 Kč, viz Tabulka č. 3.

Tabulka č. 3: Výpočet výdajů na sportovní, zábavní a rekreační služby (v Kč)

	Počet dospělých	Počet dětí	Plná cena vstupu	Snížená cena vstupu	Výdaje v Kč
Zámek Hořovice	31	6	120	80	4 200
Muzeum Hořovice	10	0	30	0	300
Muzeum Komárov	4	2	80	40	400
Koupaliště Hořovice	7	0	40	20	280
Hrad Točnick	11	2	40	20	480
Přírodní koupaliště Jince	11	2	20	10	240
Hornické muzeum Příbram	34	6	80	60	3 080
Jízda hornickým vláčkem	9	3	90	60	990
Památník Vojna	13	3	30	20	450
Svatá Hora muzeum	4	1	60	40	280
Koupaliště Příbram	6	1	60	30	390
Památník Antonína Dvořáka	10	3	50	30	590
Muzeum dopravy Strašice	3	0	220	100	660
Zámek Dobříš	8	1	130	80	1 120
Celkem výdaje v Kč					13 460

Zdroj: vlastní zpracování

Doprava

Celkem 10 respondentů využilo čerpání pohonných hmot. Průměrná cena za pohonné hmoty byly vypočítána pomocí dat ze Českého statistického úřadu na 30,87 Kč, viz Příloha č. 5. Počet respondentů, kteří natankovali byl vynásoben průměrnou cenou a 30 průměrně tankovanými litry. Celkem bylo vydáno 9 261 Kč na pohonné hmoty.

Maloobchodní prodejny – občerstvení

Nákup nápojů či občerstvení v maloobchodních prodejnách využilo 23 respondentů. V přepočtu se jednalo o 50 osob. Průměrné výdaje na takový nákup byl vypočítán na 61 Kč, viz Příloha č. 5. Celkové výdaje byly vypočítány na 3 050 Kč, viz Tabulka č. 4.

Tabulka č. 4: Výpočet výdajů na maloobchodní prodejny – občerstvení (v Kč)

	Počet osob	Průměrná cena	Výdaje v Kč
Maloobchodní prodejny – občerstvení	50	61	3 050
Celkem výdaje v Kč			3 050

Zdroj: vlastní zpracování

Stravovací služby

U stravovacích služeb bylo nutné rozlišit tři typy stravování, které návštěvníci využívali – jen pivo/limonáda, obědy a večere. Výdaje jsou rozčleněny do jednotlivých tabulek a následně sečteny dohromady.

Přepočítávání na dětské porce bylo vypuštěno, protože počet využití stravovacích služeb pro děti ve výpravě byl zanedbatelný (přesný počet byl 2), proto byly tyto výdaje zahrnuty jako na dospělého člověka.

Prvními výdaji jsou výdaje na pivo a limonády. Tabulka č. 5 znázorňuje počet osob, které této službě využili a průměrnou cenu, vypočteno viz Příloha č. 5. Vynásobením těchto údajů byly vyčísleny výdaje na pivo a limonády. Suma těchto výdajů byla 550 Kč.

Tabulka č. 5: Výpočet výdajů na pivo a limonády (v Kč)

	Počet osob	Průměrná cena za pivo/limo	Výdaje v Kč
Restaurace Eška	10	25	250
Hotel Kratochvíl	3	25	75
Pivovar Hostomice	2	25	50
Restaurace Na Vršíčku	3	25	75
Pod Pavonem	4	25	100
Celkem výdaj v Kč			550

Zdroj: vlastní zpracování

Druhým typem výdajů byly výdaje na obědy. Zde došlo ke stejnému výpočtu, vynásobení počtu osob a průměrné ceny, viz Příloha č. 5. Zde byla celková hodnota výdajů na obědy 6 320 Kč, viz Tabulka č. 6.

Tabulka č. 6: Výpočet výdajů na obědy (v Kč)

	Počet osob	Průměrná cena	Výdaje v Kč
Restaurace Eška	9	158	1 422
Na Krétě	7	158	1 106
Pivovar Hostomice	1	158	158
Hotel Kratochvíl	2	158	316
Penzion Na Poště	2	158	316
Restaurace Na Vršíčku	3	158	474
Restaurace Ranch	2	158	316
Hotel Zelený strom	8	158	1 264
Hospoda Za vodou	2	158	316
Grill bar Míšov	3	158	474
Pivovar Podlesí	1	158	158
Celkem výdaje v Kč			6 320

Zdroj: vlastní zpracování

Poslední výdaje byly vydány na večeře. Stejným výpočtem se došlo k hodnotě 3 630 Kč výdajů na večeře, viz Tabulka č. 7.

Tabulka č. 7: Výpočet výdajů na večeře (v Kč)

	Počet osob	Průměrná cena	Výdaje v Kč
Restaurace Eška	2	242	484
Na Krétě	1	242	242
Penzion Na Poště	2	242	484
Pizzerie Attolo	3	242	726
Restaurace Ranch	1	242	242
Hotel Zelený strom	4	242	968
Hospoda Za vodou	2	242	484
Celkem výdaje v Kč			3 630

Zdroj: vlastní zpracování

Výdaje na jednotlivé typy stravování jsou uvedeny v Tabulce č. 8, kdy největšími výdaje byly vydány na obědy. Veškeré výdaje byly sečteny dohromady a hodnota celkových výdajů na stravovací služby byly 10 500 Kč.

