

# Projekt nového produktu cykloturistiky v regionu Východní Morava

Bc. Miloš Bisaha

---

Diplomová práce  
2015



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav podnikové ekonomiky  
akademický rok: 2015/2016

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Miloš Bisaha**  
Osobní číslo: **M14997**  
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Podniková ekonomika**  
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Projekt nového produktu cykloturistiky v regionu Východní Morava**

Zásady pro vypracování:

### Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

#### I. Teoretická část

- Zpracujte odborné literární prameny týkající se cestovního ruchu a cykloturistiky.

#### II. Praktická část

- Analyzujte dosavadní stav a nabídku cykloturistiky v regionu Východní Morava.
- Na základě jednotlivých kritérií porovnejte produkty podobného typu na území České republiky.
- Na základě provedených analýz vytvořte projekt nového produktu cykloturistiky v regionu Východní Morava.

### Závěr

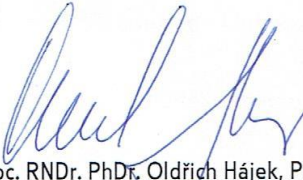
Rozsah diplomové práce: cca 70 stran  
Rozsah příloh:  
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

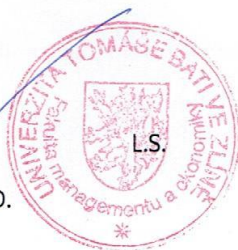
Seznam odborné literatury:

HESKOVÁ, Marie. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011, 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.  
KOTLER, Philip et al. Marketing for hospitality and tourism. 5th ed. Boston: Pearson, 2010, 683 s. ISBN 978-0-13-245313-4.  
MOUREK, Daniel a kolektiv. Cykloturistika: Současný stav a perspektivy v České republice. 1. vyd. Praha: Czech Tourism, 2011, 129 s. ISBN 978-80-87560-00-6.  
PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. Ekonomika turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 205 s. ISBN 978-80-247-3748-5.  
RICHARDS, Greg a Julie WILSON. Tourism, creativity and development. London: Routledge, 2007, 323 s. ISBN 978-0-415-42756-2.

Vedoucí diplomové práce: doc. Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.  
Ústav podnikové ekonomiky  
Datum zadání diplomové práce: 15. února 2016  
Termín odevzdání diplomové práce: 18. dubna 2016

Ve Zlíně dne 15. února 2016

  
doc. RNDr. PhDr. Oldřich Hájek, Ph.D.  
děkan



  
prof. Ing. Felicity Chromjaková, Ph.D.  
ředitel ústavu

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

### Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 15. 4. 2016

*Miloslav Bischof*  
.....  
podpis diplomanta

## **ABSTRAKT**

Tato diplomová práce se zabývá vytvořením nového produktu cykloturistiky – Projekt nového produktu cykloturistiky v regionu Východní Morava, který povede po tratích celosvětově známé Barum Czech Rally Zlín. V teoretické části jsou vysvětleny pojmy cestovní ruch, cykloturistika, předpoklady pro rozvoj cykloturistiky, event turismus a použité analytické a projektové metody. Praktická část se nejdříve věnuje Barum Czech Rally Zlín, dále analyzuje cykloturistiku ve Zlínském kraji, následně je zaměřena na samotnou tvorbu produktu, návrh jeho propagace, kalkulaci a řízení rizik projektu.

Klíčová slova: Cestovní ruch, Cykloturistika, Cyklostezka, Cyklotrasa, Cykloturista, Event turismus, Barum Czech Rally Zlín, Region Východní Morava

## **ABSTRACT**

This Diploma Thesis deals with the creation of a new cyclotourism product – The Project of a New Cyclotourism Product in East Moravia Region, which will go through the roads of world well-known Barum Czech Rally Zlín. In the theoretical part there are explained terms like tourism, cyclotourism, the conditions for development of cyclotourism, event tourism and analytics and projects methods used in this Diploma Thesis. Firstly, the practical part deals with Barum Czech Rally Zlín, then analysis cyclotourism in Region Zlín, finally deals with the creation of a new product, suggestion for promotion, its calculation and project risk management.

Keywords: Tourism, Cyclotourism, Bicycle path, Cycle route, Cycle tourist, Event Tourism, Barum Czech Rally Zlín, East Moravia Region

Rád bych poděkoval panu Ing. Janu Regnerovi za poskytnuté materiály, rady, trpělivost a čas, který mi věnoval. Dále bych chtěl poděkovat vedoucí mé diplomové práce paní doc. Ing. Zuzaně Tučkové, Ph. D. za pomoc při vypracování práce a čas, který mi věnovala. V neposlední řadě bych chtěl poděkovat mé rodině i mým nejbližším za veškerou podporu při mém studiu.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>10</b>
<b>CÍLE PRÁCE A POUŽITÉ METODY</b> .....	<b>11</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>12</b>
<b>1 CESTOVNÍ RUCH</b> .....	<b>13</b>
1.1    DEFINICE POJMU CESTOVNÍ RUCH.....	13
1.2    TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU.....	13
1.2.1    Druhy cestovního ruchu .....	14
1.2.2    Formy cestovního ruchu.....	16
<b>2 CYKLOTURISTIKA</b> .....	<b>20</b>
2.1    CYKLOSTEZKY .....	21
2.2    CYKLOTRASY .....	21
2.3    TYPOLOGIE CYKLISTŮ .....	22
2.4    TRENDY CYKLOTURISTIKY .....	24
<b>3 PŘEDPOKLADY PRO ROZVOJ CYKLOTURISTIKY</b> .....	<b>26</b>
3.1    SELEKTIVNÍ PŘEDPOKLADY .....	27
3.1.1    Objektivní předpoklady.....	27
3.1.2    Subjektivní předpoklady .....	28
3.2    LOKALIZAČNÍ PŘEDPOKLADY .....	28
3.3    REALIZAČNÍ PŘEDPOKLADY .....	29
<b>4 EVENT TURISMUS</b> .....	<b>32</b>
4.1    KLASIFIKACE EVENTŮ V CESTOVNÍM RUCHU.....	32
4.2    SPORTOVNÍ EVENTY .....	34
4.2.1    Sportovní eventy orientované na návštěvníky .....	35
4.2.2    Sportovní eventy orientované na účastníky .....	35
4.2.3    Sportovní eventy v oblasti rekreačního sportu.....	35
4.3    DOPADY EVENTŮ NA DESTINACI CESTOVNÍHO RUCHU.....	35
<b>5 POUŽITÉ ANALYTICKÉ A PROJEKTOVÉ METODY</b> .....	<b>36</b>
5.1    SWOT ANALÝZA .....	36
5.2    ANALÝZA KONKURENCE .....	37
5.3    ANALÝZA RIZIK PROJEKTU .....	38
<b>SHRNUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI</b> .....	<b>40</b>
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>41</b>
<b>6 PŘEDSTAVENÍ BARUM CZECH RALLY ZLÍN</b> .....	<b>42</b>
6.1    HISTORIE BARUM CZECH RALLY ZLÍN.....	42
6.2    RALLYE ZLÍN, SPOL. S.R.O.....	46
6.3    PŘÍNOS BARUM CZECH RALLY ZLÍN PRO ZLÍNSKÝ KRAJ.....	47
<b>7 ANALÝZA DOPLŇKOVÝCH SLUŽEB BARUM CZECH RALLY ZLÍN</b> .....	<b>49</b>

7.1	PROJEKT HAPPY .....	49
7.2	ZÁŽITKOVÝ PROGRAM RALLY NAPLNO .....	51
7.3	SOCIÁLNÍ KAMPAŇ JEDU NA DŘEŇ .....	54
7.4	EVROPSKÁ PROPAGACE BARUM CZECH RALLY ZLÍN A JEJÍHO PARTNERA.....	59
<b>8</b>	<b>ANALÝZA CYKLOTURISTIKY REGIONU VÝCHODNÍ MORAVA .....</b>	<b>61</b>
8.1	INFORMACE O CYKLISTICKÉ DOPRAVĚ REGIONU VÝCHODNÍ MORAVA .....	61
8.2	LOKALIZAČNÍ A REALIZAČNÍ FAKTORY REGIONU VÝCHODNÍ MORAVA .....	62
8.2.1	Lokalizační faktory .....	62
8.2.2	Realizační faktory .....	65
8.3	SWOT ANALÝZA CYKLOTURISTIKY REGIONU VÝCHODNÍ MORAVA .....	72
8.4	MOŽNOSTI CYKLOTURISTIKY REGIONU VÝCHODNÍ MORAVA .....	73
<b>9</b>	<b>ANALÝZA PODOBNÉHO TYPU PRODUKTU .....</b>	<b>75</b>
9.1	SROVNÁVACÍ KRITÉRIUM – LOKALITA .....	75
9.2	SROVNÁVACÍ KRITÉRIUM – DEMOGRAFIE .....	75
9.3	SROVNÁVACÍ KRITÉRIUM – MOŽNOSTI CYKLOTURISTIKY .....	76
9.4	SROVNÁVACÍ KRITÉRIUM – CHARAKTERISTIKA TRASY PRODUKTU .....	77
9.5	SROVNÁVACÍ KRITÉRIUM – CÍLOVÁ SKUPINA.....	77
9.6	SROVNÁVACÍ KRITÉRIUM – VAZBA PRODUKTU NA JINOU AKCI .....	78
9.6.1	Po stopách Policie Modrava.....	78
9.6.2	Po stopách blanických rytířů.....	78
9.6.3	Po stopách císaře Napoleona.....	79
<b>10</b>	<b>ZHODNOCENÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI.....</b>	<b>80</b>
<b>11</b>	<b>PROJEKT NOVÉHO PRODUKTU CYKLOTURISTIKY REGIONU VÝCHODNÍ MORAVA .....</b>	<b>82</b>
11.1	CHARAKTERISTIKA A CÍLE PROJEKTU .....	82
11.1.1	Popis projektu.....	82
11.1.2	Důvod realizace projektu .....	83
11.1.3	Cíle projektu.....	83
11.2	CÍLOVÉ SKUPINY .....	84
11.3	ÚZEMNÍ VYMEZENÍ NOVÉHO PRODUKTU CYKLOTURISTIKY REGIONU VÝCHODNÍ MORAVA.....	86
11.3.1	Produkt cykloturistiky regionu Východní Morava – Ve stopách Barum Czech Rally Zlín .....	86
11.3.2	Produkt cykloturistiky regionu Východní Morava – Tour de Barum Rally .....	94
11.4	DOPRAVA, UBYTOVÁNÍ A STRAVOVÁNÍ.....	96
11.4.1	Doprava .....	96
11.4.2	Ubytování .....	99
11.4.3	Stravování .....	102
11.5	NÁVRH MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE .....	102
11.5.1	Propagace nového produktu cykloturistiky regionu Východní Morava ....	102
11.5.2	Mobilní aplikace k produktu cykloturistiky regionu Východní Morava ...	103
11.6	FINANČNÍ PLÁN PROJEKTU.....	104
11.6.1	Odhad výše získaného grantu na projekt .....	104



11.6.2	Odhad výše získaných finančních příspěvků od zveřejněných turistických destinací, ubytovacích a stravovacích zařízení a získaných dotací .....	105
11.6.3	Odhad výše příjmů plynoucích z prodeje mobilní aplikace .....	106
11.6.4	Celkové příjmy projektu .....	107
11.6.5	Náklady spojené s realizací projektu.....	107
11.6.6	Ekonomická efektivnost projektu .....	108
11.7	ANALÝZA RIZIK PROJEKTU .....	109
11.8	ZHODNOCENÍ PŘÍNOSŮ A DOPADŮ PROJEKTU.....	110
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>113</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>115</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>121</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>123</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>124</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>125</b>

## ÚVOD

Tématem diplomové práce je vytvoření nového produktu cykloturistiky: „*Projekt nového produktu cykloturistiky v regionu Východní Morava*“. Práce je rozdělena do dvou částí. První část je věnována teorii. Následuje praktická část, která se člení na analytickou a projektovou.

V teoretické části se zaměřím na objasnění pojmu cestovní ruch, kdy uvedu jeho definici spolu s jeho typologií. V další kapitole teoretické části se zaměřím na samotnou cykloturistiku, kdy zdůrazním pojmy jako cyklostezky a cyklotrasy. Následně rozdělím cyklisty do skupin dle dané typologie. Následuje kapitola věnovaná předpokladům rozvoje cykloturistiky. Čtvrtá kapitola je věnována pojmu event turismus. Poslední kapitola teoretické části objasní metody použité v práci - SWOT analýza, analýza konkurence a analýza rizik projektu.

V analytické části představím Barum Czech Rally Zlín a společnost Rallye Zlín. Následně bude provedena analýza doplňkových služeb, které nabízejí organizátoři zlínského automobilového podniku ve formě marketingových a sociálních projektů nebo kampaní. Detailně bude popsána a analyzována nabídka cykloturistiky regionu Východní Morava. Samozřejmě bude provedena i analýza produktů podobného typu.

Projektová část se bude zabývat samotnou tvorbou produktu, který bude následně podroben ekonomické i rizikové analýze. V této části diplomové práce budou popsány i rychlostní zkoušky Barum Czech Rally Zlín, protože po jejich trati povede nový produkt cykloturistiky. Dále navrhnu formu marketingové propagace produktu, provedu analýzu rizik projektu a zhodnotím veškeré přínosy i dopady projektu.

V dnešní době stále více roste zájem o aktivní dovolenou, protože lidé se chtějí odreagovat pomocí sportu nebo adrenalinových zážitků. To jsou příčiny vzniku a rozvoje nových specifických forem cestovního ruchu. V České republice chybí nabídka podobných produktů a cyklobalíčků, které by byly pro daný region přínosné. To je hlavní důvod, proč jsem se rozhodl vypracovat diplomovou práci na toto téma. Dalším důvodem je můj kladný vztah k motoristickému sportu a cykloturistice.

## CÍLE PRÁCE A POUŽITÉ METODY

Cílem této práce je analýza doplňkových služeb Barum Czech Rally Zlín, provedení analýzy současného stavu cykloturistiky regionu Východní Morava a zpracování kritériální analýzy produktu podobného typu, podle které je navržen nový produkt cykloturistiky v regionu Východní Morava. Konkrétně se pod novým produktem cykloturistiky ukrývá cyklotrasa související s automobilovou soutěží Barum Czech Rally Zlín.

V diplomové práci jsem použil metody:

V teoretické části jsem zpracoval literární rešerši, která hodnotí pohledy různých autorů na pojem cestovní ruch a jeho členění dle druhů a typů. Na základě studia odborné literatury, odborných časopisů, propagačních materiálů a internetových zdrojů je vyhotovena základní charakteristika pojmů cykloturistika a její předpoklady pro rozvoj, dále event turismus a v neposlední řadě použité analytické a projektové metody. V první sekci praktické části je představen automobilový podnik Barum Czech Rally Zlín. Následně je provedena analýza doplňkových služeb známého zlínského motoristického podniku, analýza cykloturistiky regionu Východní Morava zahrnující SWOT analýzu a nabídku cykloturistiky. Na závěr jsou kritériální analýzou popsány produkty podobného typu. Z výše uvedených analýz jsem vytvořil projekt nového produktu cykloturistiky.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 CESTOVNÍ RUCH

V následující kapitole je nejdříve vysvětlen pojem cestovní ruch dle definic jednotlivých autorů. Následně je popsána typologie cestovního ruchu, tedy jeho formy a druhy.

### 1.1 Definice pojmu cestovní ruch

V současné době existuje spousta definic cestovního ruchu, které se od sebe nepatrně liší. Každý autor ve své definici zdůrazňuje různé stránky cestovního ruchu, a to zejména v závislosti na tom, z jakého hlediska a vědní disciplíny je cestovní ruch zkoumán a definován. (Ryglová, 2011, s. 9)

Organizace UNWTO definuje cestovní ruch jako „*sociální, kulturní a ekonomický fenomén představující přesun osob do jednotlivých zemí nebo na místa mimo jejich tradiční místo pobytu, a to za účelem osobním nebo obchodním*“. (UNWTO, 2011)

Cestovní ruch zahrnuje mimo jiné i osoby, které umožňují svými službami druhým lidem účast na cestovním ruchu. Těmito službami máme na mysli zejména ubytovací služby, stravovací služby, rekreační služby, dopravní služby, informační služby, zprostředkovatelské služby apod. Jejich nabízení potencionálním zákazníkům cestovního ruchu bývá často označováno jako podnikatelská činnost. (Vaníček, Křest'añ, 2007, s. 4)

### 1.2 Typologie cestovního ruchu

Specifikovat cestovní ruch pouze ve všeobecné rovině by bylo nedostačující z důvodu, že v každodenní praxi se projevuje v různých druzích i formách, které se neustále vyvíjí a obohacují v závislosti na poptávce účastníků cestovního ruchu a technicko - technologických možnostech nabídky. Různorodost označení druhů a forem cestovního ruchu stvrzuje jejich charakteristika v odborné literatuře. Někteří autoři vysvětlují druhy a formy opačně, resp. mluví o tzv. typech cestovního ruchu, což může následně vyvolávat nejasnosti v teorii i praxi cestovního ruchu. (Hesková, 2011, s. 19)

### 1.2.1 Druhy cestovního ruchu

O druzích cestovního ruchu hovoříme, pokud za základ posuzování cestovního ruchu považujeme motivaci jejich účastníků. Konkrétně se jedná o účel, pro který účastníci cestovního ruchu cestují a pobývají přechodně na dobu určitou na cizím místě. (Hesková, 2011, s. 19)

- **Rekreační cestovní ruch** – představuje odpočinkovou formu cestovního ruchu. Hlavním motivem je reprodukce fyzických a duševních sil člověka. Zejména jde o pobyt na jednom místě, a to mimo obvyklé prostředí běžného života jedince. Rekreace nemusí nutně znamenat pouze pasivní odpočinek, ale často bývá spojena i s aktivním pobytem v přírodě, sportovními aktivitami apod. (Drobná, 2004, s. 17)
- **Sportovní cestovní ruch** – je charakterizován pobytem ve vhodném přírodním prostředí, kde účastníci cestovního ruchu aktivně vykonávají různé sportovní činnosti, které zpravidla vyžadují určitou fyzickou kondici. Zejména sem řadíme pěší turistiku, horskou turistiku, vodní turistiku, cykloturistiku nebo mototuristiku. Samozřejmě v tomto druhu cestovního ruchu jsou i sportovní aktivity dle ročního období. Mezi letní aktivity řadíme plavání, tenis, míčové sporty, golf atd. Naopak v zimním období účastníci cestovního ruchu mohou lyžovat, sáňkovat nebo bruslit. (Hesková, 2011, s. 21)
- **Dobrodružný cestovní ruch** – je nejčastěji spojován s nebezpečím a testováním fyzických i psychických vlastností účastníků – sjíždění divokých řek a vodopádů nebo skákání z výšek. (Foret, 2001, s. 17)
- **Myslivecký a rybářský cestovní ruch** – je kombinací sportovního cestovního ruchu spolu s rekreačním cestovním ruchem. Účastníci mysliveckého cestovního ruchu jsou motivováni možnostmi lovu zvěře a ptáků. Součástí tohoto druhu cestovního ruchu je rybářský cestovní ruch, který je spojen s lovem ryb pomocí udice nebo s potápěním v řekách, jezerech, přehradách, rybnících nebo mořích. Uvedené druhy cestovního ruchu musí dodržovat přísné legislativní podmínky, které se týkají ochrany přírody. (Hesková, 2011, s. 22)
- **Kulturně – poznávací cestovní ruch** – je zaměřen na poznávání historie, kultury, tradic nebo zvyků vlastních i jiných národů. Základem jsou sakrální a světské stavební a architektonické památky, umělecká díla, přírodní zajímavosti nebo společenské události. (Foret, 2001, s. 17)

- **Náboženský a poutní cestovní ruch** – je významný zejména pro účast na náboženských akcích a poutích, pro návštěvy církevních památek nebo poutních a posvátných míst. (Palatková, 2011, s. 25)
- **Zdravotní cestovní ruch** – zahrnuje veškeré zdravotní aktivity, které vedou k udržení, posílení nebo obnovení fyzického i psychického zdraví. Dále se člení na medicínský cestovní ruch (chirurgické a stomatologické zásahy), lázeňský cestovní ruch (vazba na existenci přírodních léčivých zdrojů) a wellness (řešící zdravý životní styl). (Palatková, 2011, s. 25)
- **Lázeňský cestovní ruch** – je tvořen zdravotně-preventivními a léčebnými činnostmi, které vykonává odborně způsobilý zdravotnický personál ve volném čase účastníků. Rozvoj lázeňského cestovního ruchu podmiňuje existence přírodních léčivých zdrojů, které mají vliv na zaměření lázeňské léčby. Lázeňská léčba se věnuje prevenci chorob, zlepšení zdravotního stavu a snižování pracovní neschopnosti obyvatelstva daného státu. (Hesková, 2011, s. 23)
- **Kongresový cestovní ruch** – zprostředkovává setkání odborníků z daného oboru, kde získávají nové informace a vzájemně si vyměňují zkušeností na kongresech, konferencích nebo přednáškách. (Drobná, 2004, s. 18)
- **Obchodní cestovní ruch** – lze popsat jako souhrn aktivit cestujících spojených s profesí uskutečňujících se mimo místo trvalého bydliště. (Hesková, 2011, s. 24)
- **Nákupní cestovní ruch** – je tvořen cesty za nákupy. (Foret, 2001, s. 18)
- **Vzdělávací cestovní ruch** – představuje takový cestovní ruch, kde jsou jeho účastníci motivováni získáváním znalostí a dovedností. Pobyt je zaměřen na výuku jazyků, na zdokonalení se v jednotlivých aktivitách a disciplínách nebo na získání podrobných informací o historických, přírodních a kulturních památkách. (Drobná, 2004, s. 18)
- **Stimulační cestovní ruch** – je pojem, který popisuje cestování za cílem stimulovat zaměstnance k vyšší motivaci pracovního výkonu. Hlavním smyslem je podnítit jejich zájem o obchodní úspěch podniku a zvýšení ekonomických výsledků. Dále posiluje sociální vazby mezi pracovníky firmy, kultivuje pracovní vztahy a vychovává zaměstnance. Často jeho účast bývá odměnou za odvedenou práci v průběhu kalendářního roku – prémie. (Hesková, 2011, s. 24)

### 1.2.2 Formy cestovního ruchu

O formách cestovního ruchu mluvíme v případě, když za základ posuzování cestovního ruchu považujeme různé příčiny. Tyto příčiny ovlivňují cestovní ruch a přináší různé důsledky. (Hesková, 2011, s. 19)

Typologie forem cestovního ruchu využívá více klasifikačních kritérií:

- **Podle geografického hlediska:**

- **Domácí cestovní ruch** – zahrnuje cesty domácího obyvatelstva na území jeho státu. (Drobná, 2004, s. 18)
- **Zahraniční cestovní ruch** – je tvořen cestováním a pobytem rezidentů v zahraničí. (Hesková, 2011, s. 25)
- **Mezinárodní cestovní ruch** – představuje souhrn veškerého zahraničního cestovního ruchu, kdy zjednodušeně lze říci, že zahrnuje cestovní ruch více zemí. (Petrů, 2007, s. 31)
- **Vnitřní cestovní ruch** – zahrnuje domácí cestovní ruch, tj. cesty obyvatel ve vlastní zemi a aktivní cestovní ruch, tj. cesty a pobyt cizinců na území dané země. (Ryglová, 2009, s. 13)
- **Národní cestovní ruch** – je veškerý cestovní ruch obyvatelstva dané země, tj. souhrn turismu domácího a výjezdového. (Palatková, 2011, s. 20)
- **Regionální cestovní ruch** – zahrnuje cestovní ruch regionů a států jako cestovních cílů. (Hesková, 2011, s. 25)

- **Podle počtu účastníků:**

- **Individuální cestovní ruch** – představuje individuální cestování účastníka nebo celé rodiny. (Drobná, 2004, s. 19)
- **Skupinový cestovní ruch** – je taková forma cestovního ruchu, kdy cestuje formální – podnikový – kolektiv nebo jinak vytvořená neformální skupina účastníků. (Petrů, 2007, s. 32)
- **Masový cestovní ruch** – se označuje jako hromadný cestovní ruch. Mezi jeho hlavní charakteristiky patří málo času, rychlé dopravní prostředky, pevný program řízený zvenku, importovaný životní styl, pohodlnost, pasivnost nebo malá duchovní příprava. (Hesková, 2011, s. 26)
- **Ekologický cestovní ruch** – lze popsat jako individuální a rodinný cestovní ruch. Mnohdy se jedná i o cestování s přáteli. (Hesková, 2011, s. 26)



- **Podle způsobu organizování:**

- **Individuální zájezd** – spočívá v tom, že účastník cestovního ruchu si volí a zajišťuje veškeré služby sám. (Palatková, 2011, s. 14)
- **Organizovaný zájezd/pobyt** – zahrnuje cesty i program pobytu, které zajišťují cestovní kanceláře nebo jiné podnikatelské subjekty. Účastník cestovního ruchu si v tomto případě kupuje předem připravený soubor služeb, tzv. zájezd. (Drobná, 2004, s. 19)
- **Klubový cestovní ruch** – je součástí organizovaného cestovního ruchu. Účastníci této formy cestovního ruchu pobývají v klubových zařízeních, zejména v klubu atraktivních až exkluzivních středisek u moře nebo na horách. Kromě ubytovacích a stravovacích služeb nabízí i doplňkové služby, kterými nejčastěji jsou animační programy. (Hesková, 2011, s. 27)

- **Podle věku účastníků:**

- **Cestovní ruch dětí** – představuje organizované pobyty dětí do 15 let pod dozorem odpovědných dospělých osob. Nejčastěji je tato forma cestovního ruchu realizována v podobě škol v přírodě, školních výletů, dětských táborů nebo soustředění. (Palatková, 2011, s. 22)
- **Mládežnický cestovní ruch** – je spojený s cestováním mladých lidí, a to ve věku 15 až 25 let. Uvedená věková skupina již nespadá mezi děti a ještě nejsou všichni začleněni do určité sociálně-ekonomické vrstvy. Mládežnický cestovní ruch ovlivňuje zmíněná sociálně-ekonomická situace a fond volného času mládeže. Tato cílová skupina upřednostňuje zejména kolektivní typ zájezdu s aktivním způsobem dovolené. (Hesková, 2011, s. 28)
- **Rodinný cestovní ruch** – je velmi podobný cestovnímu ruchu dětí. Rozdílem je, že účastníci v této formě cestovního ruchu cestují v rámci své rodiny, tedy individuálně, nikoliv skupinově, jako tomu je v případě turismu dětí. Obsah i struktura služeb je do značné míry přizpůsobena pro potřeby dětí. (Palatková, 2011, s. 22)
- **Seniorský cestovní ruch** – nabízí možnosti cestování pro seniory, kteří disponují dostatkem volného času a dostatkem finančních prostředků, což však platí zejména v ekonomicky vyspělých státech. Možnost cestovat je čtenější a dlouhodobější. Jejich věk a omezený pohyb si žádá speciální nabídku služeb – převážně zdravotní cestovní ruch. (Hesková, 2011, s. 29)

- **Podle délky účasti:**
  - *Výletní cestovní ruch* – je často označován i jako jednodenní cestovní ruch. Tato forma turismu je realizována v rámci 24 hodin, z čehož vyplývá, že nezahrnuje přenocování. (Palatková, 2011, s. 23)
  - *Krátkodobý cestovní ruch* – představuje dobu pobytu zpravidla do tří přenocování. (Drobná, 2004, s. 19)
  - *Víkendový cestovní ruch* – řadíme do krátkodobého cestovního ruchu, který je využíván vždy koncem týdne. (Hesková, 2011, s. 29)
  - *Dlouhodobý cestovní ruch* – předpokládá cestovní pobyt delší než 4 dny, a to mimo místo trvalého bydliště. Délka pobytu dlouhodobého turismu však nesmí přesáhnout 6 měsíců v domácím cestovním ruchu a 1 rok v mezinárodním cestovním ruchu. (Petrů, 2007, s. 33)
- **Podle převažujícího místa pobytu:**
  - *Městský cestovní ruch* – má charakter krátkodobého cestovního ruchu, kdy hlavním motivem je návštěva historických, kulturních nebo společensky zajímavých míst. S touto formou turismu je spojena celá řada druhů cestovního ruchu. (Palatková, 2011, s. 23)
  - *Příměstský cestovní ruch* – se rozvíjí v extravilánu měst a sídelních aglomeracích. Nejčastěji je realizován krátkodobě – přes víkend, a to v relativně blízké dostupnosti – 40 až 50 kilometrů od místa trvalého bydliště. Tato forma cestovního ruchu mnohdy představuje i alternativu tzv. druhého bydlení. (Hesková, 2011, s. 30)
  - *Venkovský cestovní ruch* – je tvořen vícedenními pobyty s rekreačními aktivitami na venkově. Ubytování bývá zajištěno v soukromí nebo v menších hromadných ubytovacích zařízeních. (Drobná, 2004, s. 17)
  - *Agroturistika* – je cestovní ruch spojený s pobytem na farmě, kdy se jeho účastníci často podílí na zemědělských činnostech. (Ryglová, 2011, s. 20)
  - *Horský/vysokohorský cestovní ruch* – charakterizuje pobyt ve vhodném přírodním prostředí horských a vysokohorských středisek. Účastníci tohoto cestovního ruchu provozují turistiku a zimní sporty. (Hesková, 2011, s. 31)
  - *Přímořský cestovní ruch* – je koncentrován v přímořských letoviscích, kde se turisté během dne věnují sportovně-rekreačním aktivitám – plavání, vodní sporty, opalování, hudba nebo tanec. (Hesková, 2011, s. 31)

- **Podle ročního období:**
  - *Sezónní cestovní ruch* – představuje turismus v období s vysokou koncentrací návštěvnosti místa, tudíž i maximální nabídkou služeb. Lze ho členit na letní a zimní cestovní ruch. (Ryglová, 2009, s. 15)
  - *Mimosezónní cestovní ruch* – je charakteristickým obdobím s nízkou návštěvností místa, což je mnohdy doprovázeno i nízkou nabídkou služeb, které lze zakoupit za nižší ceny. (Ryglová, 2011, s. 22)
  - *Celoroční cestovní ruch* – se rozvíjí bez omezení. (Hesková, 2011, s. 32)
- **Podle sociologického hlediska:**
  - *Návštěvy příbuzných a známých* – tvoří cesty a pobyty za účelem stětávání příbuzných, vytváření přátelských vztahů a známostí lidí se stejnými zájmy a zálibami nebo za účelem společenského života. Můžeme sem zahrnout i nejrůznější vzpomínkové akce pro veterány nebo příznivce významných historických událostí. (Foret, 2001, s. 17)
  - *Sociální cestovní ruch* – spočívá v účasti cestovního ruchu na splnění určitých podmínek – např. být zaměstnancem konkrétního podniku, mít doporučení lékaře. Část výdajů na cestování a pobyt je spolufinancována z příspěvků příslušné organizace, zejména zdravotní pojišťovnou, odborovou organizací nebo podnikovými sociálními fondy. Často se jedná o podnikovou rekreaci, dětské tábory nebo léčebné pobyty. (Drobná, 2004, s. 19)
  - *Komerční cestovní ruch* – je turismus, ve kterém jsou veškeré jeho náklady hrazeny z disponibilního příjmu domácnosti turisty. (Palatková, 2011, s. 21)
  - *Etnický cestovní ruch* – zahrnuje cestování s motivem návštěvy původní vlasti návštěvníků nebo návštěvy zajímavých národností s cílem seznámit se a poznat jejich zvyky, tradice a způsob života. (Hesková, 2011, s. 34)
- **Podle vlivu na platební bilanci státu:**
  - *Aktivní cestovní ruch* – spočívá v tom, že příjezdy zahraničních návštěvníků znamenají příliv devizových prostředků do platební bilance státu. Jedná se o určitou formu exportu, jelikož zahraniční návštěvníci v dané zemi spotřebovávají zboží a služby. (Drobná, 2004, s. 19)
  - *Pasivní cestovní ruch* – je protikladem aktivního cestovního ruchu. Obyvatelé určité země odčerpávají devizové prostředky za účelem nákupu zboží a služeb v jiné zemi. Tento jev je podobný importu. (Drobná, 2004, s. 19)

## 2 CYKLOTURISTIKA

Cyklodoprava představuje pro každého z nás součást našeho každodenního života, a to ve formě dopravy do školy nebo zaměstnání, příležitostního výletu, zdravého životního stylu nebo závodů, kterých se účastníme v roli jezdců nebo diváků. Pro některé naopak tento pojem představuje hrozbu zejména ve smyslu stavu silnic nebo nebezpečných cyklistů pohybujících se po silničních komunikacích.

Cyklodoprava, dnes spíše cykloturistika, se v posledních letech stala obrovským trendem a fenoménem cestovního ruchu na celém světě. Není tomu jinak ani v případě České republiky, kdy na našem území můžeme využít více jak 37 tisíc kilometrů cyklotras. Navíc musíme podotknout, že značení cyklotras prošlo za posledních 20 let obrovským vývojem. Česká republika, co se týče hustoty cyklotras, je evropským unikátem. Musíme však zmínit, že v celkové délce cyklotras nejsou zahrnuty pouze trasy určené výhradně pro cyklisty, ale i trasy vedoucí po běžných silnicích, tedy s možností hustého provozu motorových vozidel. (Rygllová, 2011, s. 71)

Boom cykloturistiky má i své negativní stránky, na které bylo lehce poukázáno v závěru předchozího odstavce. V určitých turisticky atraktivních oblastech dochází k tomu, že zmíněná oblast je doslova přehlcena cyklisty. Ti mnohdy nedodržují stanovená pravidla provozu a jsou tak vyloženě trnem v oku automobilistům. Bez ohledu na tyto skutečnosti je cykloturistika úžasným způsobem trávení volného času pro všechny generace. Není vůbec důležité, na jakém kole jedete a ani zda budete rychlejší než ostatní, právě v tom spočívá její kouzlo. Je velmi dobře, že si i podnikatelé podnikající v cestovním ruchu uvědomili, že cykloturisté jsou lákovou klientelou. Zjistili, že ten, kdo jezdí na kole, tak nemusí činit zdaleka jen proto, že je chudý a nezajímavý zákazník. (Halada, 2007, s. 8)

**Cykloturistu** lze definovat jako osobu, která tráví jeden nebo více dní mimo domov za účelem cykloturistiky. Cesty jsou hvězdicovité nebo dálkové. Cykloturisté mohou využít individuální jízdy nebo předpřipravených cyklobalíčků. (Mourek, 2011, s. 116)

**Cyklovýletník** je osoba, které se vypravila na jednodenní výlet a jeho hlavní náplní je využití jízdního kola. Výlety jsou podnikány z místa bydliště nebo z ubytovacího zařízení, které cyklovýletník využívá v rámci dlouhodobé dovolené. (Mourek, 2011, s. 116)

**Cyklodoprava** je pojem, který lze popsat jako jízdu na jízdním kole do určitého cíle. Nejčastěji se jedná o každodenní dojíždění do školy nebo práce, na nákup, za sportem či kulturou. Mezi její hlavní požadavky patří krátká vzdálenost k cíli, časová nenáročnost a bezproblémové průjezdy křižovatkami. (Mourek, 2011, s. 11)

**Cykloturistika** představuje jízdu na horských, trekkingových nebo městských kolech. Hlavním cílem je dopravit se na místa, která jsou situována mimo zastavěná území. Cykloturista může využít cesty po zpevněném i nezpevněném povrchu. Nutností je dodržení dvou základních požadavků – atraktivní prostředí a vysoká bezpečnost. Skupina cykloturistů je velmi rozmanitá, a to věkově i výkonnostně. (Mourek, 2011, s. 11)

## 2.1 Cyklostezky

Cyklostezku lze charakterizovat jako vyšší formu organizace řízení pohybu cyklistů. Na každé cyklostezce je cyklistům vymezen prostor k jejich jízdě. Tento prostor je označen vodorovným a svislým dopravním značením, které zavazuje uživatele cyklostezek dodržovat a respektovat přesně stanovená pravidla. Značení je umístěno vždy na začátku a konci každé cyklostezky. V případě, že je vedena souběžně se silnicí, má cyklista povinnost tuto stezku využívat. Povrch cyklostezky je zpravidla zpevněný o šířce minimálně 2 metry. Zejména je tvořen asfaltem nebo dlažbou. Na těchto úsecích je nutno dbát zvýšené opatrnosti, neboť ji mohou současně využívat i in-line bruslaři, lyžaři nebo chodci. Tento jev platí především za předpokladu, že se jedná o společnou trasu výše zmíněných uživatelů stezky, proto ohleduplnost všech je na místě. (Cyklistika Krnov)

## 2.2 Cyklotrasy

Cyklotrasa je vedena po silnicích nebo drobných místních a účelových komunikacích. Značení cyklotras je obdobné silničnímu značení pro motorová vozidla. Známé jsou tři základní cykloznačky, kterými jsou návěst před křižovatkou, směrová tabule a směrová tabulka. Na všech typech značení najdeme symbol kola, číslo dané trasy a na směrových tabulích i vzdálenost k dalším cílům na trase uvedenou v kilometrech. Značení je umístěno před každou křižovatkou nebo odbočkou cyklotrasy, stejně jako tomu je v případě dopravních značek. Při jízdě po cyklotrase musí cyklista respektovat veškerá ustanovení a v žádném případě nevyužívá žádných výhod. Značky tohoto typu mají pouze informační a orientační charakter. (Cyklistika Krnov)

### Dělení cyklotras dle významu:

- **Neregionální cyklotrasy (I. a II. třídy)** – plní zejména rekreačně-turistickou funkci. Značí se jednocifernými a dvoucifernými čísly. Měly by zajišťovat možnosti ubytování a stravování, servis nebo poskytnutí map.
- **Regionální cyklotrasy (III. třídy)** – plní rekreační a dopravní funkci. Je důležité, aby tyto trasy měly návaznost na síť cyklotras. Značí se trojčifernými čísly.
- **Místní cyklotrasy (IV. třídy)** – plní rekreační a dopravní funkci. Značí se čtyřčifernými čísly. (Mourek, 2011, s. 15)

### 2.3 Typologie cyklistů

Cyklisty lze dělit dle různých hledisek. Domnívám se, že nejlepším hlediskem je jejich rozdělení dle typu kol. V dnešní době je na trhu obrovské množství různých modelů a typů kol. Při výběru správného typu kola by si měl cyklista uvědomit, za jakým účelem ho plánuje využívat. Moderním trendem v oblasti cyklistiky je vlastnit minimálně dva typy kol.

