

# Návrh projektu mezinárodní propagace Barum Czech Rally Zlín

David Hrbáček

---

Bakalářská práce  
2016



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky

---

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta managementu a ekonomiky  
Vyšší odborná škola ekonomická  
akademický rok: 2015/2016

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **David Hrbáček**  
Osobní číslo: **M130228**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Marketing**  
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Návrh projektu mezinárodní propagace Barum Czech Rally Zlín**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Prostudujte odbornou literaturu zabývající se problematikou cestovního ruchu a tvorbou projektů.

II. Praktická část

- Popište základní činnost společnosti a představte motoristickou soutěž.
- Provedte analýzu marketingového prostředí motoristické soutěže.
- Navrhněte řešení pro mezinárodní marketingovou komunikaci.
- Navrhněte projekt aktivní dovolené v České republice.

Závěr

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

FORET, Miroslav a Věra FORETOVA. Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-247-0207-X.

FORST, Michal, Jakub HOFBAUER a Roman ORDELT. 40 let historie Barum Czech Rally Zlín: (1971-2010). 1. vyd. Zlín: Rallye Zlín, 2010, 110 s. ISBN 978-80-254-8797-6.

KARLÍČEK, K., KRÁL, P. Marketingová komunikace: Jak komunikovat na našem trhu. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3541-2.

KOTIKOVA, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVA. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008. ISBN 978-80-87147-05-4.

KOZAK, Vratislav a Ludvík NOVAK. Ekonomické dopady Barum Rally Zlín 13. - 15. 9. 2002. Zlín, 2003.

PALATKOVÁ, Monika. Mezinárodní cestovní ruch. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.

Vedoucí bakalářské práce:

**Ing. Pavel Konečný**

Ústav elektroniky a měření

Datum zadání bakalářské práce:

**4. března 2016**

Termín odevzdání bakalářské práce:

**22. dubna 2016**

Ve Zlíně dne 8. dubna 2016

Mgr. Pavel Hýl  
ředitel ústavu



Ing. Miloslava Kubičková  
Ing. Miloslava Kubičková, Ph.D.  
ředitel ústavu

# PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

## Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním 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 bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk 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 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 – 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 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 bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem 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 bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval, v případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor;
2. že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně .....

.....

## **ABSTRAKT**

Tato bakalářská práce se bude zabývat problematikou propagace významné sportovní akce Barum Czech Rally Zlín (BCRZ), díky které do České republiky přijíždí každý rok desetitisíce fanoušků motoristického sportu. Cílem této práce je navrhnout projekt efektivní marketingové komunikace této motoristické soutěže na ostatních podnicích šampionátu ERC (European Rally Championship) a tím učinit pro potenciální zahraniční návštěvníky Barum Rally tuto akci natolik atraktivní, že se jí zúčastní nejen osobně, ale s nimi i jejich rodiny, které mohou v ČR prožít aktivní dovolenou spojenou nejen s BCRZ. V první teoretické části práce je provedena literární rešerše na téma sportovní cestovní ruch, projekty v cestovním ruchu a marketingová komunikace. Ve druhé, analytické části je představen návrh projektu na propagaci BCRZ na ostatních podnicích šampionátu ERC a dále také návrh projektu aktivní dovolené v ČR.

Klíčová slova: Barum Czech Rally Zlín, sportovní cestovní ruch, projekt, rallye, aktivní dovolená, eventy

## **ABSTRACT**

This thesis will deal with the promotion of one of the major sporting events, Barum Czech Rally Zlín (BCRZ), thanks to which the Czech Republic is visited by thousands motorsport fans. The primary objective of the thesis is a draft of effective marketing communication of motor race mentioned above to the visitors of other championship ERC (European Rally Championship), and though this campaign make for potential foreign visitors Barum Rally so attractive that they will not only participate this event by themselves, but they will spend active and attractive holiday in the Czech Republic with their families. In the first part the thesis a literature review on the topics of sports tourism projects and marketing communication will be completed. In the second, analytical part draft of effective promotion of BCRZ targeted on the visitors of other ERC championship events. Draft of active holiday for the foreign visitors of Barum Rally and their families in the Czech Republic will be carried out.

Keywords: Barum Czech Rally Zlín, sport tourism, project, rallye, active holidays, events

Rád bych poděkoval vedoucímu diplomové práce Ing. Pavlu Konečnému za cenné rady, odborné vedení a v neposlední řadě za jeho trpělivost při psaní mé diplomové práce.

Dále bych chtěl poděkovat celému organizačnímu týmu Barum Czech Rally Zlín za poskytnuté informace a materiály, bez kterých by tato práce nemohla vzniknout.

Na závěr bych chtěl poděkovat své rodině, která mi byla po celou dobu tvorby práce, ale také po celou dobu mého studia velkou oporou.

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>10</b>
<b>1 CESTOVNÍ RUCH</b> .....	<b>11</b>
1.1 TYPY CESTOVNÍHO RUCHU .....	12
<b>2 SPORTOVNÍ CESTOVNÍ RUCH</b> .....	<b>14</b>
2.1 DĚLENÍ SPORTOVNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU .....	15
2.2 AUTOMOBILOVÝ SPORT .....	16
<b>3 EVENTY V CESTOVNÍM RUCHU</b> .....	<b>18</b>
3.1 DEFINOVÁNÍ POJMU EVENT .....	18
3.2 ZÁKLADNÍ TYPOLOGIE EVENTŮ .....	18
3.3 VOLBY EVENTŮ .....	19
3.4 SPORTOVNÍ EVENTY V ČESKÉ REPUBLICCE.....	20
<b>4 SWOT ANALÝZA</b> .....	<b>21</b>
<b>5 PŘÍPRAVA PROJEKTU</b> .....	<b>23</b>
5.1 PŘEDPROJEKTOVÁ FÁZE .....	23
5.2 PROJEKTOVÁ FÁZE.....	24
5.3 POPROJEKTOVÁ FÁZE.....	24
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>25</b>
<b>6 PŘEDSTAVENÍ MOTORISTICKÉ AKCE BARUM CZECH RALLY ZLÍN</b> .....	<b>26</b>
6.1 HISTORIE BCRZ.....	26
6.2 RALLYE ZLÍN, SPOL. S.R.O. ....	27
6.2.1 Historie firmy Rallye Zlín, spol. s.r.o.....	29
6.3 VÝZNAM BARUM CZECH RALLY ZLÍN PRO ZLÍNSKÝ KRAJ .....	30
6.4 BCRZ A JEJÍ SOUČASNÁ SITUACE .....	31
6.4.1 Projekty propojené s BCRZ .....	33
<b>7 SWOT ANALÝZA BARUM CZECH RALLY ZLÍN</b> .....	<b>35</b>
7.1 SILNÉ A SLABÉ STRÁNKY .....	35
7.2 PŘÍLEŽITOSTI A HROZBY .....	37
7.3 ZÁVĚRY SWOT ANALÝZY.....	39
<b>8 PROJEKT MEZINÁRODNÍ PROPAGACE BARUM CZECH RALLY ZLÍN</b> .....	<b>41</b>
8.1 CHARAKTERISTIKA A CÍLE PROJEKTU .....	41
8.2 FÁZE PROJEKTU .....	42
8.2.1 Předprojektová fáze.....	42
8.2.2 Projektová fáze .....	43
8.2.3 Poprojektová fáze .....	46
8.3 NÁVRH ROZŠÍŘENÍ PROJEKTU.....	46
8.3.1 Informace o lokalitě závodu .....	48
8.3.2 Události ve Zlínském kraji .....	50
8.3.3 Kulturní a společenské atrakce.....	51

8.3.4	Informace o závodě .....	56
8.3.5	Možnosti ubytování a stravování .....	56
8.4	DALŠÍ ZPŮSOBY MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE .....	58
8.5	NÁVRH HARMONOGRAMU AKTIVNÍ RODINNÉ DOVOLENÉ .....	60
8.5.1	Vedlejší náklady spojené s dovolenou, vyčíslení celkových nákladů .....	62
<b>ZÁVĚR .....</b>		<b>65</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>		<b>66</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>		<b>69</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>		<b>70</b>
<b>SEZNAM TABULEK .....</b>		<b>71</b>



## ÚVOD

Cestovní ruch se neustále vyvíjí a v dnešní době existuje spousta druhů cestovního ruchu. V dnešní době dochází k navyšování požadavků v cestovním ruchu v důsledku změny úrovně životního stylu. Mnozí lidé totiž netouží pouze po týdenní stereotypní dovolené, ale hledají nové možnosti, jak obohatit svou fyzickou i psychickou stránku. Z tohoto důvodu se čím dál více dostává do povědomí sportovní cestovní ruch, který tyto nároky dokonale splňuje. Obohacení fyzické stránky člověka spočívá v různých sportovních aktivitách. Psychická stránka člověka je naopak obohacována zážitky, novými informacemi o dané lokalitě a po návratu domů příjemnými vzpomínkami.

O sportovním cestovním ruchu se dá říci, že je fenoménem dnešní doby. Účastníci v tomto cestovním ruchu si totiž vždy najdou oblast, kterou zrovna potřebují. Někteří dávají přednost procházkám, turistice a pobytu ve volné přírodě spojeným s relaxací, jiní naopak vyhledávají sportovní aktivity a adrenalinové zážitky.

Barum Czech Rally Zlín je jedním z nejvýznamnějších sportovních eventů v České republice. Díky této motoristické akci opakovaně přijíždějí do Zlínského kraje desetitisíce návštěvníků jak z České republiky, tak ze zahraničí. Tato motoristická akce je jedinou akcí svého druhu u nás. Neláká ovšem návštěvníky pouze k návštěvě hlavního závodu, ale nabízí také široké spektrum doprovodného programu. Právě z tohoto důvodu je tato sportovní událost hojně navštěvována a v posledních letech se počet návštěvníků pravidelně zvyšuje. Díky doprovodnému programu je BCRZ vnímána jako důležitá součást cestovního ruchu ve Zlínském kraji.

V diplomové práci se zabývám návrhem projektu mezinárodní propagace Barum Czech Rally Zlín. Tento projekt se zabývá marketingovou komunikací se zahraničními fanoušky. Hlavním cílem tohoto projektu je vytvoření účinné marketingové komunikace s těmito fanoušky a zároveň přilákání co nejvíce těchto fanoušků k návštěvě České republiky a Barum Czech Rally Zlín. Součástí projektu je i návrh možné aktivní dovolené v České republice pro rodiny s dětmi.

# **I TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 CESTOVNÍ RUCH

V této kapitole je představen cestovní ruch. Je zde představeno rozdělení a oblasti cestovního ruchu. Dále je zde představen sportovní cestovní ruch, kterému se tato práce věnuje nejvíce.

Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě. Doba pobytu mimo běžné životní prostředí je v domácím cestovním ruchu do šesti měsíců, v mezinárodním cestovním ruchu do jednoho roku. (Palatková, 2011, s. 11)

Vůdčím motivem tohoto pohybu a pobytu je záměrná změna prostředí, jež umožňuje člověku uspokojit některé z jeho potřeb, například potřeby odpočinku, klidu, pohybu, poznání, kulturních a estetických zážitků, změny místa, seberealizace a další, pro jejichž uspokojení neposkytuje místo běžného životního prostředí (místo jejich bydliště) dostatek možností a příležitostí, nebo neumožňuje dostatečnou kvalitu jejich uspokojení.

Účast na cestovním ruchu se tak stává výrazem určitého jednání člověka, ve kterém se odrážejí jak jeho potřeby, zájmy, cíle, úmysly, tak i podmínky pro jejich realizaci. Účast na cestovním ruchu se stala v poválečném období jedním z měřítek životní úrovně, nezaměnitelnou součástí potřeby, charakteristickou prakticky pro všechny vrstvy obyvatelstva ve vyspělých státech. (Indrová, 2009, s. 7)

V souvislosti s definováním pojmu cestovní ruch byly vymezeny i další pojmy, které se vztahují především k podrobnějšímu rozlišení různých typů účastníku cestovního ruchu a to jak v oblasti domácího, tak i mezinárodního cestovního ruchu. Tyto pojmy jsou shrnuty v následujících bodech:

- stálý obyvatel (rezident)
- návštěvník (visitor)
- turista (tourist)
- výletník (excursionist, same-day visitor) (Indrová, 2009, s. 13)

K pojmu cestovní ruch dnes patří také následující dva pojmy. Prvním z nich je volný čas, druhým jsou ubytovací a stravovací služby. Dá se říci, že tyto tři oblasti jsou odlišné, ačkoliv příbuzné. Cestovní ruch je aktivita, volný čas je pojmem časovým a ubytování a stravování se týkají zajišťování služeb. (Horner a Swarbrooke, 1996)

Poskytování ubytovacích služeb je významným předpokladem rozvoje především pobytového cestovního ruchu. Jejich posláním je umožnit přenocování nebo přechodné ubytování účastníkům cestovního ruchu mimo místo jejich trvalého bydliště, včetně uspokojení dalších potřeb, které s přenocováním nebo přechodným ubytováním souvisejí, především potřeby stravování. (Orieška, 2010, s. 116)

Stravovací služby umožňují uspokojování základní potřeby výživy, přispívají k zotavení a vytvářejí větší fond volného času využitelného k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu, které jsou cílem účasti na cestovním ruchu. Jedná se o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení a společensko-zábavní služby, spojené například s hudební produkcí, kulturním programem, případně dalšími aktivitami. Stravovací služby poskytuje více kategorií hostinských zařízení.

Vedle využívání společných stravovacích služeb v cestovním ruchu se setkáváme i s individuálním stravováním, které bývá obvykle spojeno s pobytem ve vlastních ubytovacích zařízeních a prostředcích účastníků, nebo s horskými a vysokohorskými vycházkami a túrami do míst, kde nejsou pohostinská zařízení. (Orieška, 2010, s. 137)

## 1.1 Typy cestovního ruchu

Doposud byl cestovní ruch vymezován v obecné rovině a jeho pojetí. Ve skutečnosti však nabývá zcela konkrétní podoby, která je výrazem jeho obsahové i jevové stránky. Cestovní ruch se člení v závislosti na tom, jak se projevuje v reálné konkrétní podobě, a to ať již na straně poptávky, nebo na straně nabídky. Cestovní ruch se tedy dělí na následující typy:

- rekreační cestovní ruch
- kulturně poznávací cestovní ruch
- cestovní ruch s náboženskou orientací
- cestovní ruch se vzdělávacími motivy
- cestovní ruch se společenskými motivy
- zdravotně orientovaný cestovní ruch
- sportovní cestovní ruch
- cestovní ruch orientovaný na poznání přírodního prostředí
- cestovní ruch s dobrodružnými motivy
- cestovní ruch s profesními motivy
- cestovní ruch specificky orientovaný

V praxi se ovšem jednotlivé typy cestovního ruchu nevyskytují vždy v čisté podobě, ale dochází k jejich vzájemnému propojování a prolínání. (Indrová, 2009, s. 22)

Dále se cestovní ruch dělí také podle hledisek:

- ekonomické
- ekologické
- geografické
- sociologické a psychologické

Vedle ekonomie, geografie, ekologie, sociologie a psychologie má cestovní ruch vztah i k celé řadě dalších vědních disciplín, jako např. ke klimatologii, hydrologii, hygieně, epidemiologii, demografii, ale také k řadě úsekových ekonomik, zejména k ekonomice dopravy, obchodu, kultury, stavebnictví, ale i k oboru financí, práva a dalších. Je tedy zřejmé, že cestovní ruch je nutno zkoumat a vědecky chápat především z hlediska širokého pojetí jeho společenských souvislostí. (Lacina, 2010, s. 7)

## 2 SPORTOVNÍ CESTOVNÍ RUCH

Sport je v současnosti nedílnou součástí cestovního ruchu a je velmi úzce spjat s využitím volného času. Intenzivnější propojení sportu a cestovního ruchu bylo zaznamenáno v posledních desetiletích. Mnozí spojují toto propojení především s rozvojem alpského lyžování a s horskými regiony.

Sport lze z minulých let chápat jako hru či soutěž, ale na druhé straně sport má obsahovat cvičení, zábavu, rekreaci a seberealizaci. Pro pochopení problematiky zde bude vymezen pojem sport a jeho definice.

Pojem sport je odvozen od latinského „disportnare“ a starofrancouzského „le désporter“, což v užším pojetí znamená bavit se, příjemně trávit volný čas. V širším vyjádření jde o skotačení, dovádění, obveselení, rozptýlení, útěk od práce. Jedná se o multifunkční společenský projev.

V současné době je pojem sport používán jako značení pro fyzickou aktivitu, která má daná pravidla. Výsledky této aktivity jsou měřitelné a také porovnatelné s ostatními výsledky jiných jedinců.

Evropská charta sportu hovoří o chápání sportu, jeho postavení ve společnosti a jak o sport má společnost, stát „pečovat“. Podle charty se „Sportem rozumí všechny formy tělesné činnosti, které ať již prostřednictvím organizované účasti či nikoliv, si kladou za cíl propojení či zdokonalení tělesné a psychické kondice, rozvoj společenských vztahů nebo dosažení výsledků v soutěžích na všech úrovních“.