Tabulka č. 8: Výpočet výdajů na stravovací služby (v Kč)

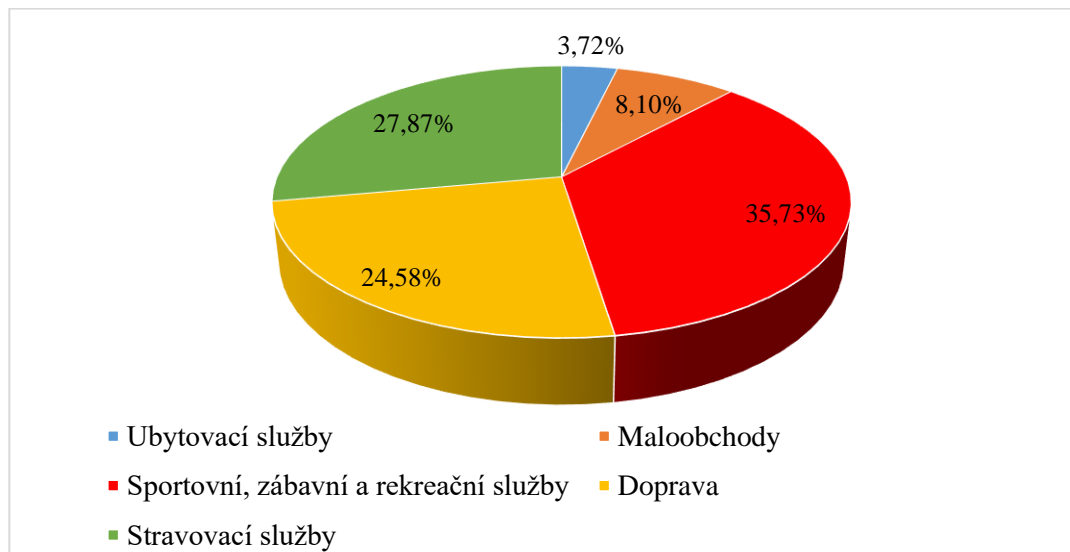
	Výdaje v Kč
Jen pivo/limo	550
Obědy	6 320
Večeře	3 630
Celkem výdaje v Kč	10 500

Zdroj: vlastní zpracování

Celkové výdaje

Celkové výdaje 128 návštěvníků byly 37 671 Kč. Rozdělení těchto výdajů do jednotlivých odvětví znázorňuje Graf č. 21. Největší výdaje byly použity na sportovní, zábavní a rekreační služby – 35,73 %. Druhé největší výdaje byly vydány na stravovací služby – 27,87 %. Naopak nejméně výdajů bylo dáno za ubytovací služby, pouze 3,72 %.

Graf č. 21: Rozdělení celkových výdajů – Geocaching



Zdroj: vlastní zpracování

4.4.3 Výdaje pro jednotlivá odvětví – Vedlejší účel

Do výpočtu výdajů návštěvníků, pro které nebyl geocaching hlavním cílem, byly započteny pouze některé výdaje. Dá se předpokládat, že ubytovacích služeb, většiny stravovacích služeb a čerpání pohonných hmot využili respondenti hlavně ve spojení

s jejich primárním účelem návštěvy. Proto do výpočtu výdajů u respondentů s jiným účelem návštěvy byly zahrnuty pouze výdaje na občerstvení, pivo/limonádu a polovina výdajů na večere. Výpočet výdajů proběhl obdobně jako v předchozí kapitole, byl zjištěn počet osob, kteří využili danou službu a ten vynásoben průměrnou cenou za službu.

Maloobchodní prodejny – občerstvení

Celkem využilo nákupu občerstvení v maloobchodní prodejně 82 osob, pro které nebyl geocaching hlavním důvodem jejich návštěvy. Průměrná cena byla určena podle Přílohy č. 5 na 61 Kč, a jak ukazuje Tabulka č. 9 celkové výdaje na občerstvení byly vyčísleny na 5 002 Kč.

Tabulka č. 9: Výpočet výdajů na maloobchodní prodejny – občerstvení (v Kč)

	Počet osob	Průměrná cena	Výdaje v Kč
Maloobchodní prodejny – občerstvení	82	61	5 002
Celkem výdaje v Kč			5 002

Zdroj: vlastní zpracování

Stravovací služby

Do výdajů za stravovací služby u osob s vedlejším účelem návštěvy, byly zahrnuty hlavně výdaje za pivo či limonádu. Po vynásobením počtu osob a průměrné ceny, které znázorňuje Tabulka č. 10, byly výdaje u jednotlivých stravovacích zařízení sečteny a celková suma výdajů činila 675 Kč.

Tabulka č. 10: Výpočet výdajů na pivo a limonády (v Kč)

	Počet osob	Průměrná cena za pivo/limo	Výdaje v Kč
Restaurace Eška	12	25	300
Grill bar Míšov	3	25	75
Pivovar Hostomice	6	25	150
Hospoda U Fabiána	4	25	100
Hospoda Za Vodou	2	25	50
Celkem výdaj v Kč			675

Zdroj: vlastní zpracování

Do celkový výdajů byla zahrnuta polovina výdajů za večeře. K jejich výpočtu se došlo vynásobením počtu osob, které večeřeli a průměrné ceny večeře. Celková suma výdajů za večeře byla pak vydělena dvěma. Polovina výdajů na večeře se pak rovnala 1 573 Kč, viz Tabulka č. 11.

Tabulka č. 11: Výpočet výdajů na polovinu večeří (v Kč)

	Počet osob	Průměrná cena	Výdaje v Kč
Restaurace Eška	1	242	242
Na Krétě	2	242	484
Restaurace U tří statkářů	4	242	968
Pizzerie Attolo	2	242	484
Restaurace Hotel U parku	2	242	484
Hospoda Za vodou	2	242	484
Celkem výdaje v Kč			3 146
Polovina výdajů v Kč			1 573

Zdroj: vlastní zpracování

Výdaje za stravovací služby, večeře a pivo a limonády byly sečteny dohromady v Tabulce č. 12 na 2 248 Kč.

Tabulka č. 12: Výpočet výdajů na stravovací služby (v Kč)

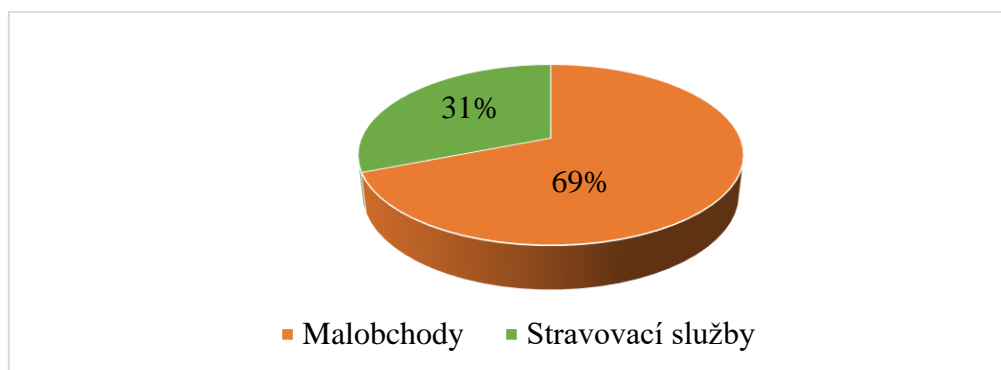
	Výdaje v Kč
Jen pivo/limo	675
Večeře	1 573
Celkem výdaje v Kč	2 248

Zdroj: vlastní zpracování

Celkové výdaje

Celkové výdaje návštěvníků s vedlejším účelem návštěvy vybrané oblasti byly vyčísleny na 7 250 Kč. Maloobchodní prodejny tvoří 69 % z celkových výdajů, zatím co stravovací služby pouze 31 %, jak ukazuje i Graf č. 22.

