

Projekt Barum Czech Rally Zlín 2016 ve spolupráci se Slovenskem

Bc. Martin Zubíček

Diplomová práce
2015

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav podnikové ekonomiky
akademický rok: 2014/2015

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Martin Zubíček**
Osobní číslo: **M12739**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Projekt Barum Czech Rally Zlín 2016 ve spolupráci se Slovenskem**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Provedte literární rešerši na dané téma.

II. Praktická část

- Provedte analýzu současné situace Barum Czech Rally Zlín a vybraných podniků Mistrovství Evropy.
- Analyzujte stav současné rally na Slovensku.
- Vytvořte projekt spolupřadatelství Barum Czech rally Zlín se Slovenskem včetně ekonomických zhodnocení.

Závěr

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

Seznam odborné literatury:

ADAIR, Daryl and Brent RITCHIE. Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues – Aspects of Tourism. Bristol: Channel View Publications, 2004, 316 p. ISBN 978-1-87315-065-8.

HINCH, Tom a James HIGHAM. Sport Tourism Development. Bristol: Channel View Publications, 2004, 254 p. ISBN 978-1-8731-5062-7.

KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. Marketing. Praha: Grada, 2004, 855 s. ISBN 80-247-0513-3.

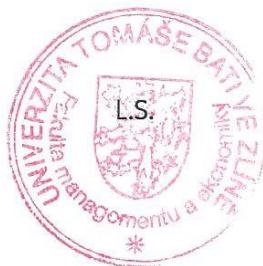
ORIEŠKA, Ján. Služby v cestovním ruchu. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2010, 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. Ekonomika turismu – turismus České republiky. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 208 s. ISBN 978-80-247-3748-5.

Vedoucí diplomové práce: doc. Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.
Ústav podnikové ekonomiky
Datum zadání diplomové práce: 16. února 2015
Termín odevzdání diplomové práce: 27. dubna 2015

Ve Zlíně dne 16. února 2015


prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka




doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

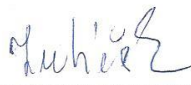
Prohlašuji, že

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

Prohlašuji,

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

Ve Zlíně


.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Tato diplomová práce je založena na vytvoření projektu spolupráce Barum Czech Rally Zlín se Slovenskem. V teoretické části je provedena literární rešerše na sportovní cestovní ruch, eventy v cestovním ruchu a následně jsou nastíněny analytické metody použité v práci. Praktická část zkoumá současnou situaci Barum Czech Rally Zlín, vybraných podniků šampionátu ERC a také analyzuje současný stav rallysportu na Slovensku. Pomocí dotazníkového šetření a řízeného rozhovoru je zjišťován zájem o realizaci již zmíněné spolupráce. Projektová část se zabývá vytvořením návrhu Barum Czech & Slovak Rally Zlín 2016. Tento projekt je následně podroben nákladové analýze a analýze rizik.

Klíčová slova: sportovní cestovní ruch, eventy, Barum Czech Rally Zlín, rallye, marketingový výzkum

ABSTRACT

The aim of my diploma thesis is to create a project of cooperation Barum Czech Rally Zlín with Slovakia. The literature search is processed in the theoretical part focusing on sports tourism, events on tourism and on analytical methods applied in the thesis. The practical part explores current situation of Barum Czech Rally Zlín, select competitions of ERC championship and also analysis current conditions of rally in Slovakia. Through questionnaire and guided interview are detected interest of realization project. The project part of the diploma thesis deals with creation of the proposal Barum Czech & Slovak Rally Zlín 2016. In conclusion the project is evaluated by a cost and risk analysis.

Keywords: sport tourism, events, Barum Czech Rally Zlín, rally, marketing research

Rád bych poděkoval vedoucí diplomové práce paní doc. Ing. Zuzaně Tučkové, Ph.D. za cenné rady a odborné vedení při zpracování mé diplomové práce.

Moje poděkování patří i zástupci ředitele Barum Czech Rally Zlín, Ing. Janu Regnerovi a tajemníkovi soutěže, Ing. Pavlu Konečnému, za trpělivost, odborné rady a materiály, které jsem mohl ve své práci využít.

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

OBSAH

ÚVOD	9
METODY A CÍLE PRÁCE	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 CESTOVNÍ RUCH	12
2 SPORTOVNÍ CESTOVNÍ RUCH	13
2.1 HISTORIE SPORTOVNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU	13
2.2 CHARAKTERISTIKA SPORTOVNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU.....	14
2.3 KLASIFIKACE SPORTOVNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU	15
2.4 TRENDY SPORTOVNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU	18
2.5 PROČ JE SPORTOVNÍ CESTOVNÍ RUCH TAK POPULÁRNÍ?	19
2.6 VÝZNAM SPORTOVNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU V ČR	20
3 EVENTY V CESTOVNÍM RUCHU	21
3.1 VYMEZENÍ POJMU EVENT	21
3.2 KLASIFIKACE EVENTŮ V CESTOVNÍM RUCHU.....	22
3.3 SPORTOVNÍ EVENTY	24
3.4 VÝZNAMNÉ SPORTOVNÍ EVENTY	27
3.4.1 Významné sportovní akce a události v České republice.....	27
3.4.2 Významné sportovní akce a události na Slovensku	28
3.5 DOPADY EVENTŮ NA DESTINACI CESTOVNÍHO RUCHU	29
4 ANALYTICKÉ METODY POUŽITÉ V PRÁCI	31
4.1 SWOT ANALÝZA	31
4.2 MARKETINGOVÝ VÝZKUM.....	32
4.2.1 Dotazníkové šetření.....	33
4.2.2 Řízený strukturovaný rozhovor	33
II PRAKTICKÁ ČÁST	34
5 CHARAKTERISTIKA AKCE BARUM CZECH RALLY ZLÍN	35
5.1 HISTORIE BARUM CZECH RALLY ZLÍN.....	35
5.2 EUROPEAN RALLY CHAMPIONSHIP (ERC)	37
6 ANALÝZA SOUČASNÉ SITUACE BARUM CZECH RALLY ZLÍN A VYBRANÝCH PODNIKŮ ME	39
6.1 BARUM CZECH RALLY ZLÍN.....	39
6.1.1 SWOT analýza	39
6.1.2 Návštěvnost Barum Czech Rally Zlín.....	43
6.1.3 Reklama a medializace na eurosportu	44
6.1.4 Ekonomické přínosy Barum Czech Rally Zlín do regionu	47
6.2 SROVNÁNÍ PODNIKŮ INTERNATIONAL JANNERRALLYE A GEKO YPRES RALLY	49
6.2.1 Medializace na Eurosportu.....	49
6.2.2 SWOT analýza	50
7 ANALÝZA STAVU SOUČASNÉ RALLY NA SLOVENSKU	53

7.1	HISTORIE ČESKOSLOVENSKÉ RALLY	53
7.2	KALENDÁŘ MISTROVSTVÍ SLOVENSKA V RALLY 2015.....	54
7.3	RALLY TRÍBEČ	55
7.3.1	Historie	55
7.3.2	SWOT analýza	56
7.4	STATISTIKY ZÁVODŮ NA SLOVENSKU V POSLEDNÍCH LETECH.....	57
7.5	SWOT ANALÝZA RALLY NA SLOVENSKU.....	60
8	SPORTOVNÍ EVENTY POŘÁDANÉ VE VÍCE ZEMÍCH.....	63
8.1	EURO 2012	63
8.2	MISTROVSTVÍ SVĚTA V LEDNÍM HOKEJI 2012 A 2013	64
9	PRIMÁRNÍ MARKETINGOVÝ VÝZKUM	67
9.1	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	67
9.2	ŘÍZENÝ ROZHOVOR	73
10	ZÁVĚRY ANALÝZ PRO PROJEKT.....	76
11	PROJEKT SPOLUPOŘADATELSTVÍ BARUM CZECH RALLY ZLÍN VE SPOLUPRÁCI SE SLOVENSKEM	77
11.1	CHARAKTERISTIKA A CÍL PROJEKTU	77
11.2	CHARAKTERISTIKA NITRANSKÉHO A TRENČÍNSKÉHO KRAJE	78
11.2.1	Nitranský kraj	78
11.2.2	Trenčínský kraj.....	78
11.3	ČASOVÝ HARMONOGRAM PROJEKTU	80
11.4	ORGANIZAČNÍ USPOŘÁDÁNÍ	82
11.5	PROPAGACE PROJEKTU	83
11.6	ZÁKLADNÍ PROGRAM BARUM CZECH & SLOVAK RALLY ZLÍN	86
11.7	EKONOMICKÝ PŘÍNOS BARUM CZECH & SLOVAK RALLY ZLÍN.....	88
11.8	DOTACE	90
11.9	NÁKLADOVÁ ANALÝZA	91
11.10	RIZIKOVÁ ANALÝZA	94
11.11	SWOT ANALÝZA	96
11.12	ZHODNOCENÍ PROJEKTOVÉ ČÁSTI.....	98
	ZÁVĚR	99
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	100
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	106
	SEZNAM OBRÁZKŮ	107
	SEZNAM GRAFŮ	108
	SEZNAM TABULEK.....	109
	SEZNAM PŘÍLOH.....	110

ÚVOD

„Cestování je život“

Hans Christian Andersen

Cestovní ruch patří mezi nejvýznamnější hospodářské odvětví a neustále se rozvíjí. Cestování se stalo jedním z nejoblíbenějších způsobů, jak trávit volný čas. V průběhu let se také neustále zvyšují a vyvíjí požadavky turistů. Lidé v posledních letech vyhledávají zejména aktivní odpočinek, chtějí poznat nové kultury, tradice a zároveň se dozvědět co nejvíce zajímavostí ze života v navštívené zemi. Pro většinu cestovatelů je důležitý prožitek, který v nich cesta zanechá. V dnešní době je velice oblíbený a stále více poptávaný sportovní cestovní ruch.

V současnosti můžeme považovat sportovní cestovní ruch za fenomén dnešní doby. Lidé si ho oblíbili především díky jeho rozmanitosti. Někdo může dát přednost aktivnímu sportování u moře či v horských oblastech, zatímco jiný si užije nezapomenutelnou návštěvu sportovního eventů.

Jednou z významných sportovních akcí na evropské motoristické scéně je zcela jistě Barum Czech Rally Zlín, která se každoročně koná na území Zlínského kraje. Tato akce každým rokem přiláká množství českých i zahraničních diváků. Organizátoři se snaží o to, aby soutěž nebyla v očích veřejnosti vnímána pouze jako sportovní event, ale především jako významná součást cestovního ruchu. Za pravdu jim dávají zpracované studie, které dokládají značný ekonomický přínos plynoucí z pořádání této soutěže do Zlínského kraje. Silnou stránkou je také medializace. Region je prezentován milionům diváků z 59 zemí světa prostřednictvím satelitní stanice Eurosport.

V diplomové práci se zabývám projektem možného spolupřátelství Barum Czech Rally Zlín se Slovenskem. Tato mezinárodní spolupráce by byla jedinečným a svým způsobem inovativním projektem, neboť v seriálu ERC, kterého je Barum Czech Rally Zlín součástí, se nenachází žádný podnik, který by vykazoval prvky takové spolupráce.

METODY A CÍLE PRÁCE

Prvním cílem mé diplomové práce je zpracovat literární rešerši cestovního ruchu s důrazem na sportovní cestovní ruch. S pomocí odborné literatury je tento cíl zpracován v teoretické části práce.

V praktické části práce je mým cílem analýza současné situace Barum Czech Rally Zlín a vybraných podniků Mistrovství Evropy. Zároveň také provedu analýzu současného stavu rally na Slovensku.

V projektové části je mým cílem vytvořit projekt spolupořadatelství Barum Czech Rally Zlín ve spolupráci se Slovenskem včetně ekonomických zhodnocení. K tomu, abych dosáhl uvedených cílů, musím použít následující analytické metody:

- SWOT analýza
- Marketingový výzkum
 - Dotazníkové šetření
 - Řízený rozhovor

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÍ RUCH

V následující kapitole se budu věnovat teoretickým východiskům, ze kterých bude moje diplomová práce čerpat. Nejdříve budu stručně definovat cestovní ruch s pozdějším zaměřením na sportovní cestovní ruch. Závěrem definuji také eventy a akce, které do tohoto odvětví cestovního ruchu spadají.

Cestovní ruch a sport jsou neodmyslitelnými součástmi naší společnosti a především v současné době mají velký význam. Sportovní cestovní ruch je považován za dynamicky se rozvíjející odvětví cestovního ruchu, které má potenciál oslovit velké masy turistů, především prostřednictvím velkých sportovních akcí, jako jsou např. Olympijské hry. (Hinch a Hingham, 2004, str. 33)

Vymezení pojmu cestovní ruch

Monika Palatková (2011, s. 11) ve své knize Mezinárodní cestovní ruch uvádí, že *„cestovní ruch nebo li turismus 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.“*

Marie Hesková (2011, s. 7) definuje cestovní ruch jako společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně se jedná největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemně prožité dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí.