- **Silniční kolo** – je lehké, má velký průměr kol s úzkými ráfky, na kterých jsou obuty úzké pláště s minimálním vzorkem. Toto kolo se využívá zejména k jízdě po silnici, a to nejlépe hladké silnici bez nerovností v podobě děr, výmolů, kamínků nebo šterku. V případě, že bychom kolo používali k jízdě po nezpevněném povrchu, může se kolo rychle opotřebovat nebo dojde dokonce až k jeho poškození. Jízda na silničním kole přitahuje vyznavače rychlé sportovní jízdy, kterými jsou zejména profesionální cyklisté nebo sportovně-rekreační cyklisté. Sportovní kolo se od ostatních typů kol odlišuje zejména zakřivením řidítek, tzv. beranů, která přispívají k nejrychlejší jízdě. Sportovní jízdě dále napomáhá i posed cyklisty, který není pro delší cykloturistiku zrovna dvakrát pohodlný, nicméně zachovává důležitou aerodynamiku jízdy. (Landa, 2004, s. 10-11)
- **Horské kolo** – bývá velmi často označováno anglickou zkratkou MTB - Mountain Bike. Toto kolo se využívá převážně k zábavě v nejrůznějších terénech. Má menší průměr kol s širokými plášti a rám je masivní. Horské kolo je určeno pro cyklisty, kteří vyhledávají extrémní terén – staveniště, lomy nebo lesy. Těmito cyklisty jsou konkrétně bikeři a terénní cyklisté. Horské kolo se nehodí na dlouhou cykloturistiku, neboť je určeno zejména ke sportovním účelům. (Halada, 2007, s. 12-13)

- **Trekkingové kolo** – má rysy silničního a horského kola. Trekkingové kolo je určeno zejména na silnice a zpevněný povrch. Lze ho však využít i k jízdě v relativně těžším terénu – polní a lesní cesty. Tento typ kola je charakteristický úzkými pláštěmi, které jsou o něco širší než u silničního kola. Rám není tak masivní jako v případě horského kola. Trekkingové kolo je specifické plnou výbavou cyklisty – nosič, světla, blatníky. Právě kvůli zmíněné výbavě ho nejvíce využívají rodiny s dětmi, „pohodoví“ cyklisté nebo zdatnější rekreační cyklisté. (Landa, 2004, s. 14)
- **Crossové kolo** – se svou konstrukcí velmi podobá trekkingovému kolu. Odlišuje se výbavou, která u crossového kola je nadbytečná. Crossové kolo je určeno zejména k jízdě po silnicích a polních cestách, proto je využíváno téměř všemi typy cyklistů. Nejvíce na crossovém kole jezdí dálkoví cyklisté. (Halada, 2007, s. 13)
- **Freestylové kolo** – je častěji známé pod anglickou zkratkou BMX – Bicycle Motocross. Jedná se o kolo, které je určeno ke zdolávání různých překážek, ke skokům nebo k trikům. V oblibě je nejvíce u mládežníků, kteří jsou označováni jako bikeři.
- **Městské kolo** – je přizpůsobeno k jízdě po městě, kdy je potřeba dopravit se z místa A do místa B. Často bývá označováno jako tzv. „citybike“. V omezené míře se podobá horskému kolu. Sportovní vlastnosti tohoto typu kola jsou limitovány na úkor jeho funkčnosti. Váha městského kola je oproti horskému kolu vyšší, neboť je tvořeno masivními komponenty. Městské kolo cyklistovi umožňuje vzpřímený poseď, aby měl během jízdy městskými ulicemi přehled o všem, co se kolem děje. (Gerig, 2004, s. 104)

Mourek uvádí dělení podle způsobu organizace:

- **individuálové,**
- **skupiny individuálů,**
- **zájezdy a jiné organizované skupiny.** (Mourek, 2011, s. 53)

V posledních letech je u nás cyklistika na vzestupu a stává se masovou záležitostí domácího cestovního ruchu. Nutné je vnímat rozdíly mezi potřebami jednotlivých cílových skupin a připravovat jim odpovídající podmínky i služby. Velmi důležité je, aby se ti, kteří připravují podmínky pro cykloturistiku, vždy zamysleli nad tím, jaké cílové skupině má být určena, a vžili se do její situace a potřeb. Jen za tohoto předpokladu budou cyklisté vždy odjíždět spokojeni a v dalších letech se rádi vrátí. (COT, květen 2015, s. 24)

## 2.4 Trendy cykloturistiky

Jednou z podmínek rozvoje cestovního ruchu je rozmanitost prostředí, kterou můžeme znát i pod pojmem diverzita. Lidé cestují za účelem poznání a prožití něčeho jiného, než s čím se setkávají denně v jejich běžném životě. Nutné je podotknout, že se nejedná pouze o přírodní diverzitu, ale také o diverzitu ekonomickou, kulturní nebo sociální. Pokud je rozmanitost zachována, může docházet k rozvoji cestovního ruchu. (Kotíková, 2013, s. 27)

Pokud se chceme zabývat cykloturistikou samotnou spolu s jejím potencionálem, je vhodné nahlédnout do výzkumů Evropské cyklistické federace (ECF). Evropská cykloturistika ročně generuje tržby v hodnotě 57 miliard eur. Síť evropských cyklotras s názvem EuroVelo má podle stejného zdroje roční potenciál 7 miliard eur. Statistiky ECF z roku 2012 potvrzují, že ročně podniknou cykloturisté v Evropě okolo 2,3 miliard cyklovýletů. Ze statistiky lze dále vyčíst, že roste zájem zejména o venkovské oblasti, které cykloturisté navštěvují nejvíce a kde utrací i své peníze. Růst zájmu o kola všeobecně dokládá i statistika ECF o prodeji kol ve vybraných evropských zemích. V roce 2014 nejvíce narostl prodej kol v Německu (7,9%), dále ve Francii (7%) a v neposlední řadě v Nizozemsku (4,2%), které je považováno za cykloturistickou evropskou dominantu. (COT, květen 2015, s. 42)

Spolumajitel výrobce kol Author Martin Havlena předpověděl vývoj cyklistického trhu v roce 2025, kdy odpověděl: „Bude růst podíl kol pro seniory, pro které nejsou důležité závodní komponenty, ale princip pohodlí, ovladatelnosti a bezpečnosti, dále poroste počet elektrokol a kol pro dopravu po městě.“ Tento názor podnítil skutečnosti, že bude existovat státní politika podpory cyklodopravy. Objevují se však i jiné novinky rozšiřující současný sortiment bicyklů. Jedná se zejména o tzv. „fat bike“, který je rozpoznatelný podle pneumatik se čtyřpalcovými plášti. Také se nově vyrábí rámy kol z nových materiálů, tudíž celková váha kola může dosáhnout pouhých tří kilogramů. Speciálem se stalo kolo Ondřeje Čarňanského, který při jeho stavbě využil dřevo, a proto nese název „Dřevák“. Na jeho výrobu bylo použito téměř 12 kilogramů dřeva z tropického stromu bubinga a jeho sestavení trvalo přibližně 400 hodin. (Dotyk, 2015, s. 4)

Fenoménem dnešní doby je sdílení, které má mnoho podob. Téměř každý z nás disponuje možností sdílet fotografii, náladu nebo polohu pomocí jednotlivých sociálních sítí. Sdílení v oblasti cyklistiky má také své různé podoby. Cyklisté mohou využít síť „Warm Showers“, která je zřízena za účelem poskytování zejména bezplatného ubytování nebo dalších benefitů plynoucích ze znalosti místních lidí v hostitelské destinaci.



Podobnou službou je „Spinlister“, která se přímo zabývá vyhledáváním lidí, kteří jsou schopni a ochotni zapůjčit své kolo, skateboard, surfové prkno, snowboard nebo lyže. Rostoucí dostupnost kol ve městech a všechny služby spojené se sdílením posouvají laťku výš a výš. Turisté si zvykají na nový komfort, a proto je důležité myslet i na služby v destinacích, zejména na vybavení ubytovacích zařízení. Půjčovna kol by měla být samozřejmostí na místech, kde sázejí svou kartu na turistiku v přírodě, ale i ve městě. Sdílené služby mohou mít i podobu služeb poskytovaných bezplatně ze strany veřejné správy. Jako příklad můžeme uvést síť bodů technické a první pomoci zřízené ve spolupráci s infocentry, restauracemi a penziony. (COT, květen 2015, s. 42-43)

Vysoká koncentrace kol v České republice s sebou přináší i vysoké riziko, že turistům nebo obyvatelům bude tento dopravní prostředek ukraden. Podle slov policie se bicykly nejvíce kradou na veřejných místech, a to v každou denní dobu. Naděje majitelů, že mu bude jeho dvoukolový dopravní prostředek vrácen, není vůbec veliká. Novinkou v této oblasti je zavedení centrálního registru kol (CEREK), kde se eviduje výrobní číslo kola. Podle tohoto čísla je okamžitě možné identifikovat bicykl a zabránit tak možnému přeprodeji od zloděje novému majiteli. (Dotyk, 2015, s. 12)

Závěrem této kapitoly je vhodné uvést rostoucí zájem o cykloturistiku v rámci byznysu. Do nedávna bylo pravidlem, že manažeři, bankéři nebo obchodní partneři společně vyráželi na squash nebo golf. V moderní době však hraje prim právě cyklistika. Týdeník „The Economist“ označil ve svém článku cyklistiku za nový golf, ve kterém vyzdvihuje zejména její potenciál pro networking a pozitivně hodnotí i možnost využití společného volného času, aniž by cílem cyklovýletů byla nutně porážka v golfovém turnaji. Pravdou je, že mezi aktivními segmenty populace může kolo plnit funkci prostředku, kterým o sobě lze dát vědět. Pomocí sociálních sítí a speciálních mobilních aplikací dávají uživatelé svému okolí znát informace o svém výkonu, sdílí absolvované trasy spolu s jejich zážitky nebo hodnotí služby spojené s cyklovýletem a zařízeními podél cyklostezky. (COT, květen 2015, s. 43)

### 3 PŘEDPOKLADY PRO ROZVOJ CYKLOTURISTIKY

Jízda na kole představuje nejjednodušší, nejpřirozenější a nejstarší způsob dopravy, hned po chůzi. Mezi výhody cyklistiky patří:

- pravidelná jízda na kole zlepšuje zdraví jedince a prodlužuje délku života,
- cyklistika nevyžaduje žádná fosilní paliva – spaluje pouze lidské tuky,
- cyklisté šetří parkovací místa, jsou tišší a nevypouští do ovzduší škodlivé látky,
- kolo je ideálním dopravním prostředkem pro děti – podporuje pohyb,
- jednoduchá analýza nákladů a výnosů zjistila, že každé 3 € vložené do cyklistiky přináší návratnost v podobě 5 €,
- cyklisté utváří pestrou cyklokulturu, která je nezbytná pro fungování občanské společnosti. (Moderní cyklistika – 20 dobrých důvodů pro cyklistiku, 2011, s. 2)

Základním globálním cílem cyklostrategie je zpopularizovat jízdní kolo, aby se opět stalo rovnocennou, přirozenou a integrální součástí dopravního systému ve městech a „krátkých vzdáleností“. Splnění tohoto cíle by přineslo:

- zlepšení mobility v území,
- zvýšení bezpečnosti,
- rozvoj cykloturistiky v území,
- zlepšení lidského zdraví,
- zajištění ochrany životního prostředí. (Národní strategie rozvoje cyklistické dopravy České republiky pro léta 2013 – 2020, 2013, s. 6-7)

Klíčovým pojmem v rozvoji cykloturistiky a cestovním ruchu všeobecně je studium předpokladů, které tento fenomén dnešní doby umožňuje a formuje. Pomocí funkčně-chronologického hlediska předpoklady členíme na selektivní, lokalizační a realizační. (Hamarneh, 2012, s. 12)

### 3.1 Selektivní předpoklady

Selektivní předpoklady vyjadřují způsobilost společnosti dané oblasti nebo země podílet se na cestovním ruchu, a to jak aktivně, tak i pasivně. Jednoduše řečeno se jedná o přijímání účastníků cestovního ruchu nebo stávání se účastníky cestovního ruchu. Napomáhají zvolit ty obyvatele nebo ty oblasti, které mají nejlepší podmínky pro účast na turismu.

Člení se na objektivní a subjektivní předpoklady. (Drobná, 2004, s. 21-22)

#### 3.1.1 Objektivní předpoklady

Objektivní předpoklady se dále rozdělují na:

- **Politické předpoklady** – zahrnují mírové uspořádání světa, vnitropolitickou situaci a možnosti volného pohybu osob i kapitálu. (Hamarneh, 2012, s. 12)
- **Ekonomické předpoklady** – jsou tvořeny směnitelností měny, výší reálných mezd, výší nerealizované kupní síly obyvatelstva, mírou investic do dané destinace nebo možností čerpání prostředků na rozvoj cestovního ruchu z Evropských fondů. Vztah mezi turismem a ekonomikou můžeme vyjádřit pomocí řady ukazatelů, kterými jsou zejména podíl služeb cestovního ruchu na tvorbě HDP, výdaje obyvatelstva vynaložené na služby spojené s turismem, výše devizových příjmů z aktivního cestovního ruchu nebo saldo ze zahraničního cestovního ruchu. Tyto údaje nejčastěji získáme ze statistik Českého statistického úřadu, který zobrazuje Satelitní účet cestovního ruchu. (Ryglová, 2011, s. 38)
- **Demografické předpoklady** – se v cestovním ruchu promítají různými veličinami. Mezi klíčové veličiny patří počet obyvatel dané destinace, jejich ekonomická aktivita, věková struktura, délka jejich života, dosažené vzdělání, zaměstnání obyvatelstva apod. (Drobná, 2004, s. 22)
- **Ekologické předpoklady** – spočívají v ochraně prostředí a kulturních památek. V místech výskytu atraktivit cestovního ruchu je zabráněno devastaci prostředí průmyslovou výrobou, fauna a flóra je chráněna systémem národních parků a rezervací. V místech, která jsou významná realizací turismu, roste kvalita infrastruktury a suprastruktury. Z uvedeného vyplývá, že se neustále zvyšuje tlak na zlepšování kvality životního prostředí a je zabraňováno trvalému vysídlování oblastí odlehlých od ekonomických center. (Palatková, 2011, s. 36)

### 3.1.2 Subjektivní předpoklady

Subjektivní předpoklady mají vliv na rozhodování lidí o účasti na cestovním ruchu. Jejich účast je závislá na příslušnosti k sociální a profesní skupině, na rodinných poměrech nebo na mnohých psychologických faktorech. (Drobná, 2004, s. 22)

Subjektivní faktory se člení na:

- **Psychologické pohnutky** – vedou k ovlivňování rozhodování jednotlivce nebo skupiny obyvatel k účasti na cestovním ruchu a k výběru lokality pro turismus.
- **Zkušenosti s cestováním** – hrají důležitou roli v rozvoji turismu.
- **Propagace vedoucí k módnosti destinací** – má významnou roli. Nejčastěji se jedná o reklamu nebo publicitu.
- **Charakterové vlastnosti národa** – mohou samy o sobě být motivem, proč danou zemi nebo destinaci navštívit. Na druhé straně je důležité znát charakterové vlastnosti národa z důvodu, abychom vůči lidem, cizincům v dané zemi nebo destinaci zůstali zdvořilí a taktní. (Hamarneh, 2012, s. 14)

### 3.2 Lokalizační předpoklady

Lokalizační předpoklady zabezpečují umístění jednotlivých aktivit cestovního ruchu do určité oblasti nebo lokality. Jejich příznivé hodnoty určují místo, kde se turismus může neustále rozvíjet. (Drobná, 2004, s. 21)

Lokalizační předpoklady se člení na:

- **Přírodní předpoklady** – představují přírodní činitele, které mají relativně neměnný charakter. Nejvýznamnější oblasti turismu vznikly na místech, kde je výskyt příznivých hodnot více než jednoho z přírodních činitelů ve spojení se selektivními i realizačními faktory rozvoje turismu. Hlavními přírodními předpoklady jsou klimatické poměry, vodstvo, vertikální i horizontální morfologie a v neposlední řadě fauna a flóra. (Hamarneh, 2012, s. 15-16)
- **Společenské předpoklady** – jsou tvořeny společenskými atraktivitami, které vznikly a existují vlivem činnosti lidí. Nejpoutavější společenské atraktivity představují památky, kdy rozhodující význam mají pouze ty nejcennější a nejproslulejší. Velmi atraktivní jsou v poslední době i události, zvyky, tradice, gastronomie, sportovní a kulturně-zábavné akce nebo umělé atrakce. (Ryglová, 2011, s. 34-35)

### 3.3 Realizační předpoklady

Realizační předpoklady pomáhají uskutečnit nároky účastníků cestovního ruchu v oblastech či střediscích s příznivými lokalizačními podmínkami. Jejich hlavním cílem je zabezpečit dopravu účastníků turismu do finální destinace, kde mají možnost v rámci svého volného času využívat ubytovacích, stravovacích, rekreačních a dalších doplňkových služeb. (Drobná, 2004, s. 22)

Realizační předpoklady rozdělujeme na:

- **Dopravní předpoklady** – jsou základními podmínkami a lze je označit jako všeobecnou infrastrukturu. Konkrétně se jedná o dopravu, která zajišťuje přepravu účastníků cestovního ruchu z míst jejich trvalého bydliště na místa realizace cestovního ruchu. Mezi základní charakteristiky dopravy patří jednoduchost, bezpečnost, pohodlnost a rychlost. Stále častěji je zdůrazňován dopad dopravy na životní prostředí, který se v současnosti zlepšuje vlivem využívání šetrnějších metod cestování, kterými jsou „soft mobility nebo fly green“. Velkou roli hraje i rozvoj cykloturistiky a jiných šetrných druhů dopravy. Všeobecná infrastruktura je tvořena železniční, silniční, leteckou a vodní dopravou nebo cyklo dopravou a cykloturistikou. (Ryglová, 2011, s. 64)
- **Materiálně – technické předpoklady** – představují ubytovací, stravovací, zábavní, kulturní nebo sportovní zařízení, jejímž cílem je uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. (Drobná, 2004, s. 22)
  - **Sektor ubytovacích služeb** – je nejdůležitější součástí suprastruktury. Aby se mohl pobytový cestovní ruch rozvíjet, je potřeba zajistit poskytování ubytovacích služeb, kterými je myšlen soubor na sebe navazujících činností souvisejících s poskytováním přechodného ubytování nejčastěji větší skupině lidí mimo jejich místo trvalého bydliště. Konkrétněji se jedná o poskytování informací o možnosti ubytování, rezervování ubytování, příjezd hostů a jejich následná registrace, pobyt hosta, služby poskytované během pobytu, vyúčtování využitých služeb a odchod hosta. Ubytovací služby poskytují různé kategorie a třídy ubytovacích zařízení. (Orieška, 2011, s. 57-58)

- **Sektor stravovacích služeb** – umožňuje uspokojování základní potřeby, kterou je výživa. Dále přispívá k zotavení a utváří větší fond volného času využitelný pro uspokojování potřeb návštěvníků, které jsou cílem účasti na cestovním ruchu. Konkrétně hovoříme o službách základního stravování – nabídka a prodej kompletního menu včetně nápojů, doplňkového stravování nebo občerstvení ve formě zábavné a společenské služby s doprovodnou hudbou či kulturním programem. Stravování může být individuální nebo společné. (Orieška, 2011, s. 74-76)
- **Doplňková zařízení** – jsou představovány např. směnárskými a pojišťovacími službami. (Hamarneh, 2012, s. 18)
- **Cestovní kanceláře a agentury** – tvoří základní provozní jednotky cestovního ruchu. „*Předmětem činnosti cestovní kanceláře je zprostředkování, organizace a zabezpečení služeb souvisejících s cestovním ruchem, případně prodej zboží.*“ Cestovní kanceláře se dle rozsahu poskytovaných služeb rozdělují na základní a specializované. V praxi mnohdy dochází k jejich prolínání vlivem uspokojení potřeb zákazníků za účelem dosažení zisku. Cestovní kanceláře se provozují jako koncesované živnosti, kdy nabízejí a prodávají zájezdy. Nutností je uzavření smlouvy na její jméno. Cestovní agentury se provozují jako živnosti volné, kdy nesmí nabízet a prodávat zájezdy pod svým jménem. Smlouva musí být uzavřena vždy mezi klientem a cestovní kanceláří. Cestovní agentury se označují pouze jako zprostředkovatel prodeje zájezdů pro cestovní kanceláře. (Ryglová, 2009, s. 62-64)
- **Průvodcovské služby** – představují činnosti, které nelze nahradit žádnými technickými prostředky ani jinými pomůckami. Průvodce vykonává při výkonu své činnosti řadu rolí, které zároveň vysvětlují význam této služby. Nejčastěji průvodce plní roli prostředníka mezi účastníky zájezdu a cestovní kanceláří, poskytuje informace o průběhu zájezdu, řeší mimořádné situace během zájezdu, kontroluje plnění závazného programu zájezdu nebo poskytuje turistům výklad o navštívené zemi a jejich památkách. Měl by jednat jako podnikatel, protože jeho cílem je odvádět kvalitní práci a minimalizovat náklady a rizika. Nutné je zmínit, že by měl být i dobrým společníkem s autoritou. (Drobná, 2004, s. 149)

- *Turistická informační centra* – mají charakter veřejné služby poskytované na základě společenské objednávky státní správy a samosprávy jako součást informačního systému cestovního ruchu. Hlavní činnost představuje bezplatné poskytování informací veřejnosti, které musí být plněno v náležitém rozsahu i kvalitě. Doplnkovými službami turistických informačních center jsou služby poskytované za úplatu, kdy se jedná o prodej informačních materiálů, upomínkových předmětů, vstupenek nebo o průvodcovskou a reklamní činnost. Turistická informační centra jsou klíčovým článkem praktické propagace města. Cílem je zajistit pobyt účastníka takovým způsobem, aby na daném místě setrval, co nejdéle, aby utratil v místě pobytu, co nejvíce finančních prostředků a v neposlední řadě, aby se opakovaně na toto místo vracel. Turistická informační centra jsou v České republice sdružována Asociací turistických a informačních center, která nese zkratku A. T. I. C. Česká republika. (Ryglová, 2009, s. 79-82)

## 4 EVENT TURISMUS

Pokud se firma rozhodne zorganizovat event, nastane situace, kdy všichni zaměstnanci usilovně začnou přemýšlet o jeho termínu a programu, kalkulují náklady a vybírá se vhodný člověk, který celý event připraví. Jen málokdy si však firma uvědomí, že tím nejdůležitějším je důvod akce. Event představuje důsledek předchozího jednání, tudíž by se dalo říci, že je tzv. „službou na oplátku“. Jsou akce, které vyžadují plánování v dlouhodobém horizontu a jejich termíny je nutno vyladit tak, aby se nekryly s akcemi ostatních kooperujících organizací. Teprve potom lze tuto událost zakomponovat do kalendáře, aby se mohla opakovat i v budoucích letech. Při organizování eventů je důležité položit si několik základních otázek – *Co nám má akce přinést?, Pro koho ji pořádáme?, Kolik jí chceme věnovat času?, Jaká je návratnost investice?*. Po zodpovězení těchto čtyř základních otázek je třeba zvážit, zda event uspořádat, či nikoliv. (Lattenberg, 2010, s. 4-7)

### 4.1 Klasifikace eventů v cestovním ruchu

Eventy lze rozdělit podle několika hledisek, mezi které patří zejména tematické zaměření, cílové skupiny, místo, pořadatelský subjekt, velikost, význam a doba trvání. (Kotíková, 2013, s. 93-97)

- **Členění podle tematického zaměření**

Členění podle tematického zaměření se mnohdy zjednodušeně uvádí jako členění podle obsahu eventů. Následující členění zohledňuje specifika eventů v cestovním ruchu a vychází z podmínek turismu v České republice. Podle tematického zaměření rozdělujeme eventy následovně:

- kulturní eventy,
- sportovní eventy,
- eventy orientované na místní zvyky, tradice, historii, mýty a legendy,
- společenské a zábavní eventy,
- náboženské eventy,
- přírodní eventy,
- specifické eventy cestovního ruchu – kongresy, konference, výstavy, veletrhy, eventy v oblasti hotelnictví a gastronomie. (Kotíková, 2013, s. 94)



- **Členění podle cílových skupin**

Důležitým hlediskem pro rozdělení eventů je členění podle jejich účastníků. Eventy podle cílových skupin konkrétně členíme na:

- *Věřejné eventy* – jsou určeny pro externí cílovou skupinu, kdy se jedná zejména o potencionální zákazníky, novináře nebo širokou veřejnost.
- *Firemní eventy* – zahrnují zejména interní cílovou skupinu firmy, kterou představují zaměstnanci, dodavatelé nebo akcionáři. (Šindler, 2003, s. 37)

- **Členění podle místa**

Eventy se zpravidla konají na nejrůznějších místech. Hledisko místa má nepostradatelnou úlohu. Šindler dělí eventy z hlediska místa následovně:

- *Venkovní eventy* – často označujeme jako outdoorové eventy. Jedná se o veškeré akce, které se odehrávají na otevřeném prostranství.
- *Eventy pod střechou* – jsou přemístěny z venkovního prostředí do budov a zastřešených areálů. Nejčastěji je využíváno hotelových divadelních prostorů, ledových ploch, hradů nebo zámků. (Šindler, 2003, s. 38-39)

- **Členění podle pořadatelského subjektu**

Event může pořádat instituce působící v oblasti veřejné správy (město, obec, kraj), nezisková organizace (škola, muzeum, sdružení) nebo obchodní společnosti a fyzické osoby. Speciální možností organizace eventu je soukromý event, kdy jde zejména o svatby, oslavy narozenin a jiných příležitostí nebo soukromé koncerty. (Kotíková, 2008, s. 12)

- **Členění podle velikosti**

Členění podle velikosti není objektivním hlediskem. Hodnocení velikosti eventu by se mělo odvíjet od vztahu k destinaci nebo firmě, která event pořádá. Dalším faktorem je cena vstupného. Odborná literatura rozděluje eventy podle velikosti tímto způsobem:

- *Mega eventy* – pojmu až 500 000 účastníků.
- *Velké eventy* – jsou organizovány pro 100 000 – 500 000 účastníků.
- *Střední eventy* – navštěvuje 10 000 – 100 000 účastníků.
- *Malé eventy* – jsou určeny do 10 000 účastníků. (Kotíková, 2013, s. 96)

- **Členění podle významu**

Eventy podle významu a jejich dopadu na destinaci cestovní ruchu rozdělujeme na:

- *Mezinárodní eventy* – mají mezinárodní až globální význam.
- *Značkové eventy* – úzce souvisí s daným místem a kompletují jeho image. Mají zejména celostátní význam.
- *Regionální eventy* – se soustředí pouze na určitý region. Ojediněle je navštěvují i účastníci z větší vzdálenosti od místa konání akce.
- *Místní eventy* – představují významnou událost pro místní obyvatele a návštěvníky z blízkého okolí. (Getz, 2007)

- **Členění podle doby trvání**

Jednotlivé akce a události trvají zpravidla pouze pár hodin (koncert, divadelní představení, promítání filmu), několik dní (festivaly, výstavy, veletrhy) nebo i několik týdnů (MS v kolektivních sportech). Samotná délka trvání eventu nemusí být v souladu s dobou jeho přípravy. Podle tohoto hlediska lze vyčlenit:

- *Krátkodobý event* – trvá 1 den.
- *Střednědobý event* – je organizován po dobu několika dní.
- *Dlouhodobý event* – charakterizuje délka trvání v podobě více jak týdne.

Existují však i eventy, které trvají až několik měsíců. V tomto případě máme na mysli zejména dlouhodobé výstavy mimořádného charakteru – světová výstava EXPO. (Kotíková, 2008, s. 13)

## 4.2 Sportovní eventy

Sportovní event lze z hlediska obsahu zařadit mezi zábavně orientovaný event, kdy v popředí těchto akcí stojí zejména zábava generující maximální emocionální náboj. Tento typ akcí se využívá k dlouhodobému budování image značky pomocí emocionálního přemostění mezi danou aktivitou a značkou. Jedná se převážně o koncerty, incetivní cesty a trendové sporty. (Šindler, 2003, s. 37)

Sportovní akce a události lákají nejen sportovce a jejich fanoušky, ale i média. Právě tento sektor napomáhá zisku kvalitních sponzorů a tím zabezpečuje i jejich financování. Sportovní eventy jsou velmi rozmanité, nejen vlivem existence nejrůznějších druhů sportu, ale i kvůli velikosti a významu jednotlivých akcí z pohledu sportovní účasti, návštěvnosti diváků nebo způsobu organizace. Sportovní akce členíme v oblasti vrcholového a výkonnostního sportu nebo v oblasti rekreačního sportu. (Kotíková, 2013, s. 101)

#### **4.2.1 Sportovní eventy orientované na návštěvníky**

Tento typ akcí přitahuje návštěvníky v souvislosti se sporty, které jsou velmi populární a mají velkou základnu svých fanoušků. Jako příklad můžeme uvést mezinárodní, reprezentační nebo exhibiční utkání ve fotbale nebo hokeji. Velké množství diváků každoročně do Zlína láká celosvětově známá Barum Czech Rally Zlín. (Kotíková, 2008, s. 21)

#### **4.2.2 Sportovní eventy orientované na účastníky**

Sportovní eventy orientované na účastníky nejsou divácky příliš poutavé. Za nejvýznamnější sportovní akci tohoto typu lze uvést maratonský běh, kterého se mnohdy účastní i spousta rekreačních sportovců. (Kotíková, 2013, s. 102-103)

#### **4.2.3 Sportovní eventy v oblasti rekreačního sportu**

Tento typ sportovních akcí je kombinací dvou předešlých sportovních eventů, neboť oslovuje aktivní účastníky i diváky. Jedná se zejména o akce, které nejsou cílem cestovního ruchu. Účastníci nebo diváci jsou součástí vlivem náhodného pobytu v dané destinaci. Sportovní akce v oblasti rekreačního sportu mohou být zařazeny mezi velké akce, a to z hlediska počtu účastníků a návštěvníků nebo z hlediska výše rozpočtu a profesionální přípravy. (Kotíková, 2008, s. 22)

### **4.3 Dopady eventů na destinaci cestovního ruchu**

Event marketing je velmi mladým marketingovým komunikačním nástrojem, ale rychle si vybudoval pevné místo v oblasti marketingové komunikace. (Šindler, 2003, s. 154)

Eventy způsobují pozitivní i negativní dopady. Mezi pozitivní dopady eventů na destinaci patří zvýšení její návštěvnosti a zlepšení její image. Naopak negativní dopady se projevují v přetěžování dopravní infrastruktury, tvorbě odpadu, zvýšených nárocích na bezpečnost účastníků turismu nebo ve vyšších cenách. (Kotíková, 2013, s. 112)

## 5 POUŽITÉ ANALYTICKÉ A PROJEKTOVÉ METODY

V následující kapitole jsou vysvětleny metody, které jsou použity v praktické části.

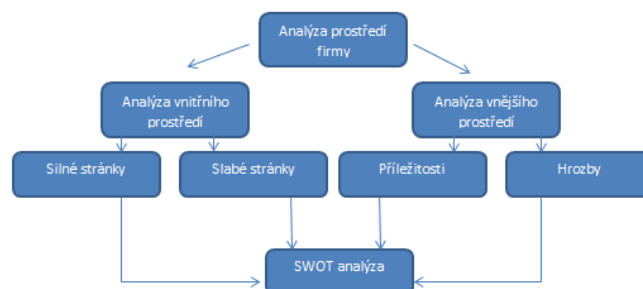
### 5.1 SWOT analýza

SWOT analýza zahrnuje široký okruh problémů, jejichž podstatným jádrem jsou otázky související a běžně označované jako marketingové prostředí. Pod tímto pojmem se nerozumí pouze samotný vlastní trh, ale souhrn mnohých dalších faktorů ovlivňujících bezprostředně nebo zprostředkovaně marketingové možnosti daného místa. Marketingové prostředí se člení na mikroprostředí a makroprostředí. (Foret, 2001, s. 76)

SWOT analýzu tvoří:

- **Silné stránky** – neboli STRENGTHS, představují skutečnosti, které přinášejí výhody zákazníkům i firmě. Za silnou stránku jsou považovány interní faktory firmy, které vytvářejí její silnou pozici na trhu. Konkrétně se jedná o zdroje, schopnosti nebo dovednosti. Mnohdy slouží k určení konkurenční výhody.
- **Slabé stránky** – anglicky WEAKNESSES, zahrnují věci, které firma nedělá dobře. Dále představují i věci, ve kterých si ostatní firmy vedou lépe.
- **Příležitosti** – neboli OPORTUNITIES, jsou charakterizovány skutečnostmi, které zvyšují poptávku nebo více uspokojují zákazníky, čímž firmě přináší větší úspěch.
- **Hrozby** – anglicky THREATS, jsou definovány jako skutečnosti, trendy nebo události, které mohou snížit poptávku. Dále mohou vést k zapříčinění nespokojenosti zákazníků, což by mohlo vést ke snížení úspěchu firmy. (Jakubíková, 2009, str. 97)

Obrázek 1 - SWOT analýza jako výsledek komplexní analýzy



Zdroj: Jakubíková, 2009, str. 97

Výhodou SWOT analýzy je její jednoduchost a možnost nalezení spojitostí mezi jednotlivými jevy. Naopak její nevýhodou může být její obecnost. V případě, že firma se rozhodne realizovat tuto analýzu, je vhodné, aby byli přizváni nezávislí konzultanti. Podnik se tím vyvaruje hrozícímu subjektivnímu názoru hodnotitelů. (Ryglová, 2011, s. 106)

Jednotlivé jevy lze rozdělit dle několika přístupů:

- podle jejich aktuálnosti,
- podle nástrojů marketingového mixu,
- podle struktury účetní evidence,
- podle finanční analýzy. (Ryglová, 2011, s. 106)

Po provedení SWOT analýzy volí podnik vhodnou strategii, kdy má na výběr ze dvou základních strategií. První z nich je zaměřena na využití silných stránek a eliminaci hrozeb. Další možností je maximální využití příležitostí za předpokladu, že minimalizuje slabé stránky. (Tomek, 2007, s. 82)

## 5.2 Analýza konkurence

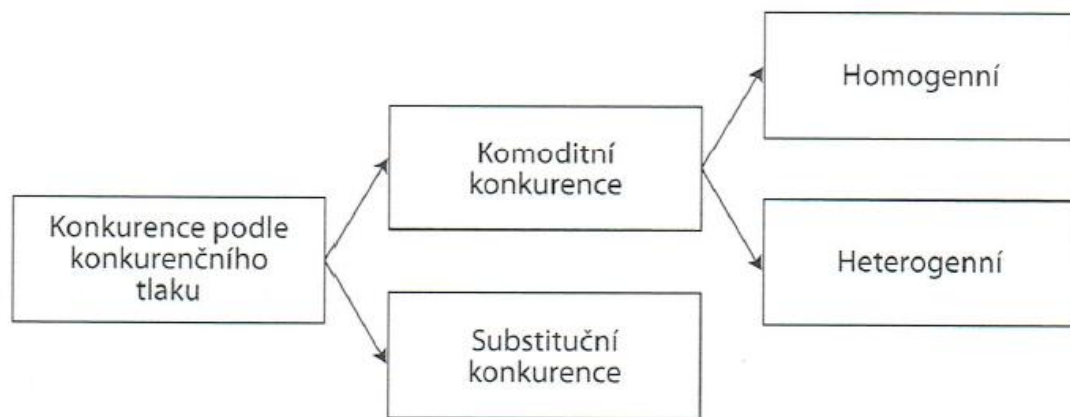
Konkurence je důležitým faktorem podmiňujícím marketingové možnosti firmy. Pro firmu je klíčové rozpoznat konkurenty, shromáždit o nich co nejvíce informací, analyzovat informace a snažit se získat konkurenční výhodu, která firmě pomáhá lépe uspokojit zákazníka. Pod tlakem konkurence firmy zlepšují své produkty, eliminují náklady a volí marketingový mix, který snadněji a vhodněji oslovuje zákazníky. (Jakubíková, 2009, str. 129)

Jakubíková dělí konkurenci na:

- **Komoditní konkurenci** – mezi dodavateli stejného druhu zboží nebo služeb. Komoditní konkurence se navíc dále člení na homogenní konkurenci a heterogenní konkurenci.
  - *Homogenní konkurence* – představuje zboží a služby zastupitelné povahy, které se neliší kvalitou, vzhledem ani způsobem užití.
  - *Heterogenní konkurence* – je tvořena produkty s vlastnostmi, které umožňují jejich odlišení. Někdy mohou být i zastupitelné, kdy se nejčastěji jedná o zastoupení ve formě kvality, funkčních vlastností, designu nebo stylu.

- **Substituční konkurenci** – mezi dodavateli zboží a služeb různého charakteru nebo oborů, které jsou určeny jednomu okruhu spotřebitelů. Předpokladem je, že různé produkty slouží stejnému účelu. (Jakubíková, 2009, str. 130-131)

Obrázek 2 - Konkurence podle konkurenčního tlaku



Zdroj: Jakubíková, 2009, str. 131

Analýzu konkurence tvoří identifikace hlavních konkurentů – analýza odvětví a trhu. Poté, co firma získá informace o cílech, strategiích a silných i slabých stránkách konkurentů, se rozhodne, na které konkurenty je vhodné zaútočit a kterým je třeba se vyhnout. Informace o konkurentech je nutno neustále sbírat, interpretovat a distribuovat.