Dnes se provozuje několik úrovní sportu:

- profesionální nebo poloprofesionální úroveň – sportovec obvykle denně trénuje, často i několik hodin nebo na plný úvazek, účastní se soutěží na mezinárodní úrovni nebo alespoň na národní úrovni
- profesionální nebo amatérská úroveň – obvyklý je pravidelný trénink v rozsahu několika desítek hodin týdně a typická je registrace v některém sportovním svazu a pravidelná účast v soutěžích
- rekreační úroveň – sportovec příležitostně sportuje v rozsahu maximálně několika hodin týdně bez oficiální registrace nebo s registrací v rekreačních, čistě amatérských soutěžích

Pokud vymežíme cestovní ruch a jeho účel, můžeme konstatovat, že se do popředí dostává stále více mimo jiné záliby i sport. Lidé tráví sportem hodiny, dny, víkendy i celé dovolené. Pokud bude hlavním cílem naší cesty, jak trávit volný čas sportovní aktivita, můžeme hovořit o sportovním cestovním ruchu. Za sportovní cestovní ruch se považuje aktivita, která se uskuteční, když lidé cestují na jiné místo kvůli trávení volného času, aby projevíli nebo zdokonalili své znalosti a zlepšili svou zdatnost, aby se prostřednictvím sportu pobavili nebo navázali a posílili sociální vztahy. Doba trvání je pak od jednoho dne do jednoho roku. Sportovní cestovní ruch lze provozovat individuálně či ve skupinách, neorganizovaně nebo organizovaně a s využitím částečných či komplexních služeb daného sportovního zařízení nebo cestovní kanceláře. (Čertík a Fišerová, 2009, s. 15-17)

## 2.1 Dělení sportovního cestovního ruchu

Stejně jako klasický cestovní ruch má i sportovní cestovní ruch své rozdělení. Toto rozdělení se skládá z několika hledisek. V této podkapitole jsou popsány druhy sportovního cestovního ruchu a jejich členění.

Sportovně-rekreační služby je z hlediska cíle účasti na cestovním ruchu považovat za jedny z nejvýznamnějších služeb. Jejich poskytování je spojeno se sportovním a rekreačním cestovním ruchem. Aktivně se zde využívají přírodní i uměle vytvořené podmínky pro rozvoj sportu, rekreace a turistiky. Poskytování a potřeba takových služeb souvisí se snahou volný čas využít k odpočinku, který zahrnuje i určitý stupeň fyzické zátěže a zároveň řeší problém stereotypního života.

Sportovní cestovní ruch je spojen s pobytem ve vhodně upravených přírodních podmínkách s vykonáváním různých sportovních aktivit. Tyto aktivity se následně dělí podle ročního období:

- letní aktivity – koupání, plavání vodní sporty, hry v přírodě, míčové hry, tenis, golf, cyklistika, turistika aj.
- zimní aktivity – lyžování, snowboarding, sánkování, bruslení a další sporty

Všechny tyto aktivity působí příznivě nejen na fyzickou zdatnost a odolnost lidského organismu, ale také na posílení a rozvíjení morálních vlastností, vytrvalosti, odvahy, houževnatosti, smyslu pro kolektiv apod.

Další možností, jak lze sportovní cestovní ruch rozdělit je podle diváků. Některé sporty jsou totiž velmi technicky náročné, a tak se jim lidé věnují jako pasivní sportovní diváci.

Jedná se o různé sportovní soutěže, závody, hromadné sportovní akce jako například Mistrovství světa v ledním hokeji, fotbalu, volejbale a podobně. Velmi populární jsou také letní a zimní olympijské hry. Zájem těchto diváků na olympijských hrách je především v disciplínách, kde mají diváci šanci vidět výkony českých sportovců, které se konají ve čtyřletých cyklech. Z hlediska motivace se sportovní diváci dělí do dvou skupin:

- skalní fanoušci – pro tuto skupinu fanoušků je sledování sportu hlavním koníčkem, a pokud jim to dovolí kupní síla, jsou ochotni během roku i vícekrát vycestovat a podpořit své oblíbence doma i v zahraničí
- diváci – pro tyto diváky je zájezd za sportem něčím výjimečným, nebo je to nový zážitek, který si chtějí vyzkoušet

Rekreační cestovní ruch se zaměřuje na aktivity spojené s obnovou fyzických a duševních sil člověka. K základním aktivitám patří nejen procházky, ale i méně náročná sportovní činnost, poznávání přírody, památek, chataření a chalupaření. Pobyt v příznivém přírodním prostředí má vliv na lidský organismus i duševní pohodu.

Sportovně-rekreační služby poskytují sportovně rekreační zařízení. Tato zařízení se dělí na dvě skupiny. První skupina služeb má univerzální charakter, protože mohou být poskytovány nezávisle na přírodních podmínkách. Jedná se především o interiéry, dětské herny, tenisové haly a v neposlední řadě dnes velmi oblíbené fitcentra. Větší variantou těchto služeb jsou poté sportovní haly, které se někdy nazývají také jako arény. Tyto arény jsou budovány k víceúčelovému použití. Jsou budovány jak pro sportovní účely, tak i pro kulturní nebo společenské.

Druhá skupina služeb je podmíněna přírodními podmínkami s ohledem na letní a zimní sezónu. V letní sezóně se jedná o koupaliště, pláže u vodních ploch, bazény, vodní skluzavky, in-line bruslení apod. Pro činnosti jako je golf, paintball a pétanque se využívá jen mírně upravený prostor v otevřené přírodě. V zimní sezóně se jedná o využití kluzišť, ledových ploch, přírodních sáňkařských drah, lanovek apod. Specifickou skupinu tvoří služby spojené s lovem a rybolovem. (Orieška, 2010, s. 166-169)

## 2.2 Automobilový sport

Tato podkapitola je věnovaná automobilovému sportu, protože toto odvětví souvisí nejvíce s touto prací. V tomto případě se jedná konkrétně o rally sport. Tento druh automobilového sportu je v České republice nesmírně populární.



Automobilový sport zahrnuje široké spektrum disciplín, jejichž společným rysem je poměrování sil jízdou v závodním automobilu. Spektrum těchto disciplín je opravdu široké. V České republice patří mezi nejpopulárnější disciplíny závody rally, rallycross, karting, nebo například závody do vrchu. Nejslavnějším motoristickým závodem je závod Formule 1. V Americe jsou to okruhové série závodů NASCAR, Truck trial, nebo demolition derby.

Rally sport je v České republice velmi rozšířená disciplína. Mezi nejznámější podniky se řadí například Rally Bohemia, Rally Příbram, Agrotec Rally Hustopeče a samozřejmě Barum Czech Rally Zlín. Právě poslední zmiňovanou soutěží se práce zabývá nejvíce. Tato motoristická akce je nejznámější akcí svého druhu v České republice. Podrobný popis této akce je v další části této práce.

Zároveň tato akce spadá pod Mezinárodní Automobilovou Federaci (FIA), která stanovuje pravidla pro všechny mezinárodní seriály včetně Formule 1, světového rally šampionátu WRC, šampionátu vytrvalostních závodů a také seriálu závodu ERC, jejichž je Barum Czech Rally Zlín součástí.

### 3 EVENTY V CESTOVNÍM RUCHU

Destinace v cestovním ruchu jsou na různých místech odlišné. Každá destinace v cestovním ruchu láká k návštěvě něčím jiným. Může se jednat jak o přírodní podmínky, tak o různé společenské a kulturní aktivity. Eventy slouží jako prezentace a nabídky daných destinací a stávají se tak hlavním důvodem pro cestování. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008 s.7)

#### 3.1 Definování pojmu event

Základním problémem při definování event marketingu je vymezení tohoto pojmu vzhledem k ostatním nástrojům marketingové komunikace, jakož i vzájemný vztah mezi pojmy event a event marketing. Obecně převládá názor, že oba pojmy je od sebe nutné rozdělit z významového hlediska oddělit. Sistenische v roce 1999: „*Ne každé představení (událost) lze považovat za event. A stejně ne každý, kdo organizuje event., dělá event marketing.*“ Tato formulace velmi jasně shrnuje a vystihuje podstatu problému. (Šindler, 2003, s. 20)

#### 3.2 Základní typologie eventů

Event marketing se řadí k velmi mladým komunikačním nástrojům, proto je pochopitelné, že dosud neexistuje zcela jednoznačná typologie jednotlivých event. marketingových aktivit. Dělení se proto navrhuje provést podle obsahu, cílových skupin, konceptu, doprovodného zážitku, který je s danou akcí spojen, a místa konání eventu. Jde o účelové rozdělení, které však rozhodně nelze nijak kategorizovat.

Rozdělení eventů podle obsahu:

- pracovně orientované eventy – jsou zaměřeny primárně na výměnu informací, respektive zkušeností a směřovány na kognitivní reakce recipientů. Řadí se zde akce pro interní cílové skupiny firmy. Typickým příkladem je produktové školení na nový výrobek.
- informativní eventy – jejich hlavním cílem je zprostředkovávat informace, které jsou však „zabaleny“ do zábavného programu; ten má u recipientů vyvolat emoce a zvýšit jejich pozornost. Příkladem může být představení nového produktu prostřednictvím multimediální show a doprovodného programu.

- zábavně orientované eventy – v popředí těchto akcí stojí především zábava, která chce generovat maximální emocionální náboj. Tento typ akcí se využívá k dlouhodobému budování image značky. Jde o koncerty, trendové sporty apod.

Rozdělení eventů podle cílových skupin:

- veřejné eventy – jsou určeny pro externí cílovou skupinu. Příkladem mohou být veletrhy, výstavy a doprovodné akce v jejich průběhu.
- firemní eventy – recipienty těchto akcí jsou interní cílové skupiny firmy, především zaměstnanci, dodavatelé nebo akcionáři. Jde o cílové skupiny, které organizátor dobře zná a lze tedy maximalizovat komunikační efekt.

Rozdělení eventů podle místa:

- venkovní event (open air) – veškeré akce, které se konají na otevřeném prostranství – pod otevřenou oblohou. Většinou jsou tyto eventy spojené s koncertem, sportovní událostí apod. Nejčastějšími místy tak jsou fotbalové stadiony, náměstí nebo přírodní amfiteátry.
- eventy pod střechou – jde o eventy situované do budov a zastřešených areálů. Příkladem takového areálu může být třeba hotelový komplex, divadla, koncertní sály, nebo výrobní haly. (Šindler, 2003, s. 37-39)

### 3.3 Volby eventů

Po rozdělení je důležité zvolení vhodného typu eventu. Je také důležité vědět, že event neslouží k uspokojení pořadatelů, ale je určen návštěvníkům. Jen tehdy, je-li divák vtažen do děje, můžeme v něm nenásilně vzbudit nebo prohloubit jeho vztah k našemu výrobku, službě nebo konkrétní akci. Aby došlo k jeho pozitivnímu naladění, musíme jej nechat:

- komunikovat – znamená nechat ho poslouchat, ptát se, vyslovit svá přání
- prožívat – znamená nechat ho procítit, ochutnat, poslouchat, osobně poznat
- konzumovat – znamená nechat ho poznat svou potřebu, akceptovat novou skutečnost
- zřeknout se – znamená nechat ho vzdát se stereotypu, porozumět novým hodnotám (Šindler, 2003, s. 66-67)

### 3.4 Sportovní eventy v České republice

Mezi největší akce, které se konaly v České republice, patří například Mistrovství světa v ledním hokeji. Tento šampionát se zde konal v letech 2004 a 2015. V roce 2015 padl na mistrovství, které se konalo v Praze a Ostravě divácký rekord v návštěvnosti, když se konečné číslo všech návštěvníků vyšplhalo na 741 690 diváků.

Dále se zde v roce 2010 konalo Mistrovství světa v basketbalu žen a o rok dříve Mistrovství světa v klasickém lyžování. Kromě těchto ojedinělých akcí se v České republice pořádají také pravidelné akce. Jednou z nich je například Grand Prix ČR. Závody mistrovství světa silničních motocyklů jsou zde velmi oblíbené a každý rok přilákají na brněnský okruh desetitisíce nadšených fanoušků.

Kromě akcí takového druhu jsou divácky velmi navštěvované právě závody rally. Nejvíce lákají fanoušky závody, které se jedou v rámci Mezinárodního mistrovství České republiky. Ze všech závodů, které se v rámci MČR jedou, je nejvíce navštěvovaná právě Barum Czech Rally Zlín. Konečná návštěvnost posledního ročníku BCRZ, tedy BCRZ 2015, se pohybovala kolem 250 tisíc návštěvníků.

## 4 SWOT ANALÝZA

V této kapitole je představena analýza, která je výchozím bodem pro identifikaci hlavních příležitostí nebo hrozeb, se kterými se může firma ve svých aktivitách setkat. Pro jejich stanovení se v praxi často používá metody tzv. SWOT analýzy. (Světlík, 2003, s. 94)

Tato metoda provádí rozbor vnějších činitelů a analyzuje příležitosti (opportunities) a hrozby (threats). Dále metoda provádí rozbor vnitřních činitelů, kdy analyzuje silné (strengths) a slabé (weaknesses) stránky firmy. (Tomek, Vašíček a Vávrová, 2002, s. 35) Svým způsobem se jedná také o porovnávání ukazatelů vzhledem k širšímu kontextu (Foret a Foretová, 2001, s. 77)

Smyslem SWOT analýzy je určení reálné pozice firmy ve vztahu k vnějšímu a vnitřnímu prostředí. Právě v této etapě je možné určit skutečné možnosti dosažení cílů firmy. Zároveň při provedení SWOT analýzy může firma zjistit, zda se nachází ve výhodnější pozici na trhu či nikoliv. (Cetlová, 2002 s. 18)

V externí analýze, tedy analýze příležitostí a hrozeb, jde o analýzu makroekonomických sil. V rámci analýzy externí situace zkoumá firma prostředí, ve kterém operuje, zejména:

- ekonomické podmínky (růst HDP, míra inflace, míra úspor apod.)
- demografické faktory (délku života, úroveň vzdělání nebo změny životního stylu)
- životní prostředí (úroveň znečištění, dostupnost přírodních zdrojů, mizející zásoby energií)
- technologie (nové technologie, inovace)
- politickou situaci (politická stabilita, legislativa atd.)
- sociálně kulturní prostředí (kultura a zvyky ovlivňující chování a spotřebu)

Zároveň je potřeba vzít v potaz, že to co pro jednu firmu může být příležitostí, může být pro firmu, která se zabývá jinou činností na trhu naopak hrozbou. Příkladem může být otevření přístupu na trh Evropské unie. (Cetlová, 2002 s. 18)

Jestliže se externí analýza zabývala makroekonomickými silami, interní analýza se zabývá mikroekonomickými silami, tedy silami v prostředí firmy. Jde tedy o určení silných a slabých stránek podniku. Za tyto stránky lze tedy považovat veškeré vnitřní faktory firmy:

- firma jako celek – to je hlavní faktor a v ní hlavní činnosti jako marketing, obchod a odbyt, finance, účetnictví apod.

- dodavatelé – jimi dodávaný materiál, jejich ceny a záruky
- zprostředkovatelé – kooperující distributoři
- trhy – individuální zákazník, odvětví, mezinárodní trh atd.
- konkurenti – jaké jsou jejich cíle, co nabízejí, komu a za jaké ceny
- veřejnost

Silné a slabé stránky je třeba vhodně identifikovat, aby mohly být buď maximálně využity ku prospěchu firmy, nebo naopak potlačeny na nejmenší možnou míru, případně úplně eliminovány, aby nedocházelo v neprospěch firmy. (Cetlová, 2002 s. 19)

Firma zároveň musí sledovat a vyhodnocovat všechny důležité změny ve svém prostředí, které mají vliv na počet a chování jejich zákazníků a partnerů. Jedná se především o počet a sílu konkurence. Tyto změny se následně projevují změněnými podmínkami na trhu jak v přítomnosti, tak zejména i v budoucnosti. Úspěšnost podnikání firmy závisí také na správném odhadu budoucích změn. (Světlík, 2005, s. 318)

## 5 PŘÍPRAVA PROJEKTU

Podle Hrazdilové Bočkové (2010, s. 41) je projekt definován jako časově omezené pracovní úsilí vedoucí k vytvoření unikátního produktu nebo služby. Časově omezené úsilí znamená, že projekt má určen začátek a konec. Každý projekt by měl mít stanoven svůj cíl, který chceme splnit v určitém čase. Celý projekt má zároveň celkem tři fáze. První fáze je předprojektová, následuje projektová a poslední fází je fáze poprojektová.

### 5.1 Předprojektová fáze

Předprojektová fáze je první fází projektu. Dochází zde k plánování projektu, jeho účelu a stanovují se cíle, kterých by měla firma díky projektu dosáhnout. Na začátku každého projektu je vždy idea, která má za cíl identifikovat příležitost. Takovou příležitostí může být zcela nový produkt, nebo inovace již vytvořeného produktu. Pokud je příležitost identifikována, nastává opatření informací, z nichž lze zpracovat úvodní studii, na jejímž podkladě lze příležitosti vyhodnotit z hlediska realizovatelnosti.