Pásková a Zelenka (2002, s. 2) ve svém výkladovém slovníku cestovního ruchu definují turismus jako *„komplexní společenský jev, jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.“*

UNWTO (United Nations World Tourism Organization) definuje cestovní ruch jako *„činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden rok, za účelem trávení volného času a služebních cest“.* (UNWTO)

2 SPORTOVNÍ CESTOVNÍ RUCH

Co je sport?

Sport není snadno uchopitelný, což potvrzuje i literatura, která jej definuje velmi různorodě. Existuje mnoho pohledů, od fyzické aktivity, která je provozována pouze pro zábavu a relaxaci až po vrcholový sport, kde se snoubí tvrdá práce a maximální snaha o dosažení co nejlepších výsledků.

Choutka (1987, s. 15) ve své publikaci uvádí, že „*sport je oblastí dobrovolné lidské činnosti, která uspokojuje potřeby sportovců a dalších účastníků. Ti se v ní realizují a nacházejí v ní všestranné a hluboké prožitky. Sportovec je v této činnosti nejen objektem, ale i subjektem svého zdokonalování, seberozvoje a sebevýchovy*“. Sport se tak stává velmi účinným prostředkem všestranného rozvoje sportovce.

Evropská charta sportu (1992), chápe sport jako: „*všechny formy tělesné činnosti, které – ať již prostřednictvím organizované účasti či nikoli – si kladou za cíl projevení či zdokonalení tělesné i psychické kondice, rozvoj společenských vztahů nebo dosažení výsledků v soutěžích na všech úrovních*“. (cstvopava, ©2015)

2.1 Historie sportovního cestovního ruchu

Sportovní cestovní ruch má dlouhou a bohatou historii. Největšího rozmachu dosáhl ve 20. století a je více než symbolické, že právě toto století, které zaznamenalo nejpodstatnější růst a rozvoj sportovního cestovního ruchu, předznamenalo oživení moderních Olympijských her v Aténách v roce 1896. Tuto symboliku můžeme spatřovat i při pohledu na dnešní Olympijské hry, v tom, že jasně odráží důležitost a význam současného sportovního CR.

Je zřejmé, že různé faktory, které ovlivnily sportovní cestovní ruch v dřívějších dobách, jsou stále relevantní i dnes a jestliže lidé získali prostředky a příležitost být účastníkem, měli tendenci těchto příležitostí využít.

Historie rozvoje sportovního CR ve 20. století byla především do značné míry o překonávání překážek. Hlavní snahou bylo dát příležitost co nejvíce lidem, být součástí sportovního CR, ne pouze pár vyvoleným. (Bull a Weed, 2012, s. 13-14)

2.2 Charakteristika sportovního cestovního ruchu

Publikace Dictionary of Sport Studies definuje sportovní turismus jako „*všechny formy aktivní i pasivní účasti na sportovních aktivitách, které jsou organizovány za komerčním i nekomerčním účelem, vyžadující pobyt mimo domov či pracoviště.*“ (Malcolm, 2008, s. 247).

K této teorii se kloní i Standeven a De Knop (in Smith, 2010, s. 166), kteří definují cestovní ruch jako „*všechny formy aktivního i pasivního zapojení se do sportovních aktivit, samostatnou i organizovanou činnost z obchodních i neobchodních důvodů, která vede k vycestování mimo místo bydliště a práce*“.

Podle Marie Heskové (2011, s. 21) je pro sportovní cestovní ruch charakteristický pobyt ve vhodném přírodním prostředí, základem je však aktivní vykonávání různých sportovních činností, které zpravidla předpokládají určitou fyzickou kondici. Pohybové a sportovní aktivity působí i na rozvíjení morálních a dalších vlastností člověka, jako je např. houževnatost, vytrvalost a kolektivnost.

M. Weed popisuje sportovní turismus jako „*sociální, ekonomický a kulturně – sociální fenomén dnešní doby založený na unikátní interakci aktivit, lidí a míst*“. Jeho přístup ke sportovní problematice turismu zahrnuje argumenty, že „*sportovní turismus obsahuje stejný poměr aktivit i zážitků, to znamená, že lidé a místa se vzájemně ovlivňují, aby tyto zážitky mohli společně vytvořit.*“ (Weed, 2008, s. 20).

Podle Jána Orišky (2010, s. 164) je sportovní cestovní ruch „*spojen s pobytem ve vhodném přírodním prostředí a s vykonáváním různých sportovních aktivit, které předpokládají fyzické schopnosti účastníků*“.

Podle Gibsona (in Hudson, 2003, s. 2) sportovní CR zahrnuje:

- cestu od trvalého bydliště za účelem účastnit se sportovních aktivit, ať už je jejich forma rekreační či soutěžní;
- cestu do destinace s cílem pozorovat sport na nejnižší či nejvyšší úrovni;
- cestu, jejímž cílem je návštěva sportovní atrakce, např. sportovní síně slávy apod.

2.3 Klasifikace sportovního cestovního ruchu

Stejně jako u cestovního ruchu můžeme sportovní cestovní ruch dělit z několika hledisek. Autoři, kteří se sportovním turismem zabývají, uvádí mnoho zajímavých pohledů a široké spektrum členění. Toto odvětví nabízí mnoho různorodých sportů, tzn., že účastníci sportovního cestovního ruchu nemusí zůstat jen u jednoho sportu, jejich aktivity jsou téměř neomezené.

Ján Oriška (2010, s. 164-165) člení sportovní turismus:

a) Podle doby realizace:

- **letní sezona** – jedná se především o vodní sporty, tenis, golf atd.;
- **zimní sezona** – oblíbený je snowboarding, lyžování, bruslení a další sporty.

V neposlední řadě je velmi oblíbená také turistika (pěší, horská, vodní, cykloturistika), která se dá provozovat jak v létě, tak v zimě.

b) Podle způsobu využití:

- **aktivní sportovní CR** - sportovní aktivity jsou příznivé nejen na vytváření fyzické zdatnosti a odolnosti lidského organismu, ale také napomáhají k rozvoji a posílení morálních vlastností člověka;
- **pasivní sportovní CR** – technicky náročným sportům se většina lidí věnuje převážně pasivně jako sportovní diváci. Jedná se především o různé sportovní soutěže, závody a hromadné sportovní akce. Velké oblibě se těší letní a zimní olympijské hry, které se konají ve čtyřletých cyklech.

c) Sportovní diváci se z hlediska motivace dělí do dvou skupin:

- **skalní fanoušci**, pro které je sledování sportu hlavní koníčkem a jsou ochotni během roku za sportem i vícekrát vycestovat;
- **diváci**, pro které je zájezd za sportem něčím novým, výjimečným.

Účastníky sportovního turismu člení také autoři Robinson a Grammon (in Smith, 2010, s. 166):

- prvním typem je **turista cestující za sportem**, který se dané sportovní akce účastní aktivně či pasivně. Sport je jeho primární motivací cestovat a zcela jistě navštíví mimořádné sportovní akce, jako jsou Olympijské hry či Mistrovství světa ve fotbale. Sport je jeho vášní;

- druhým typem je turista, který cestuje především za **odpočinkem** a v rámci relaxace provozuje sporty jako lyžování, cyklistika atd.

Další pohled na typy sportovního CR nabízí Schwartzhoffová (2010, s. 99)

- **domácí sportovní turismus** – zahrnuje více než jednodenní cestu za sportem přesahující vzdálenost 40 km;
- **výkonnostní a závodní sportovní turismus** – lidé, jejichž hlavním zaměstnáním je sport, cestují do dějiště závodů, na soustředění apod. Před závodem, mezi nebo po závodech provozují aktivity spadající do oblasti cestovního ruchu. Sportovní hledisko je hlavním důvodem pro cestování;
- **Rekreační a relaxační sportovní turismus** – tento typ je zároveň „masovým turismem“. Pro tento typ jsou typické rekreační sporty během dovolené, jakými jsou např. rybolov, jezdeckví, jachting, golf atd. Člověk se jim většinou věnuje příležitostně. Součástí aktivní dovolené je především sport, kterému se věnujeme rekreačně, ale zlepšujeme díky němu svou fyzickou kondici;
- Součástí sportovního turismu je i **diváctví na sportovních akcích**. Diváci se v těchto případech účastní sportovní akce, která se koná v jiných zemích, městech, než sportovci, trenéři či fanoušci žijí.

Podobnou klasifikaci sportovního turismu mají zpracovanou autoři Weed a Bull (in Malcolm, 2008, 248). Zahrnuje 5 typů:

- sportovní turismus s obsahem, kdy **sport je vedlejší aktivitou** a není hlavním motivem/účelem cesty;
- **účastnický sportovní turismus** lze chápat jako sportovní dovolenou. Tento typ je nejspíše tím, co máme pod pojmem sportovní cestovní ruch na mysli;
- **tréninkový sportovní turismus** je již úžeji specifikován. Primárním účelem je sportovní trénink nebo instruktáž. Jedná se o celé spektrum akcí, od víkendového kurzu v plachtění pro úplné začátečníky až k profesionálnímu tréninkovému kempu fotbalistů národní reprezentace;
- **sportovní eventy** se vyznačují tím, že jejich primárním účelem cesty je účast na sportovní akci, jako přímý účastník (aktivní sportovec) nebo jako divák. Tento typ zahrnuje akce typu Olympijské hry, Mistrovství světa až po malé akce na regionální úrovni. Všechny však přitahují množství cestujících diváků a účastníků;

- **luxury sport tourism.** Pod tímto pojmem se jedná o kvalitu zařízení, které je navštíveno, využíváno. Jde především o luxusní ubytování, sportovní zařízení a vybavení.

Gibson (in Smith, 2010, s. 166) uvádí další kategorii sportovního cestovního ruchu, kterou lze označit jako tzv. „*Nostalgia sport tourism.*“ Tato kategorie se na rozdíl od aktivního zapojení do sportování a divácké účasti na sportovních akcích, zaměřuje především na památkové atraktivity, kde se psala sportovní historie. Jedná se například o návštěvu muzeí se sportovní tematikou nebo prohlídku síně slávy (např. hokejová síň slávy v Torontu). Velice populární je prohlídka olympijských vesniček.

Automobilový sport

Jelikož je má diplomová práce zaměřena na automobilový sport, konkrétně rallye, rozhodl jsem se toto odvětví zevrubně popsat.

Disciplíny, které automobilový sport zahrnuje, jsou velice různorodé. Divácky atraktivní je prestižní seriál Formule 1 či Mistrovství světa v rally, na americkém kontinentu si lidé oblíbili závody automobilů NASCAR. Existuje také celá řada disciplín, které nejsou masově rozšířené a z hlediska divácké popularity nejsou příliš sledované, ale v automobilovém sportu zaujímají významnou úlohu. Jedná se např. o závody do vrchu, autocross, rallycross, off – road apod.

Barum Czech Rally Zlín spadá pod Mezinárodní automobilovou federaci **FIA**, která byla založená již roku 1904 a sídlí v Paříži. FIA zastřešuje 241 národních motoristických a sportovních organizací v mnoha zemích po celém světě.

Jedním z primárních cílů organizace FIA je **rozvoj motoristického sportu**. FIA také zastupuje práva motoristických organizací a jezdců, jedná se především o různé kampaně či činnosti, které hájí jejich zájmy.

V oblasti motorsportu pak FIA stanovuje pravidla pro všechny mezinárodní seriály včetně Formule 1, světového šampionátu WRC, seriálu cestovních vozidel WTCC, šampionátu vytrvalostních závodů a prestižního seriálu závodů ERC, ve kterém je jednou ze soutěží i Barum Czech Rally Zlín. (FIA, ©2015)

2.4 Trendy sportovního cestovního ruchu

- a) **golfový CR** – golf jako sport má dlouhou tradici, cestovní ruch se zaměřením na golf je však fenoménem posledních 30 let. V této souvislosti se můžeme také setkat s pojmem golfová turistika, kdy jsou produkty cestovního ruchu přímo vytvářeny se zaměřením na tuto aktivitu (Vystoupil, 2011, s. 140);
- b) **dobrodružný cestovní ruch** – jak uvádí autoři Zelenka a Pásková, jedná se o formu cestovního ruchu, kdy hlavním rysem je neexistence pevně daného programu, neočekávanost, získané nové zkušenosti, případně i míra kontrolovaného rizika a nebezpečí. (in Kotíková, 2013, s. 67);
- c) **lovecký cestovní ruch** - Můžeme jej definovat jako cestování prováděné za účelem lovu zvěře (bažanti, divoké kachny, prasata, zajáci). Občas se tak děje za pomoci speciálně vyškolených průvodců. Motivem tohoto trendu je pobyt na čerstvém vzduchu, zájem o lov, odpočinek a celkovou regeneraci. (Orieška, 2010, s. 169);
- d) **nordic walking** - je prezentován jako chůze za pomoci speciálních holí. Lze jej provozovat ve městech, v přírodě, na horách atd. Tato aktivita vznikla ve Skandinávii a využívají ji většinou starší lidé. Díky této novince jsou déle aktivnější a mají větší zájem o sport. Novou formou je tzv. Nordic blanding, který je realizován za pomoci kolečkových bruslí. (Čertík a Fišerová, 2009, s. 95-96);
- e) **zábavní sportovní CR** - je realizován ve sportovních zábavních centrech. Tato centra jsou budovány v místech, kde nejsou vhodné přírodní podmínky pro ostatní formy cestovního ruchu.