Volba správné konkurenční marketingové strategie se odvíjí od postavení firmy v odvětví a dle jejich cílů, příležitostí a zdrojů. Konkurenční marketingová strategie záleží i na tom, zda je firma tržním lídrem, vyzyvatelem, následovatelem nebo pouze vyhledavačem mezer. (Kotler, 2007, str. 602)

### 5.3 Analýza rizik projektu

Proces řízení rizik je definován jako sled aktivit – prevence, korekce, odvrácení událostí nebo odstranění vlivů, které mohou ohrožovat projekt. Cílem je minimalizovat pravděpodobnosti, že tyto rizikové jevy nastanou. (Svozilová, 2011, s. 165)

Analýza rizik se skládá z:

- **Identifikace rizik projektu** – je základním cílem. Firma musí identifikovat hrozby, které mohou projekt ohrozit a zjištěné hrozby zaznamenat a popsat.
- **Posouzení rizik projektu** – představuje snahu odhadnout pravděpodobnost výskytu určitého nebezpečí a výši předpokládaného nepříznivého dopadu na projekt. Posouzení rizik může být provedeno pouze kvantitativním nebo kvalitativním způsobem.
- **Odezvy na zjištěná rizika** – spočívají ve snížení všech zjištěných rizik na takovou úroveň nebo hodnotu, aby byl projekt s nejvyšší pravděpodobností realizovatelný. (Doležal, Máchal, Lacko, 2012)

## SHRNUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI

Cílem teoretické části bylo objasnit pojem cestovní ruch, cykloturistika, event turismus a analytické metody, které budou použity v praktické části práce.

Pro vytvoření teoretické základny práce byla použita odborná literatura. V této části autor práce čerpal zejména z autorů jako Ryglová, Hesková, Drobná, Foret, Palatková, Petruš a Oriška. Všichni uvedení autoři se věnují oblasti cestovního ruchu. Kapitola zaměřená na cykloturistiku byla vytvořena pomocí odborné literatury jako Mourek, Halada, Landa, Hamarneh a odborného magazínu COT nebo Dotyk. Při tvorbě teorie týkající se event turismu byly použity literární zdroje zejména od Kotíkové a Šindlera. V poslední kapitole, která je věnována analytickým metodám, se autor diplomové práce rozhodl využít literární rešerši od více autorů – Jakubíková, Kotler, Tomek, Svozilová nebo Doležal.

Celá teoretická část se skládá z pěti kapitol, kde první kapitola je zaměřena na definování pojmu cestovní ruch a jeho rozdělení dle dané typologie na typy a druhy turismu.

Další kapitola se věnuje cykloturistice. Konkrétně autor této diplomové práce charakterizuje cyklostezky a cyklotrasy, typologii cyklistů a trendy cykloturistiky.

Ve třetí kapitole jsou definovány předpoklady pro rozvoj cykloturistiky a cestovního ruchu obecně, které jsou rozčleněny na selektivní, lokalizační a realizační předpoklady.

Event turismus je další samostatnou kapitolou, ve které je vysvětlena klasifikace eventů, sportovní eventy spolu s dopady eventů na destinaci cestovního ruchu.

Poslední kapitola teoretické části je věnována teorii analytických a projektových metod, které budou následně použity v praktické části této diplomové práce. Autor práce nejdříve definuje SWOT analýzu, následně analýzu konkurence a v neposlední řadě vysvětlí čtenářům i analýzu rizik projektu.



## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 6 PŘEDSTAVENÍ BARUM CZECH RALLY ZLÍN

Tato část diplomové práce je zaměřena na historii Barum Czech Rally Zlín (BCRZ). Také je charakterizována společnost Rallye Zlín, která tuto celosvětově známou motoristickou akci pořádá.

Barum Czech Rally Zlín je již několik let jednou z nejvýznamnějších motoristických akcí v České republice i Evropě. V letošním roce tato velká sportovní akce bude lákat fanoušky rychlých motorů a čtyř kol již pošestačtyřicáté. Tradice této soutěže je úzce spjata s popularitou rallysportu v naší zemi. Barum Czech Rally Zlín, mezi fandou autosportu označována jako „Barumka“, každoročně přitahuje do Zlína a jeho okolí několik desítek tisíc nadšených motoristických příznivců. Důležitý význam během celé Barum Czech Rally Zlín mají média, která představují domácí, evropské i mezinárodní působení. Partnerem zlínské automobilové soutěže je již od prvopočátku společnost Barum. Právě toto zmíněné propojení utváří výhodné podmínky pro vnímání jak značky pneumatik, tak soutěže. Ředitelství rally je každoročně situováno v krajském městě Zlín, kde akce startuje i končí. V průběhu několika let prodělala Barum Czech Rally Zlín velké změny. Hlavním trhákem se stala večerní divácká rychlostní zkouška, která vede ulicemi Zlína. Právě uvedená Super RZ, anglicky označována jako Super Special Stage (SSS), každoročně startuje třídní bitvu elitních jezdců. V pátek večer dorazí do centra Zlína vždy neuvěřitelné množství diváků. Jezdci do prvního měřeného testu startují v opačném pořadí, což znamená, že nejdříve mají fanoušci možnost zhlédnout auta nižší výkonnostní třídy. Na jezce během soutěžních tří dnů čeká celkem 230 ostrých kilometrů. Vždy v neděli odpoledne je na zlínském náměstí vyhlášen vítěz aktuálního ročníku Barum Czech Rally Zlín. (Barum Czech Rally Zlín, © 2015)

### 6.1 Historie Barum Czech Rally Zlín

V druhé polovině šedesátých let dvacátého století začala v Otrokovicích vyrůstat továrna k výrobě pneumatik, která svou velikostí a moderním pojetím splňovala parametry evropské špičky. V roce 1971, kdy byla továrna dokončena a slavnostně otevřena, lidé ze zlínského Automotoklubu Škoda pod vedením Aloise Samohýla se rozhodli uspořádat akce pro širokou veřejnost s názvem Servisní dny a Rallye Barum. V podstatě se jednalo o krátký amatérský závod, při kterém se odvážnější řidiči mohli utkat s časem na uzavřené trati nebo ověřit své schopnosti v jízdě zručnosti. Obě akce se setkaly s pozitivními ohlasy, tudíž je můžeme považovat za základ dnešní Barum Czech Rally Zlín. (Hofbauer, 2015, s. 8)

V roce 1973 se domácím posádkám naskytla možnost srovnat své síly i se zahraničními posádkami. Od roku 1976 se do tehdejšího Gottwaldova začaly sjíždět posádky z Rakouska, Německa, Itálie, Švédska nebo Jugoslávie. (Vydra, 2005, s. 15)

V roce 1977 se konal sedmý ročník Barum rally, který se postaral o vůbec největší mezinárodní účast v historii, jelikož svůj podíl na tom mělo zařazení moravského podniku do Mitropa Rally Cupu obsahujícího řadu soutěží ze středoevropského regionu. Na startu se objevilo 110 zahraničních dvojic. Mezi plejádou Opelů Kadett GT/E, BMW 2002 Ti nebo Porsche 911 vyčnívaly i dvě Lancie Stratos. Pořadatelé oproti minulým ročníkům nikterak nepolevili v náročnosti trati, ba naopak do ní zařadili rychlostní zkoušku vzbuzující u posádek velké emoce. Konkrétně se jednalo o dvaadvacet ostrých kilometrů v navátých písčích lužních lesů mezi Strážnicí a Rohatcem. Právě tento měřený test se ukázal být klíčovým, jelikož spousta posádek ho nedokončila nebo jim průjezd touto rychlostní zkouškou způsobil technické problémy. To však nebyl případ Václava Blahny (tovární jezdec Barum týmu), který soutěž opanoval i přes problémy s převodovkou a zvedl nad hlavu pohár pro vítěze. (Hofbauer, 2015, s. 14)

Za mezník ve vývoji Barum Czech Rally Zlín můžeme považovat rok 1983. Pořadatelé „Barumky“ se rozhodli dosavadní volný mezinárodní podnik pevně zařadit do rallyového kalendáře. Za tímto účelem vyslali na třináctý ročník této automobilové soutěže pozorovatele Mezinárodní automobilové federace FIA. (Forst, 2010, s. 37)

Pozitivní hodnocení pozorovatele Mezinárodní automobilové federace mělo za následek, že se soutěž v následujícím roce konala pod hlavičkou Mistrovství Evropy. Tato skutečnost se odrazila v přísnějších požadavcích na organizaci, bezpečnostních opatřeních a ve stanovení termínu konání – soutěž byla nově přesunuta na červen. (Forst, 2010, s. 42)

Pád železné opony přivál do Československa svěží vítr a také první Barum rallye konaná po politickém převratu zaznamenala mnoho změn a nových plánů. Kvalitní práce celého organizačního týmu se projevila v přidělení druhého nejvyššího koeficientu. Jubilejní dvacátý ročník se zařadil do hledáčku předních evropských posádek. (Hofbauer, 2015, s. 41)

Po pětileté kvalitní organizaci, kdy tato sportovní dominantu Zlínska dosahovala koeficientu 10, všichni příznivci rallysportu tajně doufali v postup mezi evropskou elitou. Nicméně před rokem 1995 známý moravský podnik klesl v hodnocení koeficientu z hodnoty 10 na hodnotu 5. (Hofbauer, 2015, s. 50)

Přelomový letopočet 2000 přinesl zlínským pořadatelům vytoužené zadostiučinění v podobě znovuzískání koeficientu hodnoty 10. V této době mohlo být navíc ještě lépe, protože do kalendáře mistrovství světa v rally se dostala Kyperská rally, čímž se uvolnilo jedno místo mezi podniky s koeficientem 20. Nicméně toto místo Mezinárodní automobilová federace určila Turecké rally, proto česká soutěž musela čekat dál. Hlavní atrakcí soutěže se začaly stávat vozy kategorie World Rally Car (WRC), kterým disponoval i mlado-boleslavský tým Škoda Motorsport, když za volantem Škody Octavie WRC seděl slušovic-ký rodák Roman Kresta. (Hofbauer, 2015, s. 61)

Vysněného koeficientu 20 se zlínský podnik dočkal na podzim roku 2001. Jednalo se o revoluční změnu, jelikož diváci poprvé v České republice mohli sledovat tří denní podnik. Organizátoři soutěže museli vynaložit ještě vyšší pracovní úsilí, protože bylo potřeba zabezpečit rychlostní zkoušky, místa pro diváky, přesuny fanoušků mezi jednotlivými rychlostními zkouškami a mnoho jiných opatření. Barum Czech Rally Zlín tedy dostala podobu soutěže mistrovství světa. Novinkou bylo i zacílení servisní zóny do jediného místa. Společný azyl týmům poskytl areál společnosti Barum Continental v Otrokovicích. V roce 2003 došlo k celkové přeměně koncepce regionálních šampionátů FIA, kdy byly zrušeny koeficienty a mistrovství Evropy bylo tvořeno pouze elitními podniky. Tento rok přilákal do Zlína osmnáct posádek nejelitnějších vozů WRC, ale po její realizaci rozhodla Mezinárodní automobilová federace o tom, že auta této specifikace budou moci absolvovat pouze soutěže mistrovství světa. (Forst, 2010, s. 81)

V roce 2006 byla nově uvedena i městská rychlostní zkouška, která si ihned získala oblibu fanoušků a je dominantou této rally v České republice. Zajištění této „superspeciálky“ obnášelo instalaci svodidel a zábran v délce více jak jeden kilometr. V letech 2004 a 2005 Zlínem burácely motory vozů třídy S1600 (malé vozy s pohonem přední nápravy o obsahu 1600 cm<sup>3</sup>) a N4 (sériové a těžké vozy s pohonem všech čtyř kol). (Hofbauer, 2015, s. 80)

Barum Czech Rally Zlín byla do seriálu Intercontinental Rally Challenge (IRC) zapsána v listopadu 2006. Dalo se tedy očekávat, že rok 2007 bude vskutku velkolepým představením. To se také potvrdilo, neboť tento ročník přilákal k tratím více jak čtvrt milionu diváků. Fandové motosportu mohli nově sledovat na tratích vozy třídy Super 2000, které se vyznačují pohonem všech čtyř kol a dvoulitrovým atmosférickým motorem. Organizátoři však museli navýšit rozpočet. Nově byla soutěž vysílána televizní stanicí Eurosport. Divákům se tak otevřela možnost sledovat průjezdy posádek v televizi. Tato skutečnost měla vliv také na medializaci samotného města Zlín a jeho okolí. (Forst, 2010, s. 95, 100)

Pro XXXXII. ročník se organizátoři českého automobilového skvostu rozhodli posunout mediální spolupráci s Eurosportem na nejvyšší možnou úroveň, která spočívala v živém vysílání. Bylo zapotřebí vybrat vhodné úseky tratí, které by byly pro oko diváka atraktivní a také splňovaly požadavky v oblasti technického zabezpečení a realizace. Nakonec se jako nejlepším východiskem jeví rychlostní zkoušky Slušovice a Maják, které se vysílaly v celkové délce čtyř hodin. (Hofbauer, 2015, s. 122)

Čtyřiačtyřicátý ročník Barum Czech Rally Zlín potvrdil, že obrozený evropský šampionát postupně nabírá na obrátkách. Město Zlín opět přivítalo tovární týmy Škoda a Peugeot. Samozřejmě nechyběli ani pravidelní účastníci FIA ERC, kterými jsou Kajetan Kajetanowicz z Polska, Robert Consani z Francie nebo domácí elitní jezdec Jaromír Tarabus. Příjemným zpestřením byl start Estonce Otta Tánaka, kterého motoristická rodina zná ze seriálu mistrovství světa. Novinkou v programu Barum Czech Rally Zlín se stala kvalifikační zkouška, které má pouze několik kilometrů a posádky si dle zajatých časů vybírají startovní pořadí do první etapy. Svou premiéru si odbyla i Škoda Fabia s výkonným turbomotorem a dalšími novými komponenty pro chystaný závodní speciál, který nese označení R5. Tento stroj s karosérií jejího předchůdce (S2000) pilotoval Jan Kopecký v roli předjezdce. (Hofbauer, 2015, s. 138-139)

Barum Czech Rally Zlín je fenomenálním evropským sportovním eventem dnešní doby. Během více jak čtyřiceti let se stala nejen hodnotným a náročným sportovním podnikem, ale také kulturně-společenskou akcí, jejíž význam překračuje hranice Zlína a Zlínského kraje. V roce 2020 oslaví své mimořádné, padesáté jubileum. (Hofbauer, 2015, s. 142)

Každoročně organizátoři této prestižní akce vymýšlejí možnosti, jak oslovit ještě větší masu fanoušků. Za zmínku stojí realizovaný projekt HAPPY, který oslovil širokou škálu veřejnosti a zapojila se do něj velká spousta účinkujících. Dalším lákadlem byl zážitkový program RALLY NAPLNO, jehož partnerem je BENZINA a nabízí let vrtulníkem nad vybranou rychlostní zkouškou nebo možnost vyzkoušet si na krátké trati roli navigátora v závodním autě. Akce s názvem JEDU NA DŘEŇ byla doménou posledního ročníku Barum Czech Rally Zlín. Jednalo se o charitativní akci na záchranu lidských životů.

## 6.2 Rallye Zlín, spol. s.r.o.

Rallye Zlín, spol. s.r.o. byla zapsána do obchodního rejstříku dne 23. července roku 1992 pod spisovou značkou C 6748 vedená u Krajského soudu v Brně. Předmětem podnikání je zejména zajišťování motoristických sportovních akcí a s nimi spojených činností. Nejvýznamnější činností je organizování motoristické akce s názvem Barum Czech Rally Zlín. (www.rallyzlin.cz, ©2012)

Firma Rallye Zlín je silným hráčem i v oblasti výroby materiálů pro potřeby jiných automobilových soutěží. Produkce je opravdu různorodá. Společnost nabízí itineráře, jízdní výkazy, mapy, plakáty, samolepky, programy a spoustu dalších položek. Neméně pestré je i portfolio zákazníků, neboť je tvořeno řadou domácích rally a sprintrally nebo zahraničními podniky Mistrovství světa či Mistrovství Evropy. Mezi nejvýznamnější podniky patří Rally Deutschland, Rally Sweden, Rally Finland, Cyprus Rally, Jänner Rallye nebo Croatia Rally. (www.rallyzlin.cz, ©2012)

Mezi významné aktivity firmy dále patří autoškola zajišťující výcvik pro skupiny motorových vozidel AM, A-1, A, B. Autoškola poskytuje také školení řidičů z povolání a referentských vozidel. Důležitou složkou společnosti je rovněž dopravní zdravotní služba, jejíž sanitní vozy mají stanoviště na poliklinice v Otrokovicích. (www.rallyzlin.cz, ©2012)

Tabulka 1 - Základní údaje o společnosti

<b><i>Základní informace o společnosti</i></b>	
<b>Obchodní jméno:</b>	Rallye Zlín, spol. s.r.o.
<b>Sídlo společnosti:</b>	Hornomlýnská 3715, 760 01 Zlín
<b>Datum zápisu:</b>	23. července 1992
<b>Identifikační číslo:</b>	469 65 564
<b>Právní forma:</b>	Společnost s ručením omezeným
<b>Předmět podnikání:</b>	Provozování autoškoly
	Silniční motorová doprava – nákladní vnitrostátní nepřesahující 3,5 t
	Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 ŽZ
<b>Předmět činnosti:</b>	Dopravní zdravotnická služba – lékařské služby první pomoci
<b>Statutární orgán:</b>	Jednatelé
<b>Společníci:</b>	Auto klub Barum Zlín v ACČR
	Marta Regnerová
	Věra Šmakalová
	Miloslav Regner
<b>Základní kapitál:</b>	100 000 Kč

Zdroj: vlastní zpracování, www.justice.cz

### 6.3 Přínos Barum Czech Rally Zlín pro Zlínský kraj

Barum Czech Rally Zlín je spolu s Filmovým festivalem již několik let největší událostí ve Zlínském kraji. Přínosy zlínského motoristického eventů lze shrnout do základních oblastí – prodloužení turistické sezóny, zvýšený výskyt návštěvníků v regionu a hospodářský přínos pro region. Zlínský automobilový svátek se koná každoročně na konci letní turistické sezóny, tedy v době, kdy končí velké prázdniny a služby cestovního ruchu začínají zažívat útlum. „Barumka“ podnikům cestovního ruchu v tomto období poskytuje dostatečnou vzpruhu a zvyšuje jejich tržby, které by podnikatelé nejspíš v této době nevydělali. Tato dlouholetá součást seriálu Mistrovství Evropy každoročně láká do Zlínského kraje velké množství fanoušků rallysportu ze zahraničí, návštěvníků z jiných českých krajů nebo obyvatel Zlínského kraje. Návštěvnost BCRZ v minulých letech uvádí následující tabulka. Od roku 2007 došlo k nárůstu návštěvnosti vlivem vysílání soutěže televizní stanicí Eurosport.

Tabulka 2 - Počet fanoušků v průběhu BCRZ v roce 2006 a 2011 – 2015

<b>Rok:</b>	<b>2006</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Městská RZ</b>	30 000	40 000	37 000	35 000	37 000	42 000
<b>Celkový počet fanoušků</b>	<b>130 000</b>	<b>265 000</b>	<b>248 000</b>	<b>236 000</b>	<b>244 000</b>	<b>252 000</b>

Zdroj: vlastní zpracování, interní materiály BCRZ

Tento event má obrovský význam a dotýká se celého Zlína a jeho okolí. V tabulce je zachyceno zvýšení obrátu Zlínského kraje v době konání Barum Czech Rally Zlín. Obrát je dán zvýšenou spotřebou závodníků, jejich týmů a diváků. Hlavní složky této spotřeby tvoří čtyři kategorie – gastronomie, ubytování, doprava a služby, zábava a dary.

Tabulka 3 - Příjmy Zlínského kraje v době konání BCRZ v roce 2015 (v mil. Kč)

<b><i>Příjmy Zlínského kraje v době konání BCRZ v roce 2015</i></b>	
<b>Gastronomie</b>	<b>20,4 milionu Kč</b> (souhrn spotřeby aktivních účastníků závodu, diváků z ČR, ciziny a místních obyvatel)
<b>Ubytování</b>	<b>8,2 milionu Kč</b> (primárně se na ní podíleli návštěvníci z ČR, průměrná cena pokoje za osobu na noc činila cca 560 Kč, celkový počet přespání během závodu byl cca 13 500)
<b>Doprava a služby</b>	<b>10,2 milionu Kč</b> (spotřeba v rámci dopravy autobusem, autem nebo vlakem, pouze na území ČR)
<b>Nákupy zboží a služeb</b>	<b>6,2 milionu Kč</b>
<b><i>Celkem s DPH – 45 000 000 Kč</i></b>	

Zdroj: vlastní zpracování, interní zdroje BCRZ

Následující dvě tabulky jsou spolu provázané. Vyplývá z nich, že návštěvnost diváků během celého zlínského automobilového podniku má velký vliv na ekonomický přínos Zlínského kraje. Čím více diváků Barum Czech Rally Zlín navštíví, tím více utratí v tomto regionu peněz a ekonomický přínos ve formě příjmů je vyšší. Stoupající tendenci hospodářských přínosů dále ovlivňují makroekonomické faktory, kterými jsou inflace nebo zvyšování průměrné denní útraty turistů, jenž závisí na růstu životní úrovně a fondu volného času.

Aby mohla být soutěž uspořádána, neobejde se bez sponzorských darů a dotací, které tvoří převážnou část příjmů. Další toky příjmů plynuly z prodaných vstupenek, reklamy nebo vkladů posádek. Je třeba zmínit, že soutěž vyžaduje i obrovské náklady. Jedná se především o náklady na realizaci závodu, kam patří náklady na palivo, ubytování hostů, poplatky obcím, reklamní a propagační materiály, režijní náklady, náklady k medializaci soutěže prostřednictvím televizní stanice Eurosport, náklady na doplňkové produkty BCRZ apod.

Mimo jiné má Barum Czech Rally Zlín i velký mediální přínos. Vždyť každoročně přiláká do Zlína opravdu velké množství mediálních pracovníků, a to včetně médií zahraničních. Zlín se na konci srpna stává mediálním centrem pro novináře, fotografy nebo televizní a rozhlasové pracovníky. Barum Czech Rally Zlín je téměř jediná z mezinárodně známých akcí Zlínského kraje a tím výrazně napomáhá propagaci regionu. To nejen v rámci celé České republiky, ale i Evropy. Prostřednictvím hlavního mediálního partnera BCRZ, kterým je televizní stanice Eurosport, má možnost 112 milionů domácností v 59 zemích sledovat nejenom reportáže, ale i živé vysílání rychlostních zkoušek této prestižní evropské soutěže. Během natáčení vrtulník snímá průjezdy jednotlivých posádek po tratích rychlostních zkoušek. V tomto případě má možnost televizní divák spatřit krásu a rozmanitost přírody regionu Východní Morava. Možná i proto je Barum Czech Rally Zlín nejoblíbenějším podnikem seriálu Mistrovství Evropy (ERC). Medializace Zlínského kraje prostřednictvím rallysportu vytváří pozitivní předpoklady pro vývoj cestovního ruchu v regionu, a to nejen v zahraničí. Vlivem širokého spektra diváků, ke kterým se skrytá reklama dostává, prokazatelně dochází k navýšení zájmu o danou destinaci. (interní materiály BCRZ)

Dalším přínosem Barum Czech Rally Zlín je tvorba nebo zapojování se do jednotlivých projektů, které pomáhají zachránit lidské životy, zažívat něco nepopsatelného nebo jen zvedat náladu fanoušků, čemuž se bude diplomová práce věnovat v následující kapitole.



## 7 ANALÝZA DOPLŇKOVÝCH SLUŽEB BARUM CZECH RALLY ZLÍN

Následující kapitola se zaměřuje na podrobnou analýzu jednotlivých marketingových doplňkových služeb, které jsou realizovány před zahájením nebo během realizování samotného podniku Barum Czech Rally Zlín.

### 7.1 Projekt HAPPY

V roce 2014 se organizátoři Barum Czech Rally Zlín rozhodli vytvořit komunikační kampaň, jejímž cílem byla podpora rally a cestovního ruchu v České republice i ve světě. Hlavním cílem organizátorů bylo představení kampaně široké veřejnosti, a to s velkým srdcem, geniálním nápadem a samozřejmě minimálním rozpočtem.

Aby byl projekt HAPPY úspěšný, bylo potřeba autenticky zachytit a přenést do klipu neopakovatelnou atmosféru Barum Czech Rally Zlín. Zlínský podnik se již několik let jezdí v srpnovém termínu. A právě proto je spojován s koncem prázdnin, pěkným počasím a dobrou náladou. To je však jen pár podmínek pro návštěvu tohoto sportovního eventů. Lidé se na rally jezdí především bavit, relaxovat, užívat si přírody, obdivovat řídičské schopnosti zúčastněných posádek a v neposlední řadě nasávat atmosféru sportovního klání a místa, ve kterém se akce koná. Zlínský kraj bývá často označován jako kraj s kouzlem rozmanitosti, historií a krásnou přírodou.

Plán kampaně byl rozčleněn do několika dílčích fází. Prvotně byl vydán teaser, který lze popsat jako krátkou upoutávku na samotný finální klip. Jeho cílem bylo vzbudit pozornost, vyvolat u všech nedočkavost a připravit „herce“. Motto teaseru znělo: „*HAPPY filmový štáb potkáte na trati, na zemi, ve vodě i ve vzduchu. Tak se na nás připravte!*“. Důležitým krokem bylo promyšlení hereckého obsazení klipu, aby oslovil všechny cílové skupiny a zároveň byly v klipu představeny veškeré náležitosti, které soutěž přináší. To se pořadatelům povedlo na výbornou, protože se jim do něj podařilo zakomponovat některé jezdce, mechaniky, záchranné složky, osobnosti, diváky, ale i zajímavá a poutavá místa regionu. Dalším krokem bylo samotné natáčení. Videoklip byl inspirován světoznámým hitem od Pharrela Williamse s názvem HAPPY, který doslova pobláznil celý svět. Pharrel Williams ve svém videu radostně tančí a rozdává pozitivní energii, čímž dal možnost ke vzniku různých předělaných verzí (tzv. coverů). Po natočení všech záběrů bylo klip potřeba sestříhat, aby měl požadovanou délku a dokázal zaujmout širokou škálu posluchačů.

Organizátoři kampaně se dále rozhodli, že vytvoří internetovou stránku [www.happyrally.eu](http://www.happyrally.eu), na které bude samotný videoklip umístěn. Na této stránce se zároveň budou moci zájemci dozvědět zajímavé informace o projektu nebo zhlédnout fotografie z natáčení. V neposlední řadě budou odkázáni k návštěvě facebookové stránky BCRZ a stránce věnující se regionu Východní Morava. Posledním krokem kampaně bylo šíření klipu pomocí sociálních sítí, médií a možností využít Public Relations, pomocí kterých instituce nebo firma buduje a udržuje vztahy se svým okolím a s veřejností.

Videoklip dosáhl obrovského úspěchu. Za klíčové ohlasy lze považovat pozitivní slova uznání od Olgy Lounové (zpěvačka a závodnice), Bolka Polívky (český herec a Valašský král) nebo Francoise Ribeira (Motorsport Director, Eurosport Event). Mnohem důležitější však je, že videoklip převzali televizní stanice Eurosport, Nova a Prima, dále webové portály Aktualne.cz, Kultura21.cz, GripTV, AutoJournal, Autoweb, Autosport, Rallye-magazin.de a mnoho dalších. Samozřejmě nelze opomenout ani pozitivní ohlasy ze strany municipality, fanoušků a široké veřejnosti z celé Evropy.

Rozpočet komunikační kampaně HAPPY nebyl nikterak vysoký vzhledem k tomu, že herci nevyžadovali žádný honorář a publikování klipu bylo zajištěno bezplatným nahráním na internetový server YouTube a Facebook. Musely však být vynaloženy finanční náklady na Public Relations, které jsou spojeny s tiskovou zprávou pro motoristická média v Evropské unii a s tiskovou zprávou pro všeobecná média v České republice. Další náklady byly vynaloženy na reklamu a vytvoření internetové stránky [www.happyrally.eu](http://www.happyrally.eu). Celkové náklady se nakonec vyšplhaly na konečných 56 000,- Kč.

Kampaní bylo osloveno 1 250 000 lidí. Videoklip na internetovém serveru YouTube zhlédlo více jak 100 000 uživatelů. Dalších více jak 50 000 facebookových uživatelů klip sdílelo na svou zed' a přes 20 000 uživatelů označilo videoklip jako „To se mi líbí“. Internetová stránka, která byla vytvořena přímo pro tento projekt, zaznamenala více jak 11 000 návštěv.

Organizátoři komunikační kampaně HAPPY očekávali, že projekt přinese soutěži a partnerům ekonomický přínos ve výši 4 000 000,- Kč. Z výše uvedeného vyplývá, že návratnost investic (ROI) přesahuje 99%.

## 7.2 Zážitekový program RALLY NAPLNO

Zážitekový program s názvem RALLY NAPLNO byl poprvé zaveden při Barum Czech Rally Zlín v roce 2014. Zážitekové programy během rally jsou velmi prestižní záležitostí v seriálu Mistrovství světa (WRC) nebo seriálu Mistrovství Evropy (ERC). Do roku 2014 nebyly zážitekové programy v České republice příliš populární, z čehož vyplývá, že milovníci rally během českých soutěží neměli možnosti zažít něco navíc.

Hlavní myšlenka k sestavení a realizaci projektu se zrodila během konání belgické Geko Ypres Rally v roce 2012. Zmíněná soutěž patří do seriálu Mistrovství Evropy a již několik let nabízí všem příznivcům zážitekové programy sestavené pro jednotlivé cílové skupiny. Základním stavebním kamenem pro vznik této doplňkové služby byla diplomová práce bývalé studentky Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.

Organizátoři se snaží prostřednictvím zážitekových programů BCRZ přilákat a udržet návštěvníky ve Zlíně a Zlínském kraji co nejdéle. Aby tuto podmínku splnili, musí spolupracovat s ostatními organizacemi cestovního ruchu – zejména s ubytovacími a stravovacími zařízeními.

Zážitekový víkend Barum Czech Rally Zlín nabízí fanouškům motorsportu komplexní divácký program, který spočívá v prožití nevšedních zážitků. Součástí celého programu je i nezbytný doprovodný servis, kam patří mimo jiné i zajištěné stravování. Milovníkům rally, kteří si tento zážitekový program zakoupí, začíná program již v pátek během noční super rychlostní zkoušky v centru města Zlín. Oproti ostatním divákům mají zajištěnu VIP zónu, ze které je výborný výhled na závodní trať. Samozřejmostí je možnost sledovat posádky na velkoplošné LED televizi. Během celého večera je pro jejich potěšení zajištěn teplý a studený bufet. V sobotu ráno pokračuje zážitekový program nedaleko Zlína, kde je připraven adrenalinový zážitek v podobě jízdy na sedadle spolujezdce. Závodní speciál Mitsubishi Lancer EVO IX řídí zkušený jezdec na uzavřené trati, kterým je Vladimír Barvík. Trať vede po část rychlostní zkoušky Biskupice a měří 3,2 kilometru. Aby bylo dosaženo maximálního požitku z jízdy, trasa obsahuje rychlé pasáže, retardéry, prudké zatáčky (vracáky) a zatáčku se šotolinovým povrchem. Mechanici týmu seznámí účastníka programu s technickými parametry vozu a spolujezdec mu vysvětlí, jak psát a číst rozpis trati. Samotná jízda je natáčena speciální kamerou uvnitř vozu i kameramanem na trati. Fotograf diváka vyfotí v roli spolujezdce i s hosteskami u závodního auta. Zúčastněnému divákovi je samozřejmě zapůjčena kombinéza a profesionální helma s intercomem.

Po absolvování jízdy na uzavřené trati je přichystáno občerstvení – pivo, nealko nápoje, párky v rohlíku, klobásky nebo vepřová kýta. Zákazník se na místě může podívat do stanu organizátorů s televizí, na které se promítají aktuální výsledky rally a záběry z minulých ročníků. Po ukončení adrenalinového dopoledne na trati v Biskupicích se účastníci programu stávají zpátky diváky, jelikož mohou sledovat závod z VIP zóny na vybrané rychlostní zkoušce. Sobotní den je zakončen návštěvou vybraného závodního týmu v servisní zóně BCRZ v Otrokovicích, kde je pro návštěvníky zajištěna možnost setkat se se závodníky a nahlédnout pod kapotu jejich závodního náčiní. Zážitekový program RALLY NAPLNO pokračuje v neděli, kdy soutěž startuje svou třetí etapu. Vrcholem dne je let vrtulníkem nad tratí vybrané rychlostní zkoušky. Zákazník má možnost pozorovat svou oblíbenou posádku z ptačí perspektivy. V ceně zážitkového víkendu je dále zahrnut červený VIP náramek na ruku, vstupenka na celý závodní víkend, parkování přímo u rychlostních zkoušek, oficiální program BCRZ, červená taška BCRZ a oficiální tričko BCRZ.

Cena za celý víkend činí 12 900 Kč. V případě, že zájemce o zážitkový program bude chtít využít pouze jízdy na sedadle spolujezdce nebo letu vrtulníkem, lze si tuto službu zakoupit samostatně. Cena adrenalinové jízdy je stanovena na 5 490 Kč a let vrtulníkem nad tratí vybrané rychlostní zkoušky přijde zákazníka na 3 490 Kč.

Hlavním cílem bylo upozornit diváky na existenci nového projektu, který poskytne fanouškům úplně nový emocionální pohled na BCRZ. Další formou propagace bylo informování fanoušků rallysportu v článku zveřejněném na webu motoristické akce, kdy se jednalo zejména o reklamu. Později byl na stránky Barum Czech Rally Zlín umístěn i odkaz směřující zájemce ke všem potřebným informacím o akci. V dnešní době mají velký vliv sociální sítě. Tento trend si uvědomují i samotní organizátoři zlínského podniku, proto na sociální síť Facebook zveřejnili reklamu s detailními informacemi o akci. Nezapomněli zveřejnit ani postup, jak zážitkový program zakoupit. Následovalo vysílání krátkého reklamního spotu v Rádiu Zlín, který je mediálním partnerem Barum Czech Rally Zlín.

Zážitekový program RALLY NAPLNO, dosáhl velikého úspěchu. Partnerem celé akce se stala společnost BENZINA, která ho do dnešní doby zastřešuje. Každoročně společnost organizátorům BCRZ poskytuje pomocnou ruku při jeho realizaci.

Náklady k realizaci zážitkového programu RALLY NAPLNO uvádí následující tabulka.

Tabulka 4 - Náklady na projekt RALLY NAPLNO

<b><i>Náklady na projekt RALLY NAPLNO</i></b>	
1)	<b>Helikoptéra</b>
2)	<b>Závodní team</b>
3)	<b>Pronájem letiště</b>
4)	<b>Povolení</b>
5)	<b>Sanitka</b>
6)	<b>Mzdy</b>
7)	<b>Natáčení</b>
8)	<b>Materiály zázemí a RZ</b>
9)	<b>Catering</b>
10)	<b>DVD</b>
11)	<b>Centrála + palivo</b>
12)	<b>Dopravní vybavení</b>
13)	<b>Oprava komunikací</b>
14)	<b>Polepy pro vybavení</b>
15)	<b>Propagace</b>
16)	<b>Škody</b>
<b><i>Celkem s DPH – 459 500 Kč</i></b>	

Zdroj: vlastní zpracování, interní materiály BCRZ

Výnosy plynoucí z doplňkové služby RALLY NAPLNO jsou zveřejněny v tabulce.

Tabulka 5 - Výnosy plynoucí z projektu RALLY NAPLNO

<b><i>Výnosy plynoucí z projektu RALLY NAPLNO</i></b>	
1)	<b>Spoluúčast partnera BENZINA</b>
2)	<b>Výnosy z adrenalinové jízdy</b>
3)	<b>Výnosy z letu vrtulníkem nad rychlostními zkouškami</b>
<b><i>Celkem s DPH – 490 390 Kč</i></b>	

Zdroj: vlastní zpracování, interní materiály BCRZ

Pokud od výnosů odečteme náklady, zjistíme, že organizátorům Barum Czech Rally Zlín se v případě zážitkového programu RALLY NAPLNO podařilo dosáhnout zisku v celkové výši 30 890 Kč, a to včetně DPH. Hlavním cílem zážitkového programu nebylo dosáhnout zisku, nýbrž poskytnout divákům doplňkovou službu během rally a pozitivní PR.

### 7.3 Sociální kampaň JEDU NA DŘEŇ

V roce 2015, tedy při příležitosti XXXXV. ročníku Barum Czech Rally Zlín, se organizátoři této akce rozhodli vytvořit sociální kampaň s názvem JEDU NA DŘEŇ. Sociální kampaň byla odstartována smutným příběhem mladého lékaře Vaška Soudila. Tento mladý lékař, který si otevřel soukromou stomatologickou ordinaci, podlehl ve svých 28 letech akutní leukémii. Jednoho jediného dárce kostní dřeně našel až v zahraničí. Zachránce jeho života mohl být americký voják, který byl v té době na misi v Afghánistánu. Bohužel vzhledem k této skutečnosti nemohlo z logistických důvodů dojít k včasné transplantaci. V České republice svého možného dárce kostní dřeně nenajde každý čtvrtý pacient. Každoročně je na našem území zjištěno více jak 1 100 ohrožených životů, což vychází na 3 ohrožené životy denně. Počet dárců kostní dřeně zapsaných v registru je v České republice mnohem nižší než v případě Německa, které registruje 5 000 000 osob, což je 6% tamní populace. V českém registru dárců kostní dřeně je evidováno 57 000 osob, což je 0,5% naší populace. Výše uvedená fakta znamenala pro organizátory podnět k vytvoření této charitativní sociální kampaně.