Graf č. 22: Rozdělení celkových výdajů – Vedlejší účel



Zdroj: vlastní zpracování

4.4.4 Celkový ekonomický přínos

Po vyčíslení výdajů jednotlivých odvětví a jejich sumarizace, bylo možné vypočítat celkový ekonomický přínos geocachingu. V první řadě byl vypočítán ekonomický přínos z výdajů návštěvníků, kteří navštívili danou oblast hlavně kvůli geocachingu, viz Tabulka č. 13 a následně byl vypočítán i ekonomický přínos z výdajů návštěvníků s jiným účelem návštěvy, viz Tabulka č. 14. Dále pak v Tabulce č. 15 byly ekonomické přínosy, pro jednotlivé účely, přepočítány na jeden rok a sečteny dohromady.

Ekonomický přínos byl v Tabulce č. 13 a č. 14 určen jako přímé efekty krát příslušná hodnota multiplikátoru. Ekonomický přínos z jednotlivých odvětvích byl poté sečten dohromady. Multiplikované efekty byly zjištěny odečtením přímých efektů od ekonomického přínosu.

Tabulka č. 13: Výpočet ekonomického přínosu – Účel geocaching (v Kč)

	Účel geocaching			
	Přímé efekty	Multiplikátor	Multiplikované efekty	Ekonomický přínos
Doprava	9 261	2,07	9 909	19 170
Ubytovací služby	1 400	1,92	1 288	2 688
Stravovací služby	10 500	1,47	4 935	15 435
Sportovní, zábavní a rekreační služby	13 460	1,87	11 710	25 170
Maloobchodní prodejny	3 050	2,22	3 721	6 771
Celkem v Kč	37 671		31 563	69 234

Zdroj: vlastní zpracování

Podle výsledků Tabulky č. 13 lze říci, že celkové přímé efekty/výdaje návštěvníků, jejichž hlavním důvodem návštěvy byl geocaching, byly ve výši 37 671 Kč. Multiplikačním efektem byly přímé výdaje zvýšeny na hodnotu **69 234 Kč**, které představují ekonomický přínos pro danou oblast.

Do výpočtu ekonomického přínosu pro vedlejší účel návštěvy byly zahrnuty pouze výdaje ze stravovacích služeb a maloobchodních prodejen, jak znázorňuje Tabulka č. 14.

Tabulka č. 14: Výpočet ekonomického přínosu – Vedlejší účel (v Kč)

	Vedlejší účel			
	Přímé efekty	Multiplikátor	Multiplikované efekty	Ekonomický přínos
Doprava	x	2,07	x	x
Ubytovací služby	x	1,92	x	x
Stravovací služby	2 248	1,47	1 057	3 305
Sportovní, zábavní a rekreační služby	x	1,87	x	x
Maloobchodní prodejny	5 002	2,22	6 102	11 104
Celkem v Kč	7 250		7 159	14 409

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tabulky č. 14 je patrné, že přímé efekty/výdaje návštěvníků s jiných důvodem návštěvy, než geocaching činily 7 250 Kč. Přímé výdaje byly multiplikačním efektem zvýšeny na **14 409 Kč** a tato hodnota představují ekonomický přínos.

V Tabulce č. 13 a č. 14 byly zjištěny hodnoty ekonomického přínosu pro primární a vedlejší důvod návštěvy dané oblasti. Tyto hodnoty byly v Tabulce č. 15 přepočítány na ekonomický přínos za všechny návštěvníky a následně pak na jeden rok. Výsledné hodnoty byly sečteny dohromady, jako celkový ekonomický přínos geocachingu na jeden rok.

Bylo nutné přepočítat počet návštěvníků, pokud by byla 100 % návratnost dotazníků, viz výpočet Tabulka č. 15. Dále byl vypočítán ekonomický přínos na jednoho návštěvníka, jako ekonomický přínos děleno počtem návštěvníků zjištěných z dotazníkového šetření. Následně byl ekonomický přínos na jednoho návštěvníka vynásoben zjištěným celkovým počtem návštěvníků.

Vypočítaný ekonomický přínos na všechny návštěvníky byl vydělen počtem měsíců, kdy byl zjišťován ekonomický přínos, tedy 16 měsíci. Tato hodnota představovala ekonomický přínos na jeden měsíc, a proto byla vynásobena 12, ke zjištění ekonomického přínosu na jeden rok. Hodnoty přínosu pro hlavní i vedlejší důvod návštěvy za jeden rok byly poté sečteny dohromady jako celkový roční ekonomický přínos geocachingu.

Tabulka č. 15: Celkový ekonomický přínos za 1 rok (v Kč)

	Účel geocaching	Vedlejší účel
Návratnost dotazníku	39,08 %	39,08 %
Počet měsíců (zjišťování ekon. přínosu)	16	16
Počet návštěvníků	128	246
Ekonomický přínos (v Kč)	69 234	14 409
<i>Výpočet (počet osob celkem)</i>	<i>128*100/39,08</i>	<i>246*100/39,08</i>
Celkem osob	327,53	629,48
<i>Výpočet (ekon. přínos na 1 návštěvníka)</i>	<i>69 234/128</i>	<i>14 409/246</i>
Ekonomický přínos na 1 návštěvníka (v Kč)	540,89	58,57
<i>Výpočet (ekon. přínos na všechny návštěvníky)</i>	<i>540,89*327,53</i>	<i>58,57*629,48</i>
Ekonomický přínos na všechny návštěvníky (v Kč)	177 157,70	36 868,64
<i>Výpočet (ekon. přínos na 1 měsíc)</i>	<i>177 157,70/16</i>	<i>36 868,64/16</i>
Ekonomický přínos na 1 měsíc (v Kč)	11 072,35	2 304,29
<i>Výpočet (ekon. přínos na 1 rok)</i>	<i>11 072,35*12</i>	<i>2 304,29*12</i>
Ekonomický přínos na 1 rok (v Kč)	132 868,27	27 651,48
Celkový ekon. přínos geocachingu na 1 rok (v Kč)	160 519,75	