Ryglová a kol. (2011, s. 187) člení zábavní sportovní cestovní ruch následovně:

- zábavní parky – Disneyland, Legoland;
- světové a národní výstavy, technoparky;
- aquaparky – Tropical Islands, Tatrlandia;
- velké sportovní a kulturní podniky – Mistrovství světa a Evropy, Olympijské hry, megakoncerty.

2.5 Proč je sportovní cestovní ruch tak populární?

Sportovní cestovní ruch nebyl vždy populární. K postupnému rozvoji došlo ve 20. století, nicméně až v průběhu posledního desetiletí se dramaticky zvýšilo množství lidí, kteří si sportovní turismus oblíbili a neváhají cestovat velké dálky či vynakládat značné finanční prostředky, jen aby mohli podpořit své oblíbené sportovce nebo navštívit místa, na kterých se psala sportovní historie. (sports-management-degrees, ©2015)

Obrovský dopad na sportovní turismus má zcela jistě **technologický pokrok**. Lidé mají možnost nákupu vstupenek na sportovní eventy on-line, což dříve nebylo možné. Důležitým prvkem je také stabilní zasazení akce do kalendáře, již měsíce v předstihu před samotným konáním eventů. Pro turisty se tak nabízí ideální příležitost cestu podrobně naplánovat a zařídit vše potřebné (koupě vstupenek, volba dopravy, zajištění ubytování apod.). (sports-management-degrees, ©2015)

Popularita sportovního cestovního ruchu se rovněž odvíjí od zvýšené **mediální pozornosti** věnované sportovním akcím. U většiny lidí sledujících dramatické sportovní klání v televizním přenosu roste touha zažít takovou událost na vlastní kůži. Média mají rovněž schopnost vytvářet mezinárodní sportovní ikony a v důsledku toho zvýšit poptávku po sportovním CR, protože fanoušci chtějí tyto hvězdy vidět zblízka a „naživo“. (onecaribbean, ©2015)

Samotné sportovní akce jsou realizovány s cílem dalšího **zvýšení návštěvnosti**. Roste jejich atraktivita, organizátoři se snaží zajistit vysokou úroveň komfortu pro diváky. Sportovní event už není pouze samotné sportovní zápolení na hřišti či oválu, ale dechberoucí doprovodná **show** probíhající v průběhu celé akce. V neposlední řadě poptávku stimulují nízkonákladové letecké společnosti, jejichž lety jsou stále pohodlnější, pravidelnější a samozřejmě cenově dostupnější. (onecaribbean, ©2015)

Hlavní destinace se liší v závislosti na tom, kde se velké akce, jako je Mistrovství světa ve fotbale a Olympijské hry konají. Avšak jsou zde lokality, které sportovní fanoušci vyhledávají každoročně.

- Spojené státy americké
- Velká Británie
- Francie
- Austrálie

- Španělsko

Pro specifické sporty jako je golf, automobilové závody a jachting se seznam destinací značně liší. (onecaribbean, ©2015)

Věkové složení turistů

Typy sportovních turistů se liší sport od sportu. Z všeobecných statistik vyplývá, že většina turistů cestujících za sportem jsou **muži ve věku 18 – 34 let** ze střední ekonomické třídy. Při podrobnějším zkoumání můžeme zjistit, že například fanoušci ragby a kriketu jsou starší a mají větší disponibilní příjem než fanoušci fotbalu a basketbalu. Příznivci atletiky bývají mladí a mají nízké výdaje, zatímco obdivovatelé formule 1 bývají muži ve věku okolo 40 let s nadprůměrným disponibilním příjmem. (sports-management-degrees, ©2015)

Nejvíce turistů, kteří cestují za sportem, pochází z následujících zemí:

- | | |
|--------------------------|--------------|
| • Velká Británie | Španělsko |
| • Spojené státy americké | Skandinávie |
| • Německo | Austrálie |
| • Itálie | Jižní Afrika |

(onecaribbean, ©2015)

2.6 Význam sportovního cestovního ruchu v ČR

V novinách **Travel Trade Gazette**, které se věnují cestovnímu ruchu, mě zaujal postoj Filipa Dohnálka (generální ředitel IBTravel s.r.o.), který zastává názor, že „*na sportovní akce v České republice se pro jejich dobrou úroveň a servis naučí jezdit i zahraniční diváci a to samozřejmě přináší finance a další možnosti pro rozvoj nejen daného regionu, kde se akce pořádá (pracovní místa, rozvoj infrastruktury, prestiž oblasti)*“. Jako příklad ze zahraničí uvádí oblast Val Di Fiemme, kde z neznámé oblasti vytvořili atraktivní středisko.

Monika Palatková také dodává, že agentura CzechTourism se v rámci jedné z aktivit zaměřila v roce 2015 na propagaci brandu Česká republika v zahraničí prostřednictvím významných sportovních eventů, které se budou konat v roce 2015 v regionech České republiky. Na základě nezávislé analýzy bylo vybráno celkem 10 významných akcí, prostřednictvím kterých bude v letošním roce propagována Česká republika. (ttg.cz, ©2015)

3 EVENTY V CESTOVNÍM RUCHU

Každá destinace cestovního ruchu potřebuje mít k dispozici určitý potenciál, to znamená, že musí disponovat určitými předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu.

Eventy patří k antropogenním podmínkám cestovního ruchu a lze jimi výrazně zvýšit jeho potenciál. Eventy jsou významnou součástí nabídky dané destinace a nezdědka se stávají hlavním motivem cestování. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008, s. 7)

3.1 Vymezení pojmu event

Důležitost eventů podtrhuje i skutečnost, že často nemusí být spojeny s dalšími prvky potenciálu destinace cestovního ruchu a většinou je u jejich zrodu pouze dobrý a originální nápad. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008, s. 8)

Event můžeme přeložit do češtiny jako akci, událost. Přesto se v českojazyčné odborné literatuře setkáváme s anglickým pojmem, který se do češtiny nepřekládá.

AIEST charakterizuje eventy „jako významné jednorázové nebo opakující se akce omezeného trvání, které mají zvýšit povědomí, atraktivitu a zisk destinace cestovního ruchu z dlouhodobého i krátkodobého hlediska“. Tyto eventy zakládají svůj úspěch na jedinečnosti, prestiži a aktuálnosti s cílem vzbudit zájem a vyvolat pozornost. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008, s. 8)

Event je poměrně novým pojmem, ačkoliv jeho kořeny sahají hluboko do historie. Mezi první eventy můžeme zařadit gladiátorské zápasy ve starém Římě. Tato představení přilákala řadu diváků a nabídla jim neopakovatelné, většinou drsné zážitky. (Šindler, 2003, s. 20)

Charakteristické znaky eventů:

- je jedinečný a originální;
- je vymezený v určitém čase;
- je spojen s konkrétním místem;
- jedná se o dopředu naplánovanou událost.

V zásadě existují dva typy eventů v cestovním ruchu. Do první skupiny patří eventy, které jsou cílem účasti na cestovním ruchu, lidé cestují proto, aby se jich mohli zúčastnit. Do druhé skupiny patří eventy, které jsou navštěvovány turisty, kteří se již v dané destinaci nacházejí, to znamená, že event netvoří motivaci pro návštěvu destinace. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008, s. 9)

3.2 Klasifikace eventů v cestovním ruchu

Podle Schwartzhoffové a Kotíkové (2008, s. 10-14) se eventy člení následovně:

Členění podle obsahu:

- sportovní;
- kulturní;
- náboženské;
- společenské a zábavné eventy;
- eventy zaměřené na místní zvyky, tradice, a historii;
- specifické eventy;
 - kongresy, semináře a konference;
 - veletrhy a výstavy;
 - eventy v oblasti hotelnictví a gastronomie;
 - incentivní eventy;
 - ostatní eventy (politické, svatební, firemní apod.).

Členění podle cílových skupin:

Důležitým hlediskem je hledisko účastníků. Eventy rozlišujeme na uzavřené a otevřené. Uzavřené eventy jsou určeny jen pro pozvané účastníky, přičemž se může jednat o akce soukromé, pořádané nějakou institucí, neziskovou organizací atd. Otevřené eventy jsou přístupné všem. Zároveň musíme vymežit eventy, na které se platí vstupné a na ty, kde je vstup zdarma.

Tab. 1 Eventy otevřené a uzavřené

	Eventy otevřené	Eventy uzavřené
Eventy, kde se platí vstupní poplatek.	koncerty, festivaly, sportovní akce	kongresy, konference
Eventy, kde je vstup bezplatný	oslava silvestra na náměstí	svatby, firemní akce, premiéry

Zdroj: Vlastní zpracování; Schwartzhoffová a Kotíková, 2008, s. 10-14

Členění podle místa:

- eventy „pod střechou“ (indoor);
- eventy pořádané venku (outdoor) – např. poslední dobou velice oblíbené festivaly na hradech.

Členění podle pořadatelského subjektu:

Event může být pořádán a zároveň financován institucí působící v oblasti veřejné správy (kraj, město, obec), neziskovou organizací (muzeum, škola), ale také obchodní společností či fyzickou osobou. Často jsou pořádány i soukromé eventy (svatby, narozeniny). Při realizaci eventu dochází k partnerství různých subjektů, což je nezbytný předpoklad úspěchu akce.

Členění podle velikosti (podle počtu účastníků):

- mega eventy – nad 500 000 účastníků;
- velké eventy – 100 000 – 500 000 účastníků;
- střední eventy – 10 000 – 100 000 účastníků;
- malé eventy – méně než 10 000 účastníků.

Členění podle významu:

Eventy můžeme rozdělit podle významu a dopadu na destinaci CR:

- eventy mezinárodní – mají mezinárodní, často i globální význam;
- eventy značkové – dotvářejí image místa;
- eventy regionální – mají pouze regionální význam;
- eventy místní – tvoří nabídku pro místní obyvatele dané destinace.

Členění podle doby trvání:

- eventy krátkodobé (1 den);

- eventy střednědobé (několik dní);
- eventy dlouhodobé (delší než týden).

Existují i eventy, které trvají několik týdnů či měsíců. Jedná se o např. výstavu EXPO, Mistrovství světa ve fotbale apod. Je zapotřebí rozlišovat dobu trvání eventů a dobu účasti na eventech. Ve většině případů se doba trvání eventů rovná době přítomnosti účastníků (koncerty, sportovní utkání apod.), u některých eventů je však tato doba rozdílná.

Optimální jsou takové eventy, které se konají několik dní a předpokládají účast návštěvníků po celou dobu trvání (incentivní akce, kongresy atd.)

Členění podle periodicity realizace:

- eventy v pravidelných intervalech;
- eventy v nepravidelných intervalech.

Mezi nejčastěji pořádané eventy patří akce, které se konají každoročně (Mistrovství světa v ledním hokeji). Akce, které se pořádají pravidelně, se mohou realizovat stále na stejném místě (tenisový turnaj ve Wimbledonu, filmový festival v Cannes atd.)

3.3 Sportovní eventy

Halina Kotíková (2013, s. 101) ve své publikaci uvádí, že „*sportovní akce přitahují pozornost nejen sportovců, ale i jejich fanoušků a často i médií. Zájem médií je důležitý z hlediska možnosti získání nových sponzorů, kteří se finančně podílejí na realizaci sportovních eventů*“.

Následující členění sportovních akcí vychází z poznatků Haliny Kotíkové (2013, s. 101-103):

Sportovní akce zpravidla dělíme na akce v oblasti vrcholového nebo výkonnostního sportu a na akce v oblasti rekreačního sportu.

a) velké sportovní akce a „mega“ akce

Mezi tyto akce patří např. olympijské hry, mistrovství světa v nejpoblárnějších sportech, formule 1 atd. Mezi charakteristické rysy těchto akcí patří velký až abnormální zájem médií, fanoušků a samozřejmě sportovců. Samotná realizace vyžaduje dlouhou a profesionální přípravu, obrovské finanční výdaje, zvláště pokud není v místě konání akce vybudována dostatečná infrastruktura.

b) eventy orientované na návštěvníky

V tomto případě se jedná o sporty, které mají velkou základnu fanoušků, tedy zejména fotbal, hokej, tenis. V České republice je návštěvnost výše uvedených sportů ve srovnání se zahraničím nízká a spíše stagnuje. Divácky atraktivní jsou utkání na reprezentační a mezinárodní úrovni např. MS v hokeji 2004, Davis cup a Fed cup, kdy naše reprezentanty povzbuzovala vyprodaná O2 aréna – největší víceúčelová hala v České republice.

c) eventy orientované na účastníky

Jedná se o akce, které jsou orientované na účastníky, ale divácky nejsou příliš atraktivní. Jako příklad můžeme uvést maratonský běh, nebo každoročně pořádaný závod v běhu na lyžích Jizerská padesátka. Těchto a podobných eventů se mohou zúčastnit i rekreační sportovci, kteří nejdou do závodu s cílem zvítězit, nýbrž si závod užít a posunout své limity.

d) eventy v oblasti rekreačního sportu

I zde se eventy dělí na divácky atraktivní a akce, kdy je zapotřebí aktivní zapojení účastníků. Mezi akce z oblasti „pasivní účasti“ patří např. lyžařská exhibice, naopak mezi eventy s aktivní účastí můžeme zařadit rekreační soutěže.