Na Barum Czech Rally Zlín přijíždí ročně více než 100 000 fanoušků, mezi kterými jsou i mladí lidé ve věku do 35 let. Právě tyto lidé by se měli nejvíce zapisovat do registru dárců kostní dřeně, aby pomohli zachránit něčí život. Cílem kvalitně zorganizované sociální kampaně JEDU NA DŘEŇ bylo prostřednictvím odběrů na místě získat více jak 500 dárců během jediného víkendu, což statisticky vyjádřeno znamená pět zachráněných lidských životů. Mise kampaně zněla: „*Hledáme hrdiny pro život, jaký je!*“. Víze byla formulována následovně: „*Největším vítězstvím v životě je zachránit život jiného!*“. Organizátoři této charitativní události si dali také dlouhodobý cíl, kterým je snaha ze současných 0,5% populace v registru dárců kostní dřeně v České republice dosáhnout za pět let 5% registrovaných dárců.

Sociální kampaň JEDU NA DŘEŇ počítala s možnými riziky, kterými jsou následující dvě otázky:

- Co když nikdo nepřijde?
- Co když se noví potencionální dárce budou bát bolestivého odběru přímo na místě?

Aby organizátoři nalákali k odběrům co nejvíce lidí, snažili se na ně zapůsobit následujícími argumenty:

- Pár kapek krve může zachránit něčí život.
- Odběr dvou mililitrů krve trvá necelou minutu, na Barum Czech Rally Zlín se můžou její návštěvníci bavit po dobu celého víkendu.
- Leukémie se týká dětí i dospělých, nevyhýbá se žádné vrstvě obyvatel.
- Zaregistrování lze provést přímo na Barum Czech Rally Zlín, noví potencionální dárce kostní dřeně nemusí do nemocnice nebo na transfuzní stanici.
- Nebolí to.

Načasování propagace JEDU NA DŘEŇ bylo pevně svázáno s harmonogramem Barum Czech Rally Zlín. Bannery s bílou kapkou na červeném pozadí byly umístěny od začátku srpna po celém Zlíně a plnily funkci malé upoutávky, neboli teaseru. Po deseti dnech byly vyměněny za bannery s logem JEDU NA DŘEŇ, na kterých již byl uveden odkaz na webovou stránku kampaně.

Souběžně byl spuštěn Facebook a YouTube kanál, kde významné osobnosti ze světa motorsportu a kultury zvaly zájemce prostřednictvím videí nebo jiných akcí, které podporovaly formou fotek u reklamních bannerů s kapkou. Sociální kampaně se zúčastnila Lejla Abbasová (herečka, moderátorka a tanečnice), dále Roman Kresta (bývalý elitní rallyový jezdec), zlínský Avion Big Band (24 členná hudební skupina) s celým oddílem mažorettek nebo záchranné složky v čele s příslušníky Městské policie Zlín.

Na odkazy osobností dále navázal článek o smutném příběhu mladého lékaře Vaška Soudila, který zemřel na akutní leukémii ve věku 28 let. Tento článek byl publikován na sociální síti Facebook, kde získal více jak 900 likes, přes 3 500 uživatelů ho dále sdílelo, 170 uživatelů zanechalo pod příspěvkem komentář a jeho dosah byl více jak 367 000 uživatelů.

Projekt JEDU NA DŘEŇ byl navíc vysílán ve formě spotů v sítích multikin Cinestar a Visia Cinema na území celé České republiky. Rozhlasový spot byl vysílán v regionálních stanicích v celém Zlínském kraji. Vizualní vzhled kampaně byl šířen pomocí LED obrazovek ve městě Zlín a na kanálech Eurosportu a České televize. Právě díky tomu tato charitativní akce oslovila více jak milion lidí.

Jako outdoorové marketingové nástroje byly využity:

- bannery s kapkou u silnic,
- billboardy po celém Zlínském kraji,
- letáky a plakáty,
- LED obrazovky,
- branding odběrných míst,
- startovní rampa BCRZ a startovní listina,
- hostesky u odběrných míst.

K využití online marketingových nástrojů byly zvoleny:

- YouTube videa,
- sociální síť Facebook,
- web,
- Sklik (reklamní systém, ve kterém inzerent platí za prokliknutí na inzerát),
- Adwords (online reklamní program umožňující oslovení nových zákazníků),
- Retargeting (funkce určená k oslovení uživatelů, kteří již dříve navštívili stránky).

Těsně před zahájením Barum Czech Rally Zlín bylo odběrné místo, které bylo situováno na zlínském náměstí nedaleko startovní rampy, polepeno venkovní fotostěnou. Hostesky distribuovaly do rukou nových potenciálních dárců kostní dřeně více jak 3 000 letáků. Předtím než se organizační tým odběrného místa stihl připravit na příchod prvních návštěvníků, fronta již tvořila dlouhý zástup. V úmorném vedru dorazilo pouze za odpoledne více jak 200 lidí, kteří se rozhodli zaregistrovat do registru dárců kostní dřeně a dále si zkušeným a kvalifikovaným personálem společnosti IMA LAB nechali odebrat dva mililitry krve.

Noví potenciální dárci se o projektu dozvěděli zejména ze sociální sítě Facebook a jejího profilu JEDU NA DŘEŇ. Jako další klíčový komunikační prvek uvedli samotný web Barum Czech Rally Zlín.



Odběry se uskutečnily během celého víkendu, tedy po dobu konání zlínského motoristického podniku. Celkový počet nových potencionálních dárců kostní dřeně se vyšplhal na 571 zaregistrovaných. V celkovém počtu jsou zařazeni rally jezdci, jejich týmy, diváci, místní obyvatelé nebo celé firmy, které k odběru dorazily hromadně. Z výše uvedeného vyplývá, že za jediný víkend se podařilo získat 1% dárců z celého současného objemu registru. Sociální kampaň JEDU NA DŘEŇ oslovila 1 000 000 lidí, což je zhruba 10% celé české populace. Všichni, kteří se zaregistrovali do registru dárců kostní dřeně, prokázali 100% hrdinství. Statisticky se podařilo zachránit pět lidských životů. Jako nejcennější informaci lidé brali to, že darování kostní dřeně může probíhat i díky odběru z krve, tudíž není třeba mít strach z bolesti. Charitativní akce probíhala v celkovém rozsahu 22 dnů, kdy se o ni začaly zajímat firmy, instituce a veřejnost z celé republiky.

Rozpočet akce JEDU NA DŘEŇ byl oproti minulým ročníkům a jejich projektům mnohem vyšší. To je dáno faktem, že byly použity zcela rozdílné marketingové nástroje. Náklady jsou uvedeny v následujících dvou tabulkách.

Tabulka 6 - Náklady na kampaň JEDU NA DŘEŇ – Rallye Zlín

<b><i>Náklady na kampaň JEDU NA DŘEŇ – Rallye Zlín</i></b>
<b>1) Tisk citylightů a nalepení (25 ks)</b>
<b>2) Tisk citylightů a nalepení (25 ks)</b>
<b>3) Tisk citylightů – velký a malý (25 ks)</b>
<b>4) Zavezení citylightů do servisu (3 ks)</b>
<b>5) Buttony (900 ks)</b>
<b>6) Plakáty s Krestou a Tarabusem (500 ks)</b>
<b>7) Plakáty Jedu na dřeň (50 A2, 50 A3)</b>
<b>8) Billboardy (4 ks)</b>
<b>9) Letáky (2 500 ks)</b>
<b>10) Samolepky (700 ks)</b>
<b>11) Mzdy pracovníků Rallye Zlín, jednání, ostatní náklady</b>
<b>12) Předělání tabule na výběr startovní pozice</b>
<b>13) Dvě stránky v programu (2 ks)</b>
<b>14) Koma výlep buňky</b>
<b>15) Hostesky</b>

Zdroj: vlastní zpracování, interní materiály BCRZ

Tabulka 7 - Náklady na kampaň JEDU NA DŘEŇ – Reklamní inženýři

<b><i>Náklady na kampaň JEDU NA DŘEŇ – Reklamní inženýři</i></b>
<b>1) Produkce kampaně Jedu na dřev</b>
<b>2) Realizace internetové stránky Jedu na dřev včetně anglické verze</b>
<b>3) Videospoty ke kampani Jedu na dřev</b>
<b>4) Facebook a Google inzerce</b>
<b>5) Vizuální styl a grafika projektu</b>

Zdroj: vlastní zpracování, interní zdroje BCRZ

Celkové náklady sociální kampaně JEDU NA DŘEŇ dosáhly hodnoty 277 283 Kč s DPH. Toto číslo jsme získali sečtením nákladů společnosti Rallye Zlín spolu s náklady společnosti Reklamní inženýři.

Celkové výnosy od partnerů sponzorujících sportovní akci Barum Czech Rally Zlín činily 130 000 Kč bez DPH. Pokud k této hodnotě připočítáme sazbu DPH ve výši 21%, dojdeme k závěru, že celková hodnota výnosů vzroste na 157 300 Kč.

Rozdílem výnosů a nákladů získáme zisk nebo ztrátu. V tomto případě došlo ke ztrátě v celkové výši 119 983 Kč, a to včetně DPH.

I přestože dosáhla sociální kampaň JEDU NA DŘEŇ ztrátu v poměrně vysoké výši, akci lze hodnotit jako vydařenou, protože se podařilo uspořádat největší hromadný nábor nových potencionálních dárců kostní dřevě v České republice. Již v průběhu celé kampaně se ozývali vlivní lidé, aby tato charitativní akce k záchraně lidských životů byla zorganizována i v jiných městech. Zájem o událost projevil samotné hlavní město Praha, dále moravské město Brno, slezské centrum Ostrava nebo Uherské Hradiště a Jihlava. V budoucnosti by se navíc mohlo v zavedené kampani pokračovat, jelikož velké nadšení z této akce projevil Autoklub České republiky se sídlem v Praze. Jeho cílem je sociální kampaň JEDU NA DŘEŇ propagovat na nejvýznamnějších motoristických událostech v České republice, kterými jsou myšleny akce jako Mistrovství Evropy tahačů v Mostě (Czech Truck Prix), Mistrovství světa v Motocrossu v Lokti (MXGP) a samozřejmě nesmí chybět Barum Czech Rally Zlín, které projektu dala prvotní impuls.

## 7.4 Evropská propagace Barum Czech Rally Zlín a jejího partnera

Barum Czech Rally Zlín má v Evropě vybudované své prestižní jméno a láká do Zlínského kraje každoročně velké množství zahraničních i domácích turistů. Zahraniční příznivci rallysportu by do České republiky na zlínský podnik nejspíše nedorazili, pokud by BCRZ nebyla pořádána v rámci seriálu Mistrovství Evropy (ERC).

V roce 2014 vznikla nová myšlenka, která souvisí s propagací soutěže a hlavně České republiky. Jedná se o víceletý projekt zaměřený na prezentaci partnera Barum Czech Rally Zlín na vybraných podnicích seriálu Mistrovství Evropy (ERC). Seriál ERC v roce 2015 zahrnoval populární rally v různých evropských zemích. Kalendář mistrovství zobrazuje následující obrázek.

Obrázek 3 - Kalendář seriálu Mistrovství Evropy v rally 2015 (ERC)

	<b>Internationale Jännerrallye</b> Asphalt / Ice / Snow	4-6 January	AUSTRIA
	<b>Rally Liepāja</b> Gravel / Ice / Snow <b>JUNIOR</b>	6-8 February	LATVIA
	<b>Circuit of Ireland Rally</b> Asphalt <b>JUNIOR</b>	2-4 April	UNITED KINGDOM
	<b>Sata Rallye Açores</b> Gravel <b>JUNIOR</b>	4-6 June	PORTUGAL
	<b>Geko Ypres Rally</b> Asphalt <b>JUNIOR</b>	25-27 June	BELGIUM
	<b>auto24 Rally Estonia</b> Gravel <b>JUNIOR</b>	17-19 July	ESTONIA
	<b>Barum Czech Rally Zlín</b> Asphalt <b>JUNIOR</b>	28-30 August	CZECH REPUBLIC
	<b>Cyprus Rally</b> Gravel	25-27 September	CYPRUS
	<b>Rally of Greece</b> Gravel	9-11 October	GREECE
	<b>Giru di Corsica-Tour de Corse</b> Asphalt	5-7 November	FRANCE

Zdroj: interní materiály BCRZ

Cílem projektu je nabídnout partnerům Barum Czech Rally Zlín lukrativní prezentaci v Evropě. Důležitým cílem je na zlínskou motoristickou akci přilákat velké množství zahraničních diváků, protože utratí ve Zlínském kraji mnohem více peněz než místní a domácí turisté. Posledním cílem je divákům nenabízet pouze sportovní event, ale také krásy České republiky ve formě zážitkové turistické destinace. Předpokladem je, že tato propagace na ně zapůsobí, čímž se zvyšuje pravděpodobnost dalšího příjezdu do daného regionu. Během konání Barum Czech Rally Zlín je vhodné divákům opět podsunout krásy Zlínského kraje a celé České republiky, aby je navnadily k další návštěvě této soutěže.

Projekt propagace na vybraných soutěžích seriálu Mistrovství Evropy je rozdělen do dvou fází. První fáze byla realizována v minulém roce. Jednalo se o projednání systému s ostatními organizátory evropských rally a o jeho přenesení do praxe. Klíčovým prvkem této fáze bylo stanovení nejvhodnějšího typu propagace a dohodnutí se na co nejvíce motoristických podnicích z kalendáře ERC. Dalším důležitým bodem této fáze bylo ukázat partnerům potenciál akce a najít podporu pro nadcházející ročník. Propagace Barum Czech Rally Zlín a České republiky byla realizována v rámci lotyšské rally s názvem RALLY LIEPAJA 2015. Fanouškům motorsportu byly předkládány letáky s inzercí Czech Tourism, reklama Czech Tourism a BCRZ byla připnuta na webové stránky lotyšské rally, v diváckém místě byly promítány spoty Czech Tourismu prostřednictvím velkoplošné LED televize nebo na milovníky autosportu působily bannery na oficiálních místech RALLY LIEPAJA. Druhá fáze projektu se týká roku 2016 a dalších let. Jejím cílem je dojednat společný propagační prostor a podmínky propagace s přesně vymezeným typem. Propagace by měla fungovat pomocí letáků s inzercí Czech Tourism, reklamy na webových stránkách rally, reklamních spotů vysílaných na velkoplošné LED televizi, bannerů zveřejněných na oficiálních místech rally, mobilní aplikace pro zařízení s operačním systémem iOS nebo Android, YouTube videí, sociálních sítí Facebook nebo Twitter a v neposlední řadě pomocí stánku v servisní zóně.

Zajímavostí je návrh vytvoření společné stránky pro všechny pořadatele evropských rally ze seriálu Mistrovství Evropy (ERC). Stránka by se mohla inspirovat internetovým portálem *kudyznudy.cz*. Na stránku by bylo vhodné zakomponovat přehled o ubytovacích a stravovacích zařízeních, pravidla rally v dané zemi včetně informací o počasí, zajímavá místa v destinaci, mapy regionu, informace o rally, odkazy na sociální média jednotlivých podniků, odkaz na sociální síť seriálu ERC, oficiální videa a upoutávky nebo novinky ze světa Mistrovství Evropy v rally a jednotlivých týmů. Bohužel projekt nebyl realizován.

## 8 ANALÝZA CYKLOTURISTIKY REGIONU VÝCHODNÍ MORAVA

Tato kapitola analytické části je zaměřena na popis informací o cyklistické dopravě v regionu Východní Morava. Následně jsou charakterizovány lokalizační a realizační faktory regionu. Dále je v této kapitole vypracována SWOT analýza cykloturistiky v regionu Východní Morava. V neposlední řadě jsou vysvětleny možnosti cykloturistiky ve formě možných cyklovýletů, které zastřešuje Centrála cestovního ruchu regionu Východní Morava.

### 8.1 Informace o cyklistické dopravě regionu Východní Morava

Region Východní Morava disponuje pouze omezenými podmínkami pro pohyb cyklistů. V tomto regionu má klíčové zastoupení turisticko-rekreační účel cesty.

Území Zlínského kraje je lemováno velmi atraktivními turistickými oblastmi, kde za zmínku stojí Moravskoslezské Beskydy, Bílé Karpaty, Chřiby, Javorníky, Hostýnské, Vizovické nebo Vsetínské vrchy. Opomenout nelze ani nížiny kolem řeky Moravy, které se pyšní dobrými podmínkami pro vinařství. Všechny zmíněné oblasti jsou velmi zajímavé, tudíž i vhodné pro využití cykloturistiky.

Při využívání kola jako dopravního prostředku na nejkratších a nejbezpečnějších úsecích do zaměstnání nebo školy cyklista neprožívá dostatečný požitek z jízdy. Region v tomto případě nedisponuje kvalitními podmínkami pro tyto cesty. Komunikace určené pro cyklisty nejsou mnohdy propojené a někde nejsou ani vybudované. (Batková, 2004)

Současná síť dálkových a významných regionálních cyklotras je nedostačující z hlediska celkového pokrytí území i z hlediska kvality a návaznosti na ostatní cyklistické komunikace. S tím úzce souvisí zajištění celoroční údržby a opravy cyklistických tras, a to včetně jejich značení.

Rozvoj cyklistické dopravy je podporován zejména na místní a regionální úrovni prostřednictvím měst a obcí. Zajímavým způsobem, jak nalákat nové potencionální cykloturisty, je organizování různých akcí spojených s poznáváním přírody nebo místních zajímavostí. O jednotlivé akce je velký zájem, neboť cyklisté nejraději využívají jízdy malebnou krajinou, jsou fascinováni krásnými výhledy do kraje a čerpají sílu v lokalitách s čerstvým vzduchem.

## 8.2 Lokalizační a realizační faktory regionu Východní Morava

Tato kapitola definuje lokalizační faktory - přírodní a společenské atraktivity. Dále objasňuje realizační faktory - turistická suprastruktura, turistická a všeobecná infrastruktura.

### 8.2.1 Lokalizační faktory

Region Východní Morava je typický pro svou kopcovitou nebo hornatou část, kdy nejvyšší hřebeny leží směrem na východ k hranicím se Slovenskem a Moravskoslezským krajem. Na jihu regionu nalezneme Bílé Karpaty s nejvyšší horou Velká Javořina (970 m. n. m). Na ně navazují Javorníky s nejvyšším vrcholem Velký Javorník (1071 m. n. m). Následují Moravskoslezské Beskydy, kde se nachází i nejvyšší bod Zlínského kraje, kterým je Čertův Mlýn dosahující výšky 1205 m. n. m. Za zmínku stojí i Chříby s nejvyšším bodem Brdo, které leží 587 m. n. m. Region však tvoří i úrodné nížiny, mezi kterými vyčnívá Haná na Kroměřížsku nebo Slovácko na Uherskohradištsku. (Školní atlas světa, 2007)

Klimatické poměry jsou dány polohou České republiky v mírném pásu, který je typický střídáním čtyř ročních období. Souhrn srážek a průměrnou měsíční teplotu v roce 2015 zobrazuje následující tabulka.

Tabulka 8 - Souhrn srážek a průměrná měsíční teplota za rok 2015

<i>Souhrn srážek a průměrná měsíční teplota za rok 2015</i>												
Měsíc	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Úhrn srážek (mm)	67	33	49	31	61	35	43	94	53	29	67	18
Průměrná teplota (°C)	0,6	0,2	4,1	8,1	12,8	17	20,7	21,5	14,1	8,4	5,4	2,6

Zdroj: vlastní zpracování, ČHMÚ ©2016

Území regionu Východní Morava odvodňuje řeka Morava s přítoky Bečvy a Olšavy. Morava se vlévá do Dunaje, který její vody odvádí do Černého moře. Region však disponuje i vodními nádrži, rybníky, jezery a lomy. Za zmínku stojí přehradní nádrž Horní Bečva, jezero Na Stanoch, lom Kurovice, Otrokovický rybník (Bahňák) nebo slepé rameno řeky Moravy Pahrbeč v Napajedlech.

Ve Zlínském kraji se nachází i dvě chráněné krajinné oblasti zahrnující téměř 30% celého území – Beskydy a Bílé Karpaty. CHKO Bílé Karpaty jsou zařazeny mezi šest biosférických rezervací UNESCO v republice. V regionu najdeme i spoustu přírodních rezervací a památek – NPR Radhošť, NPR Razula, PP Rameno Moravy, PP Stonáček, PP Obora. (Chráněná území Zlínského kraje, © 2015)

V regionu Východní Morava jsou situovány i důležité společenské atraktivita. Památkou mezinárodního významu UNESCO je Arcibiskupský zámek, Podzámecká zahrada a Květná zahrada v Kroměříži. Národní kulturní památku představuje Bazilika Nanebevzetí Panny Marie a sv. Cyrila a Metoděje na Velehradě, Fojtství ve Velkých Karlovicích, Pustevny nebo Valašské muzeum v přírodě Rožnov pod Radhoštěm. Na území regionu se dále nachází tři vesnické památkové rezervace. Dvě z nich jsou v okolí Uherského Hradiště a jedná se o soubory vinohradnických staveb ve Vlčnově a Veletinách. Třetí vesnickou památkovou rezervací jsou Rymice, které leží mezi Kroměříží a Holešovem. Obec Rymice současně slouží jako skanzen lidové architektury. Dále ve Zlínském kraji nalezneme i tři vesnické památkové zóny, které jsou všechny umístěny v okrese Vsetín. Konkrétně se jedná o obce Kychová, Velké Karlovice - Podřatá a Zděchov. Region však nabízí i velké množství městských památkových zón, kdy za zmínku stojí Uherské Hradiště, Uherský Ostroh, Valašské Meziříčí nebo Napajedla. Masu návštěvníků láká poutní místo Hostýn, lázně Luhačovice nebo zoologická zahrada Lešná ve Zlíně. (Národní památkový ústav, © 2016; Lidová architektura, © 2000 – 2015)

Návštěvníci do regionu Východní Morava jezdí i za účelem návštěvy jednotlivých společenských, kulturních a sportovních akcí. Mezi nejvýznamnější akce regionu patří:

- ***Slovácké slavnosti vína a otevřených památek*** – prezentují bohatost a rozmanitost tradiční lidové kultury na Slovácku. Jejím dějištěm jsou každoročně otevřené historické památky královského města Uherského Hradiště. (Slovácké slavnosti vína a otevřených památek, © 2005 – 2016)
- ***Slovácká jízda králů*** – je známá národopisná lidová slavnost. Konkrétně jde o obřadní objížďku na koních s postavou krále oblečeného v ženském kroji, kterého doprovází družina chlapců na ozdobených koních a dvě pážata. (Jízda králů Vlčnov, © 2015)
- ***Dožínky Zlínského kraje*** – představují oslavu sklizně a velkou přehlídku rozmanitých lidových tradic z Hané, Valašska a Slovácka. Každoročně se konají v druhé polovině srpna v Kroměříži. (Dožínky Zlínského kraje, © 2016)
- ***Karlovský gastrofestival*** – se koná ve Velkých Karlovicích jako třídní akce. Jde o svátek všech labužníků a milovníků nejen valašské kuchyně. V minulém roce přilákal rekordních 39 000 hostů. (Karlovský gastrofestival, © 2016)

- **Barum Czech Rally Zlín** – je podnik seriálu Mistrovství Evropy v rallye. Letos se bude konat již XXXXVI. ročník. (Barum Czech Rally Zlín, © 2015)
- **Valachy Tour** – je unikátní seriál atraktivních závodů v různých disciplínách pro sportovce každého věku a kondice. (Valachy Tour, © 2013)
- **Bikemaraton Drásal** – zastřešuje Česká spořitelna a jedná se o nejkultovnější bikemaraton v České republice. (Bikemaraton Drásal, © 2016)
- **Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež** – pořádá společnost FILMFEST spolu se statutárním městem Zlín. Jedná se o největší a nejvýznamnější filmovou přehlídku svého druhu na světě. (Zlín Film Festival, © 2016)
- **Letní filmová škola Uherské Hradiště** – je největší nesoutěžní filmový festival v České republice. Každoročně se promítají filmy v sedmi sálech a dvou letních kinech. (LFŠ, © 2015)
- **Mezinárodní festival vojenských hudeb** – pořádá Armáda České republiky pod záštitou Ministerstva obrany ČR a městem Kroměříž. Festivalu vojenských hudeb se pravidelně účastní dechové orchestry ze zahraničí, Ústřední hudba AČR a VH Olomouc. (Mezinárodní festival vojenských hudeb, © 2016)
- **Vizovické trnkobraní** – letos oslaví 49 let od svého vzniku, kdy ho založili vizovičtí nadšenci, aby oslavili nejvýznamnější plod tohoto regionu – švestku a její tradiční oblíbený produkt – slivovici. Festival se vymyká z konkurence jiných velkých akcí zejména svou maximální žánrovou tolerancí. (Vizovické trnkobraní, © 2016)
- **Masters of rock** – je mezinárodní rockový festival pod otevřeným nebem, který organizuje společnost PRAGOKONCERT. Koná se v areálu likérky Rudolf Jelínek ve Vizovicích. Každoročně se ho zúčastní nejvíce zahraničních hvězd a česká hudební špička. (Masters of rock, © 2016)
- **Slavnosti piva Kamínka** – je hudební akce, která se každoročně koná nedaleko Kroměříže. Pravidelně láká velké množství kapel i diváků.
- **Holešovská Regata** – je festival pro celou rodinu v zahradách Zámku Holešov. Nejde pouze o muziku, ale i o zábavu a kulturní vyžití. (Holešovská Regata, © 2016)
- **Ad Camp** – je mezinárodní konference marketingu v turismu, která se každoročně koná v dubnovém termínu v Kongresovém centru ve Zlíně. (Ad Camp, © 2016)



### 8.2.2 Realizační faktory

Jak již bylo napsáno v úvodu této kapitoly, realizační faktory rozdělujeme do tří skupin, kterými jsou turistická suprastruktura, turistická infrastruktura a všeobecná infrastruktura.

#### Turistická suprastruktura

Turistickou suprastrukturu tvoří ubytovací a stravovací zařízení, čímž je zajištěn dlouhodobý pobyt turistů v dané destinaci a zároveň uspokojení jejich základních potřeb.

- **Ubytování**

Ubytovací služby patří mezi nejdůležitější služby cestovního ruchu. Jejich poskytování je předpokladem pro rozvoj pobytového cestovního ruchu, jelikož ubytovací zařízení poskytují účastníkům cestovního ruchu možnost dlouhodobého pobytu v dané destinaci. Následující tabulka uvádí počet hromadných ubytovacích zařízení, počet pokojů a počet lůžek v regionu Východní Morava.

Tabulka 9 - Kapacity hromadných ubytovacích zařízení regionu Východní Morava

<b><i>Kapacity hromadných ubytovacích zařízení v regionu Východní Morava</i></b>			
<b>Rok</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Celkový počet ubytovacích zařízení</b>	469	463	445
<b>Celkový počet pokojů</b>	10 430	10 117	10 058
<b>Celkový počet lůžek</b>	26 929	26 037	25 767

Zdroj: vlastní zpracování, ČSÚ © 2016

Kritéria pro ubytovací zařízení dle certifikace Cyklisté vítáni jsou následovné:

- možnost ubytování na jednu noc,
- nabídka energeticky vydatných snídaní s minimem tuků,
- možnost vyprání a usušení oblečení a výstroje,
- uzamykatelná místnost/boxy pro bezplatné uschování kol,
- poskytnutí základního nářadí pro jednoduché opravy kol,
- možnost umytí kola pomocí základního vybavení pro jeho mytí,
- lékárnička,
- informační tabule Cyklisté vítáni.

Doplňková nabídka pro ubytovací zařízení, kde povinností je nabízet minimálně tři položky ze seznamu, je následující:

- zajištění odvozu nebo přepravy zavazadel pro cyklisty,
- zprostředkování výpůjčky kvalitních kol,
- možnost zakoupení obědových balíčků,
- poskytnutí základních náhradních dílů pro kola,
- prodej cyklistických a turistických map okolí,
- nabídka doporučených jednodenních výletů na kole v okolí,
- seznam ubytovacích možností v regionu vhodných pro cyklisty,
- rezervační servis pro zajištění ubytování poskytující služby pro cyklisty,
- přístup na internet,
- cizojazyčné informační materiály,
- možnost dobíjení elektrokol. (Cyklisté vítání, © 2005 – 2016)

- ***Stravování***

Stejně jako ubytovací služby, tak i stravovací služby patří k nejvýznamnějším službám cestovního ruchu. Jejich cílem je uspokojování základních potřeb člověka, přispívání k zotavení a vytváření většího fondu volného času.

Kritéria pro stravovací zařízení dle certifikace Cyklisté vítání jsou následující:

- přizpůsobení nabídky nápojů potřebám cyklistů (aspoň jeden cyklonápoj),
- v nabídce aspoň jedno teplé a vegetariánské nesmažené jídlo,
- kvalitní, pokud možno zastřešené, odstavné místo pro kola v dohledu hosta,
- poskytnutí základního nářadí pro jednoduché opravy kol,
- lékárnička,
- informační tabule Cyklisté vítání. (Cyklisté vítání, © 2005 – 2016)

Doplňková nabídka pro stravovací zařízení, kde povinností je nabízet minimálně tři položky ze seznamu, je podobná jako v případě ubytovacích zařízení.

**Turistická infrastruktura**

Do turistické infrastruktury řadíme turistické informační kanceláře, cestovní kanceláře nebo agentury a ostatní poskytované služby – úschovy kol, servis kol, přeprava kol.

- ***Turistické informační kanceláře***

Výčet všech turistických informačních kanceláří v regionu Východní Morava je uveden v následující tabulce.

Tabulka 10 - Turistické informační kanceláře v regionu Východní Morava

<b><i>Turistické informační kanceláře v regionu Východní Morava</i></b>	
Městské informační centrum Holešov	573 395 344
IC Zvonice Soláň, Karolinka	571 644 027
Turistické informační centrum Kroměříž	573 321 408
Městské turistické a informační centrum Luhačovice	577 133 980
Městské informační centrum Napajedla	577 944 247
Turistické informační centrum Otrokovice	571 118 103
Turistické informační centrum Rožnov pod Radhoštěm	571 652 444
Městské informační centrum Uherské Hradiště	572 525 525
Městské informační centrum Uherský Brod	572 805 125
Informační centrum Přizámčí Uherský Ostroh	572 503 960
Městské informační centrum Valašské Klobouky	577 311 150
Informační centrum Valašské Meziříčí	571 684 558
Infocentrum Velehrad	571 110 538
Informační centrum Velké Karlovice	571 444 039
Informační centrum Vizovice	577 599 110
Turistické informační centrum pro Východní Slovácko	572 675 130
Turistické informační centrum Vsetín	575 755 144
Městské informační a turistické středisko Zlín	577 630 270

Zdroj: vlastní zpracování, A. T. I. C ČR ©2016

- ***Cestovní kanceláře a agentury***

V České republice je obrovské množství cestovních kanceláří a agentur, které mohou zájemci o cestovní ruch využít, z nichž spousta se zaměřuje na domácí cestovní ruch. Dle portálu [www.atlasck.cz](http://www.atlasck.cz) bylo zjištěno, že v regionu Východní Morava je celkem 44 cestovních kanceláří a agentur. Agentura je zde pouze jedna s názvem Inova Travel. Zbytek představují cestovní kanceláře. Výčet některých z nich uvádí následující tabulka.

Tabulka 11 - Cestovní kanceláře a agentury v regionu Východní Morava

<b><u>Cestovní kanceláře v regionu Východní Morava</u></b>	
CK PK	Divadelní 1333, 760 01 Zlín
Vítkovice Tours	Zarámí 90, 760 01 Zlín
Adria	Mariánské náměstí 200, 686 01 Uherské Hradiště
Zlín tour trips	Štefánikova 17, 760 01 Zlín
Alexandria	Hradební 52, 686 01 Uherské Hradiště
Exim Tours	Tyršovo nábřeží 5496, 760 01 Zlín
Firo-tour	Soudní 421, 760 01 Zlín
Fischer	Třída Tomáše Bati 481, 760 01 Zlín
Idea Service	náměstí Práce 2512, 760 01 Zlín
Invia.cz	Dlouhá 5136, 760 01 Zlín
Valaška	Mostní 99/10, 757 01 Valašské Meziříčí
Čedok	Kvítková 80, 760 01 Zlín
Wellness Tour	Zarámí 4077, 760 01 Zlín
Frčíme	Riegrovo náměstí 151/31, 767 01 Kroměříž
Blue Style	Náměstí Míru 174, 760 01
KM Travel	Velké náměstí 105/47, 767 01 Kroměříž
Marion Tour	Šafaříkova 184/1, 767 01 Kroměříž

Zdroj: vlastní zpracování, ATLAS CK © 2016

- **Přeprava kol**

Přeprava kol v České republice je realizována zejména prostřednictvím vlaků společnosti České dráhy. Cestující má možnost kolo přepravit jako spoluzavazadlo nebo s úschovou během přepravy. Přepravu kol jako spoluzavazadlo lze aplikovat ve všech vlakových soupravách ČD se symbolickým označením kola. Dále je tato přeprava povolena v osobních vlacích, spěšných vlacích, rychlících, rychlících vyšší kvality a expresech. V žádném případě nelze přepravovat jízdní kolo ve vlaku, kde je přeškrtnutý symbol kola. Jízdní doklady pro kola bez nutnosti rezervace místa se kupují ve vlaku. Ceny spoluzavazadel jsou nově určeny od ujetých kilometrů. Držitelé IN karty 100% mají spoluzavazadlo zdarma. Ve vlacích InterCity (IC), EuroCity (EC), SuperCity (SC) Pendolino je nutná rezervace místa pro jízdní kolo. Úschova během přepravy spočívá v tom, že cestující ukládá své jízdní kolo do služebního vozu nebo oddílu, kdy je pod dozorem průvodčího. Výhodou je, že kolo si nemusí sám celou cestu strážit. Ceny za přepravu jízdních kol využitím společnosti České Dráhy uvádí následující tabulka. (České dráhy, a. s., © 2009)

Tabulka 12 - Ceník přepravy spoluzavazadel společnosti České dráhy

<b><u>Ceník přepravy spoluzavazadel společnosti České dráhy</u></b>		
<b>Spoluzavazadlo</b>		
<b>Tarifní pásmo</b>	<b>Cena</b>	<b>Dětský kočárek pro spolucestující dítě</b>
1 – 50 km	30 Kč	zdarma
51 – 100 km	40 Kč	
101 – 150 km	50 Kč	
151 – 200 km	55 Kč	
201 – 250 km	60 Kč	
251 – 300 km	65 Kč	
301 – 350 km	70 Kč	
351 a více km	75 Kč	
<b>Úschova během přepravy</b>		
<b>Tarifní pásmo</b>	<b>Cena</b>	<b>Dětský kočárek pro spolucestující dítě</b>
jednorázové	10 Kč	zdarma

Zdroj: vlastní zpracování, České dráhy, a. s. © 2009

- **Úschova kol**

Společnost České dráhy nabízí svým klientům i možnost úschovy kol, a to na vybraných stanicích. Jízdní kolo předává zájemce o jeho úschovu zaměstnanci ČD, který mu vystaví doklad o převzetí kola do úschovy, se kterým si zákazník později kolo opět vyzvedne. Podmínky a ceny úschovy kol mohou být v každé stanici trochu rozdílné. V regionu Východní Morava lze jízdní kolo uschovat na následujících stanicích: Bystřice pod Hostýnem, Holešov, Hulín, Chropyně, Kroměříž, Luhačovice, Otrokovice, Rožnov pod Radhoštěm, Staré Město u Uherského Hradiště, Uherské Hradiště, Valašské Meziříčí, Vsetín a v neposlední řadě Zlín. (České dráhy, a. s., © 2009)

- **Servis kol**

Cykloservisů v regionu Východní Morava je opravdu nespočet. Pro účastníky cestovního ruchu hrají obrovský význam, protože ne vždy je cyklista schopen kolo opravit svou vlastní vůlí a prací. Navíc většina z nich nabízí i prodej cyklistických potřeb nebo součástek a doplňků. Servis jízdních kol se v dnešní době nachází v každém městě. Cykloservisy se však stávají součástí i menších obcí, jelikož cykloturistika se mnohem více rozvíjí a cyklisté mnohdy projíždí právě zmíněnými malými obcemi.

### Všeobecná infrastruktura

Doprava je nezbytnou službou v cestovním ruchu, jelikož zprostředkovává příjezd účastníků cestovního ruchu do dané destinace, a to včetně pohybu účastníka v destinaci. Řadíme sem silniční dopravu, železniční dopravu, vodní dopravu, leteckou dopravu a cyklistickou dopravu v podobě cyklostezek nebo dálkových cyklotras.

- **Silniční doprava**

Region Východní Morava, tedy Zlínský kraj, spravuje pomocí své příspěvkové organizace Ředitelství silnic Zlínského kraje celkem 1 767 km silnic II. a III. třídy, a to včetně 714 mostů a mostků, které jsou jejich součástí. Z výše uvedeného vyplývá, že tato příspěvková organizace se stará o průběžnou modernizaci, dílčí opravy i zimní údržbu těchto komunikací a staveb. Kraj mimo jiné zajišťuje i veřejnou dopravu pro své obyvatele, kdy ve spolupráci se společností Koordinátor veřejné dopravy Zlínského kraje navrhuje jízdní řády a postupně buduje systém takovým způsobem, aby byla zaručena maximální efektivita, návaznost spojů a další parametry pohodlného cestování. (Zlínský kraj, ©2016)

Cyklobusy – v regionu Východní Morava nabízí cyklistům možnost využít služeb přepravy do vzdálenějších cyklistických oblastí.