Zdroj: vlastní zpracování

Z Tabulky č. 15 lze vyčíst, že ekonomický přínos na všechny návštěvníky byl ve sloupci „Účel geocaching“ 177 157,7 Kč, zatím co ve sloupci „Vedlejší účel“ 36 868,64 Kč. V přepočtu na jeden rok byl ekonomický přínos s hlavním účelem geocaching 132 868,27 Kč a s vedlejším účelem návštěvy 27 651,48 Kč. Celkový ekonomický přínos geocachingu, z obou účelů návštěvy dané oblasti byl vypočítán jako **160 519,75 Kč**.

5 Shrnutí a výsledky

Pro účely této práce byly nově založeny čtyři geocachingové schránky. K získání dat na výpočet ekonomického přínosu geocachingu pro vybranou oblast Brd bylo provedeno dotazníkové šetření, za období 16 měsíců (červen 2017–září 2018). Návratnost toho to dotazníku byla 39,08 %.

Výpočet přínosu byl proveden pomocí multiplikačního efektu, pro který bylo nutné vypočítat hodnoty multiplikátorů pro jednotlivá odvětví služeb: doprava (2,07), ubytování (1,92), stravovací služby (1,47), maloobchodní prodejny (2,22) a sportovní, zábavní a rekreační služby (1,87).

Dále bylo potřebné zjistit z nasbíraných dat přesný počet návštěvníků nově založených schránek. Respondenti byly rozděleni do dvou skupin podle toho, kteří přijeli do oblasti primárně z důvodu geocachingu (41,91 %), a kteří přijeli za jiným účelem návštěvy (58,09 %).

Vyčísleny byly také výdaje těch to dvou skupiny v hodnotách 37 671 Kč a 7 250 Kč. Do výdajů první skupiny návštěvníků byly zahrnuty výdaje ze všech pěti odvětví (doprava; ubytovací služby; stravovací služby – obědy, večeře, jen pivo a limonády; maloobchodní prodejny – občerstvení; sportovní, rekreační a zábavní služby). Výdaje druhé skupiny zahrnovaly už jen výdaje za nákupy v maloobchodních prodejnách, polovinu večeří a nápoje ve stravovacích zařízeních.

Ke zjištění hodnoty ekonomického přínosu byly jednotlivé výdaje návštěvníků vynásobeny příslušnou hodnotou multiplikátoru, podle odvětví, ve kterém byly vynaloženy. Multiplikačním efektem se přímé efekty zvýšili pro hlavní účel návštěvy geocaching na 69 234 Kč a u jiného účelu návštěvy na 14 409 Kč. Tyto dvě zjištěné hodnoty představují ekonomický přínos.

Následně byl ekonomický přínos obou skupin návštěvníků, vzhledem k návratnosti dotazníku, přepočítán na všechny návštěvníky, konkrétně v hodnotách 177 157,70 Kč a 36 868,64 Kč. Protože data byla sbírána po dobu 16 měsíců, byly předchozí hodnoty ekonomického přínosu všech návštěvníků přepočítány na období jednoho kalendářního roku. Pro skupinu respondentů s hlavním důvodem návštěvy geocachingu byla zjištěna

hodnota ekonomického přínosu 132 868,27 Kč za jeden rok. Oproti tomu, pro skupinu respondentů s vedlejším účelem návštěvy oblasti byl vypočítán ekonomický přínos v hodnotě 27 651,48 Kč za jeden rok.

Celkový ekonomický přínos geocachingu byl vypočítán pomocí součtu předchozích hodnot ekonomického přínosu obou skupin návštěvníků za jeden rok. Lze tedy říci, že pomocí multiplikačního efektu je celkový ekonomický přínos geocachingu pro vybranou oblast Brd v hodnotě **160 519, 75 Kč** za jeden kalendářní rok.

Hodnota ekonomického přínosu mohla být pravděpodobně ovlivněna faktem, že vybraná oblast se nachází nedaleko CHKO a návštěvníci, kteří se vydali hledat nově založené schránky, láká spíše výlet po přírodě. Což z části potvrzují i výsledky dotazníkového šetření, kdy necelých 40 % dotazovaných odpovědělo, že důvodem jejich návštěvy byla turistika. Zároveň lze poukázat na předpoklad, že výše ekonomického přínosu by pravděpodobně rostla s počtem založených schránek, protože návštěvníci by se v oblasti zdrželi delší dobu.

6 Závěr

Hlavní cílem této diplomové práce bylo určit ekonomický přínos geocachingu pro oblast Brd, která se nachází ve Středních Čechách. Konkrétně se jednalo o oblast na pomezí Hřebenů a severní části Středních Brd. Tento cíl byl zjišťován pomocí čtyř nově založených geocachingových schránek ve vybrané oblasti.

Z dotazníkového šetření, za 16 měsíců, byl zjištěn počet návštěvníků, kteří navštívili schránky a jejich výdaje za jednotlivé služby. Sledovány byly výdaje na dopravu, ubytovací služby, sportovní, zábavní a rekreační služby, stravovací služby a maloobchodní prodejny – občerstvení.

Bylo také nutné rozlišit, z jakého důvodu respondenti do vybrané oblasti přijeli. Důležitou skupinou byli návštěvníci, kteří přijeli primárně kvůli geocachingu. Výdaje těchto osob byly do výpočtu zahrnuty všechny a jejich hodnota se rovnala 37 671 Kč. Druhou skupinou byly ti respondenti, kteří navštívili oblast za jiným účelem. Z jejich výdajů bylo počítáno pouze s výdaji vynaloženými na občerstvení v maloobchodních prodejnách, polovinu večeří, pivo a limonády ve stravovacích zařízeních. Hodnota těch to výdajů byla 7 250 Kč.