Po identifikování příležitosti je vhodné zpracovat tzv. opportunity study. Bez zpracování této studie je velmi pravděpodobné, že investiční projekty jsou připravovány na základě momentálního, impulsivního či emočního rozhodnutí zodpovědných osob, jehož výsledkem je často pomínutí nabízejících se příležitostí, které by mnohem lépe zhodnotily vložené finanční prostředky. Jedním z důvodů vyřazení projektu může také být jeho vysoké riziko, kapitálová náročnost nebo evidentně nízká ziskovost. (Hrazdilová Bočková, 2010, s. 49)

Pokud je příležitost shledána realizovatelnou, vypracuje se předběžná studie proveditelnosti (profeasibility study), která je mezistupněm mezi stručnou úvodní studií a podrobnou studií proveditelnosti. Jejím cílem je za přijatelných nákladů určit, zda:

- byly vyšetřeny a posouzeny všechny možné varianty projektu
- určité aspekty jsou do té míry projektu závažné, že se vyžaduje jejich podrobné šetření pomocí podpůrných a doplňkových studií jako jsou marketingové výzkumy, laboratorní testy aj.
- je základní myšlenka pro určitého investora nebo skupinu investorů dostatečně atraktivní
- povaha a náplň projektu opravňuje jeho detailní analýzu v podobě studie proveditelnosti projektu (Hrazdilová, Bočková, 2010, s. 49)

## 5.2 Projektová fáze

Tato fáze projektu se zabývá sestavením projektového týmu, vytvořením plánu a jeho realizací, která následně vyvrcholí předáním výsledků a ukončení projektu. Tato fáze se člení na 4 části:

- zahájení – je nutno iniciovat, pokud je projekt schválen. Dále je nutno zkontrolovat a ujasnit cíle projektu, jeho účel, obsazení a kompetenci.
- plánování – nově vytvořený tým má k dispozici konkrétní zadání, následně sestaví plán projektu, který je po schválení výchozím plánem
- vlastní realizace – prvním krokem je zahájení tzv. kick-off meetingem, kde je oznámeno, že začíná fyzická realizace projektu. Při větších projektech bývá tato schůzka pojmána jako společenská událost. V průběhu projektu je nutné jej porovnávat s plánem projektu a při zjištění odchylek je potřeba provést následná opatření v podobě přeplánování projektu, odstranění těch odchylek nebo vytvoření nového plánu.
- předání výstupů projektu a jeho následné ukončení – dochází k fyzickému i protokolárnímu předání výstupu, fakturaci apod. (Hrazdilová, Bočková, 2010, s. 51)

## 5.3 Poprojektová fáze

V této fázi dochází k celkovému zhodnocení celého projektu, a zda bylo dosaženo stanovených cílů. Zároveň zde dochází k hodnocení kladů, ale také záporů projektu. Důležitějším faktem jsou v tomto případě chyby, protože by se z nich firma měla poučit, aby je v budoucích projektech znovu neopakovala. (Hrazdilová, Bočková, 2010, s. 51)



## **II PRAKTICKÁ ČÁST**

## 6 PŘEDSTAVENÍ MOTORISTICKÉ AKCE BARUM CZECH RALLY ZLÍN

V této části práce je popsána motoristická akce Barum Czech Rally Zlín (BCRZ). Obsahem je historie soutěže, její vývoj a aktuální situace. V kapitole je následně popsána společnost Rallye Zlín, která tuto motoristickou soutěž organizuje a další její činnosti na trhu.

### 6.1 Historie BCRZ

Zlínská Barum Rallye začala psát svou historii v roce 1971. V rámci oslav zahájení zkušebního provozu v nově vybudované pneumatikárně Rudý říjen v Otrokovicích byla motoristickými fanoušky uspořádána amatérská mini-rallye. Historicky první Barum Rallye tak byla na světě. Nikdo z pořadatelů a jezdců tehdy netušil, že přijdou další ročníky, které se budou výrazně lišit od prvního ročníku. (Historie Barum Rallye, 2013)

Za více než třicet let života prošla Barum Rallye mnoha změnami. V období let 1980-1990 byla součástí Mitropa, nebo Alpe Adria Cupu, což znamenalo vždy velký zájem zahraničních posádek o tuto soutěž. Startovní listiny tehdy obsahovaly zvučná jména zahraničních posádek jako např. John Haugland, Franz Wittemann sen., Harald Demuth, Atila Ferjancz, Patrick Snijers a bezpočet dalších.

V letech 1992-1994 se mohla „Barumka“ pyšnit evropským koeficientem 10. Ten pak ztratila, aby jej mohla ve svém jubilejním třicátém ročníku v roce 2000 získat zpět. O dva roky později vstoupila Barum rally do klubu nejlepších evropských soutěží s koeficientem 20. To však nikdo netušil, že v roce 2007 vznikne série IRC (Intercontinental Rally Challenge) a „Barumka“ se stane hned od začátku její součástí. (Historie Barum Rallye, 2013)

Zařazení závodu do šampionátu IRC (Intercontinental Rally Challenge) vyvolalo obrovský příliv diváků (až čtvrt milionu diváků kolem trati), ale také potřebu navýšení rozpočtu. Díky televizním přenosům Eurosportu mohou vidět Barum Czech Rally Zlín milióny příznivců, a také dochází k medializaci samotného města Zlína a jeho okolí. (Forst, Hofbauer a Ordelt, 2010, s. 95, 100)

V roce 2013 byla Barum Czech Rally Zlín zařazena do šampionátu ERC (European Rally Championship), ve kterém působí dodnes. Důvodem bylo sloučení těchto dvou

organizačních složek, tedy IRC a ERC. V letošním roce se pojede již 46. ročník této motoristické soutěže a Barum rally bude opět součástí Mistrovství Evropy. Spadá do šampionátu ERC. Barum rally má na Zlínsku opravdu dlouholetou tradici a místní lidé si tuto motoristickou akci doslova zamilovali. Každým rokem do Zlína přijíždějí desetitisíce nadšených motoristických fanoušků z celé České republiky, ale také hodně zahraničních fanoušků. Zároveň každým rokem roste obliba této soutěže a neustále se soutěž rozvíjí a nabízí divákům mnoho doprovodných akcí spojených s touto soutěží. Díky stoupající oblíbenosti této soutěže roste úměrně i počet jezdců, organizátorů, diváků a v neposlední řadě také turistů, kteří objevují krásy Zlínského kraje právě díky Barum Rally.

## 6.2 Rallye Zlín, spol. s.r.o.

Firma Rallye ZLÍN, spol. s.r.o. na trhu působí již od roku 1992. Jako jedna z prvních firem ve Zlínském kraji se začala věnovat automobilovým závodům. Dále se také jako jedna z prvních firem začala věnovat právě rally sportu, který je v České republice nesmírně populární.

Základní údaje o společnosti	
Obchodní jméno:	Rallye Zlín, spol. s.r.o.
Identifikační číslo:	469 65 564
Sídlo společnosti:	Zlín, Hornomlýnská 3715, PSČ 760 01
Právní forma:	Společnost s ručením omezeným
Předmět podnikání:	- zajišťování motoristických sportovních akcí a s nimi spojených činností, pronájem motorových vozidel - vyučování řízení motorových vozidel - organizování sportovních soutěží - koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje - provozování autoškoly
Předmět činnosti:	- dopravní zdravotní služba - zajištění lékařské služby první pomoci v rámci DZS
Statutární orgán:	Jednatelé
Společníci:	Autoklub Barum Zlín v AČR Miloslav Regner Marta Regnerová Věra Šmakalová
Den zápisu do obchodního rejstříku:	23. července 1992
Základní kapitál:	100 000,- Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 1 – Základní údaje o společnosti

Prioritní oblastí firmy je zejména pořádání u nás nejznámější rally v České republice, a to soutěže Barum Czech Rally Zlín. Tato soutěž již mnoho let spadá do Mistrovství Evropy jezdců a rovněž do Mezinárodního mistrovství České republiky. Společnost zaměstnává v průměru 22 zaměstnanců. S blížícím se termínem Barum Czech Rally Zlín jsou ovšem přijímáni další zaměstnanci na dohodu o provedení práce tzv. brigádníci. Náplní jejich práce je výpomoc s organizací celé soutěže a fáze příprav na tuto soutěž, které začínají již několik měsíců před samotnou akcí.

Další důležitou oblastí, kterou se firma Rallye ZLÍN, spol. s.r.o. zabývá, je výroba materiálů pro potřeby jiných automobilových soutěží a to nejen v České republice. Spektrum produkce je opravdu pestré. V nabídce figurují itineráře pro jezdce, jízdni výkazy, mapy, plakáty, samolepky, programy, reklamní bannery a mnohé další položky.

Neméně pestré je i portfolio zákazníků firmy, mezi něž se řadí, jak řada domácích rally a sprintrally, tak i věhlasné zahraniční podniky Mistrovství světa, Intercontinental Rally Challenge (dnes již ERC), či Mistrovství Evropy. Mezi typické zástupce těchto zákazníků patří například pořadatelé Rally Deutschland, Rally Sweden, Rally Finland, Cyprus Rally, Croatia Rally, Jänner Rallye a mnohé další.

Přidružené Středisko automobilového sportu Zlín, které spadá pod Autoklub České Republiky pravidelně pořádá kurzy pro ty, kteří chtějí začít s automobilovým sportem. Je také vydavatelem národních i mezinárodních licencí FAS AČR, které jejich držitele opravňují k účasti v automobilových závodech. Kromě této tzv. rally školy rovněž na začátku každé sezony organizuje hromadné školení, kde se stávající jezdci seznamují s aktuálními novinkami v oblasti motoristického sportu.

Dále firma Rallye Zlín spolupracuje se Střediskem Automobilového Sportu Zlín, které stojí za pořádáním tradičního Zlínského autoslalomu. Tento autoslalom se koná každý rok začátkem léta vždy v blízkosti krajského města a bývá nedílnou součástí Mistrovství České republiky. Tato závodní disciplína zároveň představuje finančně nejdostupnější cestu k automobilovému sportu, a proto je mezi jezdci velice oblíbená. Během pár let si vydobyla své stabilní postavení a popularitu.

Mezi další velmi významnou aktivitu firmy Rallye Zlín patří autoškola, která zajišťuje výcvik pro skupiny motorových vozidel, jak jednostopých, tak dvoustopých. Konkrétně se jedná o skupiny řídičského průkazu typu AM, A-1, A, B, kdy poskytuje také školení řidičů z povolání a referentských vozidel.

Poslední důležitou částí firmy je Dopravní zdravotní služba, která patří ve východomoravském regionu k těm s nejdélší tradicí. Flotila sanitních vozů pro převoz pacientů se během let rozrostla na pětici vozů, které jsou v pravidelných intervalech nahrazovány novými kusy. Dopravní zdravotní služba Rallye Zlín má svou základnu v budově polikliniky v Otrokovicích, kde sídlí i sanitní dispečink. Zkušený a vycvičený personál má k dispozici moderní sanitní vozy značky Volkswagen, Mercedes-Benz a Ford, které brázdí silnice nejen ve Zlínském kraji, ale také po celé České republice a dokonce i v zahraničí.

### **6.2.1 Historie firmy Rallye Zlín, spol. s.r.o.**

Firma Rallye ZLÍN, spol. s.r.o. byla založena v roce 1992 samotným panem ředitelem Miloslavem Regnerem. Rodina Regnerových byla spojena s pořádáním rally už mnohem dříve a právě kvůli těmto automobilovým závodům byla firma založena. V době založení firmy se počítalo pouze s pořádáním rally závodů v České republice. Postupem času ovšem byla nezbytná modernizace a různé postupy při pořádání nejen těchto závodů, ale i ostatních automobilových událostí a tak začaly ve firmě vznikat nová odvětví, která jsou popsána v charakteristice firmy.

Jako priorita při zakládání firmy bylo pořádání rally závodů v České republice, a to konkrétně zlínská Barum Czech Rally Zlín. Populární automobilová soutěž je již dlouhodobě spojována se značkou Barum. Otrokovická pneumatikárna v pozici generálního partnera podporuje Zlínskou rally již od jejího prvního ročníku v roce 1971.

Propojení značky nejúspěšnějšího a největšího domácího výrobce pneumatik s důležitým motoristickým podnikem vytváří výhodné komunikační podmínky pro obě strany. Tato spolupráce mezi těmito dvěma firmami funguje dodnes. V čele největšího výrobce pneumatik na Evropském kontinentu dnes stojí Ing. Libor Láznička a ředitelem firmy Rallye ZLÍN a zároveň i ředitelem Barum Czech Rally Zlín je stále pan Miloslav Regner.

Barum Czech Rally Zlín, kvůli které firma Rallye Zlín vznikla, patří jednoznačně mezi nejvýznamnější automobilovou soutěž na území České republiky. Letošní ročník Barum Czech Rally Zlín bude v pořadí už šestačtyřicátý, přičemž si „Barumka“ v České republice drží neustále svou vysokou úroveň, a to jak co se týče pořadatelské stránky, tak i oblíbenosti u diváků.

Mezi největší lákadla Barum rally patří nepochybně klasické a divácky velmi oblíbené závodní úseky, jako je například legendární RZ Pindula nebo Troják. Od roku 2006 se jezdí nově páteční tzv. Superspeciálka přímo v ulicích Zlína, která projíždí bývalým svitovským areálem. Především páteční tzv. Superspeciálka, která se jede v pozdních nočních hodinách, má opravdu neuvěřitelnou atmosféru, kvůli které se do Zlína pravidelně vracejí tisíce nadšených diváků.

### **6.3 Význam Barum Czech Rally Zlín pro Zlínský kraj**

Tato sportovně motoristická událost má pro Zlínský kraj velký význam. Díky Barum Rally každoročně přímo do centra dění přijíždějí desetitisíce nejen motoristických fanoušků, ale mnohdy celé rodiny. Celý Zlínský kraj poslední srpnový týden ožívá a můžeme pozorovat velký nárůst návštěvníků.

S rostoucím počtem návštěvníků Zlínského kraje díky Barum rally prosperují mnohé oblasti cestovního ruchu. Jedna z velkých oblastí, která značně pociťuje velký příjezd turistů a fanoušků rally, jsou ubytovací zařízení. Tato oblast je zvláště při takové akci, jakou Barum rally je, velmi důležitá.

Většina všech fanoušků, kteří do Zlína přicestují, nepřijedou pouze na jeden den, ale na celý víkend, kdy se Barum rally jede a někteří fanoušci se po Zlíně a jeho okolí pohybují dokonce celý týden, kdy se soutěž koná. Tito lidé samozřejmě nebudou přespávat v autech, nebo pravděpodobně někde „pod širákem“, ale vyhledají nějaký hotel či penzion, kde se ubytují. Většina hotelů, penzionů, kempů a ostatních ubytovacích zařízení tak bývá v době konání soutěže beznadějně obsazena. Ve Zlínském kraji ovšem není dostatečná kapacita míst pro všechny, kteří by ubytování potřebovali, a tak se ubytovací místa mnohdy zamlouvají až rok dopředu.

Mnoho místních podniků, především hotely, byly vytiženy na 100 %. Hotely vyšší třídy by zřejmě byly naplněny i bez přílivu návštěvníků BCRZ. Tito návštěvníci však i pro tyto hotely znamenají jistotu využití kapacity i v příštích letech v době konání tohoto závodu. Ubytovaní v těchto zařízeních je využíváno zejména pro oficiální zástupce delegované Mezinárodní automobilovou federací FIA. (Kozák a Novák, 2002, s. 30)

Další oblastí, která pociťuje zvýšený počet návštěvníků Zlínského kraje, jsou bezpochyby stravovací zařízení. Lidé ubytovaní v hotelích a penzionech mnohdy mohou využít stravování přímo v místě ubytování. Mnohé ubytovací zařízení ovšem zajištění stravování

nenabízí a tak se musí lidé stravovat sami na základě svého předzásobení. Díky tomuto zaznamenávají velké zvýšení tržeb jak provozovatelé restaurací a hospod, tak supermarkety či menší obchody s potravinami.

Mezi další možnosti, kde si návštěvníci mohou koupit občerstvení, jsou pak například stánky přímo na rychlostních zkouškách, v servisní zóně a podobně. Toto ovšem souvisí již přímo se závodem a každý stánkař musí mít povolení k prodeji občerstvení. Souvisí to tedy přímo s pořádanou akcí. Ostatní restaurační a stravovací zařízení nemají s akcí přímou souvislost.

Pozornost by se měla věnovat i problematice s pohonnými hmotami. V době konání celé soutěže se fanoušci a návštěvníci přemísťují ve většině případů vlastními automobily. Přemísťují se například do servisní zóny, která sídlí v Otrokovicích, poté je velmi oblíbený slavnostní start na Náměstí Míru ve Zlíně, dále na Shakedown a v průběhu víkendu na rychlostní zkoušky. Z tohoto důvodu dochází k velké spotřebě pohonných hmot, a proto také čerpací stanice ve Zlínském kraji pociťují velký nárůst tržeb.

Poslední oblastí, která pocítí zvýšenou návštěvu, jsou společensko kulturní zařízení. Přes den fanoušci nemají příliš mnoho času věnovat se jiným aktivitám, než je samotné dění kolem závodu. Tato zařízení jsou proto vyhledávána v nočních hodinách a jedná se převážně o noční bary a diskotéky. Většina fanoušků minimálně jednu noc stráví v jednom z těchto zařízení, protože jednoduše hledá i noční zábavu. Centrum krajského města tím pádem velmi ožívá i v noci v době konání závodu. To opět pociťují provozovatelé těchto zařízení zvýšením svých tržeb a zisků a také mnohem větší návštěvností.

Celý tento proces představuje pozitivní ekonomický přínos pro Zlínský kraj, ale především na hlavní centrum dění, tedy na krajské město Zlín. Díky fanouškům se totiž město Zlín a jeho okolí dostává do povědomí spousty lidí a dochází tak k rozvoji a povědomí o cestovním ruchu ve všech oblastech, které jsou v této podkapitole popsány. Zároveň tím také dochází k rozvoji ekonomické situace ve Zlínském kraji díky vzrůstajícím tržbám všech zařízení působícím v cestovním ruchu.