Přehled šampionátů v rallye

Níže jsou podrobněji popsány významné šampionáty v kategorii rallye, které se konají po celém světě a spadají pod organizaci FIA.

- ***Mistrovství světa v rallye (World Rally Championship)***

Tento v současnosti nejprestižnější seriál byl založen v roce 1973 a je všeobecně považován za nejnáročnější motoristický šampionát na světě. Jezdci své umění poměřují na různých povrchích (asfalt, šotolina, led a sníh). (wrc.com, ©2015)

Kalendář pro rok 2015 tvoří následující soutěže:

- | | | |
|----------------------|-----------------|---------------------|
| ○ Rallye Monte Carlo | Rally Finland | Rally Italy |
| ○ Rally Sweden | Rallye Germany | Rally Great Britain |
| ○ Rally Mexico | Rally Australia | Rally Poland |
| ○ Rally Argentina | Rallye France | (FIA, ©2015) |
| ○ Rally Portugal | Rally Spain | |

- ***European Rally Championship (ERC)***

Seriál, do jehož kalendáře patří i Barum Czech Rally Zlín je podrobně popsán v kapitole 5.2.

- ***Asia-Pacific Rally Championship (APRC)***

Jedná se o Asijsko – pacifický šampionát, který zasahuje do zemí s různým podnebím, odlišnou kulturou a populací více než 2,5 miliardy lidí. V roce 2015 se jezdci utkají o body v zemích jako Nový Zéland, Nová Kaledonie, Austrálie, Malajsie, Čína, Japonsko a Indie. (fiaaprc, ©2015)

- ***Middle – East Rally Championship***

Šampionát v oblasti Blízkého východu byl založen v roce 1984 a významně přispěl k rozvoji motoristického sportu. Jedná se o nejdéle běžící motoristickou disciplínu v této oblasti. Kalendář obsahuje 8 závodů v destinacích jako Katar, Irán, Kypr, Jordánsko, Libanon, Kuwait, Omán. Tradiční vyvrcholení seriálu se uskuteční ve Spojených arabských emirátech ve městě Dubaj. (dubaiinternationalrally, ©2012)

- ***African Rally Championship (ARC)***

První ročník afrického šampionátu se uskutečnil v roce 1981. Zpravidla je rozdělen do dvou oblastí:

- Severní region: Keňa, Uganda, Tanzanie, Rwanda
- Jižní region: Zimbabwe, Zambie, Jižní Afrika, Madagaskar (FIA, ©2015)

- ***NACAM Rally Championship***

Jedná se o seriál závodů, které se realizují na americkém kontinentu. Nejnovější kalendář pro rok 2015 obsahuje závody v USA, Kostarice, Panamě, Jamajce a dvakrát se jezdci představí v Mexiku. (FIA, ©2015)

- ***CODASUR Rally Championship***

Závody v tomto šampionátu jsou organizovány napříč Jižní Amerikou. Stabilitu v kalendáři zajišťují soutěže v Brazílii a Paraguayi, které jsou doplněny o závody v Argentině, Bolívii a Uruguayi. (FIA, ©2015)

3.4 Významné sportovní eventy

V této kapitole přehledně vypíše nejvýznamnější sportovní eventy, konané v České republice a na Slovensku.

3.4.1 Významné sportovní akce a události v České republice

- **Mistrovství světa v ledním hokeji** – světový šampionát v hokeji je pořádán každoročně a to především v hokejově vyspělých zemích. Českým publikem je velmi pozorně sledován. V roce 2004 padl v Praze rekord v návštěvnosti (552 097) diváků. Tento rekord byl překonán až po 10 letech v běloruském Minsku. V letošním roce se MS bude opět konat v České republice, konkrétně v Praze a Ostravě. (MS-v-hokeji, ©2015)
- **Mistrovství světa v basketbalu žen** – basketbalový šampionát se konal v roce 2010 a navštívilo jej přes 160 tisíc diváků. Mistrovství světa v basketbalu žen se vysílalo do 142 zemí světa. Zaplněná KV aréna v Karlových Varech si užívala basketbal světové úrovně a to i díky českým reprezentantkám, pro které turnaj skončil až finálovou porážkou. (mmkv, ©2004 – 2015)
- **Mistrovství světa v klasickém lyžování** – co se významu týká, bylo MS v klasickém lyžování v Liberci 2009 jednou z největších sportovních událostí v naší historii. Šampionát po celou dobu konání navštívilo 170 730 lidí. Konalo se 20 závodů, z nichž čeští reprezentanti vytěžili pouze 1 stříbro, o které se zasloužil Lukáš Bauer. Černou kaňkou však byly dluhy, které za šampionátem zůstaly, jejichž výše přesahovala 100 milionů korun. (aktuálně.cz, ©Economia, a.s.)
- **Mistrovství světa v biatlonu** – vrcholem zimní sezony roku 2013 v České republice se stal světový šampionát v biatlonu. Akci světového významu hostila Vysočina aréna v Novém Městě na Moravě. Všechny závody navštívilo téměř 200 000 lidí a nejžádanější přenosy v České televizi sledovalo 400 000 diváků. (idnes.cz, ©1999 – 2015)
- **Grand Prix ČR** – každoročně pořádaný závod mistrovství světa silničních motocyklů v Brně na Masarykově okruhu. V roce 2014 prošlo branami areálu za tři dny 240 695 lidí. (automotodrombrno.cz, ©2013)

Mezi další významné události pořádané na našem území můžeme zařadit: Barum Czech Rally Zlín – motoristický závod, Zlatá tretra (Ostrava) – atletický mítink, Velká pardubická (Pardubice) – dostihový závod, ME v halové atletice (Praha) – atletický mítink, Pražský mezinárodní maraton (Praha), ME fotbalistů do 21 let (Praha, Plzeň, Olomouc, Uherské Hradiště) atd.

3.4.2 Významné sportovní akce a události na Slovensku

- ***Mistrovství světa v ledním hokeji*** - 75. mistrovství světa v ledním hokeji hostila od 29. dubna do 15. května 2011 slovenská města Bratislava a Košice. Celkem 16 týmů se utkalo o titul šampiona, který získali nakonec Finové. Druhé místo připadlo po finálové porážce týmu Švédska. Bronzové medaile si na krk pověsili hráči České republiky. Návštěvnost šampionátu činila 406 804 (7 264 na zápas). (aktualne.cz, ©2015)
- ***Světová zimní univerziáda*** – Jedná se o největší sportovní svátek akademického sportu. Univerziáda se konala na Štrbském Plese a v Osrblí v průběhu ledna roku 2015. Hlavním organizátorem her je Mezinárodní federace vysokoškolského sportu (International University Sports Federation - FISU). Název je kombinací slov „Univerzita“ a „Olympiáda“. Na Slovensku se představilo to nejlepší, co nabízí vysokoškolský sport v těch nejatraktivnějších disciplínách. Ve skocích na lyžích, v severské kombinaci, v běhu na lyžích a biatlonu. (regiontaty.sk, ©2015)
- ***Mezinárodní maraton míru v Košicích*** – počátky tohoto maratonu se datují hluboko do historie. V roce 1924 jej založil sportovní nadšenec Vojtěch Braun Bukovský. Jedná se o nejstarší maraton v Evropě a druhý nejstarší maraton na světě. Posledním historickým milníkem byl zatím rok 2014, ve kterém si maratón v Košicích připomenul 90. výročí od svého vzniku a do zástupu gratulantů se postavilo i 10 200 běžců z celého světa. V letošním roce se maraton uskuteční 4. října. (koscimarathon.com, ©2014)
- ***Mistrovství světa cestovních automobilů (FIA WTTC)*** – WTTC (World Touring Car Championship) existuje od roku 2005 a všechny vozidla mají základ v běžně dostupných civilních modelech. Okruh Slovakia Ring poprvé WTTC přivítal v roce 2012. Závody jsou divácky atraktivní, o kontakty a vzrušující momenty není nouze. V letošním roce se uskuteční 19 – 21. června. (slovakiaring.sk, ©Slovakiaring agency)

- **Rallycross** - Rallycross je rychlostní závod cestovních automobilů na uzavřeném okruhu střídavě se zpevněným (asfalt) a nezpevněným (šotolina) povrchem. Na závodním okruhu Slovakia Ring se koná jeden ze závodů šampionátu FIA Zóny Střední Evropy. Součástí kalendáře jsou také závody v České republice, Maďarsku, Itálii a Rakousku. (rallycross.cz, ©2011)

Z uvedeného seznamu sportovních akcí a událostí vyplývá, že na Slovensku se koná několik významných a divácky atraktivních eventů. Nicméně eventů evropského rozměru není mnoho a sportovní fanoušci si rozhodně nemohou vybírat. Tento problém by mohla částečně vyřešit populární „barumka“. Barum Czech Rally Zlín je soutěž, která má zvuk po celé Evropě a mohla by tak rozšířit dosavadní množství sportovních událostí a přilákat řadu diváků nejen ze Slovenska a České republiky, ale také ze zahraničí.

3.5 Dopady eventů na destinaci cestovního ruchu

Pozitivní dopady eventů na destinaci se projevují zejména z hlediska:

- zvýšení návštěvnosti destinace;
- zlepšení image destinace.

Pomocí eventů se může návštěvnost destinace zvýšit nejen během samotné akce, ale také v období po ní. Mezi další pozitiva eventů patří možnost konání akcí mimo hlavní sezonu a přilákání turistů i v období mimo sezony (např. karneval v Benátkách). (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008, s. 16)

Dalším pozitivem eventů je možnost zlepšení image destinace. Díky medializaci vzrůstá informovanost potenciálních klientů a v důsledku toho se může zvýšit zájem nejen o samotný event, ale i o destinaci se kterou je event spojován. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008, s. 16)

Negativní dopady eventů na destinaci:

- přetěžování dopravní infrastruktury;
- tvorba odpadu;
- vyšší ceny;
- zvýšené nároky na bezpečnost.

Problém může nastat v případě, jestliže se pořadatel akce snaží oslovit jinou cílovou skupinu, než je skupina návštěvníků dané destinace. Příkladem může být pořádání metalového

koncertu v lázeňském městě, což jistě nepotěší ani místní obyvatele. Výrazný vliv na infrastrukturu v dané destinaci mají tzv. mega eventy. Jedná se především o Olympijské hry. Ve většině případů se v destinaci musí vybudovat infrastruktura na tzv. zelené louce, v poslední době se zpravidla jedná o megalomanské projekty. Vybudované zázemí (sportoviště, olympijská vesnice atd.) má po ukončení her takřka nulové využití. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008, s. 16)

Dopady motoristické akce na destinaci

Dopady pořádání motoristické akce na destinaci se liší podle toho, zda je akce realizována na uměle vytvořeném okruhu nebo je trať závodu vedena ulicemi jednotlivých měst či obcí. Nejedná se pouze o dopady na residenty dané destinace, ale také o dopady ekonomické, turistické a fyzické, jak ukazuje následující tabulka. Adair a Ritchie (2004, s. 160)

Tab. 2 Dopady motoristické akce na destinaci

	Pozitivní vlivy	Negativní vlivy
ekonomické	- vytvoření přímých a nepřímých pracovních příležitostí - útraty návštěvníků - zvýšený obrat v oblasti pohostinství	-případný nižší obrat jednotlivých podnikatelů (uzavřené cesty)
turistické	- zvýšení povědomí o destinaci a zlepšení její image	- špatná reputace v případě neúspěchu akce
fyzické	- nové veřejné zařízení, případně lepší údržba stávajících cest, parků atd.	- hluk, znečištění, zácpy, problémy s parkováním - nepřístupnost veřejných zařízení pro rezidenty

(Zdroj: Adair a Ritchie, 2004, s. 160)

4 ANALYTICKÉ METODY POUŽITÉ V PRÁCI

V následující kapitole podrobně definuji analytické metody, které jsou v diplomové práci použity. Konkrétně se jedná o SWOT analýzu, marketingový výzkum (dotazník) a řízený rozhovor.