Výdaje respondentů, rozdělené podle účelu návštěvy, byly následně použity na výpočet ekonomického přínosu. Pomocí multiplikačního efektu se výdaje návštěvníků s primárním účelem návštěvy geocaching zvýší na **69 234 Kč** a současně i výdaje návštěvníků s vedlejším účelem návštěvy se zvýší na **14 409 Kč**.

Vypočítané ekonomické přínosy, pro obě skupiny respondentů, byly následně přepočítány na jeden kalendářní rok. Ekonomický přínos pro respondenty, kteří přijeli hlavně z důvodu hledání nových schránek byl vyčíslen na **132 868,27 Kč**. Zatím co ekonomický přínos pro respondenty s jiným účelem návštěvy byl v hodnotě **27 651,48 Kč**. Poté byl celkový ekonomický přínos vypočten sečtením obou zjištěných hodnot dohromady. Celkový ekonomický přínos geocachingu pro vybranou oblast Brd byl tedy určen v hodnotě **160 519,75 Kč** za jeden kalendářní rok.

7 Seznam použité literatury

- (1) ALHADEFF, David. *Microeconomics and Human Behavior: To Toward a New Synthesis of Economics and Psychology*. University of California Press, 1982. 204 s. ISBN: 0-520-04353-7.
- (2) BAKOS, Tomáš. Východiska hodnocení ekonomického dopadu cestovního ruchu. In: *Regionální rozvoj a cestovní ruch. Sborník z vědecké konference*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2011. 381 s. ISBN 978-80-87035-44-3.
- (3) BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. 1.vydání. Praha: Mag Consulting, 2013. 296 s., ISBN 978-80-86724-46-1.
- (4) BRČÁK, Josef; SEKERA Bohuslav; STARÁ Dana. *Makroekonomie – teorie a praxe*. Plzeň: Aleš Čeněk s.r.o., 2017. 223 s., ISBN 978-80-7380-492-3.
- (5) BRČÁK, Josef; SEKERA Bohuslav. *Mikroekonomie*. Plzeň: Aleš Čeněk s.r.o., 2010. 261 s., ISBN 978-80-7380-280-6.
- (6) CÍLEK, Václav. *Střední Brdy*. Praha: Dokořán, 2015. 183 s. ISBN 978-80-7363-720-0.
- (7) ČÁKA, Jan. *Střední Brdy krajina neznámá*. 1.vydání Praha: Mladá fronta, 2003. 160 s. ISBN 80-204-0752-9.
- (8) DAVID, Petr; SOUKUP, Vladimír. *Brdy, známe i neznámé*. 1.vydání. Praha: Universum, 2016. 207 s., ISBN 978-80-242-5512-5.
- (9) DYER, Mike. *The Essential Guide to Geocaching: Tracking Treasure with Your GPS*. 1. vydání. Golden, Colorado: Fulcrum Publishing, 2004. 160 s. ISBN 978-15-559-1522-3.
- (10) FUCHS, Kamil, TULEJA, Pavel. *Makroekonomie I*. 1.vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2003. 283 s. ISBN 80-210-3073-9.
- (11) GALVASOVÁ, Iva. *Průmysl cestovního ruchu*. 1.vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. 264 s. ISBN 978-80-87147-06-1.
- (12) HAJŠMAN, Jan; VOGELTANZ, Jaroslav. *Tajemství brdských vrcholů I*. 1.vydání. Plzeň: Starý most, 2012. 153 s. ISBN 978-80-87338-24-7.
- (13) HAJŠMAN, Jan; VOGELTANZ, Jaroslav. *Tajemství brdských vrcholů II*. 1.vydání. Plzeň: Starý most, 2013. 199 s. ISBN 978-80-87338-32-2.

- (14) HOLMAN, Robert. *Dějiny ekonomického myšlení*. 3.vydání. Praha: C.H. Beck, 2005. 539 s. ISBN 80-7179-380-9.
- (15) KLÍMA, Jan. *Makroekonomie*. 1. vydání. Praha: Alfa Publishing, 2006. 141 s. ISBN 80-868-5127-3.
- (16) KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1.vydání. Praha: Grada, 2013. 208 s., ISBN 978-80-247-4603-6.
- (17) JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. 2. vydání. Praha: Grada, 2012. 320 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- (18) JUREČKA, Václav. *Makroekonomie*. 3. vydání. Praha: Grada, 2017. 368 s. ISBN 978-80-271-0251-8.
- (19) MACÁKOVÁ, Libuše; kolektiv. *Mikroekonomie*. 8.vydání. Slaný: Melandrium, 2003. 271 s. ISBN 80-86175-38-3.
- (20) MCNAMARA, Joel. *Geocaching for dummies*. Indiana: Wiley Publishing, 2004. 221 s. ISBN 0-7645-7571-6.
- (21) PALÁTKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací*. 1.vydání. Praha: Grada, 2011. 208 s. ISBN 978-247-3749-2.
- (22) PALÁTKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch*. 1.vydání. Praha: Grada, 2011. 224 s., ISBN 978-80-247-3750-8.
- (23) PALÁTKOVÁ, Monika; ZICHOVÁ, Jitka. *Ekonomika turismu*. 2.vydání. Praha: Grada, 2014. 264 s., ISBN 978-80-247-3643-3.
- (24) RAABOVÁ, Tereza. *Metodika pro výpočet ekonomických dopadů kulturní organizace*. [online]. 33 s. (PDF). Praha: Institut umění, 2013. [cit. 2018-09-9]. Dostupné z: <https://www.idu.cz/temp/metodika-pro-vypocet-ekonomicky-ch-dopadu-kulturni-organizace_idu2013.pdf>.
- (25) RYGLOVÁ, Kateřina; BURIAN, Michal; VAJČNEROVÁ, Ida. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1.vydání. Praha: Grada, 2011. 213 s., ISBN 978-80-247-4039-3.
- (26) SAMUELSON, Paul; NORDHAUS, William D. *Ekonomie*. 2.vydání. Praha: Svoboda, 1995. 1012 s. ISBN 80-205-0494-X.
- (27) SHERMAN, Erik. *Geocaching: hike and seek with your GPS*. 1.vydání. New York: Apress, 2004. 205 s., ISBN 978-1-59059-122-2.