#### **6.4 BCRZ a její současná situace**

Barum Czech Rally Zlín se pojede letos ve Zlíně již po šestačtyřicáté. Tato rally je opět zařazena do seriálu FIA ERC. Fanoušci se mohou opět těšit na atraktivní rychlostní

zkoušky, mezi něž se řadí velmi oblíbená páteční tzv. Superspeciálka přímo v ulicích Zlína v bývalém svitovském areálu, ale také klasické rychlostní zkoušky. Mezi závodními vozy se představí celá řada vozů nejrůznějších kategorií. Tradičním lákadlem budou zcela jistě nejnovější vozy specifikace R5, ale také klasické „S2000covky“. Na své si zcela jistě přijdou také fanoušci historických vozidel, protože se opět pojede velmi oblíbená Star Rally Historic a Rally legend.

Barum Rally patří mezi pilíře evropských automobilových soutěží už od roku 1983, kdy se zařadila mezi jeden ze závodů mistrovství Evropy. V současnosti je součástí soutěžního okruhu FIA ERC a před Bohemia Rally je největším podnikem českého automobilismu.

„Barumka“ se v letošním roce uskuteční jako předposlední rally desetidílného seriálu mistrovství Evropy, který odstartoval začátkem února v Lotyšsku. Vyvrcholení seriálu bude v září na Kyperské Rally. Zlínská rally se pojede zároveň jako finálový šestý závod ERC Junior pro mladé nadějně jezdce a bude se započítávat do Mistrovství České republiky v rally 2016. Do kalendáře ERC se vrací po dvou letech asfaltová rally na Kanárských ostrovech a premiérově se pojede Rajd Rzeszowski v Polsku.

Kalendář ME 2016				
05.-07.02.	Rally Liepaja	Lotyšsko	sníh	J
10.-12.03.	Rally Islas Canarias	Španělsko	asfalt	
07.-09.04.	Circuit of Ireland Rally	V. Británie	asfalt	J
06.-08.05.	Acropolis Rally	Řecko	šotolina	
02.-04.06.	Sata Rallye Acores	Portugalsko	šotolina	J
23.-25.06.	Kenotek Ypres Rally	Belgie	asfalt	J
15.-17.07.	auto24 Rally Estonia	Estonsko	šotolina	J
04.-06.08.	Rajd Rzeszowski	Polsko	asfalt	
26.-28.08.	Barum Czech Rally Zlín	ČR	asfalt	J
07.-09.10.	Cyprus Rally	Řecko	šotolina	
náhradní:				
20.-22.10.	Rallye Int. du Valais	Švýcarsko	asfalt	

Zdroj: Autosport.cz, 2016

*Obr. 1 – Kalendář Mistrovství Evropy 2016*



### 6.4.1 Projekty propojené s BCRZ

Mezi hlavní lákadla letošní „Barumky“ ovšem nepatří jen samotný závod. V posledních letech se s touto akcí spojuje čím dál více doprovodného programu. V rámci Barum rally jsou organizovány různé projekty, které mají podpořit právě konanou soutěž a určitým způsobem ji propagovat, ale také projekty, které jsou zaměřeny přímo na fanoušky rally a fanoušci jsou s těmito projekty přímo propojeni.

Jedním z projektů, který vznikl při Barum Czech Rally Zlín 2014, je projekt tzv. „Happy rally“. Jedná se o videoklip záběrů z Barum Rally 2014, a to jak průjezdu závodních aut, tak jsou zde k vidění záběry mnoha diváků a doprovodného programu. Barum Czech Rally Zlín není jen špičkový motoristický podnik evropské extra třídy. Jsou to i osudy dvou set tisíc fanoušků a návštěvníků, kteří každoročně zavítají do Zlínského kraje, který se právem honosí přívlastkem kraj s kouzlem a rozmanitostí. Projekt „Happy rally“ představil BCRZ nikoliv jako tradiční souboj závodních aut na jedné asfaltové trati uprostřed Evropy, ale i jako podnik, kde se lidé dobře baví a umí si užít rally se vším, co k ní patří v tom nejlepší slova smyslu. Projekt „Happy rally“ všem ukázal, že BCRZ 2014 byla prostě happy díky skvělým fanouškům rally. (Happy Barum Czech Rally Zlín, 2014)

V roce 2014 vznikl také jeden z dalších velkých projektů spojených s Barum rally a to projekt Rally Naplno! Tento projekt byl určený přímo pro fanoušky a konkrétně ty fanoušky, kteří mají rádi adrenalin. Jedná se o projekt, kdy fanoušci byli vtaženi přímo do dění závodů a mohli si vyzkoušet opravdu nestandardní záležitosti spojené s tímto závodem. Fanoušci si mohli zakoupit například produkt: Poznej nový rozměr rychlosti z pozice spolujezdce.

Jednalo se o adrenalinový zážitek, kdy si fanoušek mohl vyzkoušet jízdu přímo v závodním speciálu na uzavřené trati na místě spolujezdce. Tato trať byla situována v okolí Biskupického letiště a měřila přibližně 2 kilometry. Fanoušek měl samozřejmě veškeré závodnické vybavení včetně kombinézy, přilby, bylo mu vysvětleno vše co má spolujezdec každého závodníka za povinnosti a následně se vydal vstříc dvěma ostrým kilometrům trati s profesionálním jezdcem Vladimírem Barvíkem. Celý tento zážitek byl nahráván na několik kamer a následně po zpracování videa byl záznam z jízdy fanouškovi doručen.

Dalším zážitkem, který si mohli fanoušci zakoupit, byl let vrtulníkem přímo nad jednou z rychlostních zkoušek. Tento zážitek přilákal hlavně fanoušky, kteří jsou zároveň

fanoušky rally, ale také létání. Tyto, ale i další zážitky jsou již teď k zakoupení na oficiálních webových stránkách Barum Czech Rally Zlín pro nadcházející ročník 2016. Některé z těchto zážitků byly pro letošní ročník lehce pozměněny nebo inovovány, ale většina z těchto produktů zůstává stejných.

Při loňské Barum Rally vznikl další projekt, který je ovšem jiný než ty předešlé. Je stejný v tom, že se do projektu opět mohou zapojit přímo fanoušci rally, ale nejedná se již o propagaci ani žádné zážitkové programy. Tento projekt má podpořit dobrou věc, a to konkrétně pomoci najít dárce kostní dřeně. Projekt proto dostal název „Jedu na dřeň!“. Spočíval v tom, že kdokoliv kdo má dobrý zdravotní stav, je plnoletý a je mladší 35 let mohl přijít na jedno z odběrových míst, musel vyplnit formuláře a nechal si odebrat 2 mililitry krve. Tím se zapsal do Českého registru dárců kostní dřeně. Odběrová místa bylo možné navštívit po celý víkend, kdy se konal hlavní závod. Jedno ze stanovišť se nacházelo v pátek na Náměstí Míru ve Zlíně, kde probíhal ceremoniální start celé soutěže. Následně v sobotu a neděli bylo možné vstoupit do registru dárců kostní dřeně v servisní zóně v Otrokovicích a v neděli odpoledne opět na Náměstí Míru ve Zlíně, kde posádky přijížděli na cílovou rampu.

Do projektu se nakonec zapojilo neuvěřitelných 571 hrdinů, kteří se zapsali do registru dárců kostní dřeně a „jeli na dřeň“. Mezi nimi byli jak fanoušci z řad široké veřejnosti, tak známé osobnosti z organizačního týmu celé soutěže, ale také přímo samotní závodníci. Zároveň má tato akce obrovské množství podporovatelů, mezi něž se řadí například jeden z nejznámějších jezdců Roman Kresta, náměstek hejtmána Zlínského kraje MUDr. Lubomír Nečas, či samotný primátor města Zlína MUDr. Miroslav Adámek. Z řad organizátorů stojí jistě za zmínku také výkonný ředitel Barum Czech Rally Zlín Ing. Jan Regner. (Jedu na dřeň!, 2015)

## 7 SWOT ANALÝZA BARUM CZECH RALLY ZLÍN

V této kapitole bude provedena SWOT analýza Barum Czech Rally Zlín. Jsou zde rozebrány silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby této významné motoristické akce. SWOT analýza byla vypracována na základě konzultací s odborníky a managementem akce na základě jejich exportního názoru. Závěr kapitoly tvoří závěr a zhodnocení SWOT analýzy a následná doporučení. Následující tabulka zachycuje silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby.

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> <li>- dlouholetá tradice</li> <li>- jediná velká akce svého druhu ve Zlíně a jeho okolí</li> <li>- mezinárodní povědomí</li> <li>- součást seriálu ERC</li> <li>- kvalitní startovní pole</li> <li>- pozitivní vliv na cestovní ruch ve Zlínském kraji</li> <li>- nabídka pracovních míst</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- finančně náročná akce</li> <li>- nutná příprava několik měsíců dopředu</li> <li>- dočasné narušení běžného života lidí v oblasti závodu</li> <li>- dočasné znečištění prostředí odpadky, zplodinami, hlukem</li> <li>- závislost účasti diváků na počasí</li> </ul>
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
<ul style="list-style-type: none"> <li>- zařazení nových úseků rychlostních zkoušek</li> <li>- zatraktivnění podniku pomocí doprovodného programu</li> <li>- popularita rally sportu</li> <li>- nové specifikace závodních vozů</li> <li>- možnost provázat soutěž s nově vytvořeným projektem</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tragické nehody a následná negativní medializace</li> <li>- zrušení podpory některého ze sponzorů</li> <li>- legislativní omezení v rámci rally sportu</li> <li>- malá účast diváků v závislosti na počasí</li> <li>- změna předpisů od FIA</li> <li>- selhání organizátorů</li> </ul>

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. 2 – SWOT analýza Barum Czech Rally Zlín

### 7.1 Silné a slabé stránky

Barum Czech Rally Zlín je jedinou takto velkou rally soutěží na Zlínsku, a proto je celá tato událost velice ojedinělá. Její kořeny sahají až do roku 1971, kdy se na Zlínsku jela populární „Barumka“ poprvé. Lidé na Zlínsku a jeho okolí si tuto soutěž velmi oblíbili a závod se od té doby jezdí pravidelně každý rok. Fanoušci se tak mohou opět těšit, že poslední srpnový víkend se budou na Zlínsku opět prohánět závodní auta. Velkou měrou

se na rozvoji této akce podílel jeden z organizátorů již první Barum rally pan Miloslav Regner, který v rámci Barum rally působí jako organizátor dodnes a dnes jej můžeme vidět na nejvyšším poradatelském postu, totiž jako samotného ředitele Barum Czech Rally Zlín.

Díky Barum rally každým rokem přijíždějí do Zlína desetitisíce nadšených fanoušků a to jak z tuzemska, tak ze zahraničí. Závod se vždy mohl pyšnit kvalitním jezdeckým obsazením. Od prvních ročníků jsme na tratích mohli vidět jak české posádky, tak ty zahraniční, což nebylo na rally závodech v Česku dříve obvyklé. Postupem času se ovšem tento závod vypracoval na soutěž evropské extra třídy a není tedy divu, že ve startovním poli najdeme každý rok hodně zahraničních posádek jak z Evropy, tak i například z daleké Asie. Startovní pole je na Barum rally svým způsobem unikátní a taková jezdecká jména, jaká můžeme vidět na této soutěži, jsou jen těžko k nalezení na jiných rally závodech v České republice.

Kvalitní startovní pole láká do České republiky také hodně zahraničních fanoušků, aby podpořili své favority přímo u trati. Celý tento proces má pozitivní vliv na cestovní ruch v oblasti Zlínska, protože zde dochází k opravdu velké návštěvnosti a zároveň se rozšiřuje povědomí o Zlínsku, ale také o celé České republice. Tím pádem se celá Česká republika dostává do mezinárodního povědomí a může tak přilákat ke své návštěvě další turisty a fanoušky ze zahraničí.

Barum rally je ovšem prospěšná i v jiném sektoru. Základní organizační tým celé soutěže nemůže pokrýt veškeré organizační složky. Proto jsou každým rokem nájímány pomocné pracovní síly, které jsou najaty na dohodu o provedení práce. Jedná se především o pomoc s organizací na rychlostních zkouškách, v servisní zóně, ale také například při přípravě tratě. Barumka tak v době konání soutěže a před ní pomáhá snížit nezaměstnanost ve Zlínském kraji.

Mezi slabé stránky Barum Czech Rally Zlín se řadí jednoznačně finanční náročnost celé akce. Pořadatelský tým nemá ani nejmenší šanci pokrýt veškeré náklady spojené se soutěží, a proto je nutné financování od sponzorů. Bez těchto sponzorů by nebylo možné tuto motoristickou akci vůbec uskutečnit. Zároveň je také důležité vše plánovat s velkým časovým odstupem. S přípravami na Barum rally se začíná v podstatě ihned po skončení předešlého ročníku. Celý proces příprav a organizace je velmi náročný, a aby vše bylo jak má, je potřeba si vymezit opravdu velký časový horizont.

Slabou stránkou Barum rally je zcela jistě i dočasné narušení běžného života lidí, kteří bydlí v dění závodu. Jedná se o občany města Zlína, kteří pocítí zvýšenou návštěvnost například v centru města, na silnicích bude větší provoz a podobně. Další občané, kteří pocítí, že se ve Zlínském kraji pořádá taková akce, budou lidé, kteří bydlí přímo u rychlostních zkoušek. Bude zde velká koncentrace lidí, kteří přijíždí k rychlostním zkouškám ve většině případů osobními vozidly. Tím pádem dochází k většímu opotřebení příjezdových komunikací, zároveň lidé většinou parkují svá auta u krajnic u příjezdu k rychlostní zkoušce a ty bývají po víkendu, kdy se Barum rally jede, značně porušeny. Tím, že auta parkují u krajnic silnice, je potřeba jezdit mnohem menší rychlostí na komunikaci a prodlužuje se tak běžné denní cestování obyvatel dané obce.

Dalším problémem je také všudypřítomný hluk, znečištěné prostředí například odpadky, ale také zplodinami. Poslední slabou stránkou BCRZ může být nízká návštěvnost díky nepříznivému počasí. Pro hodně fanoušků je totiž právě počasí jedním z důležitých faktorů, díky kterému se rozhodují, zda Barum rally navštíví či nikoliv.

## 7.2 Příležitosti a hrozby

Jednou z velkých příležitostí Barum Czech Rally Zlín je možnost zařadit nové úseky rychlostních zkoušek a změnit tak trať soutěže. Tuto inovaci by uvítali určitě jak samotní jezdci, tak i diváci. Charakter zdejších tratí je víceméně stejný. „Barumka“ se většinou jede na úzkých lesních cestách s občasným průjezdem nějakou vesnicí. Pro jezdce by to tedy bylo určitě zpestřením a nové úseky rychlostních by byly pro Barum rally určitě přínosem.

Zároveň se zde nabízí možnost pouze na obměnu úseků. Mohly by se použít úseky například z dřívějších ročníků Barum rally, které se v posledních letech příliš nepoužívaly. Tuto změnu by určitě ocenili i diváci, kteří by měli možnost sledovat soutěžní posádky na jiném a určitě také zajímavém úseku tratě. Žádný kousek tratě totiž nikdy není stejný a každá zatáčka si žádá jiný styl průjezdu soutěžního auta. Se změnou trati by tedy došlo opět k větší atraktivitě soutěže.

V posledních dvou letech, kdy se Barum Czech Rally Zlín jela, byla se soutěží spojována také celá řada projektů. Jedná se například o projekty Jedu na dřev!, „Happy rally“ apod., které jsou podrobněji představeny v předešlé kapitole. Nabízí se zde tedy opět příležitost, spojit letošní ročník BCRZ právě s nějakým nově vzniklým projektem. Barum rally bude letos opět spojena i s některým z už vytvořených projektů, ale opět je tu možnost přijít

s něčím novým. V tomto směru nabízí „Barumka“ opravdu velký potenciál a dá se říci, že spektrum je v podstatě neomezené.

Česká republika má v rally sportu opravdu velké zastoupení. Spousta našich závodních posádek se prosadilo a zapsalo tučným písmem do mezinárodní scény v rally. Mezi nejznámější současná jména se řadí zcela jistě Jan Kopecký, Pavel Valoušek, Václav Pech či Jaromír Tarabus. Díky těmto, ale také díky zvučným jménům z minulosti, je rally v České republice velmi populární a oblíbená. Právě díky tomuto faktoru může být právě Barum rally příležitostí, jak na Zlínskou rally přilákat ještě více fanoušků.

Dalším velkým lákadlem pro fanoušky jsou zcela jistě nové specifikace závodních automobilů. V roce 2007, kdy Barum rally vstoupila do prestižního seriálu IRC (dnes již ERC), začala v České republice nová éra vozů kategorie Super 2000. Jednalo se o zcela nové nejrychlejší vozy, které mohly v závodě v rámci pravidel ME startovat. Největší zastoupení v té době měla auta značky Peugeot, který na „Barumce“ představil hned několik svých 207 S2000, ale také například Abarth, který ve Zlíně představil své Grande Punto S2000. Tyto dvě značky byly v roce 2007 dominantními. Později začaly vozy kategorie S2000 vyrábět i jiné automobilky a diváci mohli na rychlostních zkouškách vidat například VW Polo, Ford Fiesta, Proton Satria Neo a v neposlední řadě také českou Škodu Fábii.

Česká automobilka se postupně prodrala až na samý vrchol kategorie vozů S2000 a byla k neporažení. V posledních letech se závodní Fabie na českých, ale i zahraničních tratích objevovaly ze všech nejvíce. Dnes již ovšem Fabia S2000 pomalu, ale jistě odchází do závodního důchodu a přenechává místo své nástupkyni, tedy nejnovější specifikaci automobilů R5. Právě vozy kategorie R5 jsou dnes největším lákadlem pro fanoušky, aby se přišli na rally podívat.