- **Valašský cyklobus** – jezdí pravidelně každou sobotu, neděli a svátek v době od května do října. Od roku 2004 jezdí ve zmíněném období linka z Rožnova pod Radhoštěm, která byla v následujících letech rozšířena o cyklobusy ze Vsetína, Zlína a Valašského Meziříčí. (Valašský cyklobus, © 2016)
- **Cyklobus Hostýnské vrchy** – jezdí od 1. května do 3. října každou sobotu a neděli. Od 1. července do 27. srpna je cyklistům nabízena možnost využití cyklobusy i každou středu, čtvrtek a pátek. Přepravu zajišťuje firma Krodos, která nabízí tři linky:
  - Kroměříž - Bystřička přehrada,
  - Bystřička přehrada – Tesák,
  - Kroměříž – Stupava. (iVelo, © 2000 – 2011)

- ***Železniční doprava***

Železnice ve Zlínském kraji plní nezastupitelnou úlohu v dopravní obslužnosti, a to zejména jako páteřní doprava. Celkem je zajištěna přeprava osob na 12 tratích o celkové délce 359 km, kde je obsluhováno 116 železničních stanic a zastávek. Prochází zde II. železniční koridor Ostrava – Břeclav s další návazností na I. a III. železniční koridor, čímž je zajištěno přímé vlakové spojení s Prahou, Brnem, Olomoucí a Ostravou. Přes území Zlínského kraje dále projíždí přímé mezinárodní vlaky na Slovensko nebo z Polska do Rakouska. Společnost České dráhy vypraví v kraji v období platnosti jízdního řádu 2015/2016 v pracovní dny průměrně 489 regionálních spojů a přes víkendy v průměru 364 spojů, což představuje průměrně 453 vlaků denně. (České dráhy, a. s., © 2009)

- ***Vodní doprava***

Bařův kanál je historickou vodní cestou, která byla realizována již v 30. letech 20. století pro zvýšení hladin spodních vod, závlahy a plavbu. Jeho délka byla 50 km a spojoval Otrokovice s Rohatcem. Plavební kanál je veden po řece Moravě a po nově vykopaném umělém korytě, které se odděluje od řeky ve Spytihněvi a znovu se napojuje na řeku ve Starém Městě. Ve Veselí se kanál opět odděluje, aby se ve Vnorovech unikátním způsobem s řekou křížil a pokračoval dále do Rohatce. V současnosti je vnitrozemský průplav využíván pro potřeby turistiky. (Bařův kanál, © 2016)

- ***Cyklistická doprava***

Cyklistická doprava se v regionu Východní Morava neustále rozvíjí, protože roste zájem o aktivní cestovní ruch prostřednictvím využití jízdního kola.

Zlínem a jeho přílehlým okolím vede nadregionální cykloturistická trasa č. 471 - z Otrokovic do Zádveří. Cykloturistická trasa č. 5067 prochází údolím Fryštáckého potoka přes Kostelec kolem lázní a končí v ZOO Zlín. Ostatní cyklotrasy jsou vyznačeny ukazateli a vedou po méně vytížených místních a účelových komunikacích. Nejvíce cyklotras je situováno jižním směrem, kde se nachází Přírodní park Želechovické paseky, dále Horní Paseky, Klučenov, vodní nádrž Ludkovice a další směrem přes Salaš až k Napajedlům. Na severu regionu jsou cyklotrasy značeny ukazateli zejména po málo frekventovaných silnicích II. třídy, tedy ze Slušovic do Fryštáku a z Fryštáku na Kašavu.

### 8.3 SWOT analýza cykloturistiky regionu Východní Morava

<b><i>SWOT analýza cykloturistiky v regionu Východní Morava</i></b>	
<b>Silné stránky (STRENGTHS)</b>	<b>Slabé stránky (WEAKNESSES)</b>
Přírodní a společenské atraktivita	Málo ubytovacích zařízení – Cyklisté vítání
Historické a technické památky	Málo stravovacích zařízení – Cyklisté vítání
Zvyky, tradice, události	Nedostatek odpočívadel na cyklostezkách
Chráněné krajinné oblasti v regionu	Nedostatek informačních turistických map
Rozmanitý terén regionu	Nedostatek laviček
Kvalita ovzduší v regionu	Nedostatek odpadkových košů
Zájem kraje o výstavbu cyklostezek	Některé cyklotrasy nesjízdné
Cyklobusy fungující v regionu	
Cykloturistika se stává trendem regionu	
Kvalita cyklostezek (např. Bečva)	
Trasa EuroVelo a dálkové cyklotrasy	
Cyklostezka Otrokovice - Zlín	
<b>Příležitosti (OPPORTUNITIES)</b>	<b>Hrozby (THREATS)</b>
Levná doprava do školy a zaměstnání	Konkurence v ostatních regionech a krajích
Aktivní styl života (péče o své zdraví)	Narušování bezpečnosti chodců
Zisk dotací na rozvoj cykloturistiky	Horší nabídka ubytovacích služeb
Čerpání finančních zdrojů od EU	Nedostatečně zajištěné služby úschovy kol
Rozvoj CR a sezónního podnikání	
Propagace služeb cykloturistiky	
Spolupráce s ostatními regiony a kraji	



## 8.4 Možnosti cykloturistiky regionu Východní Morava

Region Východní Morava, pod kterým se mimo jiné označuje Zlínský kraj, nabízí cyklistům více jak 60 cyklotras a cykloturistických tras. Síť cyklistických tras je však dosti nerovnoměrná, ve špatném stavu nebo jsou vedeny po frekventovaných pozemních komunikacích. Jejich stav se však postupem času zlepšuje. Za zmínku stojí následující cyklotipy, které jsou zveřejněny i na portálu regionu Východní Morava: ([www.vmnakole.cz](http://www.vmnakole.cz), ©2016)

- **Malý okruh do Chřibů** – startuje v Otrokovicích a vede přes Novou Dědinu, Kostelany, Bunč, Brdo, Salaš, Velehrad a končí ve Starém Městě. Délka trasy je 45 kilometrů a její obtížnost je těžká.
- **Značená cyklotrasa Otrokovice – Zlín – Vizovice** – začíná v Otrokovicích, dále pokračuje do Zlína – Malenovice, Louky, Prštné, Čepkov, Bartošova čtvrť, Příluky a Lužkovice, odtud vede do Želechovic nad Dřevnicí, do Lípy, do Zádvěřic a končí ve Vizovicích. Trasa má 31 kilometrů a náročně je velmi lehká.
- **Luhačovický okruh přes Komonec** – je trasa vedoucí přes Luhačovice, Biskupice, Horní Dvůr, Řetečov, Komonec, Pozlovice až k Luhačovické přehradě. Celý okruh dosahuje 29 kilometrů a celkové stoupání představuje 550 výškových metrů. Trasa je vhodná pro horská kola a v suchém počasí i pro trekkingová kola. Obtížnost trasy se udává jako lehká.
- **Ze Zlína na hrad Malenovice** – je další turisticky atraktivní trasou, jejíž start je umístěn ve Zlíně a pokračuje přes Lužkovice, Želechovice nad Dřevnicí, Pindulu, Březnici, Kudlov a Malenovice. Cíl cyklovýletu se nachází opět ve městě Zlín. Celková délka trasy nepřesahuje 40 kilometrů. Náročnost trasy dosahuje lehké obtížnosti.
- **Hostýnská magistrála** – má začátek v Bystřici pod Hostýnem, odkud vede na Svatý Hostýn, Tesák, Troják, Lázy, Podolí, Loučku, Polici, Branky a končí ve Valašském Meziříčí. Hostýnská magistrála je u cykloturistů velmi oblíbená a měří celkových 40 kilometrů. Náročnost trasy je podobná jako v případě luhačovického okruhu.
- **Do vsetínské bikeareny** – je cyklotip startující ve Vsetíně. Jedná se o okruh vedoucí po modré cyklotrase č. 6121. Vede k arboretu v Semetíně a odtud do Bike arény ve Vsetíně. Trasa měří 25 kilometrů a její převýšení je 636 výškových metrů.

- **Cyklostezka Bečva – Velké Karlovice – Valašské Meziříčí** – začíná ve Velkých Karlovicích a dále pokračuje přes Karolinku, Hovězí, Janovou, Vsetín, Pržno až do Valašského Meziříčí. Trasa je dlouhá 52 kilometrů a její náročnost je lehká.
- **Valašská podkova** – je oproti všem výše zmíněným cyklotipům poněkud delší, neboť její vzdálenost představuje až 95 kilometrů. Průběh trasy je následovný: Vsetín, Vsacký Cáb, Lušovka, Vsacká Tanečnice, sedlo Soláň, Kotlová, Benešky, Polana, Třeštín, Bumbálka, U Tabulí, Lemešná, sedlo pod Hričovcem, Butorky, Velký Javorník, Gežovské sedlo, Strateneč, Bukovina, Malý Javorník, Portáš, Kohútka, Krkostěna, Papajské sedlo, Huslenky, Janová a Vsetín. Trasa je velmi náročná.
- **Napříč Bílými Karpaty** – je cyklovýlet, který cyklisté zahajují v Brumově. Dále projíždí Bylnici, Popov, Štítnou nad Vláří, Hostětín, Pitín, Žitkovou, Starý Hrozenkov, Vyškovec, Lopeník, Březovou, Strání a končí v Horním Němčí. Jedná se o velmi náročnou trasu v celkové délce 85 kilometrů.
- **Ze Zlína k poutnímu místu Maleniska u Provodova** – je okruh, který začíná ve Zlíně, konkrétně ve čtvrti Podvesná. Přes Jaroslavice, Pindulu, Klenčov, Provodov, Malenisko a Želechovice nad Dřevnicí se opět vrací do Zlína. Trasa je dlouhá 40 kilometrů a cyklisté ji označují jako těžkou.
- **Značená cyklotrasa Otrokovice – Koryčany** – přechází přes pohoří Chříby. Trasa začíná v Otrokovicích a končí v Nemoticích. Cyklisté během jízdy jedou přes Žlutavu, Novou Dědinu, Kostelany, Bunč, Salaš, Staré Hutě, Stupavu a Koryčany. Délka trasy dosahuje 47 kilometrů a je středně obtížná.
- **Beskydsko-karpatská magistrála** – je značená dálková cyklotrasa propojující Moravskoslezské Beskydy a Bílé Karpaty. Celková délka je 176 kilometrů a charakterizuje ji těžká náročnost. Dálková cyklotrasa startuje v Ostravici, dále vede přes Pustevny, Rožnov pod Radhoštěm, Vsetín, Vizovice, Loučku, Slavičín, Pitín, Žitkovou, Mikulčín vrch, Lopeník, Strání až na Javorník.

Všechny výše uvedené možnosti cykloturistiky jsou pouhým výčtem z mnoha dalších cyklotipů, které nabízí Centrála cestovního ruchu regionu Východní Morava. Zvoleny byly cyklovýlety, které vedou okolo míst, kde vedou i rychlostní zkoušky Barum Czech Rally Zlín. S BCRZ souvisí i projekt nového produktu cykloturistiky, který bude vypracován v projektové části diplomové práce.

## 9 ANALÝZA PODOBNÉHO TYPU PRODUKTU

Následující kapitola je věnována srovnání produktů cykloturistiky dle jednotlivých kritérií.

### 9.1 Srovnávací kritérium – Lokalita

Důležitým srovnávacím kritériem je lokalita, ve které se daný produkt cykloturistiky odehrává. Oblast musí disponovat různými podmínkami, aby se cyklistický produkt mohl vůbec realizovat. Další důležitou podmínkou je dostupnost a propagace destinace.

Tabulka 13 - Lokalita produktu cykloturistiky

<i><u>Lokalita produktu cykloturistiky</u></i>			
Produkt:	Po stopách Policie Modrava	Po stopách blanických rytířů	Po stopách císaře Napoleona
<b>Lokalita:</b>			
<b>Kraj</b>	Plzeňský	Středočeský	Jihomoravský
<b>Okres</b>	Klatovy	Benešov	Brno - venkov

Zdroj: vlastní zpracování

Z následující tabulky lze vyčíst, že produkty cykloturistiky jsou populární na celém území České republiky. Využití jednotlivého cyklovýletu může záviset i na profilu dané destinace, kdy finální destinace disponuje velkým potencionálem z hlediska cestovního ruchu. Příkladem může být město Brno, které přitahuje návštěvníky svou rozmanitostí služeb nebo jeho dostupností. Dalším příkladem je okres Klatovy, který je významný pro své přírodní atraktivity.

### 9.2 Srovnávací kritérium – Demografie

Velikost populace jednotlivého kraje může mít velký vliv na účast daného cykloturistického produktu. V následujících dvou tabulkách je uveden celkový počet obyvatel a věková struktura obyvatel.

Tabulka 14 - Demografie jednotlivých krajů

<i><u>Demografie jednotlivých krajů</u></i>			
Produkt:	Plzeňský kraj	Středočeský kraj	Jihomoravský kraj
<b>Počet obyvatel:</b>			
<b>Kraj</b>	575 123	1 326 876	1 172 853
<b>Okres</b>	86 859	96 718	213 149

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka 15 - Věková struktura obyvatelstva jednotlivých krajů

<b><i>Věková struktura obyvatelstva jednotlivých krajů</i></b>			
Produkt: Věková skupina:	Plzeňský kraj	Středočeský kraj	Jihomoravský kraj
<b>Méně než 15 let</b>	80 000 (14,7%)	210 000 (16,5%)	170 000 (14,8%)
<b>15 – 64 let</b>	390 000 (67,5%)	880 000 (67,2%)	790 000 (67,5%)
<b>Nad 65 let</b>	100 000 (17,9%)	210 000 (16,3%)	210 000 (17,8%)

Zdroj: vlastní zpracování, © ČSÚ 2016

Podle srovnání počtu obyvatel v jednotlivých krajích zaujímá první místo Středočeský kraj s nejvyšším počtem 1 326 876 obyvatel, což je výborný předpoklad pro návštěvnost a využití produktu cykloturistiky v dané lokalitě. Na druhém místě se nachází Jihomoravský kraj, který má o 153 147 obyvatel méně než Středočeský kraj. Jihomoravský kraj však dominuje v počtu obyvatel okresu, kde se produkt cykloturistiky odehrává. Populace má vliv na návštěvnost turistické akce. To však nemusí znamenat, že se jedná o klíčový faktor, který je zárukou vysoké návštěvnosti.

Ve všech uvedených krajích má největší zastoupení věková skupina od 15 do 64 let, která zaujímá přes 67% z celkového počtu obyvatel. Z toho vyplývá, že nejpočetnější skupinou navštěvující zvolený produkt cykloturistiky budou rodiny s dětmi nebo mladá generace.

### 9.3 Srovnávací kritérium – Možnosti cykloturistiky

V následující tabulce jsou charakterizovány možnosti cykloturistiky ve formě cyklotipů jednotlivých krajů. Tabulka dále zahrnuje počet ubytovacích a stravovacích zařízení, které jsou certifikovány kvalitou služeb v podobě projektu Cyklisté vítání.

Tabulka 16 - Možnosti cykloturistiky jednotlivých krajů

<b><i>Možnosti cykloturistiky jednotlivých krajů</i></b>			
Produkt: Druh cyklotipu:	Plzeňský kraj	Středočeský kraj	Jihomoravský kraj
<b>Cyklotip - tematický produkt</b>	10 (356 km)	9 (747 km)	11 (532 km)
<b>Cyklotip – rodiny s dětmi</b>	1 (15 km)	4 (133 km)	4 (162 km)
<b>Cyklotip – terénní produkt</b>	1 (63 km)	1 (55 km)	1 (50 km)
<b>Celkový počet kilometrů</b>	434 km	935 km	744 km
<b>Možnost využití Bike parku</b>	ANO (Špičák)	ANO (Moninec)	NE
<b>Počet zařízení Cyklisté vítání</b>	45	137	267

Zdroj: vlastní zpracování, © Česko jede 2011 – 2014

Z tabulky lze vyčíst, že Středočeský kraj cyklistům nabízí možnost využití 12 cyklotipů, při kterých mohou urazit nejdelší vzdálenost – 935 km. Hned za Středočeským krajem je Jihomoravský kraj s celkovou délkou 744 km. Plzeňský kraj a Středočeský kraj na rozdíl od kraje Jihomoravského disponují možnostmi využít služby bike parku. Nicméně Jihomoravský kraj nabízí cyklistům více zařízení certifikovaných projektem Cyklisté vítáni.

#### 9.4 Srovnávací kritérium – Charakteristika trasy produktu

Dalším srovnávacím kritériem je délka trasy, její náročnost, typ cesty a typ kola, který se nejvíce hodí k absolvování daného produktu cykloturistiky. Veškerá uvedená kritéria uvádí následující tabulka.

Tabulka 17 - Charakteristika trasy produktu

<b><u>Charakteristika trasy produktu</u></b>			
Produkt: <b>Charakteristika:</b>	Po stopách Policie Modrava	Po stopách blanických rytířů	Po stopách císaře Napoleona
<b>Délka trasy</b>	25 km	25 km	37 km
<b>Náročnost trasy</b>	Střední	Střední	Střední
<b>Celkové stoupání</b>	655 m	X	418 m
<b>Celkové klesání</b>	657 m	X	418 m
<b>Typ cesty</b>	Asfalt, hlína	Asfalt, hlína	Asfalt, hlína, šotolina
<b>Vhodný typ kola</b>	Trekking/Horské	Trekking/Horské	Trekking/Cross

Zdroj: vlastní zpracování

Všechny tři cykloturistické produkty jsou pro cyklisty středně náročné. Nejdelší trasou je produkt s názvem Po stopách císaře Napoleona, který má celkových 37 km a je sjízdný i na crossovém kole. Zbývající dva cykloprodukty jsou přibližně stejně dlouhé. Jako nejvhodnější typ kola se jeví trekkingové kolo nebo horské kolo. Typ cesty je u všech zmíněných produktů velmi podobný.

#### 9.5 Srovnávací kritérium – Cílová skupina

Cílovou skupinu jednotlivých cykloturistických produktů nelze konkrétně vyjádřit, neboť se větví do několika skupin. První skupinou mohou být rodiny s dětmi, které se snaží aktivně a efektivně využít svůj volný čas. Další skupinu představují nároční cyklisté, kteří vyžadují kvalitní podmínky pro cykloturistiku. Třetí skupinou mohou být cyklisté, kteří se během jízdy soustředí na objevování krásy přírody nebo památek daného regionu.

## 9.6 Srovnávací kritérium – Vazba produktu na jinou akci

Jednotlivé cykloturistické produkty se od sebe dále liší vazbou na jinou akci, historii, kulturní památku nebo jinou atraktivitu. Každý z těchto produktů využívá jiný prostředek, jak přilákat co nejvíce návštěvníků.

### 9.6.1 Po stopách Policie Modrava

Oblíbený televizní seriál Policie Modrava přilákal na šumavské pláne nespočet cyklistů. Policejní sérii se podařilo zpropagovat Národní park Šumava a celý klatovský a prachatický okres. Pro zájemce jsou připraveny dva možné způsoby absolvování zmíněné trasy, a to menší pěší okruh nebo delší cyklistický okruh. Celá trasa lze zhlédnout prostřednictvím videa na portálu [www.livetouring.com](http://www.livetouring.com), které bylo natočeno kamerou GoPro ze sedla horského kola. Návštěvníci si tedy mohou dopředu naplánovat trasu tak, aby navštívili všechna místa, která se objevila v seriálu Policie Modrava a která je zajímají. (Po stopách Policie Modrava, © 2015)

### 9.6.2 Po stopách blanických rytířů

Kraj blanických rytířů (Podblanicko) je místem, které se vyznačuje přírodními krásami a bohatou minulostí. V srdci kraje ční zalesněné dvojvrší Velkého a Malého Blaníku, podle kterého nese kraj i své jméno. Nová cyklotrasa nabízí cyklistům navštívit nejkrásnější místa kolem Blaníku. Kolem této bájně hory lze projet cyklotrasou, na které jsou umístěny odpočívadla a informační tabule s legendami o blanických rytířích. V kondrácké ubytovně mohou zájemci o cykloprodukt využít služeb půjčovny kol nebo servisu kol. Na vrcholku Velkého Blaníku dnes stojí rozhledna, která nabízí návštěvníkům romantický pohled na zdejší krajinu a také se zde nacházejí i pozůstatky keltského hradiště, jehož historie se datuje do 5. století před naším letopočtem. Velký Blaník je však znám zejména pro svou pověst o spícím vojsku, jejíž kořeny sahají do 15. století. V 19. století se pověst stala jedním z českých národních symbolů. Kraj cyklisty dále upoutá svými městečky, vesnicemi a samotami, ve kterých jsou umístěny drobné sakrální objekty, kapličky, křížky nebo zvoničky. Každoročně se zde koná akce s názvem Blanický cyklorytíř, která zahajuje cyklistickou sezónu a cyklistům nabízí dvě cyklotrasy – pro náročné cyklisty (32 km) a pro rodiny s dětmi (10 km). Pro všechny účastníky tohoto cyklistického eventů, kteří zdárně dorazí do cíle, je připraven pamětní list a pravým blanickým rytířem budou pasováni na cyklorytíře. (Po stopách blanických rytířů, ©2015)

### 9.6.3 Po stopách císaře Napoleona

Cyklistický produkt s názvem Po stopách císaře Napoleona se odehrává v Jihomoravském kraji, konkrétně v Brně – venkov. Produkt je spojován se známými i méně známými památkami bitvy Tří císařů u Slavkova, kde Napoleon uštědřil porážku rakouskému císaři Františku I. a ruskému caru Alexandrovi I. Jako průvodce na cestě slouží návštěvníkům památky spojené s uvedenou bitvou, přátelští obyvatelé regionu nebo legenda o stále neobjeveném ruském pokladu. Bitva významně zasáhla do života zdejších obyvatel a její konání dodnes připomínají nejen desítky pomníčků, ale i živé vzpomínkové akce a nápadně častá francouzská příjmení.

Okruh císaře Napoleona vede po silnicích i polních cestách a v roce 2010 byl částečně vyznačen dopravním značením se symbolem N. Průběh trasy je následující – Šlapanice, Poneřovice, Kobylnice, Sokolnice, Telnice, Žatčany, Sokolnice, Mohyla míru, Práce, Blažovice, Tvarožná, Santon, Žuráň a Šlapanice.

Na trase jsou umístěny zajímavé body, u kterých je vždy uvedena informační legenda, která poukazuje na nejvýznamnější okamžiky bitvy. Mezi tyto zajímavé body řadíme:

- **Šlapanice** – muzeum (dříve scholasterie) se sochou sv. Floriána z 18. století, nová kašna Spirála života nebo kostel Nanebevzetí P. Marie,
- **Kobylnice** – tabule s textem o situaci v době slavkovské bitvy,
- **Sokolnice** – zámek, sýpka a smírčí kříž v ulici Pod Stráží,
- **Telnice** – původně románský kostel sv. Jana Křtitele, památník I. světové války a informační tabule s popisem bojů roku 1805,
- **Žatčany** – hráz bývalých rybníků, zazděné dělové koule ve štítu bývalého mlýna na hrázi, kostel Nejsvětější Trojice a kaple sv. Máří Magdalény,
- **Pracký kopec** – Mohyla míru: expozice bitvy Tří císařů,
- **Práce** – kostel sv. Kříže, jehož věž sloužila v době války jako pozorovatelná Rusů,
- **Blažovice** – kovárna a dělové koule,
- **Tvarožná** – kopie děla a Kosmákův kříž (hrob vojáků),
- **Santon** – výhled a památné místo,
- **Žuráň** – výhled a památné místo. (Po stopách císaře Napoleona, © 2010-2016)

## 10 ZHODNOCENÍ ANALYTICKÉ ČÁSTI

Cílem této části diplomové práce bylo analyzovat doplňkové služby Barum Czech Rally Zlín, cykloturistiku v regionu Východní Morava a produkty podobného typu.

Na začátku analytické části je představen automobilový podnik Barum Czech Rally Zlín, a to včetně její historie, pořádající organizace a přínosů, které přináší Zlínskému kraji.

Další kapitola analytické části (**číslo 7**) se zaměřuje na analýzu doplňkových služeb Barum Czech Rally Zlín, ze kterých vyplývá, že organizátoři této populární evropské automobilové soutěže každoročně přichází s novými nápady, jak evropský podnik v rally ještě více nabídnout veřejnosti a zapojit do něj široké spektrum partnerů. Společnost Czech rallye navíc každoročně slaví se svými kampaněmi a projekty obrovské úspěchy, a to nejen z ekonomického hlediska. Realizované projekty a kampaně dále pokračují ve svém působení a nově se přihlásili organizace, které chtějí jednotlivé akce ještě více rozvíjet a propagovat.

Následující kapitola analytické části (**číslo 8**) je zaměřena na analýzu cykloturistiky v regionu Východní Morava. Konkrétně se tato kapitola věnuje charakteristice lokalizačních a realizačních faktorů regionu Východní Morava. Z analýzy lokalizačních faktorů (**viz 8.2.1**) bylo zjištěno, že přírodní podmínky regionu jsou pro cykloturistiku vyhovující, jelikož region je typický svou různorodostí reliéfu i klimatickými poměry. Dále bylo zjištěno, že v mnoha místech regionu se každoročně konají velké společenské akce, které pravidelně lákají do Zlínského kraje obrovské množství návštěvníků, což má vliv na ekonomický růst oblasti a rozvoj cestovního ruchu. Analýza realizačních faktorů (**viz 8.2.2**) byla rozdělena do tří částí – turistická suprastruktura, turistická infrastruktura a všeobecná infrastruktura. Turistická suprastruktura se věnuje rozboru ubytovacích a stravovacích zařízení v regionu Východní Morava. Bylo v ní zjištěno, že každoročně klesá počet ubytovacích zařízení, a to včetně počtu nabízených pokojů a lůžek. Analýza turistické infrastruktury se zaměřila zejména na charakteristiku doplňkových služeb, kterými jsou turistické informační kanceláře, cestovní kanceláře a agentury, přeprava kol, úschova kol nebo servis kol. Z výše uvedeného vyplynulo, že jediným problémem může být úschova kol, která není tolik rozšířená v tomto regionu. Následně byla vyhotovena SWOT analýza cykloturistiky v regionu Východní Morava (**viz 8.3**). Mezi slabé stránky patří nedostatek ubytovacích a stravovacích zařízení s certifikací Cyklisté vítání, málo odpočívadel na cyklostezkách a informačních map podél cyklostezek a v poslední řadě i nedostatek odpočívadel, laviček a odpadko-



vých košů pro cyklisty. Největší hrozby představuje konkurence v ostatních regionech a krajích, narušování bezpečnosti chodců, horší nabídka ubytovacích služeb a nedostatečné zajištění služby úschovy kol. Naopak jako příležitosti lze považovat aktivní styl života obyvatel, zisk dotací na rozvoj cykloturistiky, čerpání finančních zdrojů od Evropské unie, propagace služeb cykloturistiky nebo spolupráce s ostatními regiony a kraji. Poslední podkapitola této části (**viz 8.4**) je věnována rozboru možností cykloturistiky v regionu Východní Morava, a to ve formě cyklotipů a cyklovýletů, kterých daný region nabízí opravdu hojné množství.

Poslední kapitolou (**číslo 9**) analytické části diplomové práce je analýza podobného typu produktu, kde jsou analyzovány tři vybrané produkty cykloturistiky na území České republiky pomocí stanovených kritérií. Prvním srovnávacím kritériem byla lokalita (**viz 9.1**), kde se produkt odehrává. Dalším byla demografie kraje a okresu (**viz 9.2**), a to včetně věkové struktury. Možnosti cykloturistiky (**viz 9.3**) popsaly množství cyklotipů, celkový počet využitelných kilometrů a celkový počet zařízení s certifikací Cyklisté vítáni v jednotlivém kraji. Následovala analýza dle charakteristiky trasy (**viz 9.4**), tedy délky trasy, její náročnosti, typu trasy a typu kola. Dalším srovnávacím kritériem byla cílová skupina (**viz 9.5**). Poslední srovnávací kritérium souvisí s vazbou produktu na jinou akci, historii, památku nebo jinou atraktivitu (**viz 9.6**). Z kritériální analýzy (**kapitola 9**) bylo zjištěno, že veškeré aspekty mají vliv na správný chod cykloproduktu. Některá kritéria ho ovlivňují více, jiné naopak méně, nicméně pořád jsou pro jeho chod a rozvoj nezbytnou součástí.

Závěrem lze říci, že projekt nového produktu cykloturistiky v Regionu Východní Morava by měl být pro Zlínský kraj přínosem, neboť veškeré podmínky pro cykloturistiku v regionu jsou přijatelné (**viz kapitola 8**) a cyklisté prahnou po novinkách v cestovním ruchu (**viz kapitola 9**). Příkladem je právě zavedení produktu s názvem Po stopách Policie Modrava (**viz 9.6.1**), který přilákal do destinace opravdu velké množství návštěvníků a je velmi podobný produktu, který bude vypracován v následující části diplomové práce. Cykloturistika se v momentální době velmi rozvíjí a milovníci jedné stopy rádi využívají nových příležitostí, které jsou spojeny s jinou společenskou atraktivitou, památkou nebo historií. Právě proto by měl nový produkt cykloturistiky v regionu Východní Morava nabídnout cyklistům ještě lepší podmínky, které nenabízí ani jeden z analyzovaných produktů této diplomové práce.

## 11 PROJEKT NOVÉHO PRODUKTU CYKLOTURISTIKY REGIONU VÝCHODNÍ MORAVA

Cílem projektové části je vytvoření projektu nového produktu cykloturistiky v regionu Východní Morava, který úzce souvisí se zlínským podnikem seriálu Mistrovství Evropy v rally – Barum Czech Rally Zlín.

### 11.1 Charakteristika a cíle projektu

Následující kapitola se zaměří na obecnou charakteristiku projektu, dále vysvětlí důvod realizace projektu a v neposlední řadě vytyčí cíle projektu.

#### 11.1.1 Popis projektu

Nový produkt cykloturistiky regionu Východní Morava se skládá ze dvou pilířů. Prvním je vytvoření cyklotras, které povedou po rychlostních zkouškách evropsky známé Barum Czech Rally Zlín a cyklisté budou moci využít trasy produktu po dobu celého roku, tedy v případě příznivého počasí. Tato varianta bude mít název „*Ve stopách Barum Czech Rally Zlín*“.

Další možností je vytvoření cyklistického eventů s názvem „*Tour de Barum Rally*“, který by se měl konat před zahájením samotné soutěže. V tomto případě se bude jednat o kratší trať, kterou budou moci zájemci absolvovat během jednoho dne i s profesionálními jezdci nebo slavnými osobnostmi. Akce bude doplněna o celodenní kulturně-společenský program a jejím hlavním cílem bude před konáním BCRZ přilákat co nejvíce lidí.

Výhodou tohoto nového cyklistického produktu je určení pro více cílových skupin. Dále se může pyšnit vysokou atraktivitou, neboť vede po tratích rychlostních zkoušek největšího rallyového podniku v České republice a významné evropské soutěže v rally. Podél celé trasy budou instalovány informační tabule, které cyklisty budou informovat o důležitých faktech všech ročníků BCRZ. Cyklisté budou vlastnit jízdní výkaz, do kterého budou sbírat razítka o absolvování dané rychlostní zkoušky. Trasa cykloproduktu je velmi rozmanitá.

Příprava realizace projektu je rozdělena na dílčí fáze, ve kterých budou definovány konkrétní činnosti související s cílovými skupinami, místy realizace nového produktu cykloturistiky, možnostmi dopravy, ubytování a stravování nebo návrhem marketingové komunikace. V závěru projektové části bude vyhotoveno ekonomické zhodnocení projektu včetně analýzy rizik, která by měla rozpoznat potenciální hrozby a eliminovat jejich dopady.

### 11.1.2 Důvod realizace projektu

Existuje mnoho důvodů realizace projektu nového produktu cykloturistiky v regionu Východní Morava. Hlavním důvodem je úspěšné zpropagování Barum Czech Rally Zlín během celého roku a přilákání nových potencionálních fanoušků rally, a to prostřednictvím poznání tratí, po kterých se tato soutěž každoročně již několik let jezdí. Z ekonomického hlediska se jeví produkt pro region jako přínosný, jelikož cykloturisté budou využívat ubytovacích, stravovacích a doplňkových služeb. Dalším důvodem je absence produktů tohoto typu na území celého Zlínského kraje i jeho blízkého okolí. Velkou příležitostí je bezesporu fakt, že mnoho lidí v dnešní době vykonává sedavé povolání a proto se dobrovolně vzdává klasické pobytové dovolené a místo ní volí aktivní dovolenou, ve které cykloturistika v moderní době hraje prim.

### 11.1.3 Cíle projektu

Cíle projektu jsou rozděleny na hlavní cíle a dílčí cíle.

#### *Hlavní cíle:*

- navrhnout produkt cykloturistiky vedoucí po rychlostních zkouškách Barum Czech Rally Zlín, aby se prosadil a byl úspěšný na trhu cestovního ruchu,
- navrhnout sportovně-cyklistický event, který se bude konat před zahájením Barum Czech Rally Zlín tak, aby přilákal podél tratí rally aktuálního ročníku BCRZ ještě více diváků,

#### *Dílčí cíle:*

- sestavení náplně programu nového produktu cykloturistiky i sportovně-cyklistického eventu,
- návrh vhodné marketingové komunikace včetně tvorby mobilní aplikace,
- provedení analýzy nákladů a rizik projektu,
- zohlednění rizik projektu, která mohou nastat během jeho přípravy nebo jeho realizace.

Pokud budou následující stanovené cíle splněny, dojde k úspěšné realizaci projektu nového produktu cykloturistiky v regionu Východní Morava, který následně může dosáhnout velkých přínosů.

## 11.2 Cílové skupiny

V této podkapitole jsou určeny cílové skupiny, které by měl nový produkt cykloturistiky v regionu Východní Morava oslovit a přilákat. Cílové skupiny jsou rozděleny na dvě skupiny dle dvou stanovených kritérií, a to na tuzemské návštěvníky a zahraniční návštěvníky.

- Tuzemští návštěvníci
  - **Silniční cyklisté** – jezdí nalahko a delší trasy. Tento typ cyklistů vyhledává zejména asfaltové trasy. Zpravidla jsou oblečeni do cyklistických dresů.,
  - **Pohodoví cyklisté** – tvoří skupinu, která je v České republice nejpočetnější. Jízdní kolo tento typ cyklistů vytahuje již při prvních teplejších jarních dnech. Zpravidla si plánují trasu v délce 30 – 50 km. Mnohdy výlet na kole kombinují s návštěvou turistického cíle. Mezi pohodovými cyklisty najdeme všechny věkové kategorie, a to od teenagerů až po seniory. Tato skupina cykloturistů velmi ráda uvítá cyklotipy a možnosti cyklovýletů. Pohodového cyklistu nejčastěji potkáme na trekkingovém nebo horském kole.,
  - **Zdatní cyklisté** – vyrážejí na cyklovýlety častěji než pohodoví cyklisté, protože jízda na kole se jim doslova vryla pod kůži. Díky častějšímu využívání kola se vydávají i na delší trasy. Z jednodenních výletů přesedlávají na prodloužené cyklistické víkendy a mnohdy na kole tráví i celou svou letní dovolenou. Zejména se jedná o mladé lidi se zájmem o poznávání nových krajů a přírody, nebo starší občany, kteří mají již dospělé děti plánující si dovolenou bez nich. Můžou to být i jednotlivci, pro které cykloturistika představuje způsob možného vyžití, a to společně s podobně zaměřenými cyklisty. Z toho vyplývá, že sem řadíme i výlety ve skupinách.,
  - **Sportovní cyklisté** – jsou především cyklisté mužského pohlaví a mladšího věku. Velmi rádi se zúčastňují amatérských cyklozávodů. Mnozí sportovní cyklisté vyhledávají i místa k tréninkovým pobytům.,
  - **Rodiny s dětmi** – je cyklistická skupina, která volí jízdu na kole jako aktivní odpočinek v přírodě pro celou rodinu. Logicky si plánují krátkou trasu, aby ji zvládlo i dítě. Ze silnic a cest se přesouvají na bezpečné cyklostezky.,
  - **obyvatelé Zlínského kraje a jeho návštěvníci,**
  - **široká veřejnost.**

- Zahraniční návštěvníci
  - zahraniční cykloturistická veřejnost,
  - zahraniční návštěvníci Zlínského kraje,
  - obyvatelé sousedních států,
  - návštěvníci Zlínského kraje ze zahraničních partnerských měst,
  - zahraniční návštěvníci jednotlivých eventů Zlínského kraje.

Každá cílová skupina má jiné nároky a požadavky. Obyvatelé Zlínského kraje se budou v regionu chovat jinak jako jeho návštěvníci. Navíc zde neutratí takové množství peněz, protože nepotřebují zajistit ubytovací služby. Tento případ platí i u zahraničních návštěvníků, kteří by v regionu obecně měli utratit více peněz než domácí turisté. Podobně tomu je v případě rodin s dětmi, kdy tato cílová skupina nebude vyhledávat trasy jako zdatní cyklisté, neboť jim jde o kratší trasu a hlavně bezpečnost jejich dětí.

V rámci diplomové práce se nebudu detailně zabývat jednotlivými cílovými skupinami, protože práce by byla opravdu velmi obsáhlá. Stanovím základní produkt pro širokou skupinu, který může být dle potřeb a požadavků jednotlivých cílových skupin dále modifikován. Rozdíl mezi návštěvností cílových skupin však bude v případě využití cykloproduktu vedoucího po tratích rychlostních zkoušek Barum Czech Rally Zlín a cyklistického eventu spojeného s konáním zlínského motoristického závodu.

V současné době je cykloturistika v České republice stále na vzestupu a stává se masovou záležitostí domácího cestovního ruchu. Právě proto je velmi důležité vnímat rozdíly jednotlivých cílových skupin cykloturistů a připravovat pro ně zlepšující se podmínky a služby. Bylo by vhodné, aby se organizátoři připravující dané podmínky a služby pro jednotlivé cílové skupiny cykloturistů zamysleli nad tím, jaké cílové skupině má být cykloprodukt určen a dále se vžili do jejich situace a potřeb. Pouze v tomto případě z daného regionu budou odjíždět spokojení cykloturisté, a to nejen z České republiky, ale i ze zahraničí. Je více než pravděpodobné, že pokud byl cyklista s možnostmi cyklistiky v regionu spokojen, vrátí se rád i v následujících letech a region doporučí svým blízkým a přátelům. Právě díky této skutečnosti by měl region dosahovat lepších hospodářských přínosů, neboť čím více turistů do něj zavítá, tím vyšší budou příjmy do jeho rozpočtu.

## 11.3 Územní vymezení nového produktu cykloturistiky regionu Východní Morava

Následující podkapitola diplomové práce je zaměřena na územní vymezení nového produktu cykloturistiky v regionu Východní Morava, tedy na trasu, kudy daný produkt povede.