- (28) STYNES, Daniel J. *Economic Impacts of Tourism* [online]. [cit. 2018-09-2]. Dostupné z: <https://www.msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpvol1.pdf>.
- (29) VANHOVE, Norbert. *The Economics of Tourism Destinations*. Burlington: Elsevier, 2005, 251 s. ISBN 0-7506-6637-4.
- (30) VYSTOUPIL, Jiří. *Základy cestovního ruchu*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2006. 163 s. ISBN 80-210-4205-2.
- (31) ZELENKA, Josef; PÁSKOVÁ Monika. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vydání. Praha: Linde, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

Další odkazy:

- (32) AOPK ČR. *Správa CHKO Brdy*. [online]. Poslední revize 2018. Dostupné z: <http://brdy.ochranaprirody.cz/>.
- (33) BRDY. *Stránky milovníků brdských hvozdů Brdy*. [online]. Poslední revize 2018. Dostupné z: <http://www.brdy.org/content/view/35/39/>.
- (34) BRDY.INFO. *Valdek*. [online]. Poslední revize 2018. Dostupné z: <http://www.brdy.info/kapitoly/valdek.php>.
- (35) ČESKÉ NOVINY.CZ. *Chráněná krajinná oblast Brdy*. [online]. Poslední revize 2018. Dostupné z: <http://old.ceskenoviny.cz/fotogalerie/?id=1687>.
- (36) ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Databáze národních účtů*. [online]. Poslední revize 2018. Dostupné z: http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenkaout.dod_uziti?mylang=CZ.
- (37) ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Průměrné ceny pohonných hmot v ČR*. [online]. Poslední revize 2018. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xm/prumerne-ceny-pohonnych-hmot-v-crx>.
- (38) FANDROM. *Geocaching Wiki*. [online]. Nedatováno. Dostupné z: http://geocaching.wikia.com/wiki/File:Ammo_can.jpg.
- (39) GROUNDSPEAK. *Geocaching*. [online]. Poslední revize 2018. Dostupné z: <https://www.geocaching.com/play>.
- (40) GNU. *wiki.geocaching.cz*. [online]. Poslední revize 02. 06. 2014. Dostupné z: http://wiki.geocaching.cz/wiki/Hlavn%C3%AD_strana.

- (41) GEOCOINSHOP.DE. *Geocaching – wir leben es*. [online]. Poslední revize 2018. Dostupné z: <<http://www.geocoinshop.de/Cache-legen/Geocaching-Aufkleber/Micro-Cacheaufkleber-ENGLISCH-3-Stueck::1787.html>>.
- (42) GOOGLE. [online]. Poslední revize 2018. Dostupné z: <https://www.google.cz/search?safe=active&q=ubytov%C3%A1n%C3%AD+brdy&npsic=0&rflfq=1&rlha=1&rlla=0&rlhsc=CiAI-NzEkPnC5YrVAQjt067O7Y2JqvQBCKmPjuniV6mzNTAB&rllag=49762797,13958870,9045&tbm=lcl&ved=0ahUKEwi8vPKAqavcAhXJISwKHQarC5kQjGoIqQE&hotel_dates=2018-07-29,2018-07-30&tbs=lf_hd:-1,lf_ho:2,lrf:!2m7!1e17!4m2!17m1!1e3!4m2!17m1!1e8!2m1!1e2!2m1!1e19!2m1!1e4!2m2!1e7!4m4!7m3!1m1!1u2000!3sCZK!4m4!7m3!1m1!1u3000!3sCZK!4m4!7m3!1m1!1u4000!3sCZK!4m4!7m3!1m1!1u5000!3sCZK!3sIAE,lf:1,lf_ui:6&rldoc=1#rifi=hd:2018-07-29,2018-07-30;si;;mv:!1m3!1d105235.80245373001!2d14.001903481640625!3d49.763432195067175!3m2!1i946!2i490!4f13.1>.
- (43) NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV. *Památkový katalog*. [online]. Poslední revize 2015. Dostupné z: <<https://pamatkovykatalog.cz/>>.
- (44) PROSTOR-AD. *Průvodce okolo Brd*. [online]. Nedatováno. Dostupné z: <<https://prostor-ad.cz/pruvodce/okolobrd/okolobrd.htm>>.
- (45) SEZNAM.CZ. *Mapy.cz*. [online]. Poslední revize 08. 11. 2018. Dostupné z: <<https://mapy.cz/zakladni?x=13.9936056&y=49.7606779&z=11&l=0>>.
- (46) SBÍRAKA ZÁKONŮ ČESKÁ REPUBLIKA. *Zákon č. 114/1992 Sb. o ochraně přírody a krajiny*. [online]. 56 s. (PDF). Dostupný z: <<https://www.mvcr.cz/soubor/sb005-10-pdf.aspx>>.
- (47) *Vojenský historický ústav Praha*. [online]. Nedatováno. Dostupné z: <<http://www.vhu.cz/vhu-prevzal-do-sve-spravy-legendarni-bunkr-jordan-v-brdech/>>.
- (48) VOJENSKÝ ÚJEZD – BRDY. *CHKO Brdy*. [online]. Poslední revize 2018. Dostupné z: <<https://www.vojujezd-brdy.cz/CHKO-Brdy/>>.

8 Přílohy

Příloha č. 1: Dotazník.....	95
Příloha č. 2: SIOT	99
Příloha č. 3: Fotografie Brdy.....	100
Příloha č. 4: Výčet některých památek v Brdech a okolí.....	102
Příloha č. 5: Pomocné výpočty průměrných cen.....	102
Příloha č. 6: Jednotlivé nálezy cache	105

Příloha č. 1: Dotazník

Obrázek č. 28: Úvod dotazníku

Geocaching v Brdech

Dobrý den,

jsem studentkou České zemědělské univerzity v Praze, na Provozně ekonomické fakultě.
Tento dotazník mi pomůže při vypracování mé diplomové práce "Ekonomický přínos geocachingu v Brdech". Dotazník se týká několika cachí (Skala u jezírka, Krejčovka, Velcí, Kubova lavka).

Veškeré údaje budou použity pro statistické a ekonomické účely mé práce.

Dotazník je anonymní. Obsahuje několik jednoduchých otázek a nezabere Vám víc než pár minut.

Děkuji za Váš čas.