Jednou z největších hrozeb Barum Czech Rally Zlín jsou bezpochyby tragické nehody, které k rally bohužel patří. Závodníci v rally soutěží o čas a v podstatě po celou dobu závodu jedou na hranici rizika. Toto riziko se týká lidského faktoru, ale také techniky. Je tedy jasné, že čas od času dojde k nějaké nehodě a to buď selháním lidského faktoru, tedy chybou jezdce, nebo je příčinou selhání techniky. Případy havárií jsou velmi různé a ovlivňuje je spousta faktorů. Bohužel někdy jsou nehody natolik vážné a fatální, že při nich zemřelo již několik posádek, ale také diváků. Následná negativní medializace těchto událostí celé soutěži velmi škodí a v médiích se bohužel často objevují i nepravdivé

informace, což má za následek pošpinění celé soutěže. Takové informace šíří zejména komerční televize, které takto dle mého názoru činí jen kvůli sledovanosti jejich kanálu.

Opravdu velkou hrozbou pro celou soutěž by mohlo být zrušení podpory některého ze sponzorů celé soutěže. Bez finančních prostředků sponzorů by totiž nebylo možné soutěž vůbec organizovat. Celá soutěž totiž vyžaduje velmi zdoluhavou přípravu a rok od roku jsou náklady na pořádání takové akce větší. Odstoupení některého ze sponzorů by tak mohlo mít pro soutěž fatální následky.

Další hrozbou může být také zpřísnění legislativy spojené s konáním automobilových závodů. Z důvodu bezpečnosti může být například mnohem těžší získat povolení právě ke konání takové akce. Jedná se především o konání rally v obcích nebo například v chráněných krajinných oblastech.

Mezi další hrozby se řadí například nízká účast diváků závislá na povětrnostních podmínkách. Někteří lidé se mohou rozhodnout například až v den závodu, že kvůli špatnému počasí Barum rally jednoduše nenavštíví. Jako hrozba se dá také považovat změna předpisů, které stanovuje Mezinárodní automobilová federace (FIA). Poslední hrozbou může být také selhání některého z organizátorů. Všichni organizátoři jsou ovšem řádně proškoleni, a pokud by k takovému selhání došlo, jednalo by se zcela jistě o selhání jedince.

### **7.3 Závěry SWOT analýzy**

Z provedené SWOT analýzy vyplývá, že Barum Czech Rally Zlín je jedinou akcí svého druhu na Zlínsku, ale v podstatě v celé České republice. Je to podnik s mnohaletou tradicí, která sahá až do roku 1971. Právě díky dlouholeté tradici je mezi fanoušky natolik oblíbená. Způsobuje to především velká účast zahraničních posádek, která je pro BCRZ typická. Zahraniční posádky tak do České republiky přilákají mnoho fanoušků a tím dochází k rozvoji cestovního ruchu ve Zlínském kraji, ale také v celé České republice.

Má však také své slabé stránky. Takový podnik jakým „Barumka“ je, se velmi těžko finančně zabezpečuje. Bez velké podpory sponzorů by tak nebylo možné závod vůbec pořádat. Šampionát ERC, do kterého Barum rally spadá, má každým rokem čím dál větší finanční nároky a „Barumka“ by proto potřebovala do budoucna ještě větší podporu od sponzorů, aby se v tomto prestižním šampionátu udržela a zároveň si udržela i svou kvalitu. Další slabou stránkou je dočasné znečištění v okolí konání soutěže a rychlostních

zkoušek a také poškození komunikací. Tuto slabinu ale organizátoři řeší ihned po skončení soutěže, kdy na rychlostní zkoušky a jejich okolí míří uklízecí čety a následně probíhají opravné práce na komunikacích.

Každý automobilový sport včetně rally je velmi nebezpečný a přesto, že organizátoři se maximálně snaží zajistit bezpečnost závodních posádek i diváků, čas od času dojde k nějaké tragické nehodě. Tyto situace bohužel k rally patří a nejspíše i patřit budou. Tratě jsou ovšem stavěny podle bezpečnostních pravidel a divácké zóny také nejsou výjimkou. Na bezpečnost se s přibývajícimi nehodami klade čím dál větší důraz a organizátoři takových podniků, jakou Barum rally je, jsou pravidelně několikrát ročně školeni. Na školeních dostávají různé informace o změnách předpisů a bezpečnosti jak závodních posádek, tak předpisů pro diváky. Bohužel nikdy nelze tuto hrozbu na sto procent eliminovat.



## **8 PROJEKT MEZINÁRODNÍ PROPAGACE BARUM CZECH RALLY ZLÍN**

Tato část bakalářské práce je věnována projektu, který je hlavním úkolem této práce. Jedná se o projekt, kdy je navrženo řešení, jak zpropagovat Barum Czech Rally Zlín na ostatních soutěžích seriálu ERC.

Zároveň je zde představena nejen samotná soutěž, ale také Zlínský kraj a jeho významná místa v oblasti cestovního ruchu, díky kterým by do České republiky měli přijet nejen fanoušci motoristického sportu, ale také celé rodiny s dětmi, které by zde mohly prožít například svou aktivní dovolenou.

### **8.1 Charakteristika a cíle projektu**

Hlavní cílem vzniku projektu mezinárodní propagace Barum Czech Rally Zlín je dostat soutěž do povědomí zahraničních fanoušků rally sportu, kteří chodí na rally ve své zemi. V tomto projektu se bude jednat konkrétně o země, které jsou také součástí šampionátu ERC a tím pádem pořádají ve své zemi také vlastní závod.

Hlavním cílem tohoto projektu tedy je zvýšit povědomí existence Barum Czech Rally Zlín na ostatních podnicích ERC a přilákat tak do České republiky ještě více zahraničních fanoušků než doposud.

Čím větší bude zájem zahraničních fanoušků a jejich očekávání budou naplněna, lze očekávat, že i díky pozitivním referencím uvnitř této komunity dojde k posílení pozitivního postoje nejen k této sportovní události, ale i k možnostem a nabídce cestovního ruchu v České republice. Zároveň čím více fanoušků ze zahraničí přijede díky Barum rally do České republiky, tím lze očekávat vyšší příjmy z cestovního ruchu a pozitivní ekonomický dopad pro Zlínský kraj včetně oblíbenosti samotného Barum Rally.

V době konání akce výrazně stoupají tržby v cestovním ruchu. Příčinu lze vidět i v příjezdu fanoušků ze zahraničí a jejich větším výdajům za služby nabízené v souvislosti jak se jmenovanou sportovní akcí, tak i za služby s tímto závodem přímo nesouvisejícími. Současně dochází i k nárůstu tržeb pořadatelů BCRZ. Náklady na pořádání akce takového rozměru, jakoum Barum rally je, jsou totiž každým rokem větší a musí být pokryty nárůstem příjmů.

Pokud se BCRZ bude chtít v prestižním seriálu ERC udržet i další roky, je nezbytně nutné vhodnou formou komunikace zvýšit povědomí této soutěže a přilákat ještě více fanoušků ze zahraničí, než tomu bylo doposud.

Jedním z vedlejších cílů tohoto projektu je návrh harmonogramu možné aktivní dovolené pro rodiny návštěvníků v České republice, konkrétně ve Zlínském kraji. Tento harmonogram se dá aplikovat jak na rodinu z České republiky, tak i na zahraniční rodinu.

Hlavní cíl projektu:

- návrh účinné mezinárodní marketingové komunikace s ostatními podniky šampionátu ERC

Další cíle projektu:

- získat nové zahraniční rally fanoušky
- přilákat do České republiky nejen fanoušky rally, ale také celé rodiny s dětmi
- poskytnou návštěvníkům zážitky, díky kterým se budou chtít vrátit v dalších letech
- udržet návštěvníky rally ve Zlínském kraji delší dobu, než je doba závodu
- navrhnout možný plán aktivní rodinné dovolené

## 8.2 Fáze projektu

Myšlenka celého tohoto projektu vznikla už v roce 2015, kdy se tento projekt uskutečnil a v praxi aplikoval v případě jednoho zahraničního závodu. Jednalo se konkrétně o Rally Liepaja 2015, která se jela v Lotyšsku. V této bakalářské práci je celý projekt popsán a je zde navrženo jeho rozšíření a další možnosti, jak BCRZ a Zlínský kraj zpropagovat. Celý projekt byl rozložen do několika fází. Jedná se o předprojektovou fázi, projektovou a poprojektovou fázi.

### 8.2.1 Předprojektová fáze

Předprojektová část projektu spočívá v plánování. Je to fáze, kdy se určí účel projektu, jaký je jeho smysl, jak bude projekt realizován a jaký je cílový stav.

Hlavní cíle tohoto projektu jsou shrnuty v následujících bodech:

- nabídnout partnerům BCRZ lukrativní prezentaci v Evropě
- přilákat na BCRZ další diváky ze zahraničí, kteří zde utratí mnohem více peněz než místní diváci

- představit potenciálním divákům nejen samotnou BCRZ, ale také krásy České republiky jako zážitkové turistické destinace a vytvořit tak předpoklady pro zvýšení návštěvnosti
- při zhlédnutí BCRZ divákům prezentovat krásy České republiky, které je navnadí k další návštěvě soutěže

Celý projekt měl tedy za úkol projednat s ostatními evropskými organizátory systém propagace a přenést jej do praxe. Dále měl stanovit nejvhodnější typ propagace a dohodnout propagaci na co nejvíce podnicích seriálu ERC. Tím by došlo k ukázce potenciálu celé akce partnerům a měl najít podporu u partnerů pro nadcházející ročník. Projekt je zároveň rozdělen do dvou fází. První fáze projektu započala již v roce 2015. Tato fáze projektu je popsána v následující podkapitole. V další části práce je popsána druhá fáze projektu pro rok 2016 a jsou zde představeny nové inovace a další způsoby o zlepšení povědomí BCRZ.

### 8.2.2 Projektová fáze

Po předprojektové fázi přichází na řadu projektová fáze, a to v podobě realizace projektu. Veškeré plánovací procesy se tak začnou převádět do skutečnosti a začne se s reálnou přípravou projektu.

Prvním z nástrojů marketingové komunikace sloužící k propagaci BCRZ byl tištěný leták. Na tomto letáku bylo možné vyčíst termín, kdy se Barum Czech Rally Zlín jede, dále zde bylo uvedeno krátké info a představení soutěže. Další informace, které leták obsahoval, byly doprovodné akce provázející soutěž. Konkrétně zde byla uvedena Star Rally Historic a Grand Prix Bugatti, které se jely také v rámci BCRZ. Druhá jmenovaná soutěž se jela pouze v páteční etapě, kdy diváci mohli vidět průjezdy historických „bugatek“ městkou rychlostní zkouškou před startovním polem Star Rally a hlavním startovním polem BCRZ. Jako poslední, co mohli diváci na letáku vidět, byla zmínka o České republice v souvislosti s propagací České republiky díky Czech Tourismu. Ke každé z těchto položek byla přiložena fotografie, která tvořila z letáku celek. Dále na letáku byli uvedeni hlavní sponzoři celé akce.

Tento leták byl vytištěn a následně byl rozdáván v místě konání celé akce, tedy na Rally Liepaja 2015. Leták bylo možné získat od organizátorů BCRZ, kteří na této soutěži měli propagaci na starosti. Byl rozdáván například při úvodním a závěrečném ceremoniálu celé

soutěže, v servisní zóně, ale také například u trati rychlostních zkoušek, kde organizátoři podporovali české posádky, které se závodů v Lotyšsku účastnili. Zároveň při rozdávání letáků potenciálním návštěvníkům BCRZ mohli organizátoři poskytnout další informace o Barum rally, které nebyly na letáku uvedeny. Dalším místem, kde bylo možné leták získat, byla tisková konference a v tiskovém středisku celého závodu.



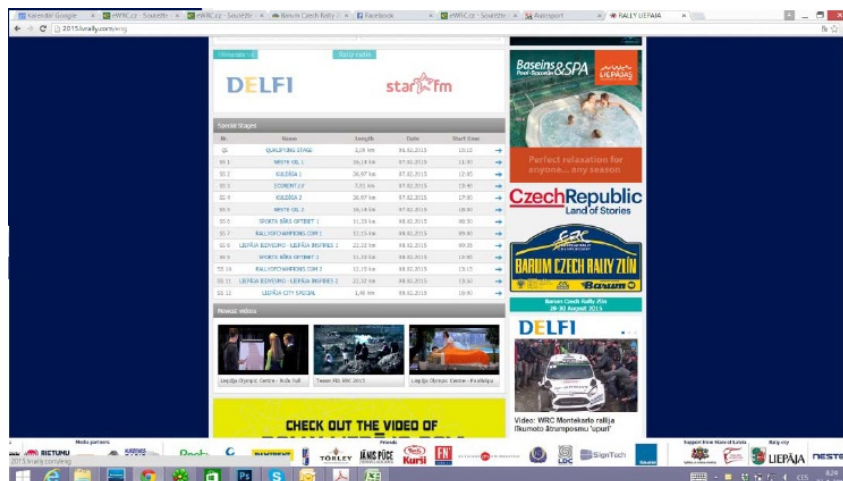
Zdroj: Interní materiály BCRZ, 2015

Obr. 2 – Propagační leták BCRZ

Druhým způsobem propagace Barum Czech Rally Zlín a Czech Tourismu byla zvolena propagace na webových stránkách soutěže. Každá soutěž v seriálu ERC má své oficiální webové stránky. Na těchto stránkách naleznou jak diváci, tak soutěžící veškeré informace k danému závodů. Jsou zde uvedena různá tisková prohlášení, zvláštní ustanovení závodu, pro jezdce přihlášky do závodu a další potřebné informace. Fanoušci zde naleznou například podobu tratě, divácká místa na rychlostních zkouškách, které mohou navštívit, cenu vstupného na akci a další mnohé užitečné informace.

V neposlední řadě jsou na těchto stránkách ovšem také uvedeni sponzoři celé akce a další různá reklamní sdělení. Právě tohoto způsobu propagace využili organizátoři BCRZ a po domluvě s organizátory lotyšského závodu byl na tyto stránky umístěn reklamní banner, kde bylo logo Barum Czech Rally Zlín a logo Czech Tourismu, které mělo za úkol zvýšit povědomí o BCRZ a České republice a zároveň nalákat návštěvníky těchto webových stránek k návštěvě BCRZ, a tím zároveň ČR. V době konání závodu chodí na oficiální stránky soutěže opravdu velké množství návštěvníků, a proto je takto umístěná reklama velmi efektivní, protože osloví velký počet potenciálních návštěvníků. Online

reklama, tedy zejména využívání tzv. reklamních bannerů, má oproti ostatním reklamním médiím jednu velkou výhodu. Umožňuje bezkonkurenčně nejpřesnější cílení. (Karlíček a Král, 2011, s. 66)



Zdroj: Interní materiály BCRZ, 2015

### Obr. 3 – Náhled webové propagace

Třetím způsobem propagace, kterou organizátoři BCRZ zvolili, byla propagace na velkoplošných LED TV obrazovkách v místě konání závodu. Tyto obrazovky se instalují na místa, kde je při závodech velká koncentrace fanoušků a návštěvníků. Konkrétní případy mohou být například na ceremonijním startu a cíli soutěže, dále v servisní zóně, nebo také na oficiálních diváckých místech, kde se předpokládá velká koncentrace lidí.

Na těchto obrazovkách se promítá různé info k soutěži, dále například výsledky dosavadního průběhu soutěže, různé záběry a zajímavosti z místa dění a samozřejmě obrazovky slouží právě také k reklamnímu a propagačnímu sdělení. Na těchto obrazovkách se tedy vysílá reklamní spot, který lákal fanoušky na BCRZ, a zároveň zde bylo několik záběrů na krásy a památky, které se nacházejí v České republice, a docházelo tím k propagaci celé země. Tento reklamní spot se na obrazovce objevoval v pravidelných časových intervalech a lidé jej tak mohli spatřit opakovaně několikrát během dne.

Posledním způsobem, který byl v první fázi projektu zvolen k propagaci BCRZ, bylo vytvoření 3 reklamních bannerů, které byly rozmístěny na různých místech servisní zóny. Tyto bannery byly rozmístěny tak, aby oslovily co největší počet návštěvníků servisní zóny. Jeden z bannerů byl umístěn u vstupu do servisní zóny a další dva v blízkosti největších týmů, které v soutěži startovali, protože o tyto týmy mají fanoušci vždy největší

zájem. Tento banner měl velmi jednoduchý design. Byl na něm nápis visit Barum Czech Rally Zlín a pod tímto nápisem, který byl samozřejmě graficky upraven, byly loga sponzorů. Bylo zde logo města Zlína, Zlínského kraje a také České republiky v grafické podobě Czech Tourismu.



Zdroj: Interní materiály BCRZ, 2015

*Obr. 4 – Propagační banner Barum Czech Rally Zlín*

### 8.2.3 Poprojektová fáze

V této fázi projektu došlo ke zhodnocení dosavadní části. Ke zhodnocení mohlo dojít až po uskutečnění samotné Barum Czech Rally Zlín 2015, protože výsledek zda byl projekt úspěšným, ukázalo až číslo návštěvnosti této akce. Nakonec se ukázalo, že projekt určitě měl smysl a díky němu navštívilo v roce 2015 Barum Czech Rally Zlín o několik tisíc fanoušků více, než tomu bylo v předešlých letech. Proto bylo organizátory rozhodnuto, že se v projektu bude pokračovat i následující roky a bude se na projektu dále pracovat, bude se dále rozvíjet a přicházet s novými nápady jak projekt vylepšit a celou soutěž ještě více zpropagovat. Návrhy možných řešení jsou v dalších podkapitolách této práce.