### 11.3.1 Produkt cykloturistiky regionu Východní Morava – Ve stopách Barum Czech Rally Zlín

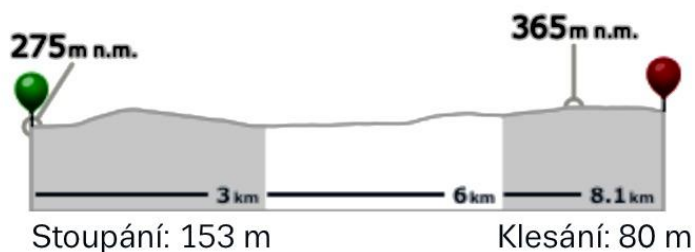
Nejdříve je nutno charakterizovat plán trasy v případě celoročního využití cykloproduktu s názvem Ve stopách Barum Czech Rally Zlín, který spočívá v jízdě po jednotlivých rychlostních zkouškách tohoto populárního automobilového podniku. Tento skvost evropské rallye v současnosti nabízí divákům celkem osm různých rychlostních zkoušek. Pro projekt nového cykloturistického produktu bude využito jen šesti z nich, neboť první rychlostní zkouška BCRZ vede centrem města Zlín a další je určena k eventu. Je třeba zmínit i rychlostní zkoušky z historie rallye nebo zkoušky, které nebyly schváleny.

- **Rychlostní zkouška Slušovice**

Start trasy je plánován na dostihovém závodišti ve Slušovicích. Cyklisté nejdříve absolvují celý okruh podél dostihového závodiště, ze kterého dále pokračují po silnici III. třídy číslo 4914 na obec Březová. Po příjezdu k velké křižovatce pokračují cykloturisté vlevo a následně přijíždí do obce Březová. Po jejím projetí je třeba u autobusové zastávky odbočit vpravo a trasa dále vede po silnici III. třídy číslo 4914. Po ujetí několika kilometrů se silnice stáčí ostřeji vpravo a dále pokračuje kolem vodní nádrže Ostratka, která nabízí turistům možnost přírodního koupání. Po dalších pár kilometrech cyklisté přijedou do obce Hvozdná, kdy po levé straně míjí sportovní areál s tenisovými kurty. Za tímto sportovním areálem odbočuje trasa prudce vlevo po ulici Družstevní a dále vede cykloturisty po silnici III. třídy až do obce Veselá.

Trasa měří celkem necelých 10 kilometrů a lze ji zdolat přibližně za třičtvrtě hodiny až hodinu. Doba zdolání tohoto úseku závisí na zvoleném tempu cílové skupiny cyklistů, počasí, počtu zastávek a jiných faktorů. Výškový profil trasy uvádí přiložený obrázek, ze kterého můžeme vyčíst, že během trasy cyklisté dosáhnou stoupání ve výši 153 metrů a klesání ve výši 80 metrů. Nejnižší bod je umístěn ve výšce 275 m. n. m. a nejvyšší bod ve výšce 365 m. n. m.

Obrázek 4 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Slušovice



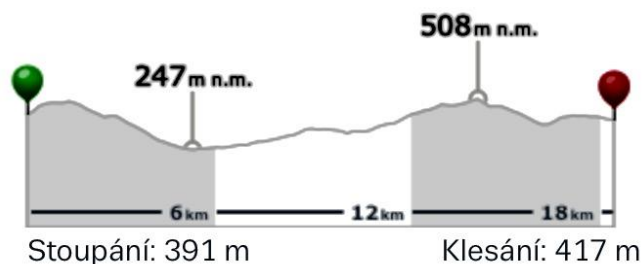
Zdroj: Mapy, © 2016

- **Rychlostní zkouška Pindula**

Start rychlostní zkoušky Pindula je umístěn v obci Lípa, konkrétně v Podlází. Cyklisté po odstartování této části cykloproduktu jedou z kopce dolů a projíždí územím dvou obcí. Po projetí druhé z vesnic se trasa stáčí prudce doprava a dále pokračuje lesem po stejné silnici III. třídy. Silnice v této lokalitě je velmi unikátní, jelikož je velmi klikatá a úzká. Během jízdy po trase rychlostní zkoušky mají cyklisté možnost spatřit Terasovou vyhlídku ve Vizovických vrších, Ekofarmu Lípa u Zlína, přírodní památku Pod Drdolem nebo studánku Sirkovica. Trasa cyklisty následně přivede do obce Želechovice nad Dřevnicí, ve které nejdříve účastníci trasy jedou po ulici Paseky a dále odbočují na velké křižovatce vlevo na ulici Výpusta. Tato hlavní silnice cykloturisty vede vesnicí k autobusové zastávce, u které se cesta láme mírně doleva. Po ujetí další části trasy v obci Želechovice nad Dřevnicí musí cyklisté odbočit vpravo na vedlejší silnici s označením Paseky, po které dále pokračují k Vítkově studánce. Od studánky cesta pokračuje k turistickému přístřešku Vidovy. Následně musejí cykloturisté zdolat velmi prudkou dlouhou zatáčku, za kterou následuje úsek silnice III. třídy, který se vyznačuje pestrostí ostrých zatáček a který cyklisty nasměruje přes průsmyk Pindula. Cykloturisté musejí v tomto místě pokračovat v trase rovno kolem autobusové zastávky a dále kolem turistického přístřešku Pindula. Po příjezdu do obce Breznice – Horní paseky pokračují účastníci cykloproduktu rovně po zpevněné cestě, která je přivede do finálního úseku trasy. Tento úsek je opět významný pro svůj klikatý průběh. Cíl trasy je situován nedaleko odbočky k vesnici Bohuslavice u Zlína.

Trasa je dlouhá téměř 19 kilometrů a lze ji zdolat v časovém rozmezí mezi hodinou a třetí až dvěmi hodinami. Výškový profil trasy je mnohem výraznější než v případě rychlostní zkoušky Slušovice, což dokumentuje i následující obrázek.

Obrázek 5 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Pindula



Zdroj: Mapy, © 2016

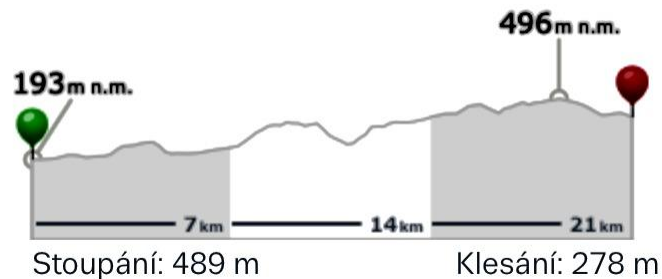
- **Rychlostní zkouška Kudlovice**

Start rychlostní zkoušky Kudlovice je v obci Sušice. Trasa vede cyklisty podél Jankovického potoku, kdy na první velké křižovatce odbočují doleva po silnici III. třídy číslo 43220 směrem na Kudlovice. Po průjezdu obcí Kudlovice musí cykloturisté uhnout vlevo a pokračují cestou dál asi 500 metrů, kde opět odbočují vlevo na zpevněnou cestu. Po ujetí další části trasy dorazí k rozcestí, na kterém je nutno zahrnout vlevo. Po necelém kilometru následuje odbočka vpravo na silnici III. třídy číslo 42822. Ta cykloturisty nasměruje k autobusové zastávce Jankovice – rozcestí, u které cesta pokračuje vpravo směrem na Košíky. Obec Košíky účastníci cykloproduktu projedou až k další zastávce autobusu, u které odbočí vlevo směrem na Ranch Rovná. Odtud pokračují po ulici III. třídy číslo 42822 směrem do Jankovic. V obci Jankovice nejdříve cyklisté po pravé straně míjejí místní hřbitov, aby následně dorazili k velké křižovatce u kostela, na jehož protější straně se nachází obecní úřad. U zmíněného kostela je třeba zatočit vpravo a po ujetí nedaleké vzdálenosti dorazí k autobusové zastávce situované hned vedle smíšeného zboží Hruška, kde trasa rychlostní zkoušky pokračuje vlevo. Cykloturisté posléze ujedou další pasáž, po které následuje prudké odbočení vpravo po silnici III. třídy číslo 42826. Cyklisté projedou dlouhý úsek, na kterém jsou situovány traumatologické body s unikátním kódem pro snadné a jednoznačné určení polohy v terénu - UH 069 – Školka Králův stůl, UH 052 – Křižovatka Benkov, UH 061 – Revír Jankovice, UH 062 – Mýto a UH 063 – Bunč. Po příjezdu na Bunč se účastníkům cykloproduktu naskytne možnost občerstvit se a odpočinout si v příjemném Lesním penzionu, u kterého se pak trasa stáčí doprava. Další část trasy přivede cyklisty do Kostelan, kde je i konec následující rychlostní zkoušky. Kostelany jsou mimo jiné velmi oblíbenou destinací turistů, neboť se zde nachází ranč s restaurací a westernové městečko s možností prohlídky koňských stájí.



Celková délka trasy je více než 20 kilometrů. Doba na absolvování trasy přesahuje dvě hodiny. Výškový profil trasy je uveden v následujícím obrázku.

Obrázek 6 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Kudlovice



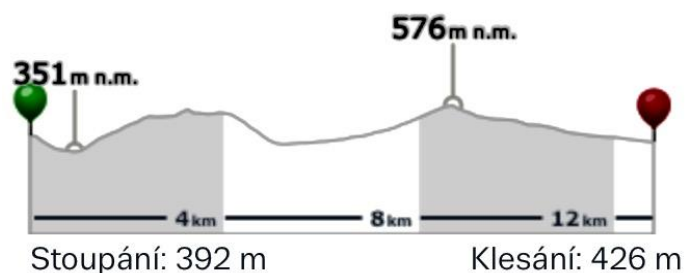
Zdroj: Mapy, © 2016

- **Rychlostní zkouška Semetín**

Další trasou cykloproduktu Ve stopách Barum Czech Rally Zlín je rychlostní zkouška Semetín startující ve městě Vsetín – čtvrť U Tataláků nedaleko ulice Potůčky. Nejdříve trasa dovede cykloturisty k pramenu Nad Potůčkami, kde se náhle stáčí vlevo. Cyklisté následně pokračují po trase stále rovno směrem na Nivy. Nicméně do zmíněné obce účastníci cykloproduktu nepokračují, neboť trať pokračuje vpravo kolem obce zvané Šatka. Po ujetí poměrně dlouhého úseku dorazí cyklisté k autobusové zastávce Semetín – na Maričce, kde musí odbočit vlevo po silnici III. třídy číslo 05734. Prostřednictvím této silnice doputují cyklisté až do samotného konce trasy rychlostní zkoušky Hošťálková. Zajímavostí je, že na výše popsané trase je situována bike aréna Vsetín – Pod Ratibořským Grúněm, která svým návštěvníkům poskytuje trasy všech obtížností.

Trasa po této rychlostní zkoušce je dlouhá necelých 12 kilometrů a cyklistům zabere přibližně hodinu a čtvrt. Její výškový profil je zobrazen v následujícím obrázku.

Obrázek 7 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Semetín



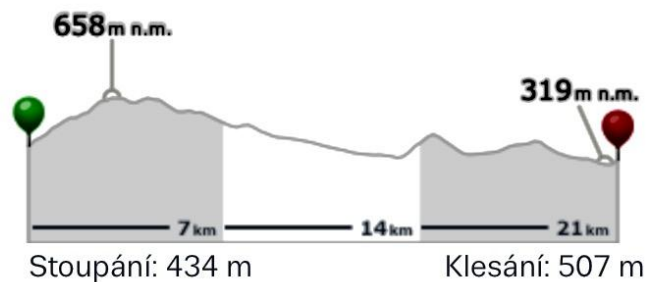
Zdroj: Mapy, © 2016

- **Rychlostní zkouška Troják**

Start následující trasy je vzdálen nedaleko od cíle rychlostní zkoušky Semetín. Díky této skutečnosti, lze následující trasy absolvovat ihned po sobě. Na start trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Troják se cykloturisté dostanou po průjezdu obcí Štěpková a následného příjezdu do obce Hošťálková. U autobusové zastávky Hošťálková – tělocvična odbočí vlevo a po pravě straně minou obecní úřad s poštou, za kterým uhnou druhou odbočkou doprava, a to hned vedle Zámku Hošťálková s restaurací Zámecká vinárna. Po ujetí několika stovek metrů dorazí k obecní knihovně, u které odbočí vlevo a dostanou se na zmiňovaný start trasy rychlostní zkoušky Troják. Odtud vede trať stále rovno přes obec Niva až do Polomky, kde se stáčí prudce vlevo. Nedaleko od tohoto odbočení lze pozorovat krásy okolní krajiny na vyhlídkovém místě. Trasa cyklisty v dalším úseku přivádí na Troják, kde lze využít možností služeb rekreačního areálu a Hostince Na Trojáku. Nutností je uvést, že cyklisté si během jízdy mohou odpočinout na dalších dvou vyhlídkových místech, rozhledně Maruška nebo ve dvou turistických přístřešcích – Maruška a Na Trojáku. Na druhé straně musíme také upozornit, že cesta bohužel dále navazuje na silnici II. třídy. Vlivem této skutečnosti musejí cykloturisté dbát zvýšené bezpečnosti a opatrnosti. Na Trojáku se tedy cesta dále láme kolem autobusové zastávky vlevo po silnici II. třídy číslo 437. Po úseku několika serpentin dorazí cyklisté k další autobusové zastávce, konkrétně Hošťálková – rozcestí Troják, kde se trasa stáčí doprava a pokračuje do obce Držková, ve které se nachází muzeum dřevěného porcelánu. Ze zmíněné obce je nutno pokračovat směrem na obec Vlčková. Tuto obec projedou cyklisté od jejího začátku až po její konec. V obci nalezneme kapličku, pomník bývalého režimu nebo rekreační areál Koliba s přírodním koupalištěm. Cesta účastníky cykloproduktu dále vede směrem na Kameňák, kde se prudce stáčí doleva. Odtud kolem Bělovodského potoku cykloturisté míří přes Pilu až do cíle trasy, který je situován v obci Lukov.

Trasa měří více jak 21 kilometrů, kdy pro její úspěšné absolvování je třeba vyhradit si čas v celkovém trvání kolem dvou hodin. Cyklisté zdolají stoupání v celkové výši 434 metrů a klesání ve výši 507 metrů. Z výše uvedeného vyplývá, že trasa plyne z větší části z kopce. Nejvyšší bod je umístěn v celkové výšce 658 m. n. m a nejnižší ve výšce 319 m. n. m. Všechny zmíněné údaje potvrzuje i přiložený obrázek.

Obrázek 8 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Troják



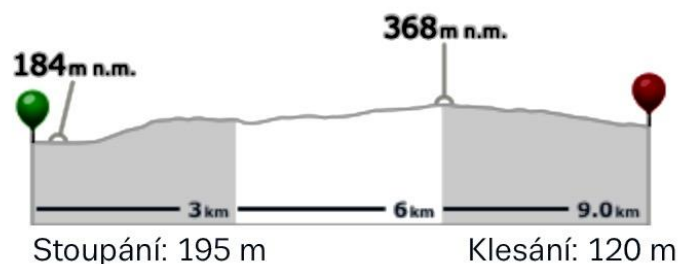
Zdroj: Mapy, © 2016

- **Rychlostní zkouška Žlutava**

Start další rychlostní zkoušky je v Bělově a cyklisty směřuje po silnici III. třídy kolem řeky Moravy do obce Žlutavy. V této obci nejdříve cykloturisté minou po pravé straně kostel sv. Cyrila a Metoděje, dále pohádkový rozcestník u kaple a v neposlední řadě žlutavský ranč s mini zoo, za kterým se trať mírným esíčkem stáčí doprava. Trasa pozvolna vede až do obce Halenkovice, kde je po sérii divácky velmi atraktivních zatáček situován cíl rychlostní zkoušky.

Zdolání následující trasy není tak fyzicky náročné, jelikož je dlouhá pouhých 9 kilometrů a vede téměř po rovině. Cykloturisté musí zdolat stoupání ve výši 195 metrů a klesání ve výši 120 metrů. Nejnižší bod na trase se nachází ve výšce 184 m. n. m., naopak nejvyšší bod dosahuje 368 m. n. m.

Obrázek 9 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Žlutava



Zdroj: Mapy, © 2016

- **Historické nebo zakázané rychlostní zkoušky Barum Czech Rally Zlín**

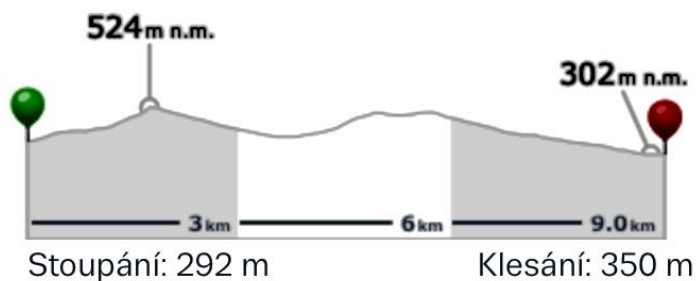
Další možností tras pro projekt nového cyklistického produktu v regionu Východní Morava s názvem Ve stopách Barum Czech Rally Zlín mohou být i rychlostní zkoušky, které se jezdily v minulosti nebo nemohly být využity vlivem CHKO. Další z nich byly zamítnuty obyvatelstvem některých obcí nebo vlivem jiných faktorů.

První z těchto zmíněných tras je rychlostní zkouška Jarcová. Tato trasa by startovala v obci Branky, odkud by po nezpevněné cestě a silnici III. třídy číslo 05725 vedla do obce Oznice. Po příjezdu k autobusové zastávce Oznice – škola, by cykloturisté pokračovali doleva a hned zase doprava směrem k zóně U Niveckých, kde trať náhle odbočuje ostře vpravo na zpevněnou cestu směrem do obce Jarcová.

Zmíněná rychlostní zkouška je z pohledu ostrých zatáček velmi pestrá. Bohužel však v minulosti pro konání Barum Czech Rally Zlín byla zamítnuta.

Trasa by měla 10 kilometrů a zvládnout by ji měli cykloturisté v době do jedné hodiny. Její výškový profil vykresluje následující obrázek.

Obrázek 10 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Jarcová



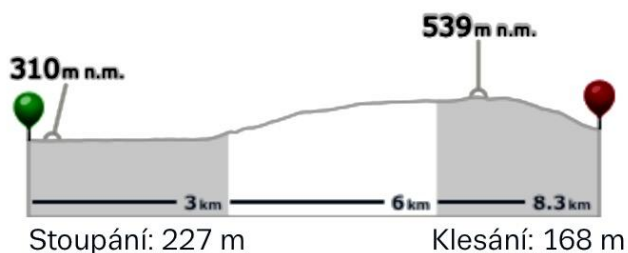
Zdroj: Mapy, © 2016

Další možnou trasou produktu Ve stopách Barum Czech Rally Zlín může být rychlostní zkouška Pržno, která by startovala na konci obce Mikulůvka, odkud by trasa pozvolna vedla podél Vsetínské Bečvy po silnici III. třídy k obci Pržno. Před touto obcí trasa prudce odbočuje vpravo a dále pokračuje směrem k oblastem U Kubičků, Krbácko, U Adama a U Holáňů, kde si cyklisté mohou odpočinout na stejnojmenné rozhledně, která je součástí hostince U Holáňů. Cykloturisté dále pokračují rovno, až přijedou k prženským pasekám, které nabízí krásné výhledy na okolní krajinu. Nedaleko je vzdálena i krčma Na Prženském vrchu, která nabízí krbové speciality. Další úsek trasy nasměruje cyklisty přes oblasti Ve Vlči a U Mikšů do cíle, který je situován nedaleko opačného konce obce Mikulůvka.

Zmíněná rychlostní zkouška je z pohledu své atraktivnosti velmi krásná. Bohužel, když se jednalo o jejím zařazení do soutěže Barum Czech Rally Zlín, byla zamítnuta.

Trasa měří více jak 8 kilometrů a lze ji zvládnout během necelé hodiny. Výškový profil následující trasy vykresluje přiložený obrázek.

Obrázek 11 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Pržno



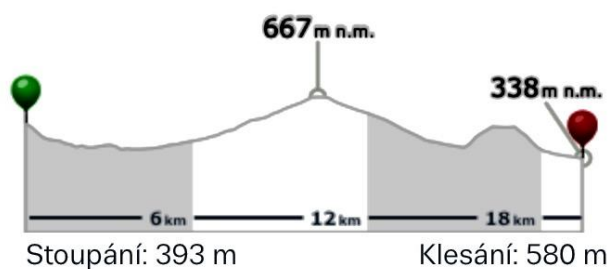
Zdroj: Mapy, © 2016

Poslední zmíněnou rychlostní zkouškou, po které by trasa cykloproduktu mohla vést, je Velká Lhota. Právě v této obci trasa začíná. Cyklisté v oobci nejdříve minou po své pravé straně obecní úřad a autobusovou zastávku Velká Lhota – točna. Dále pokračují rovno až k pramenu U Vesníku, který je nasměruje prudce vlevo k vodní nádrži Bystřička, kde lze využít možnosti vodních sportů, koupání nebo půjčovny lodiček. Kolem vodní nádrže pokračují cyklisté k restauraci U Bušů, u které odbočují vpravo a ihned vlevo na silnici III. třídy číslo 05735. Tímto začíná pro cyklisty úsek kolem řeky Malá Bystřička, který je navádí stále rovno přes obec Malá Bystřice k autobusové zastávce Malá Bystřice – revír. Zde je třeba odbočit prudce vpravo a začíná asi nejkrásnější pasáž trasy, protože je tvořena klikatou cestou. V jedné významné serpentíně se nachází i vyhlídkové místo, ze kterého je opravdu nádherný a daleký výhled na okolní přírodu vsetínska. Trať cyklisty dovede po několika kilometrech k Langrově studánce v obci Dušná, odkud pokračují směrem na Horní Jasenku. Nedaleko za autobusovou zastávkou Vsetín – Jasenka, U Kučerů musí cykloturisté odbočit prudce vpravo směrem na Vesník. Tato část trasy je následně dovede do cíle, který se nachází u autobusové zastávky Vsetín – Bobrky. V posledním úseku trasy si mohou účastníci cykloproduktu ve stopách Barum Czech rally Zlín všimnout i mokřadní louky Dolní Vesník v údolní nivě potoka. Najdeme zde společenstva pcháčových mokřadních luk s bohatou populací prstnatce májového.

Rychlostní zkouška Velká Lhota byla stejně jako předchozí rychlostní zkoušky zamítnuta. Přitom v sobě skrývá velký potenciál a pro jezdce by mohla být jednou z nejtěžších i nejoblíbenějších testů zlínského automobilového podniku.

Celková délka trasy je 19 kilometrů. Ke zdolání trasy musí cyklisté počítat s dobou okolo dvou hodin. Její výškový profil trasy deklaruje následující obrázek.

Obrázek 12 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce velká Lhota



Zdroj: Mapy, © 2016

### 11.3.2 Produkt cykloturistiky regionu Východní Morava – Tour de Barum Rally

V této části projektu bude vymezen územní plán trasy sportovně-cyklistického event, který se bude konat před zahájením samotné soutěže Barum Czech Rally Zlín. Jeho hlavním cílem bude přilákat co nejvíce účastníků a nabídnout jim nevšední zážitek. Aby mohly být následující cíle dosaženy, je třeba zajistit kromě cyklistické trasy i doprovodné služby – účast profesionálních domácích i zahraničních jezdců rally, výstava jejich závodních vozů a historických vozidel, účast slavných osobností, autogramiáda, atrakce pro děti, občerstvení, možnost svezení se v závodním autě, videoprojekce nebo zajištění programu v podobě vystoupení vybraných kapel.

Jako nejlepší cílové místo pro tento event se jeví část rychlostní zkoušky Maják, která startuje ve Zlíně a končí v Malenovicích. Z výše uvedeného vyplývá, že lokalita je dostupná pro širokou veřejnost města Zlín i jeho okolí. Prostředí Hradu Malenovice nabízí účastníkům vhodné podmínky pro doprovodný program, který navazuje na program ze startu event.

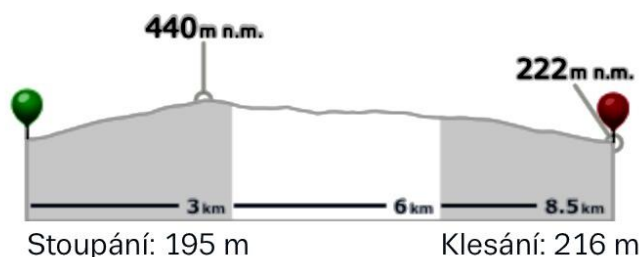
Název sportovně-cyklistického eventu vznikl dle světoznámého cyklistického závodu Tour de France. Konkrétně je však spojeno se zlínskou Barum Czech Rally Zlín, proto jeho název zní Tour de Barum Rally.

- Rychlostní zkouška Maják

Start cyklistického eventů je plánován u Univerzitého parku na Mostní ulici ve Zlíně, kde by byla zajištěna i registrace závodníků. Z parkoviště cyklisté vyrazí do kopce kolem sportovní haly a zimního stadionu, kde odbočují vpravo na ulici Pod Rozhlednou a následně směřují mírně vlevo směrem ke kolibě U černého medvěda. Trasa dále pokračuje rovno po zpevněné cestě směrem k televiznímu vysílači, před kterým odbočují vlevo směrem U Majáku. Odtud dále pokračují ostře vpravo. Cesta je dovede kolem zahrádkářské kolonie až k Hradu Malenovice, kde je umístěn cíl trasy a bude probíhat další doprovodný program.

Celková délka trasy je 8,5 kilometru. Doba jízdy se pohybuje kolem třičtvrtě hodiny. Výškový profil eventů zobrazuje následující obrázek.

Obrázek 13 - Výškový profil trasy eventů Tour de Barum Rally (zdatní cyklisté)

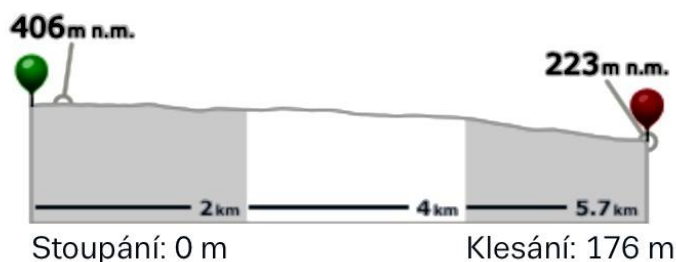


Zdroj: Mapy, © 2016

Pro rodiny s dětmi a méně zdatné cyklisty by byl start umístěn na ulici K Majáku. Lze totiž předpokládat, že kopec, který je třeba absolvovat po startu trasy pro zdatné cyklisty, by mohl být nad jejich síly. Trasa je kromě umístění startu úplně stejná.

Trat' je dlouhá asi 6 kilometrů a lze ji zvládnout v časovém rozmezí do půl hodiny.

Obrázek 14 - Výškový profil trasy eventů Tour de Barum Rally (rodiny s dětmi, méně zdatní cyklisté)



Zdroj: Mapy, © 2016

## 11.4 Doprava, ubytování a stravování

Následující podkapitola je zaměřena na možnosti dopravy do regionu Východní Morava a k jednotlivým rychlostním zkouškám, po kterých se cyklistický produkt Ve stopách Barum Czech Rally Zlín bude odehrávat. Dále je třeba vymezit ubytovací a stravovací zařízení, které budou pro zájemce o cykloprodukt nejlukrativnější a nejdostupnější.

### 11.4.1 Doprava

Do Zlína a jeho okolí se lze dopravit zejména prostřednictvím silniční nebo železniční dopravy. Nejčastějším způsobem je využití automobilu, jelikož v celém regionu je vybudována rozsáhlá silniční síť. V regionu navíc fungují i cyklobusy, které turistům mnohdy zjednoduší dopravu na daná místa s koly. Dalším způsobem, jak se do tohoto regionu dopravit, je vlak. Železnice v regionu plní nezastupitelnou úlohu, a to jako páteřní doprava. Skrze celé území prochází spousta důležitých tratí, které spojují kraj s jinými významnými městy dalších krajů – Praha, Brno, Olomouc nebo Ostrava. Nutné je však zmínit i přímé mezinárodní spoje ze Slovenska, Polska nebo Rakouska.

#### **Způsoby dopravy na trasy cyklistického produktu Ve stopách Barum Czech Rally Zlín**

V následující části jsou popsány způsoby dopravy na jednotlivé rychlostní zkoušky, po kterých vede cyklistický produkt s názvem Ve stopách Barum Czech Rally Zlín. Zejména se jedná o využití vlakových spojů nebo cyklobusy.

- **Rychlostní zkouška Slušovice**

Problémem Slušovic je, že se do obce nelze dostat pomocí vlakového spojení. Účastníci cykloproduktu proto musí z Otrokovic nebo Zlína vlakem doputovat pouze do Lípy nebo Zádveřic. Z Lípy pokračují na kole po silnici III. třídy číslo 4918 a silnici II. třídy číslo 491, až dorazí do Slušovic. Cesta vede přes obce Klečůvky a Veselá. Její délka je přibližně 7 kilometrů. Cesta ze Zádveřic vede po silnici III. třídy číslo 4885 přes obec Raková do Slušovic. Délka cesty činí přibližně 6,5 kilometru. Do Lípy i Zádveřic se mohou dostat i prostřednictvím cyklobusu, který odjíždí z autobusového nádraží ve Zlíně a pokračuje přes Želechovice, Lípu, Zádveřice, Vizovice a Liptál do Vsetína.

Cesta zpět je obdobná, protože cíl trasy je umístěn v obci Veselá, tedy vedle Slušovic.



- **Rychlostní zkouška Pindula**

Možnost dopravy na start rychlostní zkoušky Pindula je velmi podobný, jako v případě předchozí rychlostní zkoušky Slušovice. Rozdíl je pouze v tom, že cyklisté se z vlakového nádraží v Lípě musí vydat na opačnou stranu. Nejlepším způsobem je využít ulic a nezpevněné cesty v obci Lípa, která je pozvolna dovede až na start trasy – Lípa Podlází. Cesta z nádraží na start měří necelé 4 kilometry.

Trasa končí nedaleko Bohuslavic u Zlína, proto se cyklisté prostřednictvím nezpevněné cesty nejdříve dostanou do obce Bohuslavice u Zlína, odkud pokračují po silnici III. třídy číslo 4972 přes Salaš, až do Malenovic. Po příjezdu k hlavní silnici I. třídy číslo 49 mohou využít k další dopravě vlakové spojení ze zastávky Zlín – Malenovice. Trasa je dlouhá 9 kilometrů.

- **Rychlostní zkouška Kudlovice**

Start této rychlostní zkoušky se nachází v obci Sušice, kam nevede železniční trať. Cyklisté musí tedy využít zastávky Huštěnovice, která je od obce Sušice vzdálena pouhé dva kilometry. Cesta z vlakové stanice na start trasy navíc vede po ulicích obce Huštěnovice a silnice III. třídy spojující zmíněné dvě obce.

Cíl je v Kostelanech, odkud se cykloturisté musí nejlépe dostat na vlakové nádraží ve Zdoukách, a to pomocí silnic III. třídy číslo 43220, 43224 a 43227. Cesta vede kolem obce Újezdsko, přes obec Milovice a Cvrčovice do Zdounek. Její délka je přibližně 7,5 kilometru.

- **Rychlostní zkouška Semetín**

Rychlostní zkouška Semetín startuje ve Vsetíně, kam se lze dopravit dvěma způsoby - cyklobusem nebo vlakem. Cyklobus odjíždí z autobusového nádraží ve Zlíně a dále pokračuje přes Vizovice a Liptál až na autobusové nádraží ve Vsetíně. V případě vlaku musí cykloturisté z vlakového nádraží ve Zlíně nebo Otrokovcích zamířit do Hulína, kde přestupují na další spoj vedoucí do Valašského Meziříčí, odkud je do Vsetína odveze další spoj. Vlakové i autobusové nádraží jsou ve Vsetíně situovány hned vedle sebe. Na start trasy se cyklisté nejlépe dostanou pomocí vsetínských ulic.

Cíl zkoušky je v obci Semetín, která nedisponuje vlakovým nádražím a železniční tratí, proto je třeba se dostat do Jablůnky. Cesta je dlouhá 8 kilometrů a vede po silnicích III. třídy a cyklostezkách. Z Jablůnky pokračují zpět vlakem opačným směrem než na start.

- **Rychlostní zkouška Troják**

Start rychlostní zkoušky Troják je vzdálen nedaleko cíle předchozí trasy Semetín. Konkrétně je umístěn v obci Hošťálková, kam se dostaneme na kole z cíle zkoušky Semetín, z vlakové stanice Jablůnka nebo cyklobusem. Vlakem do Jablůnky se cyklisté dostanou přes Hulín, Valašské Meziříčí a Vsetín. Cesta z vlakové stanice Jablůnka na start rychlostní zkoušky Troják vede přes silnice II. a III. třídy, cyklostezky a ulice obcí. Cykloturisté před startem musí urazit 10 kilometrů. Další možností je využití cyklobusu, který ze zlínského autobusového nádraží dopraví účastníky cykloproduktu až na autobusovou zastávku Hošťálková – rozcestí Troják. Bohužel v tomto případě přijdou o poměrně velkou část trasy.

Konec rychlostní zkoušky je v obci Lukov. Obec je vzdálena nedaleko od města Zlín, proto je nejlepším řešením příjezd do Zlína na jízdním kole. Od cíle cesta vede po silnici III. třídy a cyklostezce až do Zlína a její celková délka je 9 kilometrů.

- **Rychlostní zkouška Žlutava**

Tato rychlostní zkouška startuje v obci Bělov, kam se cyklisté dostanou z vlakového nádraží v Otrokovicích po ujetí celkové délky asi 4 kilometrů. Cesta vede přes cyklostezky a silnici III. třídy kolem řeky Moravy.

Cíl se nachází v obci Halenkovice, odkud mohou cyklisté dále směřovat na vlakovou zastávku do Napajedel, ze které se dopraví do Otrokovic nebo Zlína. Cesta je dlouhá asi 5 kilometrů a zahrnuje silnice III. třídy a kilometrový úsek po silnici I. třídy číslo 55.

- **Rychlostní zkouška Jarcová**

Začátek trasy je plánován v obci Branky na Moravě, kam se lze dopravit vlakovým spojením ze Zlína – přes Otrokovice a Hulín.

Konec rychlostní zkoušky je umístěn v obci Jarcová, ze které je to přibližně kilometr na vlakovou stanici Brňov. Z Brňova se vlakem dostaneme přes Valašské Meziříčí a Hulín zpět do Otrokovic nebo Zlína. Využít lze i vlakového spojení přes Přerov nebo Hranice na Moravě.

- **Rychlostní zkouška Pržno**

Rychlostní zkouška Pržno začíná v obci Mikulůvka. Nejlepší variantou je dorazit vlakem do stanice Bystřička, kam se dostaneme přes Hulín a Valašské Meziříčí. Odtud k startu urazí cyklisté cestu v délce 3 kilometrů, a to po silnicích III. třídy. Cesta zpět je stejná.

- **Rychlostní zkouška Velká Lhota**

Rychlostní zkouška Velká Lhota má start ve stejnojmenné obci, do které se cykloturisté nejlépe dostanou ze Střítěže nad Bečvou, kam lze docestovat pomocí vlaku nebo cyklobusu. Vlakové spojení je ze Zlína, přes Otrokovice, Hulín a Valašské Meziříčí. Cyklobus odjíždí z Valašského Meziříčí. Z uvedené obce musí cyklisté na start trasy absolvovat cestu v celkové délce 5 kilometrů vedoucí po silnici III. třídy.

Cíl leží ve Vsetíně – Bobrky, odkud lze využít služeb cyklobusu nebo vlaku. Pokud zvolí cykloturisté možnost cyklobusu, musí se z cíle trasy na kole dopravit na autobusové nádraží ve Vsetíně. Tato cesta je dlouhá asi 4 kilometry a cyklisté využívají komunikací města. Další možností je vlakové spojení z Jablůnky, kam se účastníci cyklistického produktu dostanou prostřednictvím silnice III. třídy a nezpevněné cesty vedoucí kolem železniční tratě. Délka cesty je asi 3 kilometry. V Jablůnce je třeba nastoupit na vlak směřující do Valašského Meziříčí, Hulína a Otrokovíc. Lze však využít i spojení přes Přerov nebo Hranice na Moravě.

**Jiný způsob dopravy na trasy cyklistického produktu *Ve stopách Barum Czech Rally Zlín***

Pokud se rozhodnou zájemci o nový cyklistický produkt v regionu Východní Morava s názvem *Ve stopách Barum Czech Rally Zlín* využít k dopravování se na dané trasy rychlostních zkoušek vlastním automobilem, musí zvážit trasu tak, aby se mohli pohodlně vrátit ke svému zaparkovanému automobilu. V mnoha případech to nebude problém, protože cíl trasy se nachází nedaleko jeho startu. Tato skutečnost platí zejména v případě rychlostních zkoušek Slušovice, Smetín, Žlutava nebo Pržno.

#### **11.4.2 Ubytování**

Nejvhodnějšími ubytovacími zařízeními pro zájemce o nový cyklistický produkt jsou ta zařízení, která jsou certifikována programem Cyklisté vítáni. Zmíněná zařízení poskytují perfektní zázemí pro ubytované cyklisty i pro jejich jízdní kola.

Jelikož se produkt odehrává v blízkosti města Zlín a města Otrokovice, zacílíme možnosti ubytování právě do těchto dvou lokalit. V následujícím textu budou blíže charakterizovány konkrétní ubytovací zařízení s certifikací Cyklisté vítáni.

- **VŠ kolej Štefánikova ve Zlíně**

Ubytování ve vysokoškolských kolejích je zajištěno ve dvoulůžkových pokojích, jejichž součástí je i chladnička. Sociální zařízení je vždy společné pro jednu etáž. Budova je vybavena celkem pěti kuchyňkami s indukčním vařičem a mikrovlnou troubou. Pro ubytované je k dispozici připojení k internetu zdarma, možnost za poplatek využívat pračku nebo prádelnu se sušárnou. Dále mohou využívat studovny, která je vybavena počítači a televizní místností. V blízkosti ubytovacího zařízení je situováno divadlo, multikino, nákupní centrum, restaurace, pizzerie, volejbalové hřiště a krytý bazén.