Zdroj: vlastní zpracování

Otázky z dotazníku

1. Byl Vaším primárním účelem návštěvy Brd Geocaching?
 - Ano
 - Ne
2. Jaký byl Váš účel návštěvy Brd?
 - Geocaching
 - Turistika
 - Památky
 - Sportovní vyžití

- Kultura/akce
 - Jiné
3. V jakém kraji je vaše trvalé bydliště?
- Hlavní město Praha
 - Jihočeský kraj
 - Jihomoravský kraj
 - Karlovarský kraj
 - Kraj Vysočina
 - Královehradecký kraj
 - Liberecký kraj
 - Moravskoslezský kraj
 - Olomoucký kraj
 - Pardubický kraj
 - Plzeňský kraj
 - Středočeský kraj
 - Ústecký kraj
 - Zlínský kraj
4. Počet dospělých (15+) osob ve výpravě při odlovení cache?
Napište celé číslo.
5. Počet dětí do 15 let ve výpravě při odlovení cache?
Napište celé číslo.
6. Jaký dopravní prostředek jste použil/a?
- Auto
 - Kolo
 - Motorka
 - Veřejná doprava
 - Pěšky
 - Jiné
7. Čerpal/a jste pohonné hmoty na čerpací stanici?
- Ano
 - Ne

8. Jaké obce jste navštívil/a?

Nejen projížděli.

- Jince
- Ohrazenice
- Podluhy
- Hořovice
- Příbram
- Komárov
- Hostomice
- Dobříš
- Chaloupky
- Hvozdec
- Jiné

9. Navštívil/a jste některé z těch to míst během výpravy?

- Přírodní koupaliště Jince
- zámek Hořovice
- muzeum Hořovice
- koupaliště Hořovice
- Hornické muzeum Příbram
- koupaliště Příbram
- hrad Točnick
- muzeum Komárov
- zámek Dobříš
- Pohádková země Pičín
- Svatá Hora – museum
- Jízda hornickým vláčkem
- Galerie Františka Drtila
- Památník Vojna
- Památník Antonína Dvořáka
- Muzeum zlata Nový Knín
- Jiné

10. Zakoupil/a jste při odlovení cache nápoje či potraviny?

- Ano
- Ne

11. Využil/a jste ubytovacích služeb při odlovení cache?

- Ano
- Ne

12. Kolik nocí jste byl/a ubytován/a?

Napište celé číslo.

13. Ve kterém zařízení jste byl/a ubytován/a?

Napište konkrétní ubytovací zařízení (nebo alespoň typ zařízení).

14. Využil/a jste služeb stravování?

- Ano
- Ne

15. Jaké stravovací služby jste využil/a?

- Oběd
- Večeře
- Jen pivo/limo

16. V jakém podniku jste se stravoval/a?

17. Jaké je vaše pohlaví?

- Žena
- Muž

18. Kolik je vám let?

Napište celé číslo.

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 2: SIOT

Obrázek č. 29: SIOT tabulka

Symetrická tabulka Input-Output												běžné ceny základní mil. Kč				
2015																
CELKEM																
CZ-NACE odvětví	Název	Výdaje na konečnou spotřebu										Vývoz (FOB)	Konečné užití celkem	Užité zdroje celkem	CZ-NACE odvětví	
		Výroba potravinářských výrobků	Velkoob. a maloob., kromě motorových vozidel	Pozemní a potrubní doprava	Ubytování	Stravování a pohostinství	Sportovní, zábavní a rekreační činnosti	Celkem	domácností	vládních institucí	neziskových institucí					Tvorba hrubého fixního kap. vč. cennosti
		10	46+47	49	55	56	93		P.3	P.5(P.1+P.5.3)	P.5.2	P.6				
10	Výroba potravinářských výrobků	41 527	5 136	252	1 648	11 395	155	60 113	176 289	239	137	1 838	124 920	305 069	365 182	10
46+47	Velkoob., kromě motorových vozidel, maloob., kromě mot.	27 855	89 528	11 205	1 464	6 154	1 326	137 532	192 417	8 350	189	59 407	60 173	320 775	458 307	46+47
49	Pozemní a potrubní doprava	4 788	11 961	19 481	348	677	239	37 494	58 836	3 425	5	4 630	7 122 454	189 357	226 851	49
55	Ubytování	89	1 652	1 226	351	411	331	4 060	27 716	863	77	397	-6 31 880	60 927	64 987	55
56	Stravování a pohostinství	269	3 783	2 903	232	2 373	280	9 840	80 630	704	10	689	0 25 573	107 606	117 446	56
93	Sportovní, zábavní a rekreační činnosti	46	301	45	368	113	8 902	9 775	11 831	3 232	5 574	233	-4 2 413	23 279	33 054	93
P.2	Mezispořítelba (základní ceny)	74 574	112 361	35 112	4 411	21 123	11 233	258 814	547 719	16 873	5 992	66 942	2 074 367 413	1 007 013	1 265 827	
D.21-D.31	Čisté daně na výroby	825	7 886	15 544	352	2 369	1 111	28 087	276 705	5 729	83	44 827	0 15 474	342 818	370 905	CELKEM
P.2	Mezispořítelba (kupní ceny)	75 399	120 247	50 656	4 763	23 492	12 344	286 901	824 424	22 602	6 075	111 769	2 074 382 887	1 349 831	1 636 732	
D.11	Mzdy a platy	24 618	145 932	47 178	8 749	21 587	4 879	252 943								
D.12	Soc. příspěvky zaměstnavatelů	7 825	44 772	14 137	2 523	4 591	1 427	75 275								
D.29	Ostatní daně z výroby	178	1 158	2 045	196	133	84	3 794								
D.39	Ostatní dotace na výrobu (-)	-500	-581	-3 975	-24	-317	-1 400	-6 797								
P.51c	Spořítelba fixního kapitálu	10 768	59 333	39 597	4 053	4 126	3 307	121 184								
B.2n	Čistý provozní přebytek	11 516	99 401	12 925	4 628	5 629	1 345	135 444								
B.3n	Čistý smíšený důchod	4 269	41 497	11 363	3 462	22 152	2 653	85 396								
B.1g	Hrubá přidaná hodnota (základní ceny)	58 674	391 512	123 270	23 587	57 901	12 295	667 239								
P.1	Produkce (základní ceny)	262 965	798 578	319 701	51 487	121 479	37 183	1 591 393								
P.7	Dovoz	162 231	40 287	20 528	26 652	17 447	916	268 061								
	Zdroje celkem	425 196	838 866	340 229	78 139	138 926	38 099	1 659 454								