### 8.3 Návrh rozšíření projektu

Druhá fáze tohoto projektu je naplánována na rok 2016 a další roky. V těchto letech by mělo dojít k další, ještě lepší propagaci BCRZ v zahraničí pomocí dalších nástrojů marketingové komunikace. Měl by být vytvořena určitá „šablona“ pro ostatní účastníky šampionátu ERC, jak by mohl každý ze závodů zároveň zpropagovat svoji zemi a konkrétněji lokalitu, ve které se závod jede.

V dnešní době jsou možnosti propagace takřka neomezené a zpropagovat se dá takřka kdekoliv a cokoliv. Žijeme ovšem v jednadvacátém století a doba informačních technologií se neustále vyvíjí a tak není divu, že v dnešní době je většina propagace vytvářena právě v digitální formě. Jedná se o různá videa, mobilní aplikace a jednu z největších

propagačních možností nabízí bezpochyby webová stránka. V této možnosti marketingové komunikace je opravdu velký potenciál a je zde navrženo řešení, jak by mohl každý závod zpropagovat zároveň svoji zemi a tato šablona je prakticky aplikována právě na Barum Czech Rally Zlín a Českou republiku. Pomocí této šablony by poté mohli ostatní organizátoři podobným způsobem zpropagovat svoji zemi a přilákat tak fanoušky rally do své země.

První věcí, která je pro tuto propagaci nezbytně nutná, je vymyšlení a zakoupení internetové domény, kterou by následně používaly všechny země. Při vytváření takové domény je potřeba myslet na to, aby doména mohla být použita i v zahraničí. Proto byla zvolena mezinárodní doména s koncovkou .com. Mohla by být použita například doména [www.visiterc.com](http://www.visiterc.com). Dle ověření dostupnosti na internetu je tato doména k dispozici a mohla by být zakoupena za 301 Kč na jeden rok. Dalším krokem, který je nezbytný pro vytvoření webových stránek, je správce, který by internetové stránky vytvořil a následně je spravoval. Pokud by byl předem jasně daný návrh, jak by stránky měly vypadat a jednalo by se pouze o grafické vytvoření stránek s přesně daným obsahem, cena se pohybuje od 9000 Kč do 30 000 Kč. Pokud by stránky měla graficky a obsahově vymyslet daná firma, která by měla výrobu stránek na starosti, je cena samozřejmě daleko vyšší. V tomto případě jde pouze o vytvoření stránek s dodanými podklady.

Nyní je zde navrženo, jak by mohl design takových stránek vypadat a co vše by na stránkách mělo být uvedeno za informace. Zároveň jsou tyto informace aplikovány na Českou republiku a zajímavá místa ve Zlínském kraji, a dále také na samotnou Barum Czech Rally Zlín.

Po zadání adresy [www.visiterc.com](http://www.visiterc.com) se v internetovém prohlížeči načtou stránky, kde návštěvníci těchto stránek uvidí mapu Evropy. Na této mapě jsou zvýrazněny ty země, které v aktuálním roce spadají do šampionátu ERC a které pořádají svůj vlastní závod. Po kliknutí na jednu z těchto zvýrazněných zemí se návštěvník dostane do další části těchto stránek. Zde nalezne informace o zemi, na kterou návštěvník kliknul a dále také o závodě, který se v dané zemi koná.

Zároveň jsou informace rozděleny podle kategorií, do kterých spadají. Samostatný sektor zde bude mít popis země, další sektor je věnován samotnému závodě, v dalším sektoru jsou k nalezení informace o doprovodném programu, který je spojen se závodem a podobně. V následujících podkapitolách je popsáno, co za informace návštěvník stránek

nalezne po kliknutí na Českou republiku. Obdobným způsobem by pak byly zpracovány i ostatní země, které se šampionátu účastní.

### 8.3.1 Informace o lokalitě závodu

V této podkapitole je stručně představena Česká republika a následně Zlínský kraj. Jsou zde uvedeny například informace o rozloze státu, počtu obyvatel, hlavní město, hlavní kulturní památky apod. Stejnou formou je následně představen Zlínský kraj, tedy hlavní místo dění závodu.

Česká republika je vnitrozemským státem, který se nachází uprostřed mírného pásu severní polokoule ve střední části Evropy a zaujímá území historických zemí Čech, Moravy a části Slezska. Státní hranice tvoří sousedství s Polskem, Německem Rakouskem a Slovenskem. Z geografického hlediska leží Česká republika na rozhraní dvou horských soustav Českého masivu a Západních Karpat. Územím České republiky prochází hlavní evropské rozvodí oddělující povodí Severního, Baltského a Černého moře.

Česká republika je zemí o rozloze 78 866 km<sup>2</sup>. Počet obyvatel ke dni 1. 1. 2015 je 10 538 275. Úředním jazykem je čeština. Měnovou jednotkou, kterou Česká republika používá, je česká koruna. Hlavním městem České republiky je Praha. Ze správního členění se Česká republika člení na 14 krajů. V náboženství převládá římsko-katolická víra (39,2 % obyvatel), ovšem vysoké procento obyvatel zde žije bez vyznání (39,7 %). Česká republika vznikla 1. ledna 1993 rozdělením České a Slovenské Federativní republiky. Česká republika má také několik státních symbolů. Konkrétně to jsou: Velký státní znak, Malý státní znak, státní barvy (bílá, červená a modrá), Státní vlajka, Prezidentská standarta Státní pečeť a Státní hymna. Českým prezidentem je od roku 2013 Miloš Zeman.

Svou polohou v srdci Evropy byly české země v průběhu dějin konfrontovány s různými kulturními vlivy a stavebními styly. Protože ČR byla jen málo postížena jak poslední válkou, tak i asanací moderny, bylo zachováno bohaté kulturní dědictví. V České republice je celkem 12 chráněných památkových rezervací uznaných mezinárodní organizací UNESCO: Praha – historické centrum, Český Krumlov – historické centrum, Telč – historické centrum, Žďár nad Sázavou – poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené Hoře, Kutná Hora – historické centrum, Lednice – Lednicko-Valtický areál, Holašovice – vesnická rezervace, Kroměříž – zahrady a zámek, Litomyšl – zámek



a zámecký areál, Olomouc – Sloup Nejsvětější Trojice, Brno – Vila Tugendhat, Třebíč – židovská čtvrť a bazilika sv. Prokopa.

Přírodní bohatství je v České republice chráněno ve mnoha chráněných krajinných oblastech a přírodních rezervacích. Na území ČR byly vyhlášeny čtyři národní parky (Krkonoše, Šumava, Podyjí a České Švýcarsko) s nejpřísnějším režimem ochrany. Na území České republiky se nachází četné studené i teplé prameny minerálních vod, které se využívají k léčebným a ozdravným procedurám v lázeňských oblastech a mnohé prameny jsou určeny k produkci pitných minerálních a stolních vod. (Pražský hrad, 2016)

Zlínský kraj je jeden ze 14 vyšších územně samosprávných celků v České republice. Tvoří jej tři okresy ve východní části územního Jihomoravského kraje (Zlín, Uherské Hradiště a Kroměříž) a okres Vsetín z jihovýchodní části Severomoravského kraje. Nachází se ve východní až jihovýchodní části České republiky a zároveň i Moravy (jako jediný ze všech krajů Česka leží výhradně na území Moravy). Na jihozápadě sousedí s Jihomoravským krajem, na severozápadě s Olomouckým krajem, na severu s Moravskoslezským krajem a na východě s Žilinským a Trenčinským krajem, které se ovšem nachází na Slovensku.

Sídlo Zlínského kraje se nachází v krajském městě Zlín. Hejtmanem města Zlína je v současné době MVDr. Stanislav Mišák. Rozloha Zlínského kraje má 3963 km<sup>2</sup>. Počet obyvatel k 1. 1. 2015 je 585 261. Území kraje odvodňuje nejdelší moravská řeka Morava, která se vlévá do Dunaje. Okrajové části kraje na severu a severovýchodě odvodňuje řeka Odra.

Zlínský kraj má velkou rozlohu chráněného krajinného území. Velkoplošná území zahrnují dvě chráněné krajinné oblasti, Beskydy a Bílé Karpaty, které zahrnují zhruba 30 % území. CHKO Bílé Karpaty patří mezi šest biosférických rezervací UNESCO v republice. Na území kraje se také nachází množství přírodních rezervací a přírodních památek.

Samotné město Zlín nejvíce proslavil Tomáš Baťa, který zde založil Baťovy závody pro výrobu obuvi. Tyto závody byly založeny v roce 1894. Tomáš Baťa měl také největší podíl na vybudování města a na jeho rozvoji. Jednalo se jak o rozvoj průmyslový, tak i kulturní. Za doby Tomáše Bati tak vznikly například sportovní hokejové i fotbalové kluby, které se následně vyvíjely a jsou v provozu dodnes. Zároveň zde bylo vybudováno centrum města, kde bylo postaveno například kino, divadlo nebo také obchodní dům.

### 8.3.2 Události ve Zlínském kraji

Tato podkapitola představí události ve Zlínském kraji, které mají pro Zlín nebo Zlínský kraj velký význam. Další věcí je tradice těchto událostí, ale také oblíbenost mezi místními. Na tyto tradiční události ovšem nechodí do Zlína pouze místní, ale přijíždějí do Zlínského kraje lidé z celé republiky, mnohdy ale také ze zahraničí.

Jednou z opravdu velkých kulturních akcí, která se na Zlínsku pořádá a má opravdu dlouholetou tradici, je Zlínský filmový festival pro děti a mládež. Tento festival je nejstarší, největší a nejvýznamnější filmovou přehlídkou svého druhu na světě. Jedná se o mezinárodní událost s vynikajícím renomé. Festivalové projekce se uskutečňují nejen ve Zlíně, ale také v řadě dalších měst České republiky. Každoročně festival uvádí přes 350 snímků z více než 50 zemí světa. Od roku 2010 přesahuje návštěvnost festivalu 95 000 dětí i dospělých.

Fakt, že takový druh filmové přehlídky vznikl právě ve Zlíně, není vůbec náhoda. Založení tradice pravidelné filmové přehlídky ve Zlíně bylo logickým vyústěním snah zdejších filmařů o prezentaci vlastní tvorby i v domácích podmínkách. První ročník festivalu v roce 1961 se konal přesně 20 let od uskutečnění jiné zlínské filmové přehlídky, kterou byly Filmové žně. Ačkoliv se Filmové žně konaly ve válečných letech 1940 – 1941, přitahovaly na sebe značnou pozornost diváků i samotných tvůrců. Filmové žně ozdobila svou přítomností většina hvězd tehdejší mezinárodně úspěšné české a slovenské kinematografie. Hlavní program hostilo zlínské Velké kino s tehdy největším kinosálem ve střední Evropě. Kapacita budovy byla v té době více než 2500 diváků. Ve Velkém kině se promítá dodnes. Pravidelně se zde koná zahajovací ceremoniál festivalu, stejně jako projekce těch nejnavštěvovanějších snímků. (Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež, 2016)

Druhou velkou akcí, která se na Zlínsku každý rok pořádá, je zcela jistě hudební festival rockové a metalové muziky Masters of Rock. Tento festival je největší mezinárodní open-air festival v České republice. Festival se pořádá každým rokem v půlce července v areálu likérky Rudolfa Jelínka ve Vizovicích nedaleko Zlína. Na festivalu vystupují především zahraniční rockové a metalové kapely. Tento festival se zde pořádá od roku 2003 a za tu dobu si vydobyl opravdu velkou tradici a nejen místní rockoví nadšenci si na něj zvykli. V roce 2005 se festival stal nejúspěšnějším festivalem v České

republice. V roce 2007 navštívilo festival rekordní množství diváků. Počet návštěvníků se vyšplhal na číslo 30 000.

Další velkou akcí ve Zlínském kraji je bezpochyby Vizovické trnkobraní. Stejně jako Masters of Rock se tento festival koná každým rokem v půlce srpna v areálu likérky Rudolfa Jelínka ve Vizovicích. Letošní ročník této akce bude již 49. v pořadí. Trnkobraní se ve Vizovicích koná od roku 1967. Založili jej místní nadšenci, aby oslavili nejvýznamnější plod tohoto regionu – švestku (valašsky trnku) a její tradiční produkt, pravou valašskou slivovici.

Trnkobraní bývalo známé i maximální žánrovou tolerancí, kdy vedle sebe vystupovaly rockové a popové hvězdy, baviči, ale i představitelé world music a taneční hudby. Festival tradičně navštěvuje kolem 20 000 lidí. Letos trnkobraní nabídne například ukázky lidových tanců, řemesel či švestkový kulinářský koutek. Pro děti bude přichystán dětský koutek s loutkovými a hranými pohádkami a rukodělnými a naučnými workshopy zaměřenými na keramiku, pohybové aktivity nebo ekologii. Poslední den festivalu naváže na folklorní program v režii města Vizovice.

Poslední velkou akcí, která se na Zlínsku koná je na konci srpna samotná Barum Czech Rally Zlín. Touto akcí se zde ovšem nebudu dále zabývat, protože právě o této akci již v této práci bylo napsáno mnoho. Tato událost také bude mít svou vlastní kategorii informací, která bude popsána dále.

### **8.3.3 Kulturní a společenské atrakce**

V této podkapitole jsou popsána různá zajímavá místa ve Zlínském kraji, která by mohli potenciální návštěvníci České republiky navštívit. Jsou zde popsány jak kulturní památky, tak místa, která slouží především k zábavě. Zároveň to jsou spíše místa v okolí hlavního centra dění závodu, tedy města Zlína a jeho okolí.

Milovníci historie a především hradů, by zcela jistě neměli vynechat prohlídku dvou hradů, které se nachází v blízkosti dvou rychlostních zkoušek. Mohou tedy návštěvu hradů spojit s návštěvou jednou z rychlostních zkoušek.

První z hradů je malenovický hrad, který se nachází v těsné blízkosti rychlostní zkoušky Maják. Tento hrad byl založen ve 2. polovině 14. století moravským markrabětem Janem Jindřichem. V následujících stoletích prošel několika přestavbami, které z původního gotického středověkého hradu vytvořily renesanční sídlo zámeckého typu, později barokně

upravené. Část hradu je nyní přístupná veřejnosti. Návštěvníci si mohou prohlédnout například malovaný sál s pozdně gotickou klenbou a dochovanými nápisy z 1. poloviny 16. století nebo domácí kapli s malbami z poloviny 18. století. Zpřístupněna k prohlídce je také hradní věž. (Muzeum Jihovýchodní Moravy ve Zlíně, 2016)

Druhým hradem, který se nachází v blízkosti rychlostní zkoušky, je zřícenina hradu Lukov. Tento hrad se nachází v blízkosti rychlostní zkoušky Troják a je vzdálen zhruba 3 kilometry z obce Lukov. Hrad je nyní ve stavu zříceniny a je soustavně opravován Spolkem přátel hradu Lukova a Hnutím Brontosaurus. Doba vzniku hradu ani jeho zakladatelé nejsou známy. Použití technika zdění však naznačuje, že nejstarší části hradu byly postaveny ve 2. čtvrtině 13. století. Hrad byl postaven jako zeměpanský, o čemž mluví Karel IV. ve svém životopise, který hrad vykoupil ze zástavy zpět do korunního majetku. První písemná zmínka o hradu pochází z roku 1332.

Další velkou památkou, která se nachází ve Zlínském kraji a zároveň v blízkosti Kudlovické rychlostní zkoušky, je Velehrad. Tato obec se nachází v okrese Uherského Hradiště a je vzdálena asi 6 km od tohoto města. Žije zde asi 1300 obyvatel a nachází se zde jedno z nejvýznamnějších poutních míst České republiky. V lidové tradici je ztotožňován s hlavním střediskem Velké Moravy, Veligradem. V obci se nachází nejstarší cisterciácké opatství, které náleží od roku 1890 jezuitům a je každoročně 5. července cílem Národní pouti na Velehradě, která se koná u příležitosti svátku svatých Cyrila a Metoděje. V současné době působí na Velehradě tři katolické řády: kromě již zmíněných jezuitů zde působí také Kongrese sester sv. Cyrila a Metoděje a slovenská provincie Kongregácie sestier Božského Vykupitele'a.

Neméně zajímavým okresem je také Kroměřížsko. Kromě samotného historického města Kroměříž, které má samo o sobě dlouhou a zajímavou historickou minulost, najdeme i v tomto okrese několik památek a zajímavostí. Největší z nich se nachází v samotném městě Kroměříž a jde o Květnou zahradu. Jedná se o významný, původně raně barokní park v geometrickém stylu francouzské zahrady s typickými prvky. Zahrada byla v roce 1998 zapsána do seznamu památek UNESCO spolu s Podzámeckou zahradou a arcibiskupským zámkem.

Samotná květná zahrada byla založena biskupem Karlem II. Z Lichtenštejna-Katselkornu v letech 1665 – 1675 na neplodné bažinaté půdě za hradbami tehdejšího města. Původní název zahrady byl Libosad. Jedná se o barokní zahradu, ve které byly zkombinovány

italské i holandské vlivy. Zahradu vyprojektovali italští architekti Filiberto Lucchese a Giovanni Pietro Tencalla. Vzhled Květné zahrady a ozdobných prvků v ní detailně zaznamenali na mnoha dochovaných kresbách v roce 1961 kreslíři J. van den Nypoort a G. M. Vischer. Jednou ze zajímavostí Květné zahrady je bezpochyby přírodní bludiště, které je vytvořeno z pečlivě zastříhávaných živých plotů. (Itras to nej z české krajiny, 2016)

Jako další významné místo Zlínského kraje jsou považovány Luhačovice. Město Luhačovice leží asi 16 km jihovýchodně od krajského města a má okolo 5 tisíc obyvatel. Luhačovice jsou největší a nejkrásnější moravské lázně s dlouhou tradicí léčby dýchacích cest, trávicího ústrojí, diabetu a pohybového aparátu. Proslulé jsou přírodními léčivými prameny, příznivými klimatickými podmínkami a příjemným prostředím, ve kterém se snoubí krásná příroda a typická architektura (stavitele Dušana Jurkoviče).