4.1 SWOT analýza

SWOT analýza se skládá ze dvou základních analýz:

- analýza vnitřního prostředí firmy či projektu (silné a slabé stránky);
- analýza vnějšího prostředí firmy či projektu (příležitosti a hrozby).

Jejím cílem je zjistit jestli silné stránky převažují slabé, zda je současná strategie firmy udržitelná či jestli je schopna vyrovnat se s měnícími se podmínkami vnějšího prostředí. (Jakubíková, 2008, s. 103)

Obrázek 1 SWOT analýza

<p>Silné stránky (<i>strengths</i>)</p> <p>zde se zaznamenávají skutečnosti, které přinášejí výhody jak zákazníkům, tak firmě</p>	<p>Slabé stránky (<i>weaknesses</i>)</p> <p>zde se zaznamenávají ty věci, které firma nedělá dobře, nebo ty, ve kterých si ostatní firmy vedou lépe</p>
<p>Příležitosti (<i>opportunities</i>)</p> <p>zde se zaznamenávají ty skutečnosti, které mohou zvýšit poptávku nebo mohou lépe uspokojit zákazníky a přinést firmě úspěch</p>	<p>Hrozby (<i>threats</i>)</p> <p>zde se zaznamenávají ty skutečnosti, trendy, události, které mohou snížit poptávku nebo zapříčinit nespokojenost zákazníků</p>

(Zdroj: Jakubíková, 2008, s. 103)

Silné a slabé stránky

Interní analýza zahrnuje analýzu silných a slabých stránek podniku. Jde o to, zjistit, co může podnik sám ovlivnit. Jedná se o analýzu mikroekonomických sil. Výsledkem této analýzy je zjištění, v čem podnik vyniká oproti konkurenci a v čem má naopak nedostatky. Silné stránky posilují konkurenceschopnost podniku, slabé stránky ji naopak snižují. Interní analýza nejčastěji zahrnuje trhy, dodavatele, konkurenty, zprostředkovatele a firmu jako celek (marketing). (Cetlová, 2002 s. 18)

Příležitosti a hrozby

Externí analýza podává podniku představu o příležitostech, kterých může využít a naopak využívá informace o hrozbách, na které by se měl připravit. Příležitosti a hrozby nemůže podnik sám ovlivnit, většinou však může ovlivnit jejich působení na samotný podnik. Jedná se o analýzu makroekonomických sil. Externí analýza nejčastěji zahrnuje sociálně kulturní prostředí, životní prostředí, ekonomické podmínky, technologie, politickou situaci atd. (Cetlová, 2002, s. 17)

4.2 Marketingový výzkum

Kotler (2007, s. 406) definuje marketingový výzkum jako „*funkce, jež propojuje spotřebitele, zákazníky a veřejnost s firmou pomocí informací, které jsou používány pro identifikaci a definici marketingových příležitostí a problémů, vytváření, zlepšení a hodnocení marketingových aktivit, monitoring marketingového výkonu a lepší porozumění marketingovému procesu.*“

Marketingový výzkum zahrnuje sběr relevantních primárních informací. Způsob sběru informací závisí na časových a finančních možnostech, ale také na charakteru problému, který je řešen. (Malý, 2008, s. 45)

Fáze marketingového výzkumu:

Marketingový výzkum je nutné rozdělit do několika etap:

- definování problému;
- metoda výzkumu;
- sběr informací;
- analýza údajů.

Prvním krokem je definování problému, který má výzkum pomoci vyřešit. Zásadní je definování cíle, kterého má být dosaženo. Druhým krokem je stanovení metody výzkumu. Velice důležitý je výběr správného vzorku respondentů. Ve třetím kroku probíhá sběr informací. Při této fázi jsou metody kombinovány a také finanční náročnost je větší, nežli u ostatních etap. Poslední etapou je analýza získaných údajů, v dnešní době nejčastěji za pomoci počítačových programů. (Karlíček, 2013, s. 83; Moudrý, 2008, s. 65-66)

4.2.1 Dotazníkové šetření

Dotazování patří mezi nejstarší nástroje marketingového výzkumu. Mezi hlavní důvody oblíbenosti této marketingové metody patří:

- pohodlnost vyplnění a odeslání;
- nízká cena;
- rychlost vyhodnocení;
- anonymita.

Úvod dotazníku by měl respondenta motivovat k vyplnění. Dotazník by měl být zcela jistě gramaticky bezchybný, graficky upravený, přehledný, srozumitelný a jednoduchý. (Foret a Stávková, 2003, s. 33-43; Karlíček, 2013, s. 91)

Stanovení typu otázek

Otázky je možné rozdělit do dvou základních skupin:

- a) otevřené otázky – respondent odpovídá vlastními slovy;
- b) uzavřené otázky – respondentovi je nabízen seznam možností.

Výhodou u otevřených otázek je možnost získat nepředpokládanou odpověď či získat větší věrohodnost respondenta. Jednou z nevýhod je časově náročná aplikace a nevhodnost při písemném dotazování.

Uzavřené otázky mají tyto podoby:

- dichotomické – umožňují výběr pouze ze dvou možností;
- polytomické – poskytují větší výběr odpovědí, usnadňují pochopení otázky, může dojít ke zkreslení;
- škály – slouží k vyjádření postojů a názorů, otázka se snaží respondentovo mínění měřit. Jedná se o převod informací na kvantitativní formu.

(Bednarčík, 2008, s. 51 – 54)

4.2.2 Řízený strukturovaný rozhovor

Jedná se o techniku, kde je vycházeno z ústní komunikace. Pro rozhovor jsou typické předem připravené otázky, které mají předem stanovené pořadí. K rozhovoru přistupujeme v případě, že chceme něco konkrétního zjistit či upřesnit. Jeho trvání může být časově omezeno. (Khelerová, 2010, s. 78)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 CHARAKTERISTIKA AKCE BARUM CZECH RALLY ZLÍN

V této kapitole vypíší nejvýznamnější milníky z dlouholeté a bohaté historie „barumky“, podrobněji se taktéž zaměřím na šampionát ERC, jehož je Barum Czech Rally Zlín součástí. Na závěr kapitoly znázorním kalendář závodů seriálu ERC pro rok 2015 a ke každé soutěži uvedu základní fakta.

5.1 Historie Barum Czech Rally Zlín

V současnosti má za sebou Barum Czech Rally Zlín již 44. ročníků. Za dobu od jejího vzniku prošla proměnou od amatérské soutěže víceméně pro automobilové nadšence až po jednu z nejlépe hodnocených automobilových soutěží v Evropě.

Rok 1971, začátek bohaté historie „barumky“. Nejdříve se jednalo o ryze amatérskou soutěž, která hned následující rok vyrostla v součást mistrovství ČSSR v automobilových soutěžích. Její diváci se těšili především na průjezdy legendární modré alpinky řízené Vladimírem Hubáčkem. Většinu startovního pole v první polovině sedmdesátých let tvořily především vozy Škoda 100, 110 či 120. (czechrally, ©2014)

V osmdesátých letech se trať Barum rally začala formovat do své moderní podoby známé až do devadesátých let. Vznikly dnes už legendární úseky Pindula a Maják a také byla realizována náročná vsetínská sekce. Na trati barumky se poprvé objevil vůz Škoda 130 LR skupiny B, nástupce legendární "stotřicítky" RS. V letech 1985 - 1987 zamířila trať soutěže **na území Slovenska**, do okolí Topolčan. Název soutěže nesl jméno Barum Tríbeč Rallye. (czechrally, ©2014)

V roce 1990 se barumka mohla v rámci kalendáře mistrovství Evropy pochlubit vytouženým **koeficientem 10** a s ním zvučnou startovní listinou, ve které se objevilo mnoho zahraničních jezdců. Druhá polovina devadesátých let patřila zejména jezdcům z domácí špičky. Prvkem, bez kterého si fanoušci nedokázali „barumku“ na konci devadesátých let představit, se stal testovací polygon v areálu kopřivnické automobilky Tatra. (czechrally, ©2014)

32. ročník přinesl změnu v názvu soutěže – Barum rallye Zlín, koeficientem obtížnosti se stalo číslo 20, čímž se podnik dostal **mezi evropskou elitu**. Těžkosti způsobilo organizátorům soutěže rozhodnutí Mezinárodní automobilové federace, že vozy WRC nesměly startovat v regionálních šampionátech FIA (včetně mistrovství Evropy). (Forst, Hofbauer a Ordelt, 2010, s. 81).

Pětatřicátá barumka byla zlomovým ročníkem v dosavadní historii. Poprvé se Barum Czech Rally Zlín jela jako **kandidátský podnik** pro zařazení do seriálu mistrovství světa a úspěšnou premiéru měla rovněž divácky nesmírně populární městská rychlostní zkouška v ulicích Zlína. (czechrally, ©2014)

Rok 2007 byl pro Barum Czech Rally Zlín velkým milníkem. Závod byl zařazen do šampionátu **IRC** (Intercontinental Rally Challenge), což přineslo velký příliv diváků. Prostřednictvím satelitní stanice Eurosport mohou vidět Barum Czech Rally Zlín miliony příznivců, a také dochází k medializaci samotného města Zlína a celého Zlínského kraje. (Forst, Hofbauer a Ordelt, 2010, s. 95, 100). Vůbec poprvé se představily vozy kategorie S2000, které nahradily již dosluhující závodní speciály S1600.

Zatím poslední výrazná změna v organizaci soutěže se datuje do roku 2013, kdy došlo ke sloučení šampionátů IRC a ME v jeden seriál nesoucí název **ERC**. Tento prestižní šampionát sdružuje závody, které se realizují pouze na evropském kontinentu. Na scéně se objevily vozy **specifikace R5**, které představují velkou konkurenci pro již zaběhlé vozy S200.

Tab. 3 Změny názvu soutěže v průběhu let

Období		Název soutěže
1971	1971	Servisní dny a Rally Barum
1972	1985	Barum rally
1986	1988	Barum Tríbeč rally
1989	1996	Barum rallye
1997	2006	Barum rally
2007	2008	Barum rally Zlín
2009	dosud	Barum Czech Rally Zlín

Zdroj: Vlastní zpracování

Největší postavy soutěže:

Trojnásobní vítězové Barum Czech Rally Zlín:

- Vladimír Hubáček (1972, 1973, 1975),
- John Haugland (NOR), (1976, 1979, 1980),
- Enrico Bertone (ITA), (1995, 1996, 1998),
- Roman Kresta (2000, 2001, 2006),
- Jan Kopecký (2009, 2011, 2013). (czechrally, ©2014)

5.2 European Rally Championship (ERC)

Celých 6 let byla Barum Czech Rally Zlín součástí seriálu IRC (Intercontinental Rally Challenge). Velkou zásluhu měl na propagaci rallye především promotér šampionátu – satelitní stanice **Eurosport**. Nicméně postupem času zájem posádek o zámořské podniky začal stagnovat, náklady se vyšplhaly již na neúnosnou výši. V této situaci bylo logickým vyústěním sloučení seriálu IRC a FIA ME (Mistrovství Evropy) v jeden celek. Od roku 2013 tedy existuje jen jeden **šampionát ERC**, jehož kalendář tvoří pouze soutěže na evropském kontinentu. Hlavním promotérem soutěže zůstal Eurosport, který přenáší všechny soutěže a má plnou komerční a mediální kontrolu nad seriálem.

ERC (dříve Mistrovství Evropy) má svůj počátek v roce 1953 a jedná se o nejstarší mezinárodní seriál rallye na světě. Letošní kalendář obsahuje 10 závodů v různých zemích. Jezdci absolvují závody na asfaltu, šotolině či sněhu a ledu. Jednotlivé soutěže se uskuteční v období od ledna do listopadu. (fiaerc, ©2013)

Kalendář závodů:

- *Internationale Jännerrallye powered by GaGa Energy (Rakousko)*

Tato asfaltová soutěž se se poprvé uskutečnila v roce 1969 a každoročně láká velké množství diváků. Centrum soutěže je realizováno je městě Freistadt, 40 km severně od Lince. Rychlostní zkoušky odehrávající se v krásném kraji Mühlviertel jsou rychlé a v kombinaci se sněhem a ledem velice náročné. (fiaerc, ©2013)

- *Rally Liepāja (Lotyšsko)*

Historicky první ročník se konal relativně nedávno, a to v roce 2013. Středobodem této rally je třetí největší město v Lotyšsku – Liepāja. Rychlostní zkoušky jsou pokryty šotolinou, která se mísí se sněhem a ledem. Novinkou pro rok 2015 je městská rychlostní zkouška. (fiaerc, ©2013)

- *Circuit of Ireland Rally (Irsko)*

Jedná se o jednu z nejstarších soutěží na světě, počátky se datují do roku 1931. Centrum této čistě asfaltové soutěže je umístěno v Belfastu v Severním Irsku. Souboje o vteřiny se odehrávají na zrádných polních a lesních cestách, nicméně nechybí ani divácky atraktivní průjezdy ulicemi města Belfast. (fiaerc, ©2013)

- *SATA Rallye Açores (Portugalsko)*

V roce 2015 oslaví závod půlstoletí od svého vzniku. Soutěž je umístěna na ostrově São Miguel patřící Portugalsku v souostroví Azor. Tratě jsou charakteristické svým píssečným povrchem a nabízí dech beroucí scénérie. Unikátní je zejména zkouška Sete Cedades, která vede podél okraje sopečného kráteru jezera. (fiaerc, ©2013)

- *Geko Ypres Rally (Belgie)*

Jeden z nejoblíbenějších závodů na mezinárodní scéně. Ročník 2014 byl jubilejní, podnik oslavil 50 let od svého založení. Rychlostní zkoušky jsou situovány v okolí historického města Ypry v západní Belgii. Tratě jsou lemovány odvodňovacími příkopy, kde každá chyba může znamenat konec v soutěži. (fiaerc, ©2013)

- *Auto24 Rally Estonia (Estonsko)*

Pro nováčka v seriálu ERC (2014) jsou typické rychlé šotolinové tratě s mnoha atraktivními skoky. Centrum soutěže i servisní zóna se nachází ve městě Otepää. Vynikající organizace a velký počet diváků vynesla soutěži prestižní ocenění ERC Rally of the Year Award za rok 2014. (fiaerc, ©2013)

- *Barum Czech Rally Zlín (Česká republika)*

Barum Czech Rally Zlín je podrobně rozepsána v kapitolách 5.1 a 6.1.