Vysokoškolské koleje Štefánikova splňují tyto předepsané vlastnosti - možnost ubytování na jednu noc, nabídka energeticky vydatných snídaní s minimem tuků, možnost vyprání a usušení oblečení a výstroje, uzamykatelná místnost/boxy pro bezplatné uschování jízdních kol, poskytnutí základního nářadí pro jednoduché opravy kol, možnost umytí kola včetně základního vybavení k jeho umytí, možnost zakoupení obědových balíčků, nabídka doporučených jednodenních výletů na kole v okolí, seznam ubytovacích zařízení v regionu, které jsou vhodné pro cyklisty, lékárníčka, informační tabule Cyklisté vítáni, přístup na internet.

- **Ubytovna Oáza v Otrokovicích**

Ubytovna Oáza prodělala v roce 2010 celkovou rekonstrukci, díky které nyní nabízí svým hostům jednolůžkové až čtyřlůžkové pokoje s vlastní koupelnou a toaletou. Na recepci lze domluvit dovybavení pokojů lednicí. Každý pokoj disponuje bezplatným internetovým připojením. Ubytovna pro své hosty nabízí i bezplatné parkování na vlastním oploceném parkovišti a možnost úschovy kol.

Ubytovna splňuje stejné předepsané vlastnosti a navíc zajišťuje odvoz nebo přepravu zavazadel pro cyklisty nebo dobíjení elektrokol.

- **Penzion Lípa v Otrokovicích**

Penzion Lípa je součástí areálu Hotelu Rottal v Otrokovicích s 10 dvoulůžkovými pokoji s vlastním sociálním zařízením. Penzion dále disponuje 3 ubytovacími buňkami a 3 apartmány. Všechny pokoje jsou opatřeny elektronickým zabezpečovacím systémem.

Penzion Lípa splňuje všechny již popsané předepsané vlastnosti.

- **Hotel Rottal v Otrokovících**

Hotel Rottal poskytuje hostům luxusní ubytování ve 37 dvoulůžkových pokojích - Economy, Standard a Business, které se od sebe liší svou velikostí a samozřejmě cenou. Všechny pokoje jsou navrženy ve stejném stylu. Pokoje mají vlastní sociální zařízení, televizi se satelitním příjmem, klimatizaci, centrální řízení teploty, WI-FI připojení. Hosté mohou zaparkovat na uzavřeném parkovišti, které je stejně jako celý objekt monitorováno kamerovým systémem.

Součástí hotelu je i vlastní restaurace MAXIMA s celkovým počtem 64 míst a salonkem nabízejícím 24 míst. Dále v hotelu nalezneme krytou tenisovou halu, wellness centrum, kadeřnictví, kosmetiku, pedikúru nebo manikúru.

Hotel Rottal splňuje stejné předepsané vlastnosti jako výše zmíněné ubytovací zařízení.

- **OREA Hotel Atrium v Otrokovících**

OREA Hotel Atrium v Otrokovících nelze přehlédnout, protože se nachází přímo v centru Otrokovic. Tento unikátní multifunkční komplex nabízí svým hostům ubytování v 51 moderních pokojích s bezplatným přístupem na internet. Hosté se mohou ubytovat v klimatizovaných pokojích s manželskou postelí nebo dvěma oddělenými lůžky. Pokoje jsou vybaveny televizí s plochou obrazovkou, telefonem, minibarem, konferenčním stolem, trezorem, koupelnou s vanou nebo sprchovým koutem, toaletou, kosmetickým zrcátkem a fénem. Bezplatné parkování je pro hosty zabezpečeno ve formě stání před hotelem nebo v hotelové garáži.

V objektu se nachází i restaurace Colosseo nebo salónek Riverside. V letních měsících mohou hosté využít posezení na letní terase. Hotel je vhodný i pro konference, protože disponuje prostory s moderním technickým vybavením a kapacitou až 120 osob.

Hotel splňuje předepsané vlastnosti jako VŠ koleje Štefánikova. Jako doplňkovou službu však nabízí možnost výpůjčky kvalitních kol a cizojazyčné informační materiály.

Cykloturisté, kteří se během cykloproduktu rozhodnou přepravovat vlastním automobilem mohou využít jiných ubytovacích zařízení dle vlastních preferencí v závislosti na trasách rychlostních zkoušek, které si vyberou. Z výše uvedeného vyplývá, že během doby trvání cykloproduktu se lze ubytovat ve více ubytovacích zařízeních v různých lokalitách.

### 11.4.3 Stravování

Stravování lze zajistit v ubytovacích zařízeních, které jsou uvedeny v předchozím textu nebo v jiných stravovacích zařízeních dle preferencí jednotlivých cykloturistů. Samozřejmě je využití služeb restaurací, hostinců nebo jiných podobných zařízení, kolem kterých je trasa cyklistického produktu vedena. Účastníci produktu Ve stopách Barum Czech Rally Zlín mohou využít i služeb dalších zařízení s certifikací Cyklisté vítání, které jsou rozmístěny po celém regionu Východní Moravy.

## 11.5 Návrh marketingové komunikace

Marketingová propagace by měla oslovit všechny cílové skupiny. Cykloprodukt Ve stopách Barum Czech Rally Zlín je novinkou, která si zaslouží vhodnou reklamu a účinnou propagaci. Tento produkt cykloturistiky nabízí cyklistům nové příležitosti a zážitky, proto je velmi důležité je na tento fakt upozornit.

### 11.5.1 Propagace nového produktu cykloturistiky regionu Východní Morava

První formou propagace jsou oficiální internetové stránky Barum Czech Rally Zlín, které ve svém počítači nebo jiném zařízení otevře mnoho fanoušků. Jedná se o nejjednodušší formu komunikace s příznivci rallysportu, proto je zde umístěna reklama a odkaz, který zájemce nasměruje na stránku věnovanou právě tomuto novému cyklistickému produktu.

Fenoménem dnešní doby je využívání sociálních sítí, čehož jsou si vědomi i samotní organizátoři Barum Czech Rally Zlín. Nejlepším způsobem reklamy prostřednictvím sociální sítě je založení stránky s názvem produktu na Facebooku. Zde naleznou zájemci veškeré informace, novinky, kontakty, fotky a videa nebo události. Nelze opomenout ani kanál YouTube, kde budou zveřejňovány videa spojené s produktem nebo upoutávky.

Dalším způsobem propagace produktu je spot v rádiu. V tomto případě je použito Rádio Zlín, které je nejposlouchanějším rádiem ve Zlínském kraji a také mediálním partnerem Barum Czech Rally Zlín.

Dále bude využito propagace prostřednictvím tištěné formy v podobě reklamy v oficiálním měsíčníku Magistrátu města Zlína - Magazín Zlín nebo kulturním a programovém měsíčníku – inZlin. První z uvedených měsíčníků je doručován zdarma do schránek všech domácností Zlínska a vychází v celkovém počtu 34 500 výtisků. Měsíčník inZlin je vydáván v celkovém počtu 10 000 výtisků za měsíc.

Použita bude i reklama prostřednictvím programu aktuálního ročníku Barum Czech Rally Zlín, letáků s mapou cyklotras a billboardů. Z výše uvedeného vyplývá, že je velmi důležité nově vznikající produkt cykloturistiky v regionu Východní Morava propagovat i během samotné Barum Czech Rally Zlín nebo jiných vybraných akcí.

Ceny za propagaci budou uvedeny v následující kapitole, která se věnuje finančnímu plánu projektu.

### **11.5.2 Mobilní aplikace k produktu cykloturistiky regionu Východní Morava**

V rámci nového produktu cykloturistiky v regionu Východní Morava s názvem Ve stopách Barum Czech Rally Zlín bude vytvořena i mobilní aplikace, která bude dostupná na mobilní zařízení s platformou iOS a Android. Aplikace nebude zaměřena pouze na cyklistický produkt, ale i na celý automobilový podnik Barum Czech Rally Zlín a atraktivitu kraje.

Aplikace v sobě bude mít zahrnuty mapy, ve kterých cyklisté naleznou trasy rychlostních zkoušek Barum Czech Rally Zlín, po kterých vede zmíněný produkt. Mimo jiné mapy budou zahrnovat i všechny přílehlé cyklotrasy a cyklostezky v regionu Východní Morava. V mapách na trasách rychlostních zkoušek bude zveřejněn výskyt všech informačních tabulí kolem trati, které mají cyklisty informovat o zajímavostech z historie i současnosti zlínského automobilového podniku. Samozřejmostí je i rozšíření těchto bodů v aplikaci mimo hmotné informační tabule, ve kterých cyklisté a milovníci rally budou moci zhlédnout průjezdy soutěžních posádek danými úseky nebo historické havárie, a to prostřednictvím videí. Dále v mapách budou zmíněny všechna atraktivní místa pro turisty včetně ubytovacích a stravovacích zařízení, informačních center, krizových zařízení nebo cyklistických servisů. Další zajímavostí, kterou bude aplikace svým uživatelům poskytovat, jsou autobusové a vlakové zastávky s možností vyhledání spojení zpět do cílového místa jejich pobytu.

V současné době téměř každý chytrý telefon dokáže analyzovat ujeté kilometry, čas a tempo jízdy, dosaženou rychlost, dosažené stoupání a klesání na trase nebo spálené kalorie. Je třeba zmínit, že aplikace nabídne uživatelům i možnost srovnání jejich dosažených výkonů s jejich přáteli nebo s ostatními uživateli, se kterými mohou sdílet i svou polohu nebo komunikovat prostřednictvím chatu. Jednotliví uživatelé aplikace mohou ostatním uživatelům navrhnout nebo doporučit trasu, kterou absolvovali a která pro ně byla velmi zajímavá.

Cílem aplikace je přilákat turisty prostřednictvím Barum Czech Rally Zlín do všech uveřejněných společenských atraktivit v regionu Východní Morava, o kterých mnoho z nich ani netuší. Tato skutečnost platí i v případě ubytovacích a stravovacích zařízení, které mnohdy nabízí hostům nevšední zážitek.

Cena na vývoj aplikace bude uvedena v následující kapitole – Finanční plán projektu.

## 11.6 Finanční plán projektu

Návrh a realizace každého projektu je finančně náročnou záležitostí. Projekt nového cyklistického produktu v regionu Východní Morava je součástí zlínského automobilového podniku Barum Czech Rally Zlín. Náklady k jeho realizaci jsou velmi vysoké, proto je nemůže zajistit sám organizátor BCRZ, tedy Rallye Zlín, spol. s r. o. Je třeba zvážit, zda cykloprodukt Ve stopách Barum Czech Rally Zlín nezastřeší Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, která by na něj získala grant, jelikož se jedná o nástroj rozvoje cestovního ruchu.

Jako příjem z produktu lze označit finanční příspěvek od turistických destinací nebo ubytovacích a stravovacích zařízení, které budou uveřejněny v mapách mobilní aplikace. Další možností je získání dotací od Magistrátu města Zlín a Krajského úřadu Zlínského kraje. Poslední příjmy souvisí s vlastními náklady, které můžou vynaložit organizátoři Barum Czech Rally Zlín.

Následující podkapitoly se zaměřují na výši grantu, výši získaných finančních příspěvků od zveřejněných zařízení v mobilní aplikaci, výši dotací od Magistrátu města Zlín a Krajského úřadu Zlínského kraje. Následně jsou vyčísleny celkové náklady potřebné k realizaci projektu.

### 11.6.1 Odhad výše získaného grantu na projekt

Podle Fondu pro nestátní neziskové organizace může být minimální výše grantu 300 000 Kč a maximální výše grantu 1 000 000 Kč. Vyžadováno je povinné spolufinancování minimálně 10% z celkových nákladů projektu. Období realizace projektu musí být v celkové době jednoho roku. Jelikož Centrála cestovního ruchu Východní Moravy byla založena jako nestátní nezisková organizace s právním statutem obecně prospěšné společnosti, má právo žádat o grant. Výše grantu by byla v celkové výši 1 000 000 Kč. Celkové náklady dosahují 1 370 442 Kč. Povinné spolufinancování tedy bude činit 137 045 Kč. Z celkového požadovaného 1 000 000 Kč budeme moci využít jen 862 955 Kč.



### **11.6.2 Odhad výše získaných finančních příspěvků od zveřejněných turistických destinací, ubytovacích a stravovacích zařízení a získaných dotací**

V první řadě by bylo dobré oslovit zařízení, která jsou certifikována programem Cyklisté vítáni. Těchto zařízení je třicet. Domnívám se, že finanční příspěvek ve výši 5 000 Kč za jejich zveřejnění do map mobilní aplikace je přijatelný a mohl by vést k přilákání nových potencionálních zákazníků. Ovšem ne všechny oslovená zařízení s příspěvkem budou souhlasit, proto počítám pouze s třetinou.

Podobným způsobem je třeba oslovit i stravovací zařízení, která jsou situována v regionu Východní Morava. Jako nejlepší volba se zdá být oslovení klíčových hráčů v tomto oboru. Tím je myšleno zejména Restaurace U Johana, Potrefená Husa ve Zlíně, Restaurace Přístav, Restaurace U Vágnérů, Lesní penzion Bunč a mnoho dalších stravovacích zařízení. Výše 5 000 Kč je shodná jako v případě zařízení, která jsou certifikována programem Cyklisté vítáni.

Vhodným způsobem je i oslovení turistických destinací, které hrají v regionu Východní Morava (v celém Zlínském kraji) hlavní roli v cestovním ruchu. Těmito destinacemi jsou Zoo Lešná, Lázně Luhačovice, Živá voda Modrá, Velehrad, Svatý Hostýn, Aquapark Uherské Hradiště, Dětský zábavní park Galaxie ve Zlíně, Enduro Bike Camp Otrokovice, Activitypark Hotel Všemina apod. V tomto případě je nutné zmínit, že výše finančního příspěvku se může lišit dle individuálního rozhodnutí dané turistické destinace. Nicméně počítám stejně jako v předešlých případech s částkou 5 000 Kč.

Další možností je získání dotací od Magistrátu města Zlína a Krajského úřadu Zlínského kraje. Domnívám se, že Magistrát města Zlína i Krajský úřad Zlínského kraje na projekt poskytnou dotaci v celkové výši 50 000 Kč.

Posledním zdrojem finančního příspěvku jsou vlastní vložené finanční prostředky od organizátorů samotné akce Barum Czech Rally Zlín. Ti se rozhodli, že do projektu na vznik nového produktu cykloturistiky regionu Východní Morava s názvem Ve stopách Barum Czech Rally Zlín vloží celkovou sumu 150 000 Kč.

Veškeré zmíněné finanční příspěvky, dotace a vlastní vložené finanční prostředky jsou uvedeny v následující tabulce.

Tabulka 18 - Odhad výše získaných finančních příspěvků od zveřejněných ubytovacích a stravovacích zařízení a získaných dotací

<b><i>Odhad výše získaných finančních příspěvků od daných zařízení a dotace</i></b>			
<b>Zdroj</b>	<b>Počet</b>	<b>Částka (Kč)</b>	<b>Příjem (Kč)</b>
Zařízení certifikována programem Cyklisté vítání	10	5 000 Kč	<b>50 000 Kč</b>
Stravovací zařízení v regionu Východní Morava	15	5 000 Kč	<b>75 000 Kč</b>
Turistické destinace v regionu Východní Morava	15	5 000 Kč	<b>75 000 Kč</b>
Získané dotace od zmíněných organizací	2	50 000 Kč	<b>100 000 Kč</b>
Vložené finanční prostředky organizátorů BCRZ	1	150 000 Kč	<b>150 000 Kč</b>
<b><i>Celková výše získaných finančních příspěvků – 450 000 Kč</i></b>			

Zdroj: vlastní zpracování

### 11.6.3 Odhad výše příjmů plynoucích z prodeje mobilní aplikace

Odhad uživatelů, kteří zakoupí mobilní aplikaci, provedu dle počtu stažení jiných aplikací spojených s cykloturistikou nebo rally. Aplikaci s názvem Cyklotrasy Malá Fatra si stáhlo rozpětí od 1 000 do 5 000 uživatelů. Aplikaci Rally4Now si stáhlo dokonce 10 000 až 50 000 uživatelů. Podle mého názoru by si aplikaci mohlo zakoupit přibližně 3 000 uživatelů, což vyplývá ze symbolické ceny 2 € (54,05 Kč). Celková výše příjmů z prodeje mobilní aplikace je vyjádřena následujícím vzorcem.

- počet uživatelů, co stáhnou aplikaci \* cena aplikace = 3 000 \* 54,05 = **162 150 Kč**

Nakonec jsem však dospěl k závěru, že by bylo lepší aplikaci nabídnout uživatelům zdarma, neboť poplatek by je mohl odradit a nenavštívili by ani uvedený produkt a region.

#### 11.6.4 Celkové příjmy projektu

Celkové příjmy z projektu získáme součtem všech uvedených způsobů. Ze zmíněného postupu dojdeme k závěru, že celkové příjmy představují 1 312 955 Kč.

- $(1\,000\,000 - 137\,045) + 450\,000 = \underline{\underline{1\,312\,955\text{ Kč}}}$

#### 11.6.5 Náklady spojené s realizací projektu

Náklady spojené s realizací projektu jsou popsány ve čtyřech oddílech – propagace, mobilní aplikace, informační tabule a mzdové náklady.

##### Propagace

- **Reklama v rádiu – Rádio Zlín**

- 2x denně \* 3 dny \* 632 = 3 792 Kč → 3 792 \* 1,21 = 4 589 Kč

- 6x v roce \* 4 589 = 27 534 Kč

- **Reklama v tisku – Magazín Zlín a inZlín**

- 3 čísla \* 10 350 = 31 050 Kč → 31 050 \* 1,21 = 37 571 Kč

- 6 čísel \* 4 505 = 27 030 Kč → 27 030 \* 1,21 = 32 707 Kč

- 37 571 + 32 707 = 70 278 Kč

- **Reklama v programu rally - Barum Czech Rally Zlín**

- 1 strana \* 30 000 = 30 000 Kč → 30 000 \* 1,21 = 36 300 Kč

- **Mapa cyklotras – formát A3**

- 10 000 kusů \* 2,50 = 25 000 Kč → 25 000 \* 1,21 = 30 250 Kč

- **Billboardy**

- (6 ks \* 2 900 + 4 500 + 4 000) \* 2 měsíce = 51 800 Kč → 51 800 \* 1,21 = 62 678 Kč

- **Webová stránka – česky a anglicky, videa tras pomocí sítě LiveTouring**

- 120 000 Kč → 120 000 \* 1,21 = 145 200 Kč

- **Další způsob propagace – Facebook, YouTube a Google**

- 70 000 Kč → 70 000 \* 1,21 = 84 700 Kč

### Mobilní aplikace

- **Tvorba mobilní aplikace – iOS a Android**

- 1x iOS \* 100 000 = 100 000 Kč → 100 000 \* 1,21 = 121 000 Kč

- 1x Android \* 100 000 = 100 000 Kč → 100 000 \* 1,21 = 121 000 Kč

- 121 000 + 121 000 = **242 000 Kč**

### Informační tabule

- **Tvorba informačních tabulí**

- 50 tabulí \* 4 124 = 206 200 Kč → 206 200 \* 1,21 = **249 502 Kč**

- **Povolení k umístění informačních tabulí**

- 50 tabulí \* 4000 = 200 000 Kč → 200 000 \* 1,21 = **242 000 Kč**

### Mzdové náklady

- **Design webových stránek, aplikace, tabulí**

- 1 \* 180 000 = **180 000 Kč**

Po sečtení všech nákladů zjistíme, že jejich výše je **1 370 442 Kč**.

## 11.6.6 Ekonomická efektivnost projektu

V této podkapitole je uveden hospodářský výsledek a návratnost investic.

- **Hospodářský výsledek**

- **HV** = celkové příjmy – celkové náklady = 1 312 955 – 1 370 442 = **- 57 487 Kč**

- **Návratnost investice**

- **ROI** = celkové příjmy/celkové náklady \* 100 = 1 312 955/1 370 442 \* 100 = **96 %**

Dle výpočtu hospodářského výsledku se projekt nového produktu cykloturistiky regionu Východní Moravy jeví jako neefektivní. Celkové příjmy z projektu nepokryjí celkové vynaložené náklady. Z výpočtu vychází ztráta v celkové výši 57 487 Kč.

Jak již bylo zmíněno, hospodářský výsledek projektu je ztrátový. Prostředním návratnosti investice bylo zjištěno, že se očekává 96 % návratnost.

### 11.7 Analýza rizik projektu

Realizaci každého projektu doprovází řada rizik. Spousta z nich je nepředvídatelných, proto je nemůžeme ovlivnit. Pokud je včas identifikujeme, lze je eliminovat. Brzké rozpoznání hrozeb je pro projekt klíčové, abychom následně podle krizového scénáře mohli zvrátit jejich dopad. V následující tabulce jsou uvedeny nejvýznamnější rizika, která mohou nový produkt cykloturistiky regionu Východní Morava ovlivnit. Posléze jsou popsána všechna rizika včetně způsobu jejich řešení.

Tabulka 19 - Přehled rizik souvisejících s realizací projektu

<b><i>Přehled rizik souvisejících s realizací projektu</i></b>		
<b>Rizikový faktor</b>	<b>Pravděpodobnost výskytu</b>	<b>Míra dopadu</b>
Malý zájem o produkt	střední	vysoká
Neadekvátní finanční podpora	střední	vysoká
Nevhodný způsob propagace	nízká	střední
Nepříznivé počasí	střední	střední

Zdroj: vlastní zpracování

- **Malý zájem o produkt**

Malý zájem o produkt představuje největší hrozbu. Každý projekt, který má být úspěšný, se měří zejména počtem svých návštěvníků. Pravděpodobnost, že tato situace nastane, dosahuje střední hodnoty. Ovšem míra dopadu je vysoká. V současné době zažívá cykloturistika na našem území velký rozvoj a v její nabídce podobný produkt chybí. Domnívám se, že produkt cykloturistiky s názvem Ve stopách Barum Czech Rally Zlín nabídne cyklistům více než jen výlet po cyklostezce. Jeho cílem je vzbudit v cyklistech nevšední zážitek, který budou chtít si znovu zopakovat a doporučit ho svým nejbližším a kamarádům. Tím bude zaručen neustálý koloběh cykloturistů na trasách jednotlivých rychlostních zkoušek a produkt bude stále více a více úspěšný.

- **Neadekvátní finanční podpora**

Automobilová soutěž Barum Czech Rally Zlín je již řadu let organizována na nejvyšší možné úrovni. Podobná úroveň se očekává i v případě nového produktu cykloturistiky regionu Východní Morava. Realizace projektu však vyžaduje velmi vysoké počáteční náklady. I přestože se organizátoři BCRZ každoročně snaží přilákat nové sponzory a stávající sponzory žádají o stále vyšší finanční příspěvek, ne vždy jejich přáním a požadavkům vyhoví. Největším problémem může být neposkytnutí grantu Centrále cestovního ruchu Východní Moravy v celkové částce 1 000 000 Kč, která je pro projekt klíčová. Domnívám se, jelikož jde o nástroj rozvoje cestovního ruchu ve Zlínském kraji, bude grant poskytnut. To samé platí i v případě dotací. Pravděpodobnost výskytu tohoto rizika je střední, míra dopadu je vysoká.

- **Nevhodný způsob propagace**

Způsob zvolené propagace je při zavádění produktu jeden z nejdůležitějších procesů. Nově vznikající produkt cykloturistiky je novinkou, proto je třeba všem cyklistům a milovníkům rally dát vědět o jeho existenci. Domnívám se, že všechny formy propagace jsou zvoleny správně, proto by měla oslovit všechny cílové skupiny. Pravděpodobnost výskytu rizika je nízká a míra jeho dopadu představuje střední hodnotu.

- **Nepříznivé počasí**

Nepříznivé počasí je riziko, které bohužel nelze nijak ovlivnit. Spousta tras cykloproduktu vede po cestě lesem, kde by mohlo být v případě nepříznivého počasí vlhko a mokro. Nicméně pravdou je, že zaryté cyklisty a milovníky rally nevlídné počasí neodradí. Vzhledem k počasí, které v momentálních letech v České republice panuje, je pravděpodobnost tohoto rizika střední stejně jako míra jeho dopadu.

## **11.8 Zhodnocení přínosů a dopadů projektu**

Hlavním cílem projektu není vytvoření zisku, ale zvýšení atraktivnosti Barum Czech Rally Zlín po dobu celého kalendářního roku. Dalším cílem je podpora cestovního ruchu regionu Východní Morava. Posledním cílem projektu je vyplnění mezery na trhu cykloturistiky, která vyplývá z absence tohoto typu produktu.

Jelikož projekt nového produktu cykloturistiky v regionu Východní Morava nese jméno Barum Czech Rally Zlín, je nutné nepodcenit kvalitu obsahu, protože by se tento fakt mohl negativně projevit v celém podniku Barum Czech Rally Zlín. Bohužel vyšší kvalita vyžaduje i vysoké finanční náklady.

Produkt s názvem Ve stopách Barum Czech Rally Zlín je velmi pestrý a rozmanitý. Základem produktu jsou jednotlivé rychlostní zkoušky, po kterých produkt cykloturistiky vede. Celý produkt s sebou nese množství pozitivních přínosů, ale i negativních dopadů.

Negativní dopady spočívají v nutnosti zvýšení pozornosti na úsecích, kudy vede zmíněný cykloprodukt. V tomto případě, by na některých místech mohlo dojít k vážné nehodě, která by pro cykloprodukt měla velmi výrazný negativní dopad. Velké množství účastníků tohoto produktu s sebou přináší i problém, který je spojen se zvýšením odpadu. Z výše uvedeného vyplývá, že je třeba udržovat okolí trasy v čistotě, zvýšit počet odpadkových košů a apelovat na cyklisty, aby neškodili životnímu prostředí.

Hlavní přínosy produktu Ve stopách Barum Czech Rally Zlín se projevují v sociální a ekonomické oblasti. Program produktu je primárně vícedenní, ale může být i jednodenní. V případě první varianty se turisté v regionu zdržují delší dobu, což generuje vyšší zisk ubytovacím a stravovacím zařízením. Pokud mluvíme o zahraničních turistech, ti v regionu utratí vždy nejvíce peněz, protože dále zakupují suvenýry a navštěvují památky a atrakce celého kraje.

Dalším přínosem, který produkt přináší, je možnost seznámení se s lidmi, kteří mají podobné hodnoty a zájmy. Mobilní aplikace navíc cyklistům napomáhá získávat nové přátele i prostřednictvím této formy.

Produkt Ve stopách Barum Czech Rally Zlín za výrazné pomoci mobilní aplikace propojuje více odvětví cestovního ruchu. Mobilní aplikace je navržena tak, aby byla poutavá a ukázala cyklistům možnosti další cykloturistiky, navedla je k historickým a společenským aktivitám v regionu nebo jim pomohla vybrat správné ubytovací nebo stravovací zařízení. Jejím hlavním cílem je však posílit image a zvýšit atraktivnost soutěže BCRZ.

Pokud se na přínos nového cyklistického produktu regionu Východní Morava s názvem Ve stopách Barum Czech Rally Zlín podíváme z finančního hlediska, dospějeme k závěru, že produkt je velice přínosný i pro celý Zlínský kraj. Tento fakt potvrzuje i přiložená tabulka.

Tabulka 20 – Finanční přínosy produktu pro region Východní Morava

<b><i>Finanční přínosy produktu pro region Východní Morava</i></b>				
<b>Původ návštěvníků</b>	<b>Počet návštěvníků/rok</b>	<b>Ø strávená doba</b>	<b>Ø útrata/den</b>	<b>Celkem</b>
Zlínský kraj	5 000	1 den	375 Kč	<b>1 875 000</b>
Ostatní kraje	800	2 dny	750 Kč	<b>1 200 000</b>
Zahraničí	300	3 dny	2 944 Kč	<b>2 649 600</b>
<b><i>Celkový přínos pro region Východní Morava – 5 724 600 Kč</i></b>				

Zdroj: vlastní zpracování



## ZÁVĚR

Diplomová práce je zaměřena na tvorbu projektu nového produktu cykloturistiky regionu Východní Morava, který by měl být ojedinělým produktem v České republice. K tomuto účelu jsem navrhl jednotlivé trasy produktu, které vedou po divácky atraktivních rychlostních zkouškách zlínského automobilového podniku.

Na základě studia odborné literatury jsem v teoretické části vymezil pojem cestovní ruch včetně jeho typologie. S ohledem na zvolené téma jsem dále vypracoval teoretické poznatky související s cykloturistikou a event turismem.

V úvodu praktické části jsem se zabýval současností a historií Barum Czech Rally Zlín. Dále jsem charakterizoval společnost Rallye Zlín, která tuto soutěž organizuje. V neposlední řadě jsem zmínil přínosy, které Barum Czech Rally Zlín přináší Zlínskému kraji. Následně jsem analyzoval doplňkové služby, ze kterých vyplynulo, že organizované projekty a kampaně mají obrovský význam.

Nutností bylo provést podrobnou analýzu cykloturistiky regionu Východní Morava, ve které jsem zmínil lokalizační a realizační faktory, SWOT analýzu cykloturistiky a možnosti cykloturistiky v regionu ve formě cyklotipů a cyklovýletů. Z analýzy vyplývá, že region disponuje výbornými podmínkami pro cykloturistiku, a proto je velmi vhodný i pro nově vznikající produkt.

Poslední analýzou praktické části diplomové práce je analýza podobného typu produktu na území České republiky. Poslední kapitolu analytické části jsem provedl na základě vytyčení tří podobných produktů, které jsem porovnal dle stanovených srovnávacích kritérií. Analýza mě přivedla k názoru, že projekt produktu Ve stopách Barum Czech Rally Zlín bude unikátní, protože bude obohacen o možnosti, které srovnávané produkty neposkytují.

Projekt jsem vytvořil dle výsledků jednotlivých analýz. Nejdříve je popsán produkt celoročního využití tras s názvem Ve stopách Barum Czech Rally Zlín a následně sportovně-cyklistický event s názvem Tour de Barum Rally.

Projekt je podroben ekonomické i rizikové analýze. Ekonomická analýza prokázala, že příjmy z projektu nepokryjí jeho celkové náklady. I když je dosaženo ztráty v celkové výši 57 487 Kč, hlavní přínos produktu spočívá ve zvýšení atraktivnosti Barum Czech Rally Zlín. Dalším cílem produktu je přilákání většího množství domácích i zahraničních turistů, kteří v regionu stráví delší dobu. Tato skutečnost se následně projeví zejména

v ekonomickém růstu. Jsem si jist, že při navázání kontaktu s novými partnery BCRZ, bude produkt v dalších letech úspěšnější.

Věřím, že návrh a realizace projektu nového produktu cykloturistiky regionu Východní Morava, který v diplomové práci uvádím, bude pro organizátory přínosem a zároveň potěší cyklisty i milovníky rallysportu, kteří během pobytu zažijí nevšední zážitky.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] BATKOVÁ, M. et. al. *Koncepce rozvoje cyklodopravy na území Zlínského kraje: analýza současného stavu*. Ostrava: UDIMO, 2004.
- [2] DOLEŽAL, Jan, Pavel MÁCHAL a Branislav LACKO. *Projektový management podle IPMA*. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4275-5.
- [3] DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-901-7.
- [4] FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-0207-X.
- [5] FORST, Michal, Jakub HOFBAUER a Roman ORDELT. *40 let historie Barum Czech Rally Zlín: (1971 – 2010)*. 1. vyd. Zlín: Rallye Zlín, 2010. ISBN 978-80-254-8797-6.
- [6] GERIG, Urs a Thomas FRISCHKNECHT. *Jezdíme na horském kole*. 1. vyd. České Budějovice: Kopp, 2004. ISBN 80-7232-227-3.
- [7] GETZ, Donald. *Event studies: theory, research and policy for planned events*. 1 st ed. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann, 2007. ISBN 0750669594.
- [8] HALADA, Andrej. *Na kole křížem krážem po Moravě a Slezsku*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Fragment, 2007. ISBN 978-80-253-0331-3.
- [9] HAMARNEHOVÁ, Iveta. *Geografie turismu: mimoevropská teritoria*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4430-8.
- [10] HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011, ISBN 978-80-7373-107-6.
- [11] HOFBAUER, Jakub. *Barum Czech Rally Zlín: evropská stopa*. 1. vyd. Zlín: Rallye Zlín, spol. s.r.o., 2015. ISBN 978-80-260-8300-9.
- [12] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-3247-3.
- [13] KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-3.
- [14] KOTLER, Philip. *Moderní marketing*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.

- [15] LANDA, Pavel a Jitka LIŠKOVÁ. *Rekreační cyklistika*. 1. vyd. Praha: Grada, 2004. ISBN 80-247-0726-8.
- [16] LATTENBERG, Vivien. *Event, aneb, Úspěšná akce krok za krokem: příručka pro organizátory*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2397-3.
- [17] MOUREK, Daniel a kolektiv. *Cykloturistika: Současný stav a perspektivy v České republice*. 1. vyd. Praha: Czech Tourism, 2011. ISBN 978-80-87560-00-6.
- [18] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu: 1. část*. 1. vyd. Banská Bystrica: DALI-BB preSlovak-SwissTourism, 2011. ISBN 978-80-89090-93-8.
- [19] PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3748-5.
- [20] PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2., upr. vyd. Praha: Idea servis, 2007. ISBN 978-80-85970-55-5.
- [21] RICHARDS, Greg a Julie WILSON. *Tourism, creativity and development*. London: Routledge, 2007. ISBN 978-0-415-42756-2.
- [22] RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. Vyd. 3., rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009. ISBN 978-80-7418-028-6.
- [23] RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
- [24] SVOZILOVÁ, Alena, 2011. *Projektový management*. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3611-2.
- [25] ŠINDLER, Petr. *Event marketing: jak využít emoce v marketingové komunikaci*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003. ISBN 80-247-0646-6.
- [26] *Školní atlas světa*. Praha: Kartografie Praha, a.s., 2007. ISBN 978-80-7011-925-9.
- [27] TOMEK, Gustav a Věra VÁVROVÁ. *Marketing od myšlenky k realizaci*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2007. ISBN 978-80-86946-45-0.
- [28] VYDRA, Pavel. *Barum Rally*. 1. vyd. Praha: Computer Press, 2005. ISBN 80-722-6929-1.