Na území Luhačovic vyvěrá 16 hydrouhličitan – chlorido – sodných kyselek a jeden sirný pramen. Nejznámějšími minerálními prameny jsou Vincentka, Aloiska, Ottovka, Pramen Dr. Šťastného a Sv. Josefa. Teplota vyvěrající vody se pohybuje mezi 10 – 12 °C. Luhačovické vody jsou považovány za jedny z nejúčinnějších v Evropě pro vysoký obsah minerálních látek. (Apartmany Luhačovice, 2008)

Nedaleko tohoto města se nachází Luhačovická přehrada, která je velmi oblíbenou destinací turistů. Kolem celé přehrady je vybudována cyklostezka, která je především v letních měsících hojně navštěvována cyklisty, in-line bruslaři, ale také chodci. Zároveň je zde nedávno nově postavené venkovní koupaliště, které také nabízí aktivní vyžití především pro rodiny s dětmi. Je zde také dobré zázemí díky mnoha stánkům a restauračním zařízením. V neposlední řadě je zde také možnost zapůjčení lodiček, nebo šlapadel, které je zde na přehradě velice populární.

Pokud přijede nějaký návštěvník nebo turista do Zlína, neměl by určitě vynechat návštěvu zlínské zoologické zahrady. Zlínská Zoo je jedinečným místem, kde mohou návštěvníci vidět zvířata všech kontinentů v přírodním bioparku s volným výběhem. Zvířata tu žijí ve zdařilé napodobenině jejich původního prostředí. Ptáci žijí v ptačích voliérách, které připomínají jejich domovinu, savci jsou vystavováni v přírodních expozicích.

K vidění jsou zde sloni, žirafy, nosorožci, zebry, asijské tygři, ušatí medvědi a giboni, australské klokani, bězci emu, ale i jihoameričtí papoušci, mravenečníci, nebo lamy. V nové tropické hale Yucatan mezi faunou a flórou uvidí návštěvníci vzpomínku na civilizaci

Mayů, někdejších obyvatelů Yucatanského poloostrova. Říká se, že Zoo Zlín patří k nejkrásnějším místům celé Moravy. Zároveň je Zoo Zlín považována za druhou nejhezčí zoologickou zahradou v České republice, hned za Pražskou Zoo v Tróji.

Krásu města dotváří nádherný historický zámecký park starý více než 200 let. Návštěvníky upoutá svým anglickým slohem a 1150 druhů vzácných dřevin a okrasných bylin. Park patří k dendrologicky nejcennějším zámeckým parkům celé Moravy. Parku se spoustou květin, jezírek, vodotrysků a vodopádů dominuje zámek Lešná, který je proslulý dřevorezbařskou výzdobou interiérů a rozsáhlými sbírkami porcelánu a stříbra.

Zlínskou Zoo a park lze navštívit ve všech ročních obdobích. Některá zvířata jsou aktivnější v zimě, některá v létě. Jsou zde i zvířata, která se na zimu perfektně adaptovala, a tak lze vidět zvířata z teplých krajín ve venkovních prostorách i v zimě. (ZOO Zlín, 2016)

Jelikož se Barum Czech Rally Zlín jede v letním období, nabízí se zde možnost také letního koupání. Ve Zlíně jsou celkem 3 možnosti, kam by se návštěvníci mohli jít vykoupat. První z možností jsou městské lázně, které nabízejí komplex 3 krytých bazénů a jednoho venkovního. Vnitřní bazény mají délku 50 a 25 metrů a nachází se zde také malý bazén pro děti. Tyto bazény jsou v provozu celoročně. Venkovní bazén je v provozu pouze v letních měsících a jeho délka je 25 metrů.

Další dvě možnosti ke koupání v samotném krajském městě mohou návštěvníci využít pouze v letních měsících. Jedná se totiž o dvě letní koupaliště. První starší z obou koupališť, koupaliště Zelené, se nachází na Bartošově čtvrti. Toto koupaliště nabízí návštěvníkům a především rodinám s dětmi opravdu velké vyžití. Návštěvníci zde najdou celkem 5 bazénů, včetně dětského brouzdaliště nebo vířivky. Dále je zde zážitkový bazén s několika tryskami a proudy, lezecká stěna, tobogán a dvě skluzavky. Součástí koupaliště jsou také hřiště na plážový volejbal, nebo stůl na stolní tenis. Toto koupaliště je velmi oblíbené především proto, že je zde opravdu velké prostranství na ležení a to jak na lehátkách u bazénu, tak na přilehlé trávě na dece.

Druhé koupaliště se nachází v části města Jižní svahy. Koupaliště Panoráma nabízí návštěvníkům celkem 4 bazény. Z toho jsou 2 plavecké, jeden dětský a jeden slouží pouze pro dojezd z tobogánů a skluzavek. Toto koupaliště ovšem nenabízí tak velké prostranství k ležení jako koupaliště Zelené. Návštěvníci zde mohou ležet pouze na lehátkách kolem bazénu. Celé koupaliště je totiž umístěno ve svahu a je rozděleno na několik kaskád.

Zlínský kraj nabízí ke koupání také 2 aquaparky. Jeden se nachází v Uherském Brodě a druhý se nachází v Uherském Hradišti. Aquapark Uherské Hradiště je vybudován mnohem později než aquapark v Uherském Brodě, a proto nabízí mnohem modernější vyžití a modernější vybavení. V uherskohradištském aquaparku je také jeden z nejdelších tobogánů v České republice, který má celkem 185,6 metrů.

Kromě památek a sportovního vyžití nabízí Zlínský kraj také spoustu aktivit určené speciálně pro malé děti. Jedním z takových zařízení, určené pro děti je sportovní a zábavní rodinný park Galaxie. Jedná se o zábavní park pro celou rodinu, který nabízí několik atrakcí, které jsou tematicky uzpůsobeny. Každá z atrakcí představuje jinou galaxii či planetu, takže se v parku děti také něco přiučí. Atrakce nabízí například lezeckou stěnu, nafukovací skákací hrady, trampolíny nebo multifunkční prolézačku s tobogány a klouzačkami. Toto zábavní centrum lze využívat celoročně, protože se jedná o uzavřený vnitřní areál. Všechny atrakce v hale podléhají přísným bezpečnostním i hygienickým předpisům. Proto mohou být rodiče klidní a mohou svým ratolestem dopřát naprostou volnost. Zároveň pokud rodiče budou chtít, mohou si sami vyzkoušet některou z atrakcí.

Kromě samotných atrakcí nabízí Galaxie rodičům například internetové wi-fi připojení, čtenářský koutek nebo sledování různých projekcí, vystoupení a programů. Na své si zde přijde opravdu každý a rodina zde může strávit v pohodlí například celé odpoledne. Součástí areálu je také wellness (whirlpool, sauny nebo například masáže). Komplex Galaxie v sobě sdružuje jedinečný zábavní park, hotel, wellness služby a gurmánský restaurant. Nachází se ve Sportovním areálu Vršava na okraji Zlína.

Posledním místem, které stojí za to navštívit, je zlínská „jednadvacítka“. Tato budova slouží jak sídlo Zlínského kraje. Nechal ji postavit v roce 1936 Jan Antonín Baťa a sloužila jako sídlo ředitelství obuvnické firmy Baťa. Tato budova má celkem 17 pater, a proto se jí také přezdívá „Baťův mrakodrap“. Ve své době byla druhým největším mrakodrapem v celé Evropě. Jedná se tedy o unikátní stavbu, kterou vyprojektoval architekt Vladimír Karfík.

Technickou raritou této budovy je výtahová kancelář ředitele firmy o rozměrech 6 x 6 metrů, která je elektricky klimatizována jednotkou umístěnou na stropě kanceláře. Kancelář je dále vybavena samostatným signalizačním zařízením, telefonem či umyvadlem s teplou i studenou vodou a odpadem. Tento výtah se pohyboval rychlostí 0,75 m/s.

V přízemí této budovy je dnes k vidění několik fotografií z doby, kdy budova sloužila jako sídlo ředitelství firmy Baťa.

„Jednadvacítka“ má dnes široké využití. Budova slouží jako sídlo Zlínského kraje, ale je také hojně navštěvována turisty. V posledním 16. patře je kavárna, která je zde velmi oblíbená. Kromě této kavárny jsou zde také dvě vyhlídkové terasy, které poskytují úchvatný výhled na celý Zlín a celé jeho okolí. Právě díky tomuto výhledu je tato budova tak hojně navštěvována turisty. Tato budova má ovšem využití i v době konání Barum Czech Rally Zlín. Právě sem se totiž přesouvá ředitelství celé soutěže a veškeré administrativní věci během závodu se řeší právě zde. Zároveň je zde umístěn také dispečink celého závodu. V budově probíhají také tiskové konference během závodu a také po závodě. Je zde umístěno také tiskové středisko. Budova má opravdu široké spektrum využití a je pro město Zlín opravdu důležitá.

#### **8.3.4 Informace o závodě**

V další kategorii informací je stručně představen samotný závod a hlavní údaje, které jsou pro závod nezbytně nutné. Všechny další informace ovšem fanoušci najdou na oficiálních webových stránkách samotné soutěže, které mají v této kategorii informací svůj odkaz.

Letošní ročník Barum Czech Rally Zlín bude v pořadí již šestačtyřicátý. Diváci se mohou opět těšit na klasický víkendový program. Celý závod odstartuje v pátek 26. srpna večerní superspeciálkou v ulicích Zlína. Vítěze Barum rally se dozvíme v neděli 28. srpna v 5 hodin odpoledne, kdy vítězná posádka přijede na cílovou rampu. Diváky čeká také bohatý doprovodný program, který bude organizován během celého víkendu.

Diváci se mohou těšit například na oblíbený a již tradiční zážitkový program, znovu bude možné zapojit se do projektu Jedu na dřevě a zapsat se tak do registru dárců kostní dřevě, nebo se také mohou těšit na tradiční a velmi oblíbenou autogramiádu se samotnými jezdci. Více informací nejen o závodě naleznete na webové stránce [www.czechrally.com](http://www.czechrally.com).

#### **8.3.5 Možnosti ubytování a stravování**

V této kategorii informací jsou představena některá ubytovací a stravovací zařízení. Nejsou zde uvedena všechna ubytovací a stravovací zařízení. Všechny tyto zařízení totiž nelze dohledat. Jsou zde uvedena pouze nejznámější a nejvíce využívané restaurační a ubytovací zařízení.



Zlínský kraj nabízí svým návštěvníkům následující ubytovací zařízení. Tato zařízení jsou členěna dle lokality.

*Otrokovice:*

- Penzion Oáza
- Hotel Společenský dům \*\*\*\*
- Penzion Lípa
- Hotel Rottal \*\*\*\*
- Hotel Atrium \*\*\*\*

*Zlín:*

- Penzion Uno \*\*\*
- Hotel Garni \*\*\*
- Interhotel Moskva \*\*\*
- Penzion Koliba u Černého Medvěda \*\*\*
- Park Hotel Růmy \*\*\*
- Hotel Baltaci Atrium \*\*\*\*\*
- Hotel Ondráš \*\*\*
- Lesní hotel \*\*\*\*
- Hotel Saloon
- Penzion Pindula
- Penzion Belbar

*Luhačovice:*

- Hotel Fontána
- Lázně Luhačovice a.s. (Společenský dům, Jurkovičův dům, Hotel Alexandria aj.)

*Slušovice:*

- Park Hotel Všemina

*Uherské Hradiště:*

- Hotel Mlýnská

Stravovacích zařízení nalezneme ve Zlínském kraji opravdu nespočet. Zde jsou uvedeny nejoblíbenější a nejvíce navštěvované podniky:

*Zlín:*

- Restaurace U Johana
- Potrefená Husa
- Dolce Vita
- Koliba u Černého Medvěda
- Restaurace Přístav
- Plzeňská restaurace
- Tam Tam Restaurant
- Restaurace Pindula

*Uherské Hradiště:*

- Kavárna a restaurace Grand
- Hotel Grand
- Koruna
- Restaurace U Hejtmána Šarovce
- Rotter restaurant

*Otrokovice:*

- Pizzerie a Steak bar hotel Baťov
- U Mašinky
- Pizzerie U Formanů
- Restaurace Flóra
- Restaurace Sýpka (Tripadvisor, 2016)

## 8.4 Další způsoby marketingové komunikace

Existuje jistě dalších mnoho způsobů marketingové komunikace, která by se dala v tomto projektu použít. Další návrhy této komunikace jsou uvedeny v této podkapitole. Jedná se jak o modernější způsoby marketingové komunikace, tak i o ty starší.

Jednou z možností komunikace je umístění odkazu na webových stránkách [www.visiterc.com](http://www.visiterc.com) na sociální síť. V dnešní době je tento trend velmi oblíbený a většina lidí dnes má profil na jedné ze sociálních sítí. V České republice se jedná především o sociální síť Facebook a Twitter. Tento fakt nutí i pořadatele k založení profilu samotného závodu a tím dochází ke komunikaci s fanoušky. Na těchto profilech jsou poté

zveřejňovány různé informace, zajímavosti, oficiální články, které vyšly na webu, ale také jsou zde organizovány různé soutěže, jakožto podpora komunikace s fanoušky. Zároveň zde fanoušci mají možnost tyto informace komentovat a komunikovat mezi sebou a tím se dostává celý závod do povědomí mnohem více lidí.

Na těchto profilech jsou také často zveřejňována různá videa, která jakkoliv souvisí s daným závodem. Jedná se například o videa z tiskových konferencí, zajímavosti z centra dění nebo propagační spoty. Tato videa jsou k nalezení na webu [www.youtube.com](http://www.youtube.com), a proto by zde neměl chybět ani odkaz na profil závodu na těchto stránkách, aby byly videa snadno dohledatelné.

Další možností, jak komunikovat s diváky, je vytvoření mobilní aplikace, kterou by si fanoušci mohli stáhnout do svých chytrých telefonů. V této aplikaci by fanoušci našli v podstatě stejné informace jako na webu [www.visiterc.com](http://www.visiterc.com), ovšem pokud by měli aplikaci staženou ve svém chytrém zařízení, bylo by mnohem jednodušší a rychlejší najít informaci, kterou fanoušek zrovna potřebuje. Některé webové stránky totiž nejsou zcela uzpůsobeny na prohlížení webu z chytrých telefonů a mohly by se například nesprávně zobrazovat. Zároveň je hledání informací v aplikaci mnohem pohodlnější než v samotném prohlížeči mobilního telefonu.

Celý tento proces je ovšem delší časový horizont. Vývoj takové aplikace je velice náročný a zdoluhavý proces. Vytvořit takovou aplikaci není vůbec jednoduché a bylo by nutné svěřit tento úkol do rukou odborníků. Cena vývoje takové aplikace se velkým způsobem liší. Záleží na tom, co vše by měla aplikace umět. Pokud by se jednalo o pouhé zobrazení informací a vytvoření grafického zpracování, cena se pohybuje od 5000 Kč do 20 000 Kč. Cena složitějších a náročnějších aplikací se může pohybovat až v řádech statisíců.

Marketingová komunikace v dnešní době ovšem stále používá i běžnější metody komunikace, tak jako tomu bylo dříve. Jednou z takových komunikací je zcela jistě propagace závodu v oficiálním tištěném programu daného závodu. Každý závod má dnes svůj tištěný program, který si diváci mohou zakoupit a naleznou zde spoustu zajímavých informací. Jsou zde informace o závodě, diváckých místech, historii soutěže, rozhovory s jezdci a mnohé další informace. Zároveň je zde ale hodně stránek věnováno reklamě a sponzorům. Proto dalším způsobem komunikace by mohlo být vyhrazení jedné stránky v tomto programu právě propagaci webových stránek [www.visiterc.com](http://www.visiterc.com) a tyto stránky by zde byly krátce a stručně představeny. Zároveň by zde byl stručně představen také

následující závod, který se v rámci seriálu ERC pojede. Reklama na Barum rally by tedy pro rok 2016 byla v oficiálním programu rally Rajd Rzeszowski v Polsku.

S tímto způsobem komunikace souvisí i následující návrh. Reklama na Barum rally by tedy byla v tištěném programu, ale také by se mohla prezentovat například stánkem v servisní zóně, který by opět lákal k návštěvě Barum rally, ale také celé České republiky. Byl by zde použit také jeden z reklamní bannerů, který je dost velký na to aby upoutal pozornost diváků v servisní zóně a ti by následně ke stánku přišli. Obdrží zde spoustu informací jak o závodě, tak o samotné České republice. V neposlední řadě by zde byly k dostání různé propagační předměty.

## **8.5 Návrh harmonogramu aktivní rodinné dovolené**

Celý projekt má Barum Czech Rally Zlín a Českou republiku zpropagovat tak, aby sem nepřijeli pouze fanoušci rally, ale aby Českou republiku navštívily také rodiny s dětmi. Právě tento segment potenciálních návštěvníků měla propagace oslovit nejvíce. V této části práce je tedy navržen harmonogram, jak by mohla vypadat týdenní rodinná dovolená ve Zlínském kraji. Harmonogram je naplánován pro čtyřčlennou rodinu s jedním dítětem do 15 let a druhým dítětem do 5 let.