- *Cyprus Rally (Kypr)*

První ročník byl pořádán již v roce 1970. Sídlo závodu se nachází na ostrově Kypr. Tratě svým náročným profilem a šotolinovo - pískovým povrchem nedají jezdcům ani chvíli oddechu. Náročnost závodu navíc stupňují vysoké denní teploty. (fiaerc, ©2013)

- *Rally of Greece (Řecko)*

Řecko zažilo v roce 2014 úspěšný návrat do ERC, kde se naposled objevilo v roce 1968. Závod je realizován v okolí přímořského městečka Loutraki na březích Korintského zálivu. Časový harmonogram tvoří jeden den na rychlých asfaltových cestách a druhý den na tradičních hrubých šotolinových tratích. (fiaerc, ©2013)

- *Rally International du Valais (Švýcarsko)*

Závod byl založen místním prodejcem vína v roce 1960. Ředitelství soutěže je situováno ve městě Martigny. Zpravidla uzavírá evropský šampionát ERC a asfaltové tratě v podzimních podmínkách dokonale prověří schopnost posádek zvolit vhodné pneumatiky. (fiaerc, ©2013)

6 ANALÝZA SOUČASNÉ SITUACE BARUM CZECH RALLY ZLÍN A VYBRANÝCH PODNIKŮ ME

V této kapitole budu analyzovat pomocí různých ukazatelů současnou situaci Barum Czech Rally Zlín a vybraných podniků šampionátu ERC. Konkrétně se bude jednat o Jannerrallye a Geko Ypres Rally.

6.1 Barum Czech Rally Zlín

Pro analýzu BCRZ jsem použil následující ukazatele: SWOT analýza, srovnání návštěvnosti akce, reklama a medializace na Eurosportu a vyčíslení ekonomických přínosů pro region.

6.1.1 SWOT analýza

Tato analýza se zaměřuje na silné a slabé stránky Barum Czech Rally Zlín, ale také na její příležitosti a hrozby.

Tab. 4 SWOT analýza Barum Czech Rally Zlín

Silné stránky	Slabé stránky
Dlouhodobá tradice Podpora CR ve Zlínském kraji Výrazná medializace akce (Eurosport) Součást seriálu ERC Špičkové startovní pole Organizační zabezpečení Přínosy v oblasti ubytovacích a stravovacích služeb	Finanční náročnost akce Akci lze realizovat jen jednou ročně Návštěvnost může být ovlivněna počasím Dočasný vliv na životní prostředí
Příležitosti	Hrozby
Vytvoření nových či obnovení staronových atraktivních rychlostních zkoušek Nové skupiny závodních vozů (R5) Rozšíření doprovodného programu Komunikace s fanoušky prostřednictvím sociálních sítí	Snížení podpory ze strany sponzorů Nové vyhlášky a regulace ze strany FIA Tragické nehody Negativní medializace rallye v České republice

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Silné a slabé stránky:

Mezi nejvýznamnější **silné stránky** Barum Czech Rally Zlín patří dlouhodobá a silná tradice. Populární „barumka“ má za sebou již 44 ročníků a tím se může pochlubit málokterá soutěž. Již od počátků soutěže se ve Zlíně objevovali špičkoví zahraniční jezdci, nicméně rozmach po roce 2000 předčil všechna očekávání. V posledních letech byli na „barumce“ k vidění jezdci, kteří v současnosti hrají prim v seriálu Mistrovství Světa v rally. (Andreas Mikkelsen, Kris Meeke, Thierry Neuville atd.).

Barum Czech Rally Zlín už dlouhá léta patří mezi to nejprestižnější, co lze v Evropě v rámci rallye vidět. Mezi zásadní milníky patří rok 2002, kdy se pořadatelé dočkali postupu mezi elitní evropské podniky s nejvyšším koeficientem 20. Dalším výrazným krokem vpřed byl vstup do seriálu IRC v roce 2007, který znamenal výrazné oživení startovního pole v podobě účasti množství zahraničních posádek. K zatím poslední změně na organizačním poli došlo v roce 2013, od kdy je soutěž součástí seriálu ERC. Tento šampionát vznikl sloučením IRC a ME.

Hlavním promotérem ERC je satelitní stanice Eurosport. Tato stanice se stará o mediální pokrytí celého seriálu ERC. V roce 2012 byly premiérově vysílány přímé přenosy z vybraných rychlostních zkoušek, díky čemuž se Barum Czech Rally Zlín stala nejsledovanější soutěží z celého kalendáře tehdejšího seriálu IRC. Tyto přenosy diváci mohli shlédnout nejen na Eurosportu, ale také pro všechny dostupném českém sportovním kanálu ČT Sport. Již pravidelně je vysílán půlhodinový souhrn etapy po každém dnu.

Díky již zmíněnému rozsáhlému mediálnímu pokrytí můžeme konstatovat, že akce výrazně podporuje rozvoj cestovního ruchu ve Zlínském kraji. Atraktivní jsou zejména záběry z helikoptéry, kdy kamery nesnímají pouze trať a závodní vozy, ale také krajinu a vybrané turistické atraktivity. Diváci, kteří se nacházejí fyzicky na místě akce, přinášejí nezanedbatelné ekonomické přínosy a to zejména v oblasti ubytovacích a stravovacích služeb. Jedná se především o zahraniční účastníky Barum Czech Rally Zlín, jejichž nárůst se datuje do roku 2007, kdy „barumka“ vstoupila do šampionátu IRC.

„Barumka“ pravidelně vykazuje vysokou organizační úroveň. Jedná se o jednu z nejlépe uspořádaných soutěží na evropském kontinentu.

Mezi **slabé stránky** jistě patří velké množství vynaložených peněžních prostředků na samotnou realizaci soutěže. Barum Czech Rally Zlín je závislá na svém stěžejním sponzorovi – Barum Continental s.r.o. Nicméně, finanční prostředky neposkytuje pouze hlavní spon-

zor, ale také mnoho dalších menších sponzorů a v neposlední řadě i Zlínský kraj. K této slabé stránce se váže i další negativum a to možnost pořádání soutěže pouze jednou ročně. Ve srovnání s dalšími sportovními eventy (fotbal, hokej apod.), které jsou pořádány každý týden, se jedná o značnou nevýhodu, zejména v oblasti finanční.

Velký vliv na návštěvnost Barum Czech Rally Zlín má počasí. Je logické, že při špatném počasí si lidé budou návštěvu motoristické akce důkladně rozmyslet a zpravidla část z nich zůstane doma. V daném případě dorazí k trati jen opravdoví fanoušci tohoto sportu. Důkazem budiž rok 2010, kdy se „barumka“ potýkala s velkou nepřízní počasí a návštěvnost se meziročně snížila o více než 20 tisíc diváků.

Barum Czech Rally Zlín má určitý dopad na životní prostředí. Díky zvýšenému přílivu fanoušků dochází během rallye ke znečištění oblasti odpadky. Nutno však podotknout, že pořadatelé ihned po ukončení soutěže všechny odpadky uklidí a místa podél tratě uvedou do původního stavu. Při obrovské návštěvnosti nelze předejít občasným problémům s neukázněnými diváky, kteří s cílem dobrého výhledu na závodní vozy lámou větve na stromech či vstupují na soukromý pozemek. Tyto případy se stávají velmi zřídka, organizátoři jsou si jich vědomi a dělají maximum pro jejich eliminaci.

Příležitosti a hrozby:

Jednu z **příležitostí** „barumky“ vidím ve vytvoření nových rychlostních zkoušek či obnovení zkoušek z let minulého tisíciletí. Tyto varianty je v posledních letech čím dál těžší aplikovat. Většina z dříve využívaných RZ nyní spadá do chráněné krajinné oblasti a jejich opětovné zařazení do programu soutěže je velmi obtížné. Výsledek je závislý na složitém několikaměsíčním vyjednávání. Za zářný příklad můžeme považovat RZ Maják, která se po mnoha letech vrátila do programu Barum Czech Rally Zlín a stala se jednou z nejoblíbenějších diváckých rychlostních zkoušek.

Barum Czech Rally Zlín se může pyšnit tím, že na svém startu měla vždy závodní vozy se špičkovou technikou. Ať už se jedná o vozy WRC, které tratě „barumky“ brázdily po roce 2000 v době největšího rozmachu rallye či vozy označované S2000, které se začaly objevovat společně se vstupem soutěže do IRC a každoročně jsou ozdobou startovní listiny. V posledních 2. ročnících začaly již zmíněnou závodní techniku nahrazovat vozy kategorie R5, jejichž technika se neustále vyvíjí a těší se velké divácké oblibě. Tyto fakta se jistě projeví na divácké návštěvnosti v následujících ročnících.

Další z příležitostí Barum Czech Rally Zlín je dokázat, že se nejedná pouze o akci pro fanoušky motorsportu, ale že tento podnik může být součástí cestovního ruchu Zlínského kraje. Jednou z možností je navázání spolupráce s ostatními turistickými subjekty kraje, včetně zvýhodněných programů vstupného mezi spolupracujícími zařízeními. Cílem této snahy by mělo být podpořit turistický ruch regionu a přesvědčit návštěvníky, aby se v destinaci zdrželi déle než pouze po dobu konání samotné rallye.

Komunikace s fanoušky prostřednictvím sociálních sítí je v dnešní době už samozřejmostí. Na sociální síti Facebook sleduje „barumku“ téměř 15 000 fanoušků a číslo neustále roste. Tým Barum Czech Rally Zlín využívá nejen Facebook, ale i v zahraničí populárnější Twitter. Já osobně bych si dokázal představit prostřednictvím těchto sítí více různých soutěží, např. o vstupenky, VIP balíčky, svezení s jezdcí, upomínkové předměty apod., což by jistě vedlo k větší provázanosti s fanoušky.

Mezi nejvýznamnější **hrozby** patří snížení podpory ze strany sponzorů. V případě ztráty jednoho z významných partnerů hrozí konec existence soutěže na vrcholové mezinárodní úrovni. Organizátoři by neměli dostatek finančních zdrojů na pokrytí ročních poplatků, které od nich požaduje promotér Eurosport. Další hrozby mohou přijít ve formě nových norem a vyhlášek, jak ze strany Mezinárodní automobilové federace, tak i ze zásahu vlády České republiky.

Hrozbou jsou také tragické nehody, při kterých během závodu umírají lidé a jejich následná medializace. Jak již bylo zmíněno v silných stránkách soutěže, Barum Czech Rally Zlín je jednou z nejprecizněji zorganizovaných rallye v Evropě z hlediska zabezpečení tratě. Ani to však neznamená, že se jí tragické nehody vyhýbají obloukem. Zatímco riziko pro jezdce je všeobecně známo, mnoho z diváků podél tratě si neuvědomuje, že podobné riziko hrozí i jim. Diváci by měli při návštěvě závodu používat zdravý rozum, zbytečně neriskovat a především poslouchat a dodržovat pokyny pořadatelů.