**Internetové zdroje:**

- [1] AD CAMP. *Ad Camp*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.adcamp.cz>
- [2] ASOCIACE TURISTICKÝCH INFORMAČNÍCH CENTER ČESKÉ REPUBLIKY. *A.T.I.C. České republiky*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://aticcr.cz/zlinsky-kraj/os-1014/p1=2308>
- [3] BARUM CZECH RALLY ZLÍN. *Czech Rally*. [online]. [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: <http://www.czechrally.com/24828-zakladni-info>
- [4] BAŤŮV KANÁL. *Baťův kanál* [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.batacanal.cz/>
- [5] BIKEMARATON DRÁSAL. *BIKEMARATON Drásal*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.drasal.cz>
- [6] CYKLISTÉ VÍTÁNI – KRITÉRIA PRO STRAVOVACÍ ZAŘÍZENÍ. *Cyklisté vítáni*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.cyklistevitani.cz/Podminky-certifikace/Stravovaci-zarizeni.aspx>
- [7] CYKLISTÉ VÍTÁNI – KRITÉRIA PRO UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ. *Cyklisté vítáni*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.cyklistevitani.cz/Podminky-certifikace/Ubytovaci-zarizeni.aspx>
- [8] CYKLOBUS – HOSTÝNSKÉ VRCHY. *iVelo*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.ivelocz/cyklo-trasy/cyklobusy/?oblast=hostynske-vrchy>
- [9] CYKLOTURISTIKA V ČESKÉ REPUBLICE. *Česko jede*. [online]. [cit. 2016-03-28]. Dostupné z: <http://www.ceskojede.cz>
- [10] ČESKÝ HYDROMETEOROLOGICKÝ ÚSTAV. *Český hydrometeorologický ústav*. [online]. [cit. 2016-03-25]. Dostupné z: <http://portal.chmi.cz/historicka-data/pocasi/zakladni-informace>
- [11] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Krajská správa ČSÚ ve Zlíně*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/xz/cestovni\\_ruch-xz](https://www.czso.cz/csu/xz/cestovni_ruch-xz)
- [12] DOPRAVA ZLÍNSKÉHO KRAJE. *Zlínský kraj*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <https://kr-zlinsky.cz/doprava-cl-2.html>
- [13] DOŽÍNKY ZLÍNSKÉHO KRAJE. *Město Kroměříž*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.kromeriz.eu/dozinky>

- [14] HOLEŠOVSKÁ REGATA. *Holešovská regata*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.holesovskaregata.cz>
- [15] CHRÁNĚNÁ ÚZEMÍ ZLÍNSKÉHO KRAJE. *Chráněná území Zlínského kraje*. [online]. [cit. 2016-03-25]. Dostupné z: <http://nature.hyperlink.cz>
- [16] JÍZDA KRÁLŮ VLČNOV. *Kudy z nudy*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/akce/jizda-kralu-vlcnov-2012.aspx>
- [17] KARLOVSKÝ GASTROFESTIVAL. *Karlovský gastrofestival*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.karlovskygastrofestival.cz>
- [18] KATALOG CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ A AGENTUR. *Atlas cestovních kancelářů*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.atlasck.cz/cestovni-kancelare-zlinsky-kraj>
- [19] KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWATRZHOFFOVÁ. *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008 [cit. 2016-02-22] Dostupné z: [http://www.mmr.cz/getmedia/5730ec1b-6510-4d64-ad81-86f39f23813a/GetFile5\\_4.pdf/](http://www.mmr.cz/getmedia/5730ec1b-6510-4d64-ad81-86f39f23813a/GetFile5_4.pdf/)
- [20] LETNÍ FILMOVÁ ŠKOLA UHERSKÉ HRADIŠTĚ. *Letní filmová škola*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.lfs.cz/festival/o-festivalu/>
- [21] LIDOVÁ ARCHITEKTURA. *Lidová architektura* [online]. [cit. 2016-03-25]. Dostupné z: <http://www.lidova-architektura.cz>
- [22] MASTERS OF ROCK. *Masters of rock*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.mastersofrock.cz/www/index.php?lng=cs>
- [23] MEZINÁRODNÍ FESTIVAL FILMŮ PRO DĚTI A MLÁDEŽ. *Zlifest*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.zlifest.cz>
- [24] MEZINÁRODNÍ FESTIVAL VOJENSKÝCH HUDEB. *Město Kroměříž*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.kromeriz.eu/akce/prehled/185-Mezinarodni-festival-vojenskych-hudeb.html>
- [25] MODERNÍ CYKLISTIKA: 20 DOBRÝCH DŮVODŮ PRO CYKLISTIKU. *Cyklopráva*. [online]. [cit. 2016-03-11]. Dostupné z: <http://www.cyklodoprava.cz/file/zivot-s-kolem-20-dobrych-duvodu-pro-cyklistiku/>

- [26] NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV. *Národní památkový ústav*. [online]. [cit. 2016-03-25]. Dostupné z: <https://www.npu.cz>
- [27] NÁRODNÍ STRATEGIE ROZVOJE CYKLISTICKÉ DOPRAVY V ČESKÉ REPUBLICE PRO LÉTA 2013-2020. *Cyklodoprava*. [online]. [cit. 2016-03-11]. Dostupné z: <http://www.cyklodoprava.cz/file/cyklostrategie-2013-final/>
- [28] PO STOPÁCH BLANICKÝCH RYTÍŘŮ. *Kudy z nudy*. [online]. [cit. 2016-03-28]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Po-stopach-blanickyh-rytiru-na-kole.aspx>
- [29] PO STOPÁCH CÍSAŘE NAPOLEONA. *Cyklo jižní Morava*. [online]. [cit. 2016-03-28]. Dostupné z: <http://www.cyklo-jizni-morava.cz/po-stopach-cisare-napoleona>
- [30] PO STOPÁCH POLICIE MODRAVA. *Live touring*. [online]. [cit. 2016-03-28]. Dostupné z: <http://www.livetouring.com/cs/track/po-stopach-policie-modrava-cyklo>
- [31] PŘEPRAVA KOL VE VLAKU. *České dráhy*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.cd.cz/vnitrostatni-cestovani/zavazadla-a-zvirata/preprava-kol/-3673/>
- [32] RALLYE ZLÍN. *Rallye Zlín*. [online]. [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: <http://www.rallyzlin.cz>
- [33] SEZNAM MAP. *Mapy.cz*. [online]. [cit. 2016-04-04]. Dostupné z: <https://mapy.cz/zakladni?x=17.3994310&y=49.2618065&z=10&m3d=1>
- [34] SLOVÁCKÉ SLAVNOSTI VÍNA UHERSKÉ HRADIŠTĚ. *Slavnosti vína Uherské Hradiště*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.slavnostivinauh.cz>
- [35] TIPY NA CYKLOVÝLETY V REGIONU VÝCHODNÍ MORAVA. *Východní Morava na kole*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.vmnakole.cz/cs/cyklo-tipy>
- [36] ÚSCHOVA KOL. *České dráhy*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: [http://www.cd.cz/cd-online/stanice.php?\\_s\\_icmp=smsn](http://www.cd.cz/cd-online/stanice.php?_s_icmp=smsn)
- [37] VALACHY TOUR. *Valachy Tour*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://valachytour.cz>

- [38] VALAŠSKÝ CYKLOBUS. *Cyklobus*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.cyklobus.cz>
- [39] VANÍČEK, Jiří a Vladimír KŘEŠŤAN. *Marketing cestovního ruchu* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007 [cit. 2016-02-22] Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/ba898846-3cc2-4274-9c8e-6bb974c08475/GetFile20.pdf>
- [40] VIZOVICKÉ TRNKOBRANÍ. *Vizovické trnkobraní*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.vizovicketrnkobrani.cz/cs/>
- [41] WORLD TOURISM ORGANISATION UNWTO. *Capacity Building Program, Asia, Workshop II. Philippines. Uwto.org* [online]. 4. – 6. 7. 2011 [cit. 2016-02-22]. Dostupné z: [http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_tsa\\_1.pdf/](http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_tsa_1.pdf/)
- [42] ŽELEZNIČNÍ DOPRAVA ZLÍNSKÉHO KRAJE. *České dráhy*. [online]. [cit. 2016-03-26]. Dostupné z: <http://www.cd.cz/zlinsky-kraj/cd-v-regionu/-7369/>

**Ostatní zdroje:**

- [1] *COT business: Časopis pro profesionály v cestovním ruchu*. Praha, 2015, 2015(5). ISSN 1212-4281.
- [2] *Dotyk* [online]. Praha, 2015, 2015(35) [cit. 2016-03-13]. ISSN 1805-9465.
- [3] Interní materiály BCRZ



**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

ACCŘ	Autoklub České republiky
AČR	Armáda České republiky
A. T. I. C.	Asociace turistických a informačních center České republiky
BCRZ	Barum Czech Rally Zlín
BMX	Bicycle Motocross – označení pro freestylové jízdní kolo
CEREK	Centrální registr jízdních kol
CK	Cestovní kancelář
CR	Cestovní ruch
ČD	České dráhy
ČHMÚ	Český hydrometeorologický ústav
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DPH	Daň z přidané hodnoty
EC	Vlak EuroCity
ECF	Evropská cyklistická federace
ERC	European Rally Chalange – Mistrovství Evropy v Rally
EU	Evropská unie
FIA	Federation Internationale de l'Automobile – Mezinárodní automobilová federace
HDP	Hrubý domácí produkt
HV	Hospodářský výsledek
CHKO	Chráněná krajinná oblast
IC	Vlak InterCity
IRC	Intercontinental Rally Challenge – bývalé Mistrovství Evropy v rally
LED	Light-Emitting Diode – dioda emitující světlo

MS	Mistrovství světa
MTB	Mountain bike – označení horského kola
MXGP	Motocross Grand Prix – Velká cena v motocrossu
N4	Skupina závodních aut – sériové vozy s pohonem všech čtyř kol
PR	Public Relations
R5	Skupina závodních aut – malé vozy s pohonem všech čtyř kol a s turbomotorem o obsahu 1 600 cm <sup>3</sup>
ROI	Return On Investment – návratnost investice
RZ	Rychlostní zkouška
S1600	Skupina závodních aut – malé vozy s pohonem přední nápravy o obsahu 1 600 cm <sup>3</sup>
S2000	Skupina závodních aut – malé vozy s pohonem všech čtyř kol a s atmosférickým motorem o obsahu 2 000 cm <sup>3</sup>
SC	Vlak SuperCity
S. R. O.	Společnost s ručením omezeným
SSS	Super Special Stage – městská rychlostní zkouška
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – organizace pro výchovu, vědu a kulturu
UNWTO	United Nations World Tourism Organisation – specializovaná agentura v oblasti cestovního ruchu
VH	Výsledek hospodaření
VIP	Very Important Person – velmi významná osoba
WI-FI	Wireless LAN – bezdrátová komunikace v počítačových sítích
WRC	World Rally Championship – Mistrovství světa v rally
ŽZ	Živnostenský zákon

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek 1 - SWOT analýza jako výsledek komplexní analýzy .....	36
Obrázek 2 - Konkurence podle konkurenčního tlaku .....	38
Obrázek 3 - Kalendář seriálu Mistrovství Evropy v rally 2015 (ERC) .....	59
Obrázek 4 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Slušovice .....	87
Obrázek 5 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Pindula.....	88
Obrázek 6 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Kudlovice .....	89
Obrázek 7 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Semetín.....	89
Obrázek 8 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Troják .....	91
Obrázek 9 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Žlutava.....	91
Obrázek 10 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Jarcová.....	92
Obrázek 11 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce Pržno.....	93
Obrázek 12 - Výškový profil trasy vedoucí po rychlostní zkoušce velká Lhota.....	94
Obrázek 13 - Výškový profil trasy eventu Tour de Barum Rally (zdatní cyklisté).....	95
Obrázek 14 - Výškový profil trasy eventu Tour de Barum Rally (rodiny s dětmi, méně zdatní cyklisté).....	95

**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1 - Základní údaje o společnosti .....	46
Tabulka 2 - Počet fanoušků v průběhu BCRZ v roce 2006 a 2011 – 2015.....	47
Tabulka 3 - Příjmy Zlínského kraje v době konání BCRZ v roce 2015 (v mil. Kč) .....	47
Tabulka 4 - Náklady na projekt RALLY NAPLNO.....	53
Tabulka 5 - Výnosy plynoucí z projektu RALLY NAPLNO.....	53
Tabulka 6 - Náklady na kampaň JEDU NA DŘEŇ – Rallye Zlín .....	57
Tabulka 7 - Náklady na kampaň JEDU NA DŘEŇ – Reklamní inženýři.....	58
Tabulka 8 - Souhrn srážek a průměrná měsíční teplota za rok 2015.....	62
Tabulka 9 - Kapacity hromadných ubytovacích zařízení regionu Východní Morava .....	65
Tabulka 10 - Turistické informační kanceláře v regionu Východní Morava .....	67
Tabulka 11 - Cestovní kanceláře a agentury v regionu Východní Morava .....	68
Tabulka 12 - Ceník přepravy spoluzavazadel společnosti České dráhy.....	69
Tabulka 13 - Lokalita produktu cykloturistiky .....	75
Tabulka 14 - Demografie jednotlivých krajů.....	75
Tabulka 15 - Věková struktura obyvatelstva jednotlivých krajů.....	76
Tabulka 16 - Možnosti cykloturistiky jednotlivých krajů .....	76
Tabulka 17 - Charakteristika trasy produktu .....	77
Tabulka 18 - Odhad výše získaných finančních příspěvků od zveřejněných ubytovacích a stravovacích zařízení a získaných dotací .....	106
Tabulka 19 - Přehled rizik souvisejících s realizací projektu.....	109
Tabulka 20 – Finanční přínosy produktu pro region Východní Morava .....	112

## SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA P I: Loga organizací, produktů a projektů

PŘÍLOHA P II: Mapy

PŘÍLOHA P III: Ubytovací zařízení

## PŘÍLOHA P I: LOGA ORGANIZACÍ, PRODUKTŮ A PROJEKTŮ

Logo Barum Czech Rally Zlín



Logo European Rally Championship



Logo Autoklubu České republiky



Logo Federation Internationale de l'Automobile



Logo projektu s názvem HAPPY RALLY!



Logo zážitkového programu s názvem RALLY NAPLNO!!!



ZÁŽITKOVÝ PROGRAM  
[WWW.RALLYNAPLNO.CZ](http://WWW.RALLYNAPLNO.CZ)



Logo kampaně JEDU NA DŘEŇ!



Logo regionu Východní Morava



Logo Zlínského kraje



Logo certifikace Cyklisté vítáni



Logo televizní stanice Eurosport





Logo produktu s názvem Ve stopách Barum Czech Rally Zlín

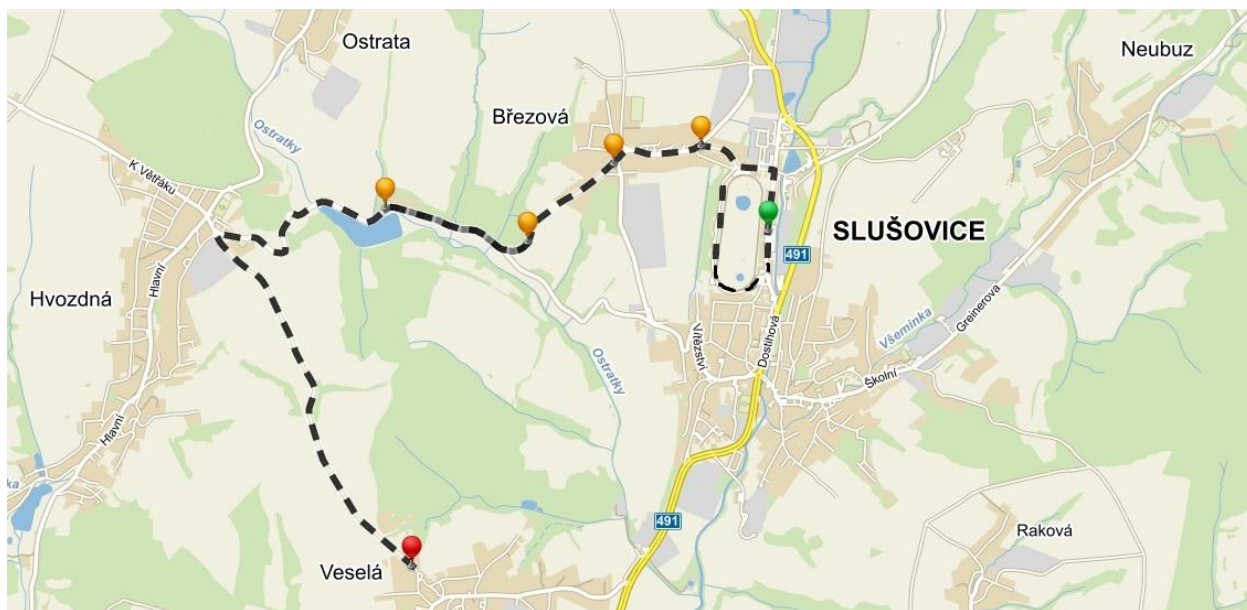


Logo sportovní-cyklistického eventu s názvem Tour de Barum Rally

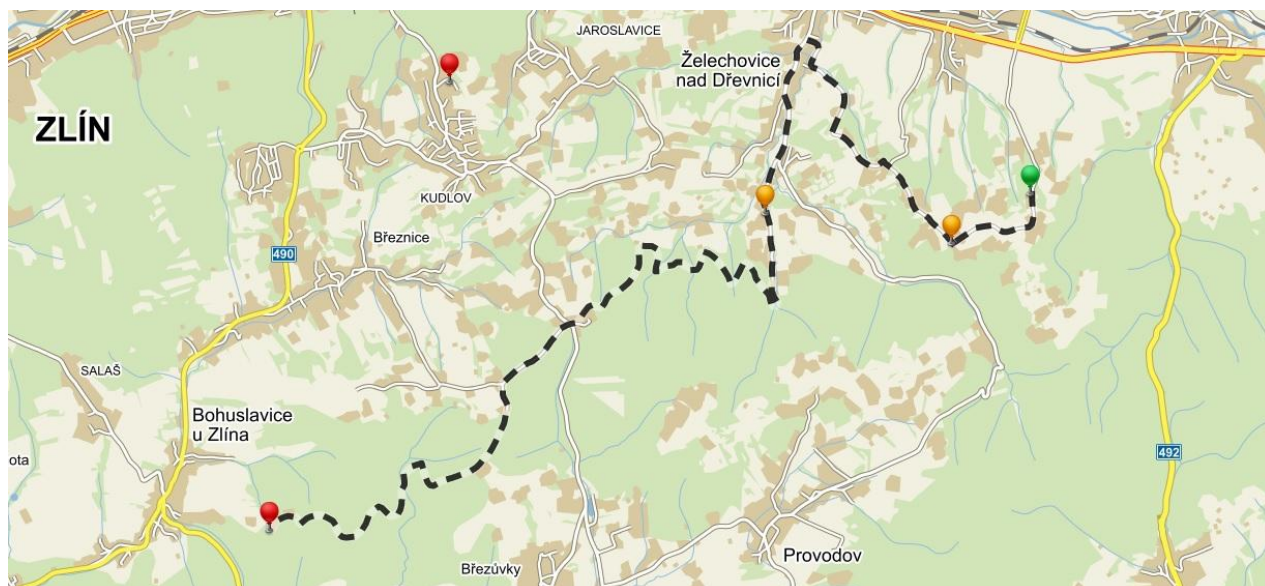


## PŘÍLOHA P II: MAPY

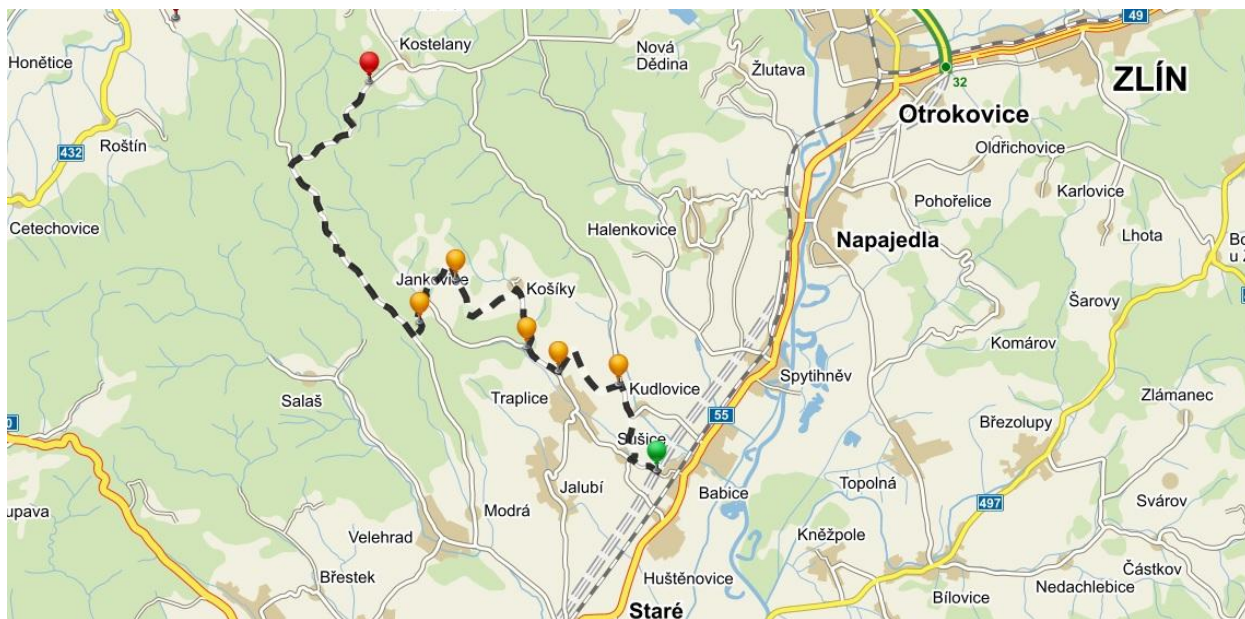
### Trasa produktu Ve stopách Barum Czech Rally Zlín – RZ Slušovice



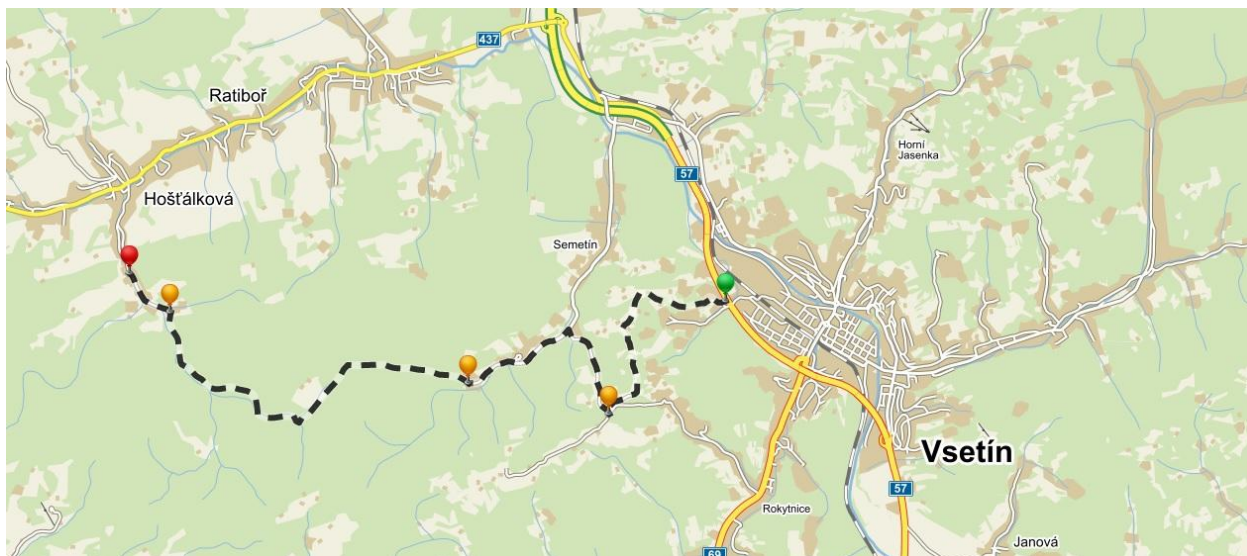
### Trasa produktu Ve stopách Barum Czech Rally Zlín – RZ Pindula



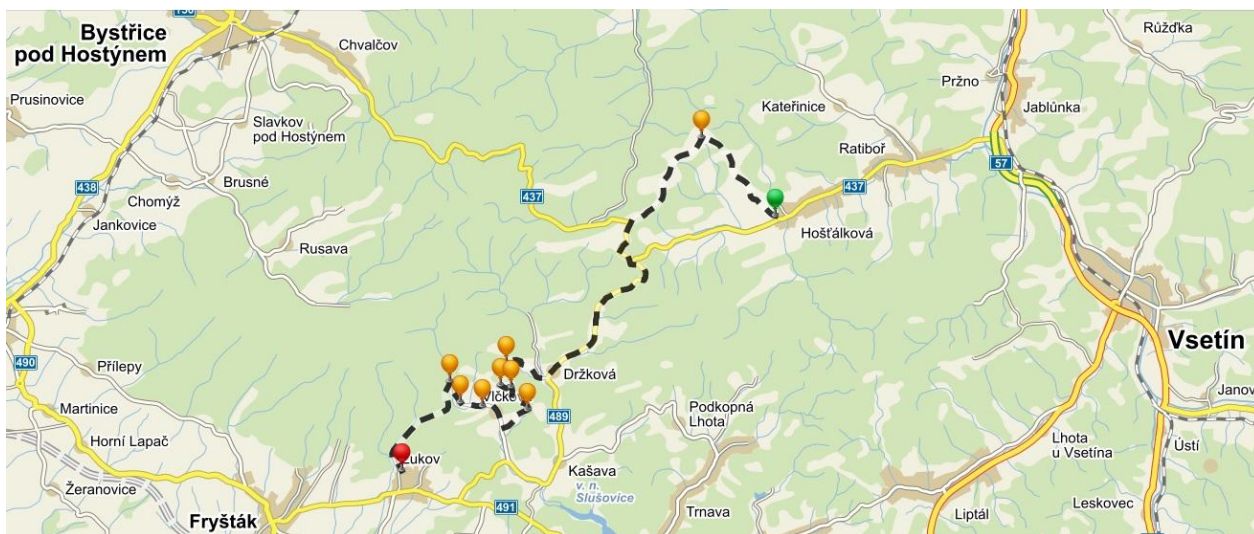
## Trasa produktu Ve stopách Barum Czech Rally Zlín – RZ Kudlovice



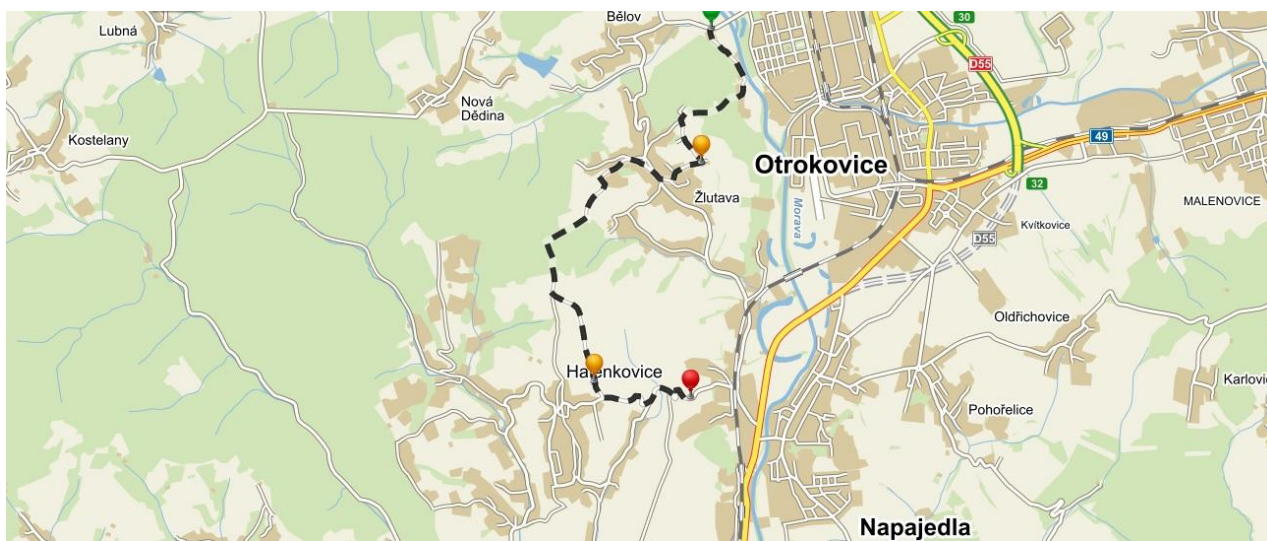
## Trasa produktu Ve stopách Barum Czech Rally Zlín – RZ Semetín



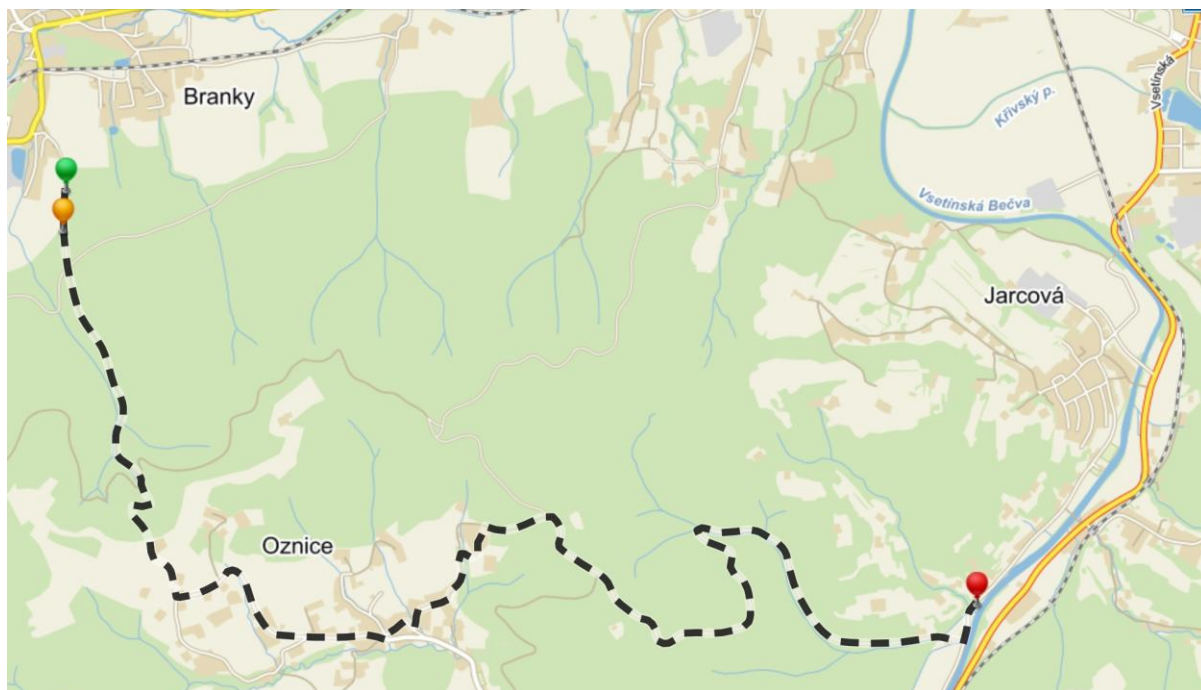
## Trasa produktu Ve stopách Barum Czech Rally Zlín – RZ Troják



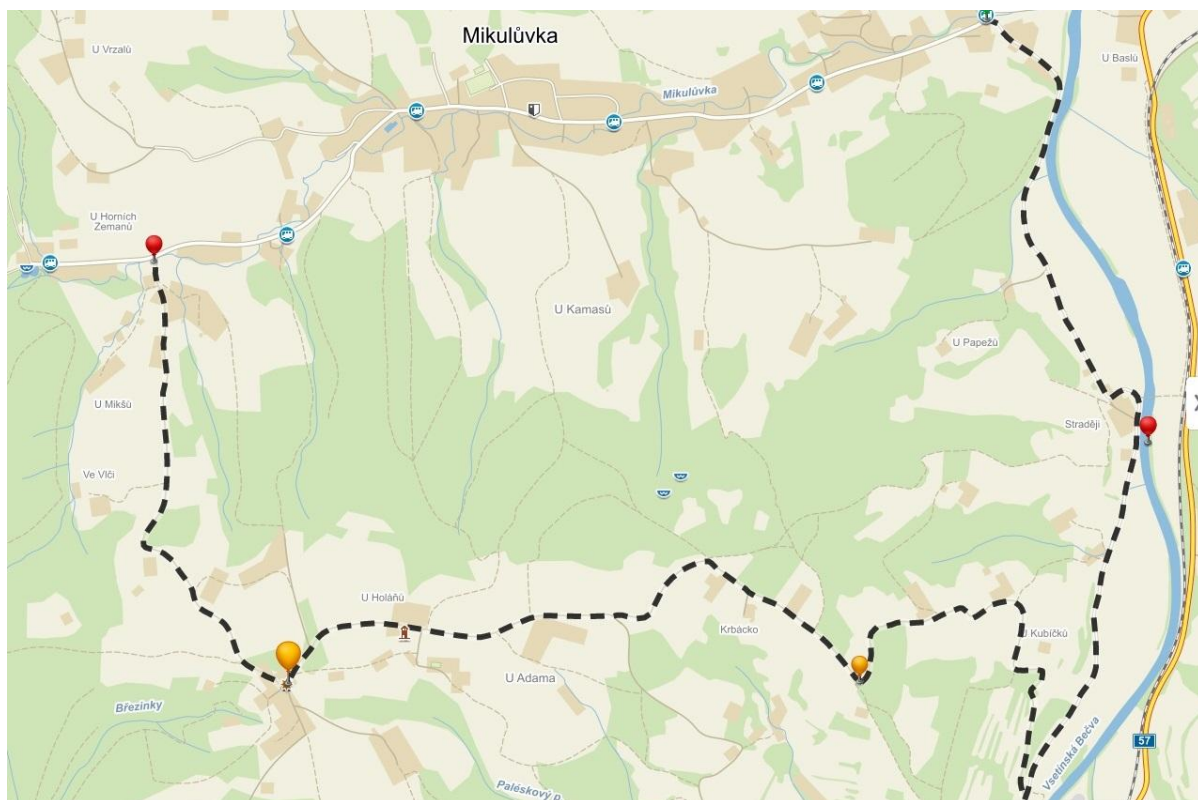
## Trasa produktu Ve stopách Barum Czech Rally Zlín – RZ Žlutava



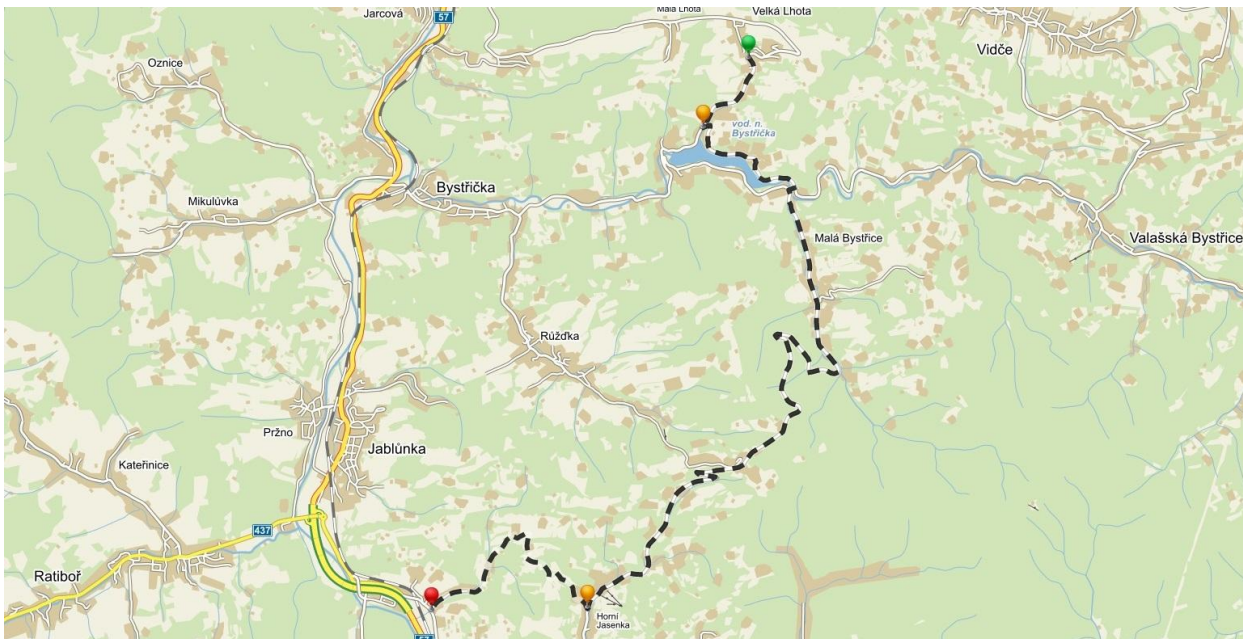
## Trasa produktu Ve stopách Barum Czech Rally Zlín – RZ Jarcová



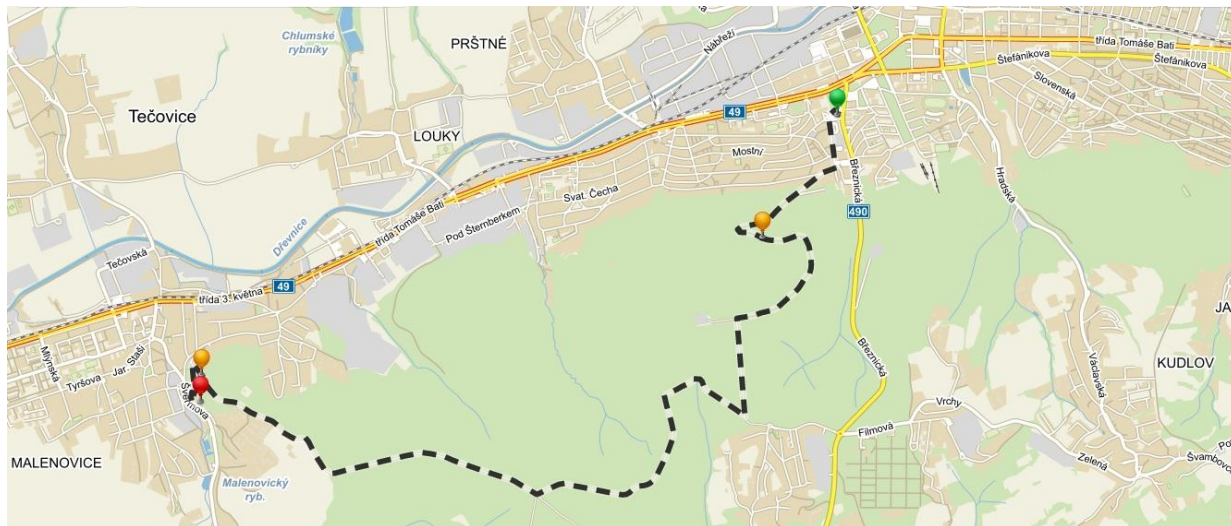
## Trasa produktu Ve stopách Barum Czech Rally Zlín – RZ Pržno



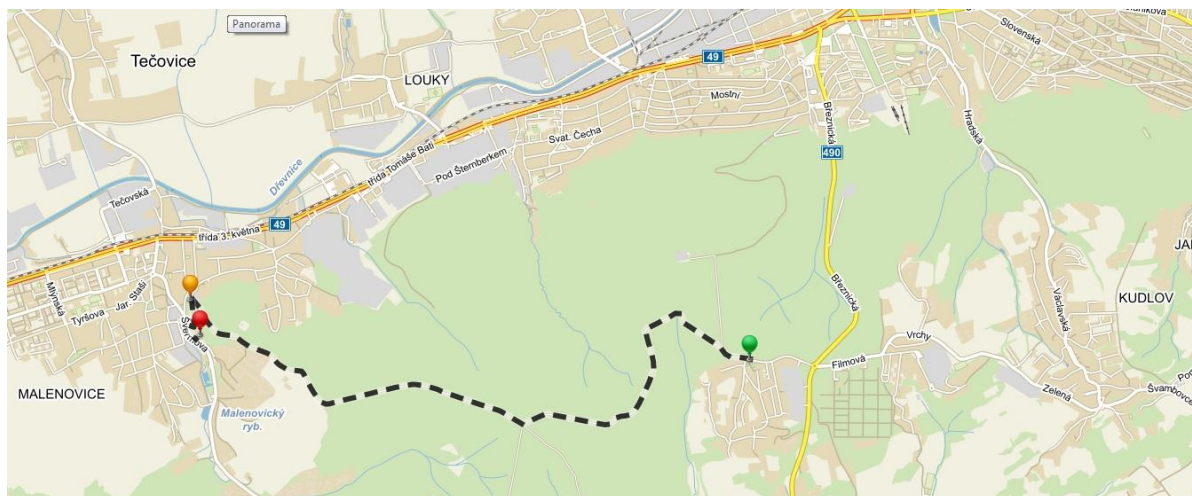
## Trasa produktu Ve stopách Barum Czech Rally Zlín – RZ Velká Lhota



## Trasa cyklistického eventu Tour de Barum Rally – RZ Maják (zdatní cyklisté)



## Trasa cyklistického eventu Tour de Barum Rally – RZ Maják (méně zdatní cyklisté)



## **PŘÍLOHA P III: UBYTOVACÍ ZAŘÍZENÍ**

**VŠ kolej Štefánikova**



**Ubytovna Oáza v Otrokovicích**





## Penzion Lípa v Otrokovicích



## Hotel Rottal v Otrokovicích



## OREA Hotel Atrium v Otokovicích