Harmonogram dovolené je rozplánován od neděle 21. 8. 2016 do neděle 28. 8. 2016. Ubytovacím zařízením byl zvolen Park Hotel Všemina. Tento hotel se nachází 30 kilometrů od krajského města ve vesničce Všemina. Hotel je ve velmi příjemné lokalitě hned vedle všeminské přehrady. Zároveň se zde nachází také přírodní koupaliště, které se hojně využívá v letních měsících. Samotné okolí hotelu nabízí ovšem velké vyžití především pro rodiny s dětmi. Hned vedle hotelu se nachází lanové centrum, volejbalové, workoutové a dětské hřiště nebo například trampolíny. Samotné zázemí hotelu také nabízí spoustu aktivit. Hotel má vlastní vnitřní bazén, nebo například fitness či wellness centrum. Na své si zde přijdou jak děti tak i dospělí, a proto je tento hotel ideální lokalitou právě pro rodiny s dětmi.

Hotel Všemina nabízí na svých webových stránkách produkt Letní dovolená s dětmi v ČR (Na Moravě). Tento produkt nabízí ubytování pro čtyřčlennou rodinu na 7 nocí za 6190 Kč na osobu. Cena za čtyřčlennou rodinu by tedy byla 15 475 Kč. Počítá se v tomto případě cena za dvě dospělé osoby, dítě do 15 let platí polovinu z této ceny a dítě do 5 let má pobyt zdarma. V této ceně je zahrnuto ubytování ve dvoulůžkovém pokoji

se dvěma přistýlkami pro děti, polopenze pro celou rodinu a program, který hotel pro děti organizuje. Zároveň produkt obsahuje neomezený vstup do hotelového bazénu, zapůjčení kol, míčů, raket na badminton nebo také hodinu bowlingu. Každý pátek se také v blízkosti hotelu promítá film v letním kině nebo je každé úterý organizováno opékání špekáčků u ohně s hudebním doprovodem. (Activity park Hotel Všemina, 2016)

Harmonogram dovolené tedy začne v neděli 21. 8. 2016:

- Příjezd do hotelu v odpoledních hodinách (ubytování)
- Návštěva hotelového bazénu
- Večeře v hotelu
- Procházka kolem okolní přehrady

Pondělí 22. 8. 2016:

- Snídaně v hotelu
- Celodenní výlet do Zlínské Zoo Lešná
- Večeře v hotelu
- Odpočinek v hotelu (hotelový program pro děti)

Úterý 23. 8. 2016:

- Snídaně v hotelu
- Dopolodní koupání v přírodním koupališti vedle hotelu
- Odpolední výlet do Květné zahrady v Kroměříži
- Večeře v hotelu
- Večerní opékání špekáčků u ohně s hudbou

Středa 24. 8. 2016:

- Snídaně v hotelu
- Dopolodní návštěva zábavního parku Galaxie Zlín
- Odpolední návštěva lanového centra v okolí hotelu
- Večeře v hotelu
- Hotelový bazén

Čtvrtek 25. 8. 2016:

- Snídaně v hotelu

- Dopolední návštěva města Zlín spojená s návštěvou obuvnického muzea a 21. budovy
- V odpoledních hodinách navštívení autogramiády s jezdci BCRZ a dále technické přejímky
- Večeře v hotelu
- Večerní hotelový program pro děti

Pátek 26. 8. 2016

- Snídaně v hotelu
- Celodenní návštěva koupaliště Zelené Zlín
- Návštěva večerní rychlostní zkoušky BCRZ v ulicích Zlína
- Večeře v hotelu nebude z důvodu časové náročnosti programu dne (vlastní stravování)

Sobota 27. 8. 2016

- Snídaně v hotelu
- Návštěva jedné z rychlostních zkoušek BCRZ spojená s návštěvou jednoho z hradů v okolí rychlostní zkoušky
- Podvečerní bowling v hotelu
- Večeře v hotelu
- Odpočinek, příprava na odjezd z hotelu

Neděle 28. 8. 2016

- Snídaně v hotelu
- Do 10:00 vyklizení pokoje
- Možnost návštěvy další z rychlostních zkoušek BCRZ, nebo případný odjezd domů

### **8.5.1 Vedlejší náklady spojené s dovolenou, vyčíslení celkových nákladů**

Zde jsou uvedeny náklady, které rodina musí vynaložit během plánované dovolené. Jedná se především o vstupy, náklady za stravování a pohonné hmoty. Předpokládá se, že rodina přijede na dovolenou osobním automobilem a všude se bude přepravovat právě tímto dopravním prostředkem.

První položkou dle harmonogramu je návštěva Zoo Lešná. Náklady za tento výlet tedy jsou:  $130 \cdot 2 = 260$  Kč,  $80 \cdot 2 = 160$  Kč za vstupné. Dále jsou odhadovány náklady na oběd. Oběd bude absolvován v rámci návštěvy Zoo Lešná a počítá se s náklady 60 Kč/osoba.  $4 \cdot 60 = 240$  Kč. Náklady za první den tedy činí 660 Kč. Náklady za pohonné hmoty jsou uvedeny na konci všech nákladů.

Druhý den dovolené je naplánován výlet do města Kroměříž do Květné zahrady. Vstupné za tento den činí  $2 \cdot 70 = 140$  Kč,  $2 \cdot 50 = 100$  Kč. Dále se počítá s obědem v některé z restaurací po cestě do Kroměříže, odhadované náklady za tento oběd jsou 500 Kč. Celkové náklady za druhý den tedy jsou 740 Kč.

Třetí den je naplánováno zábavní dopoledne v centru Galaxie. Zde je možnost uplatnit celodenní rodinné vstupné, které činí 499 Kč. Oběd je plánován v hotelové restauraci s odhadem 500 Kč. Celkové náklady za třetí den jsou tedy 999 Kč.

Čtvrtý den je naplánována návštěva krajského města a technické přejímky BCRZ. Zde je doporučeno zakoupit 3 permanentky BCRZ v hodnotě 220 Kč. Tyto permanentky budou využity i při návštěvě další z rychlostních zkoušek BCRZ. Oběd je naplánován v některé ze zlínských restaurací, kde se cena poledních menu pohybuje kolem 70 Kč.  $4 \cdot 70 = 280$  Kč. Náklady tedy činí 940 Kč.

Pátý den je naplánována návštěva koupaliště Zelené Zlín. Vstupné na koupaliště činí  $2 \cdot 90 = 180$  Kč a  $2 \cdot 50 = 100$  Kč. Náklady za stravu v tento den budou větší z důvodu neabsolvování večeře v hotelu. Náklady za oběd na koupališti jsou odhadovány na 200 Kč a na večeři 300 Kč. Následuje přesun na noční rychlostní zkoušku v ulicích Zlína. Zde se nepočítá s žádnými dalšími náklady. Náklady za celý den jsou tedy 780 Kč.

Předposlední den dovolené je naplánovaná návštěva další z rychlostních zkoušek BCRZ. Vzhledem k zakoupeným permanentkám nebudou nutné další náklady za tuto akci. Zároveň s touto návštěvou této akce je spojena návštěva Hradu Lukov. Hrad nabízí také zvýhodněné vstupné pro rodiny s dětmi jako například zábavní park Galaxie. Toto vstupné činí na rodinu 120 Kč. Oběd je opět plánovaný v hotelové restauraci s náklady 400 Kč. V podvečerních hodinách je plánovaná hodina bowlingu v hotelu. Zde se počítá s drobným občerstvením, jehož náklady se odhadují do 150 Kč. Celkové náklady za tento den tedy činí 670 Kč.

Poslední den již nejsou plánovány žádné akce a náklady tedy budou u každé rodiny individuální. Nabízí se zde možnost návštěvy další z rychlostních zkoušek nebo už přímý návrat z hotelu k domovu.

Poslední náklady, které zbývá vyčíslit, jsou náklady za dopravu, tedy za pohonné hmoty. Celkový počet ujetých kilometrů na výlety během celé dovolené byl vyčíslen na cca 300 km. Při průměrné spotřebě osobního automobilu 7 litrů na 100 km tedy vychází, že se spotřebuje 21 litrů pohonných hmot. Při současné ceně pohonných hmot, která se pohybuje kolem 27 Kč na litr za benzín a 26 Kč na litr za naftu tedy vychází, že náklady za pohonné hmoty jsou vyčísleny na cca 570 Kč při benzinovém motoru a 540 Kč při naftovém motoru. Při spotřebě pohonných hmot se vždy počítá s určitou rezervou, a proto jsou náklady za dopravu stanoveny pro oba typy motorů na 600 Kč.

Ubytování	Cíl cesty	Vzdálenost	Celkem
Všemina	Zoo Lešná	17 km	36 km
Všemina	Kroměříž	56 km	112 km
Všemina	Galaxie Zlín	21 km	42 km
Všemina	Muzeum Zlín	20 km	40 km
Všemina	Zelené Zlín	20 km	40 km
Všemina	Lukov	15 km	30 km
Celkem:			300 km

Zdroj: vlastní zpracování

*Tab. 3 – Celkový počet ujetých kilometrů v rámci dovolené*

Celkové náklady za celou dovolenou čtyřčlenné rodiny tedy činí:

- Ubytování s polopenzí 15 475 Kč
- Náklady za jednotlivé dny 5 389 Kč

Náklady celkem: **20 864 Kč**

V této výši nákladů ovšem není započítaná cena za pohonné hmoty při cestě do hotelu a následné cestě zpět k domovu. Cena se totiž liší podle toho, z jaké lokality rodina pochází a není možné dopředu odhadnout, z jaké lokality turisté do České republiky přijedou.



## ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce bylo navrhnout projekt účinné mezinárodní marketingové komunikace mezi organizátory Barum Czech Rally Zlín a zahraničními fanoušky. Součástí projektu byl také návrh možné aktivní rodinné dovolené v České republice.

V teoretické části této práce je na základě studia odborné literatury popsána problematika cestovního ruchu, jeho rozdělení a typy. Samostatná kapitola je věnována sportovnímu cestovnímu ruchu a jeho typům, protože právě tomuto typu cestovního ruchu se práce věnuje nejvíce. Další kapitola je věnována eventům v cestovním ruchu. Je zde představen pojem event, členění těchto eventů a dále také nejvýznamnější eventy v České republice. Následující kapitola se věnuje analytické metodě. Konkrétně se jedná o SWOT analýzu. Poslední kapitola teoretické části se věnuje projektům. Je zde popsána definice projektu, jeho následné fáze a realizace.

Praktická část této práce je rozdělena do tří hlavních kapitol. První kapitola se věnuje představení motoristické akce Barum Czech Rally Zlín. Je zde představena historie této akce, současná situace a také význam této události pro Zlínský kraj. Dále je zde představena firma Rallye Zlín, která je hlavním organizátorem této motoristické akce. Ve druhé kapitole praktické části této práce je provedena podrobná SWOT analýza této události. Jsou zde rozebrány její silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Závěr této kapitoly tvoří zhodnocení SWOT analýzy a následná doporučení. Poslední kapitolou této části práce je projekt mezinárodní propagace BCRZ. V začátku kapitoly je tento projekt stručně představen, jsou zde stanoveny jeho cíle a následně navržena realizace tohoto projektu. V poslední části této kapitoly je popsán jeden z vedlejších cílů této práce. Je zde podrobný návrh možné aktivní rodinné dovolené v České republice včetně vykalkulovaných nákladů pro čtyřčlennou rodinu.

Věřím, že navržený projekt pomůže organizátorům Barum Czech Rally Zlín přilákat do České republiky ještě více fanoušků než doposud a tato motoristická soutěž tím získá ještě větší prestiž u fanoušků, kteří zde zažijí spoustu skvělých zážitků.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

1. Activity park Hotel Všemina. *Letní dovolená s dětmi v ČR (Na Moravě)* [online]. 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.vsemina.cz/zvyhodnene-pobyty/pobyty-pro-rodiny-s-detmi/item/2-letni-dovolena-sdetmi>
2. Apartmany Luhačovice. *Lázně Luhačovice* [online]. 2008 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: [http://www.apartmanyluhacovice.cz/lang\\_cs/clanek/11/](http://www.apartmanyluhacovice.cz/lang_cs/clanek/11/)
3. Autosport.cz. *Zveřejněn kalendář mistrovství Evropy 2016* [online]. 2015 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.autosport.cz/clanek.php?cl=17704>
4. CETLOVÁ, Helena. 2002. *Marketing služeb*. 3. aktualiz. vyd. Praha: Bankovní institut vysoká škola. 2002. ISBN 80-7265-049-1.
5. ČERTÍK, Miroslav a Věra FIŠEROVÁ. 2009. *Volný čas, životní styl a cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8. ISBN 978-80-86578-93-4.
6. FORET, Miroslav a Věra FORETOVA. 2001. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0207-X.
7. FORST, Michal, Jakub HOFBAUER a Roman ORDELT. c2010. *40 let historie Barum Czech Rally Zlín: (1971-2010)*. 1. vyd. Zlín: Rallye Zlín. 110 s. ISBN 978-80-254-8797-6.
8. Happy Barum Czech Rally Zlín. *O Happy rally* [online]. 2014 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.happyrally.eu/o-happy-rally/>
9. Historie Barum Rallye. *Historie* [online]. 2013 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://barum.czechrallyweb.net/>
10. HORNER, Susan a John SWARBROOKE. 1996. *Marketing Tourism, Hospitality and Leisure in Europe (Series in Tourism & Hospitality Management)*. London: International Thomson Business Press. 736 s. ISBN 978-0412621703.
11. HRAZDILOVÁ BOČKOVÁ, Kateřina. 2010. *Firemní inovační politika* 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. ISBN 978-80-7318-968-6.
12. INDROVÁ, Jarmila. 2009. *Cestovní ruch (základy)*. 2. vyd. Praha: Oeconomica. 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.
13. ITras to nej z české krajiny. *Květná zahrada Kroměříž* [online]. 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://itras.cz/kvetna-zahrada-kromeriz/>
14. Jedu na dřevě!. *Kdy, kde a jak se jede?* [online]. 2015 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.jedunadren.cz/kdy-a-kde-se-jede/#kdy>

15. KARLÍČEK, Miroslav a Petr KRÁL. 2011. *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3541-2.
16. KOTIKOVA, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVA. 2008. *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. ISBN 978-80-87147-05-4.
17. KOZÁK, Vratislav a Ludvík NOVÁK, 2003. *Ekonomické dopady Barum Rally Zlín 13. - 15. 9. 2002*. Zlín.
18. LACINA, Karel. 2010. *Management a marketing cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní. ISBN 978-80-7408-035-7.
19. Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež. *Festival - O festivalu* [online]. 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.zlinfest.cz/24816-festival>
20. Muzeum Jihovýchodní Moravy ve Zlíně. *Hrad Malenovice* [online]. 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.muzeum-zlin.cz/cs/objekty/hrad-malenovice/>
21. ORIEŠKA, Ján. 2010. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.
22. PALATKOVÁ, Monika. 2011. *Mezinárodní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 224 s. ISBN 978-80-247-3750-8.
23. Pražský hrad. *O České republice* [online]. 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://www.hrad.cz/cs/ceska-republika/o-ceske-republice>
24. SVĚTLÍK, Jaroslav. 2003. *Marketing pro evropský trh*. 1. vyd. Praha: Grada. Manažer. ISBN 80-247-0422-6.
25. SVĚTLÍK, Jaroslav. 2005. *Marketing - cesta k trhu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk. ISBN 80-86898-48-2.
26. ŠINDLER, Petr. 2003. *Event marketing*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s.. 236s. ISBN 80-247-0646-6.
27. TOMEK, Gustav, Jiří VAŠÍČEK a Věra VÁVROVÁ. 2002. *Marketing v energetice*. 1. vyd. Praha: Grada. Manažer. ISBN 80-247-0370-X.
28. Tripadvisor. *Restaurace ve Zlíně* [online]. 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: [https://www.tripadvisor.cz/Restaurants-g608733Zlin\\_Zlin\\_Region\\_Moravia.html](https://www.tripadvisor.cz/Restaurants-g608733Zlin_Zlin_Region_Moravia.html)
29. Veřejný rejstřík a sbírka listin. *Úplný výpis z obchodního rejstříku* [online]. 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik>

30. ZOO Zlín. *Lešná - zlínská zoo a zámek* [online]. 2016 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://www.zoo-lesna-zlin.cz/>

**Jiné zdroje:**

31. Interní materiály BCRZ 2015.

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

Aj.	A jiné
Apod.	A podobně
Atd.	A tak dále
BCRZ	Barum Czech Rally Zlín
ČR	Česká republika
ERC	European Rally Championship
FIA	Federation Internationale de L'Automobile
CHKO	Chráněná krajinná oblast
IRC	Intercontinental Rally Challenge
ME	Mistrovství Evropy
MČR	Mistrovství České republiky

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obr. 1 – Kalendář Mistrovství Evropy 2016 .....	32
Obr. 2 – Propagační leták BCRZ .....	44
Obr. 3 – Náhled webové propagace .....	45
Obr. 4 – Propagační banner Barum Czech Rally Zlín .....	46

**SEZNAM TABULEK**

Tab. 1 – Základní údaje o společnosti .....	27
Tab. 2 – SWOT analýza Barum Czech Rally Zlín .....	35
Tab. 3 – Celkový počet ujetých kilometrů v rámci dovolené.....	64