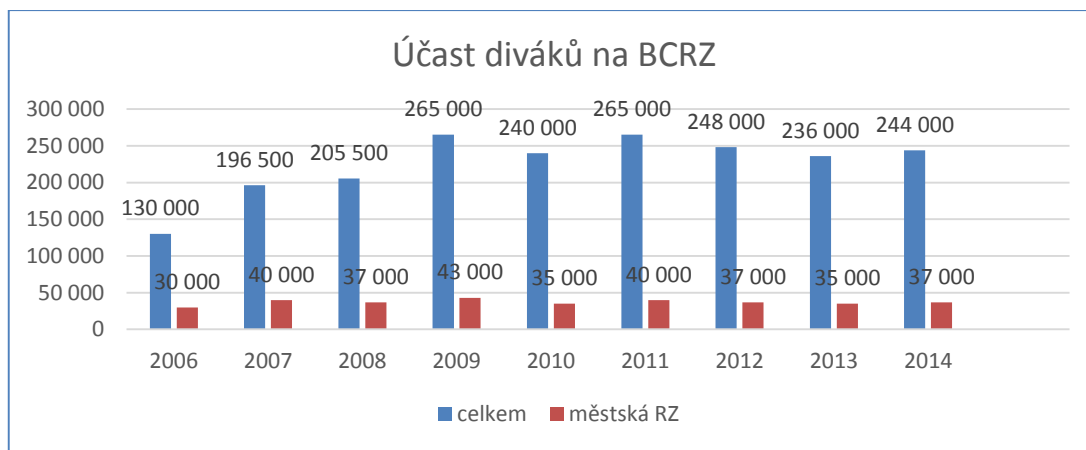
Negativní medializace rallye scény u nás se stává již tradičním koloritem. Bulvární média věnují závodům průměrnou pozornost, avšak jakmile dojde k nějaké tragické události, informací je přehřel a závod je pitván další týdny. Zvládání těchto mediálních situací by měli mít na starost zástupci Autoklubu ČR. Jejich iniciativou by mělo být zmírnění negativní kampaně vůči rallye formou souboru aktivit jako je vydání tiskového prohlášení, účast v diskuzních pořadech atd. Špatné zvládání medializace může vést ke zhoršení pověsti rallysportu.

6.1.2 Návštěvnost Barum Czech Rally Zlín

Barum Czech Rally Zlín je pro svou diváckou atraktivitu oblíbená u fanoušků nejen v ČR, ale také v zahraničí.

Sledování návštěvnosti rally spočívá ve výpočtu návštěvnosti od začátku soutěže, tzn. počínaje shakedownem (testovací rychlostní zkouška), který se koná v pátek dopoledne před startem rally, na všech rychlostních zkouškách až po účast na cílovém ceremoniálu v centru města (tzn. po dobu tří dnů samotné rally). Informace jsou sbírány od vedoucích úseků BCRZ, vedoucích rychlostních zkoušek, ale také od státní a městské policie. Neméně důležitým faktorem je dále počet prodaných permanentních vstupenek na celou rally, stejně jako jednorázových vstupů na rychlostní zkoušky.

Graf 1 Účast diváků na BCRZ v letech 2006 - 2014



Zdroj: Vlastní zpracování; Interní materiály BCRZ, 2014

Z výše uvedeného grafu vyplývá, že rok 2007 se nesl ve znamení vzestupu divácké návštěvnosti a to především díky vstupu soutěže do prestižního mezinárodního seriálu IRC. Svého maxima z hlediska divácké návštěvnosti dosáhla Barum Czech Rally Zlín v letech 2009 a 2011, kdy překonala i rekordní čísla z první poloviny minulého desetiletí. V posledních třech letech se divácká účast ustálila na výborných číslech a i do budoucna se předpokládá nárůst návštěvnosti.

Městskou rychlostní zkoušku, která je od roku 2006 realizována v ulicích města Zlína každoročně navštíví minimálně 30 tis. diváků. Největší divácký zájem se datuje do roku 2009, kdy si tuto atraktivní podívanou nenechalo ujít 43 tis. fanoušků.

Následující tabulka znázorňuje množství diváků na jednotlivých rychlostních zkouškách v roce 2014.

Tab. 5 Návštěvnost diváků na jednotlivých rychlostních zkouškách BCRZ 2014

Rychlostní zkouška	Počet diváků	Rychlostní zkouška	Počet diváků
Start a cíl	13 500	7. Maják	11 000
Servisní areál	28 000	8. Troják	9 500
0. Shakedown	9 500	9. Semetín	7 500
1. SSS Zlín	37 000	10. Zádveřice	10 500
2. Slušovice	28 000	11. Pindula	8 500
3. Maják	12 500	12. Kudlovice	7 000
4. Troják	10 500	13. Zádveřice	8 000
5. Semetín	9 500	14. Pindula	6 000
6. Slušovice	22 000	15. Kudlovice	5 500
Celkem diváků		244 000	

(Zdroj: Vlastní zpracování; Interní materiály BCRZ, 2014)

Uvedená tabulka dokládá velký divácký zájem o Barum Czech Rally Zlín 2014. Nejvíce fanoušků se tradičně sešlo na městské RZ Zlín, která se koná v pátek večer a není zde vybíráno vstupné. V sobotní etapě zdaleka nejvíce diváky zaujala RZ Slušovice. Tato zkouška, i přesto že nepatří mezi nejdelší RZ, nabízí mnoho zajímavých diváckých míst, včetně velkoplošné obrazovky či komentované zóny pro fanoušky. V neděli se stala nejnavštěvovanější hned první RZ dne – Zádveřice.

6.1.3 Reklama a medializace na europortu

44. ročník Barum Czech Rally Zlín přilákal úctyhodný počet zástupců médií a sdělovacích prostředků. V roce 2014 se akreditovalo celkově **306 novinářů** ze 17 zemí. Tito novináři přijeli do Zlína z následujících zemí: Česká republika, Slovensko, Rakousko, Německo, Polsko, Velká Británie, Itálie, Španělsko, Portugalsko, Francie, Maďarsko, USA, Ukrajina, Argentina, Srbsko, Belgie a Chorvatsko. (interní materiály BCRZ, ©2014)

Mezi nejdůležitější redakce, které byly v roce 2014 zastoupeny, patří:

- **TISK:** Sun (GBR), ČTK, MF Dnes, Právo, Deník Sport, Zlínský deník, Svět motorů, Magazín Rally, Autosport (CZE), Magazyn Rajdowy WRC (POL), Lotos rally team (POL), Rally Report Magazine (ARG), Tuttorally (ITA), Fötaxi SC (HUN), Rallye Magazin Germany (DEU), Rallyes, Autonews Magazine (BEL), Bezirksblätter (AUT),

- **FOTO:** ČTK, Právo, Autosport.cz, eWRC.cz, Magazín Rally, MF Dnes, Zlínský deník (CZE), Magazyn rajdowy WRC (POL), Rally Magazin Germany (DEU), Totalcar (HUN), Škoda weekender (ENG), Autósport és Formula magazine (HUN), News for editorial office agency UPI (USA), Rally report magazine (ITA),
- **TV/VIDEO:** Eurosport Event (FRA), Eurosport Poland (POL), Česká televize (Mediasport), 33Seconds (GBR), RTBF TV (BEL),
- **RADIO:** Rally Radio (GBR), Radio Zlín, Rock Max, Radio Impuls, Radio Kiss Publikum (CZE) Polskie radio (POL). (interní materiály BCRZ, ©2014)

Tab. 6 Počet vydaných akreditací jednotlivým médiím v letech 2007 - 2014

	TISK	FOTO	TV/VIDEO	RÁDIO	počet států	celkem
2007	55	81	71	12	12	219
2008	79	71	67	11	15	228
2009	86	118	70	9	15	283
2010	103	116	71	16	17	306
2011	110	125	77	10	25	322
2012	99	114	51	11	19	275
2013	51	96	73	7	18	227
2014	66	140	83	17	17	306

(Zdroj: Vlastní zpracování; Interní materiály BCRZ 2014)

Z tohoto výčtu sdělovacích prostředků je zřejmé, že „barumka“ je celosvětově známým pojmem. Přestože se o značnou část medializace stará satelitní stanice Eurosport, z tabulky vyplývá, že Barum Czech Rally Zlín je propagovaná množstvím dalších významných médií po celém světě. Nejvíce médií je akreditovalo v roce 2011, naopak nejméně sdělovacích prostředků bylo zastoupeno v roce 2007. Z tabulky se dá dále vyčíst, že v roce 2014 došlo oproti předchozím létům k razantnímu úbytku akreditovaných tiskovin, zato počet přítomných fotografů, televizí i rádií informujících o soutěži se strmě navýšil.

Medializace na Eurosportu

Eurosport se začal angažovat v rally se vznikem seriálu IRC. Primární strategií Eurosportu je propagace seriálu ERC v co největší možné míře. Eurosport vysílá do 59 zemí a 116 milionu domácností. Každý den sleduje Eurosport v průměru **23 milionu** diváků. Jedná se o nejsledovanější mezinárodní TV kanál.

Platformu Eurosportu tvoří následující kanály: **Eurosport, Eurosport 2, Eurosport Asia-Pacific**. Jeho kapacity ale obsahují také webové stránky eurosport.com, fiaerc.com (oficiální stránky ERC), či aplikace pro mobilní telefony. (interní materiály BCRZ, ©2014)

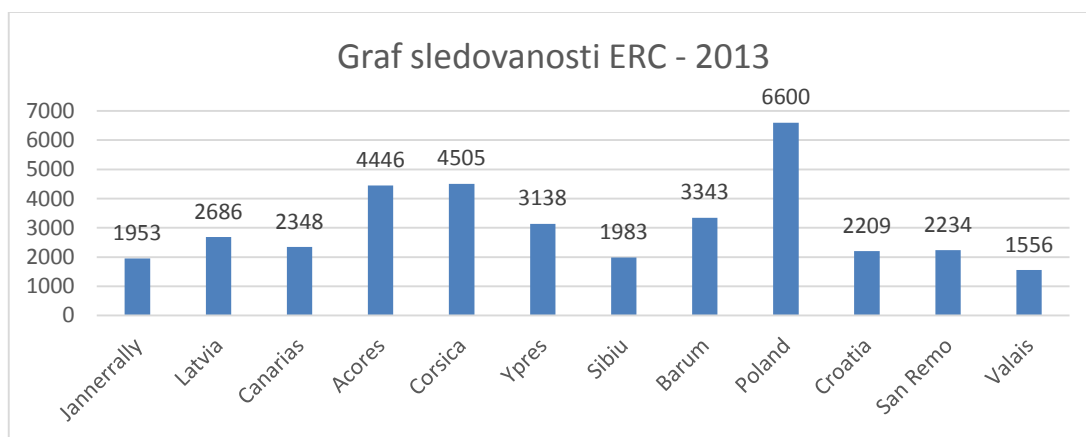
Barum Czech Rally Zlín na Eurosportu

V roce 2012 bylo hlavní předností Barum Czech Rally Zlín zorganizování **živých přenosů** z rychlostních zkoušek. Tyto přenosy byly vysílány do celého světa prostřednictvím kanálů EUROSPORT a EUROSPORT ASIA-PACIFIC. Především díky tomu se Barum Czech Rally Zlín stala společně s Tour de Course nejsledovanější soutěží v celém kalendáři IRC za rok 2012. (interní materiály BCRZ, ©2014)

V následujícím roce 2013 nebylo možné přímé přenosy zopakovat, nicméně soutěž byla pokryta denními sestřihy a krátkými živými vstupy během rally.

Jak ukazuje následující graf, Barum Czech Rally Zlín byla opět **nejsledovanější soutěží** seriálu, s výjimkou SATA Rallye Açores, Tour de Course a rally Poland, kde byly vysílány přímé přenosy z RZ.

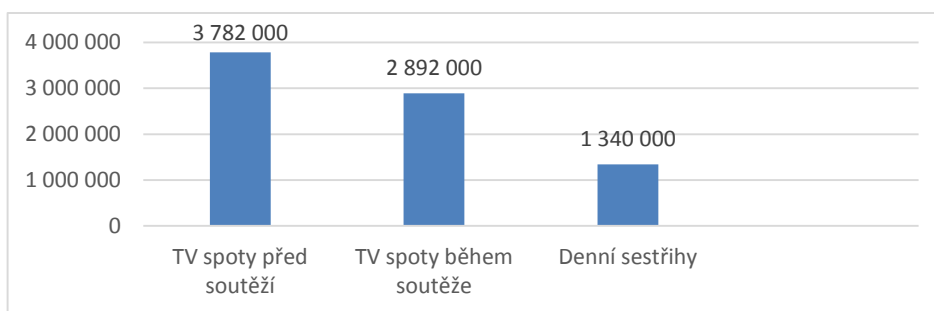
Graf 2 Sledovanost ERC na Eurosportu v roce 2013 (v tis.)



(Zdroj: Vlastní zpracování; Interní materiály BCRZ 2014)

V roce 2014 odvysílal Eurosport celkově 5 hodin materiálu týkajícího se Barum Czech Rally Zlín ještě před samotným konáním rally. V průběhu závodu a týden po jeho skončení činila doba vysílání Eurosportu při BCRZ 6,5 hod. (Eurosport, Eurosport 2, Eurosport (Asia – Pacific)).