Zdroj: vlastní zpracování z (36)

Příloha č. 3: Fotografie Brdy

Obrázek č. 30: Zastavení naučné stezky "Na Olymp Brd"



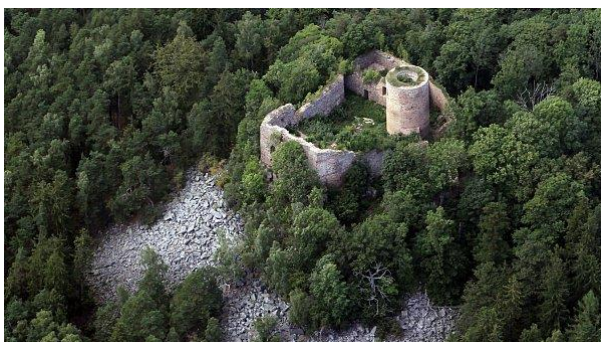
Zdroj: Vlastní zpracování

Obrázek č. 31: Trilobiti



Zdroj: (34)

Obrázek č. 32: Zřícenina hradu Valdek



Zdroj: (34)

Obrázek č. 33: Liebusovo jezírko



Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek č. 34: Přírodní koupaliště Jince



Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 4: Výčet některých památek v Brdech a okolí

- Hořovický nový zámek
- Starý zámek Hořovice
- Klášter Svatá Dobrotivá
- Mincovna Nový Knín
- Zámek Dobříš
- Zřícenina hradu Valdek
- Poutní místo Svatá Hora
- Rudný důl Anna
- Rudný důl Vojtěch
- Rudný důl Ševčiny
- Tvrz Pičín
- Zámek Hluboš
- Zámek Boková u Příbrami
- Zámek Vysoká u Příbrami
- Rudný důl Drkolov
- Zámek Jince
- Panství Zbiroh
- Vysoká huť Jince
- Ernestinium
- Hradiště Plešivec
- Boží muka, pomníky
- Židovské hřbitovy
- Kapličky, kostely, fary
- Sochy

(43)

Příloha č. 5: Pomocné výpočty průměrných cen

Tabulka č. 16: Průměrné ceny pohonných hmot (v Kč)

Období	Průměrná měsíční cena
6/17	30,01
7/17	29,38
8/17	29,43
9/17	29,85
10/17	29,99
11/17	30,45
12/17	30,45
1/18	30,56
2/18	30,61
3/18	30,36
4/18	30,77
5/18	32,01
6/18	33,12
7/18	33,03
8/18	33,06
Celkový průměr v Kč	30,87

Zdroj: vlastní zpracování z (37)

Tabulka č. 17: Výpočet průměrné ceny nákup na osobu v maloobchodu (v Kč)

Perlivá voda + banán + sušenka	37
Minerálka + bageta + sušenka + ovoce	92
Minerálka + zmrzlina + bageta	90
Perlivá voda + banán + krekry + koláč	62
Minerálka + jablko + koláče + ledová káva	80
Zmrzlina + sušenka	40
Koláč + pitíčko	28
Pivo + salát + pečivo + sušenka	57
Celkem	486
Průměrná cena	61

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 18: Výpočet průměrné ceny piva a limonády (v Kč)

	Cena piva	Cena limonády
Restaurace Eška	25	25
Hotel Kratochvíl	24	25
Pivovar Hostomice	24	25
Na Vršíčku	26	28
Pod Pavonem	23	24
Celkem pivo + limonáda		249
Průměr		25

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 19: Výpočet průměrné ceny oběda (v Kč)

	Průměrná cena
Restaurace Eška	130
Na Krétě	260
Pivovar Hostomice	145
Hotel Kratochvíl	135
Penzion Na Poště	185
Restaurace Na Vršičku	145
Restaurace Ranch	175
Hotel Zelený strom	165
Hospoda Za vodou	125
Grill bar Míšov	110
Pivovar Podlesí	165
Celkem	1 740
Průměrná cena	158

Zdroj: vlastní zpracování

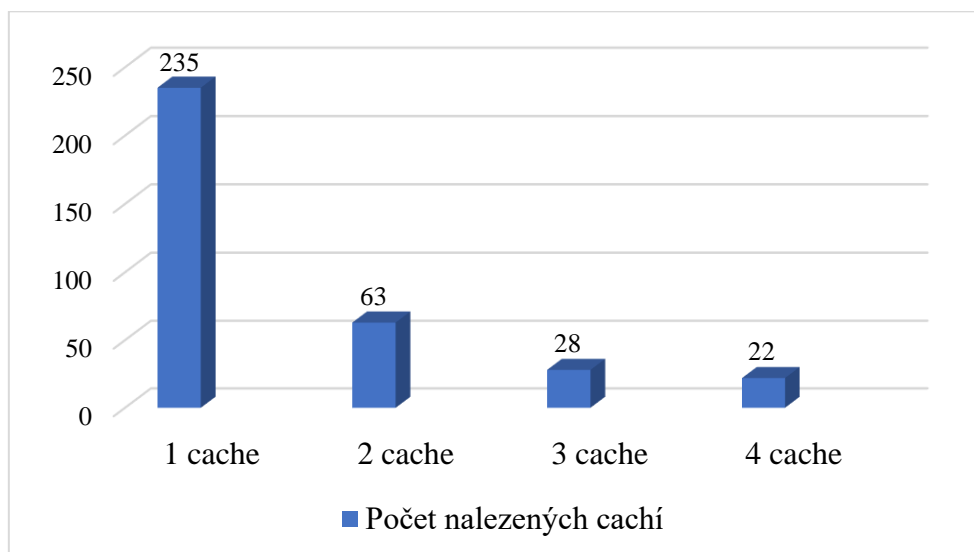
Tabulka č. 20: Výpočet průměrné ceny večeře (v Kč)

	Cena za večeři
Restaurace Eška	160
Na Krétě	360
Penzion Na Poště	250
Pizzerie Attolo	275
Restaurace Ranch	230
Hotel Zelený strom	270
Hospoda Za vodou	150
Celkem	1 695
Průměrná cena	242

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 6: Jednotlivé nálezy cache

Graf č. 23: Jednotlivé nálezy cachí geocachery



Zdroj: vlastní zpracování z (39)