Graf 3 Sledovanost Barum Czech Rally Zlín na Eurosportu v roce 2014



(Zdroj: Vlastní zpracování; Interní materiály BCRZ 2014)

Z uvedeného grafu vyplývá, že TV spoty, které byly vysílány 18x po 30 sekundách před samotným začátkem rally, dosahovaly sledovanosti 3 782 000 diváků. TV spoty (3x30s + 1x1min), upozorňující na Barum Czech Rally Zlín během pátku a soboty v průběhu samotné soutěže, sledovalo 2 892 000 diváků. Denní sestřihy, které byly vysílány po každé etapě BCRZ shlédlo 1 340 000 lidí. Celková kumulativní sledovanost Barum Czech Rally Zlín činila 8 014 000 diváků.

6.1.4 Ekonomické přínosy Barum Czech Rally Zlín do regionu

Tato podkapitola je věnována ekonomickým přínosům BCRZ do regionu a jejich vývoji od roku 2006 až do současnosti.

Tab. 7 Ekonomické přínosy BRCZ v letech 2006 - 2014

obrat v mil.	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
zahraniční turisté	21,19	56,31	65,17	48,45	83,73	90,2	96,2	93,8	104,11
návštěvníci z jiných krajů	30,47	32,18	34,88	57,83	32,5	45,83	43,1	39,49	39,26
návštěvníci ze Zlínského kraje	10,78	11,4	10,91	18,62	19,58	14,72	12,68	13,65	14,33
obrat celkem	62,44	99,89	110,96	124,9	135,81	150,75	151,97	146,94	157,71

(Zdroj: Vlastní zpracování; Interní materiály BCRZ 2014)

Z výše uvedené tabulky je zřejmé, že Barum Czech Rally Zlín lze s určitostí zařadit mezi nejdůležitější akce Zlínského kraje. Ekonomické přínosy mají od roku 2006 neustále rostoucí tendenci. Výjimkou je pouze rok 2013, kdy došlo k mírnému poklesu především díky meziobdobí, kdy byly vozy S2000 na ústupu a závodní speciály R5 ještě nebyly zcela při-

praveny. V roce 2014 činily ekonomické přínosy pro Zlínský kraj rekordních 157,71 mil. Kč.

Níže je uvedena kalkulace obrátu v roce 2014. Kalkulace je založená na počtu českých a zahraničních turistů, jejich průměrné denní útratě a počtu dnů strávených v destinaci. Jak vyplývá ze statistik agentury CzechTourism a interních materiálů BCRZ 2014, průměrná útrata zahraničního turistu činí v průměru 2 399 Kč osoba/den, český turista utratí za dobu konání BCRZ 650 Kč osoba/den. U návštěvníků ze Zlínského kraje byla útrata pro potřeby kalkulace snížena na polovinu (325 Kč), protože se u nich nepředpokládá vynaložení peněz za ubytování. Jezdci a jejich týmy strávili v kraji nejméně pět dnů (středa – neděle), u zahraničních a českých turistů se počítalo se třemi dny (pátek – neděle).

Při kalkulaci se počítalo s následujícími počty účastníků:

Počet organizace BCRZ (pořadatelé, výsledky, časomíra apod.):	2 700
Počet zahraničních účastníků rally (jezdci a jejich týmy):	1 900
Počet českých účastníků rally (jezdci a jejich týmy):	1 100
Počet zahraničních účastníků (fanoušci rally):	11 300
Počet účastníků ze Zlínského kraje:	12 000
<u>Počet účastníků z jiných krajů ČR:</u>	<u>18 300</u>
Celkem:	47 300

Organizace BCRZ: $(2\,700 \times 3 \text{ dny} \times 325 \text{ Kč}) = 2\,632\,500 \text{ Kč}$

Zahraniční účastníci: $(1\,900 \times 5 \text{ dnů} \times 2\,399 \text{ Kč}) + (11\,300 \times 3 \text{ dny} \times 2\,399 \text{ Kč}) =$
104 116 600 Kč

Čeští účastníci rally z jiných regionů: $(1\,100 \times 5 \text{ dnů} \times 650) + (18\,300 \times 3 \text{ dny} \times 650 \text{ Kč}) =$
39 260 000 Kč

Ostatní účastníci ze Zlínského kraje: $(12\,000 \times 3 \text{ dny} \times 325 \text{ Kč}) = 11\,700\,000 \text{ Kč}$

Celkem tedy Barum Czech Rally Zlín v roce 2014 přinesla do Zlínského kraje **157 709 100** Kč. (interní materiály BCRZ, ©2014)

6.2 Srovnání podniků International Jannerrallye a Geko Ypres Rally

V následující podkapitole srovnám dva podniky seriálu ERC, které se svým charakterem podobají Barum Czech Rally Zlín. Konkrétně se jedná o International Jannerrallye a Geko Ypres Rally. K následující komparaci využiji ukazatel - medializace na Eurosportu. Následně vytvořím SWOT analýzu, která bude zahrnovat obě soutěže.

6.2.1 Medializace na Eurosportu

Medializace na Eurosportu je pro jednotlivé podniky jeden z určujících ukazatelů.

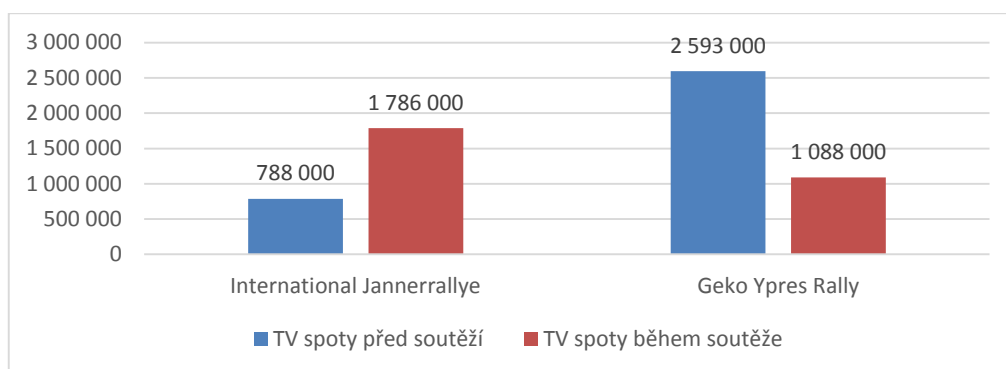
Tab. 8 Medializace na Eurosportu

Název závodu	Stát	Odvysílané hodiny	Celková sledovanost
International Jannerrallye	Rakousko	03:45:54	1 953 000
Geko Ypres Rally	Belgie	03:40:42	3 138 000

(Zdroj: Vlastní zpracování; fiaerc, ©2013)

Údaje obsažené v tabulce vychází z roku 2013. Oba podniky International Jannerrallye a Geko Ypres Rally byly prezentovány prostřednictvím Eurosportu přibližně stejnou dobu, bezmála 4 hodiny. Celková sledovanost je ukazatel, který má pro soutěže velký význam. Z tohoto porovnání dosahuje nejlepších čísel Geko Ypres Rally (3 138 000 diváků). Počet diváků, kteří sledovali rakouskou Jannerrallye sahal téměř ke dvěma milionům.

Graf 4 Srovnání sledovanosti TV spotů na Eurosportu



(Zdroj: Vlastní zpracování; fiaerc, ©2013)

Součástí výrazné mediální prezentace je vysílání spotů. Krátké promo spoty byly vysílány na kanálech Eurosport a Eurosport 2 několik měsíců před soutěží, ale i v průběhu samotné rally. Nejvyšší sledovanosti „TV spotů před soutěží“ dosáhla Geko Ypres Rally (2 593 000

diváků), Jannerrallye dosahuje nižších čísel. Pravý opak ukázala čísla sledovanosti „TV spotů během soutěže“. Nejvíce diváků shlédlo spoty týkající se rakouské rally (1 786 000), sledovanost spotů o podniku konajícího se ve městě Ypres činila 1 088 000.

6.2.2 SWOT analýza

Tato analýza se zaměřuje na silné a slabé stránky vybraných podniků ERC, ale také na jejich příležitosti a hrozby.

Jejich přehled je zachycen v následující tabulce:

Tab. 9 SWOT analýza jednotlivých soutěží

<i>International Jannerrallye</i>	
Silné stránky	Slabé stránky
Bohatá historie	Nevyužitý potenciál sociálních sítí
Pestré startovní pole	Vysoká cena Rallye passu
Příležitosti	Hrozby
Městská rychlostní zkouška	Tragické nehody
	Nedostatek sněhu
<i>Geko Ypres Rally</i>	
Silné stránky	Slabé stránky
Tradiční podnik	Nedostatek finančních prostředků
Stabilita v kalendáři	
Zážitkové balíčky	
Příležitosti	Hrozby
Nové kategorie vozů (R5)	Tragické nehody
Využití sociálních sítí	

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Jannerrallye

Za **silné stránky International Jannerrallye** můžeme považovat bohatou historii. Jedná se o tradiční podnik, jehož kořeny sahají až do roku 1969. Velkou výhodou z hlediska organizačního je účast místních hasičů, kteří se v době rally stávají pořadateli a koordinují pohyb diváků na rychlostních zkouškách. Jelikož je soutěž součástí seriálu ERC, především začátek startovní listiny je velmi kvalitní. Řada místních jezdců je doplněna o zvučná jména ze zahraničí. Především díky nim se v blízkosti města Freistadt každoročně schází výborná divácká kulisa.

Slabou stránkou rakouské soutěže je vysoká cena Rallye passu. Jeho zakoupení přijde fanoška motorsportu na 40 Euro (cca. 1080 Kč). Ve srovnání s Barum Czech Rally Zlín (250 Kč) je cenový rozdíl obrovský a zejména pro české návštěvníky se nejedná o levnou

záležitost. Určitým negativem může být skutečnost, že soutěž nedisponuje na sociální síti Facebook žádnou stránkou, prostřednictvím které by komunikovala se svými fanoušky.

Příležitostí jak rozšířit už tak početnou diváckou komunitu je realizace rychlostní zkoušky v ulicích města. I přes to, že slavnostní zahájení i ukončení soutěže v městské hale má vysokou návštěvnost a neopakovatelnou atmosféru, rychlostní zkouška městského typu zatím v harmonogramu soutěže chybí.

Mezi **hrozby** zcela jistě patří možnost nehod, jejichž následky mohou být i tragické. Pořadatelé dělají vše pro to, aby tuto možnost co nejvíce minimalizovali, nicméně tato hrozba je stálá a aktuální pro všechny soutěže rally po celém světě. Nezávodí se na uzavřeném okruhu s bezpečnostními zónami kolem tratě a právě proto je především na divácích, zda budou poslouchat pokyny pořadatelů a vyhnou se tak zbytečnému nebezpečí. Fanoušci rallysportu si soutěž oblíbili zejména díky zimním podmínkám. Určitou hrozbou jsou nedostačující zimní podmínky či úplná absence sněhu. Tyto faktory mohou zásadně ovlivnit návštěvnost.

Geko Ypres Rally

Silnou stránkou Geko Ypres Rally je její historie, základy této soutěže byly položeny již v 60. letech minulého století. Padesáté výročí od svého založení oslavila soutěž v roce 2014, kdy symbolicky triumfoval Freddy Loix a stal se historicky nejúspěšnějším jezdcem této belgické soutěže. V novodobé historii je Geko Ypres Rally součástí těch nejprestižnějších šampionátů. Tento podnik byl jedním ze zakládajících členů IRC a nyní je součástí kalendáře seriálu ERC. Velkým plusem jsou také divácky populární zážitkové programy, v této oblasti doprovodného programu byla soutěž průkopníkem a při tvorbě zážitkových programů se nechali inspirovat i organizátoři Barum Czech Rally Zlín.

Slabou stránkou je končící smlouva s promotérem šampionátu ERC satelitní stanicí Eurosport. Ročník 2015 je poslední, pro který má Geko Ypres Rally s promotérem platnou smlouvu a organizátoři budou muset vést složité vyjednávání ohledně finančních podmínek. Ve stejné situaci se letos ocitla také Barum Czech Rally Zlín, která s Eurosportem na toto téma vedla množství rozhovorů, což nakonec vyústilo v podpis nové smlouvy.

Příležitostí Geko Ypres Rally je využít již plně rozšířenou kategorii vozů R5, které jsou divácky nesmírně atraktivní. Novinkou pro rok 2015 je očekávaný start Škody Fabie R5, což k tratím v okolí města Ypry přiláká značné množství fanoušků. Další příležitostí je plně využít potenciál sociálních sítí k vytvoření úzkého kontaktu mezi soutěží a diváky.

Prostřednictvím facebooku komunikují zástupci rallye s fanoušky pouze sporadicky a to jen v průběhu soutěže. Ve zbytku roku je tato stránka neaktivní.

Hrozby mají stejný charakter jako u ostatních soutěží. Zejména se jedná o možnost výskytu tragických nehod. Pořadatelé jsou si této hrozby vědomi a dělají pro bezpečnost jak fanoušků u tratí rychlostních zkoušek, tak samotných posádek maximum. Prvořadým cílem je eliminovat vznik tohoto rizika na minimum.

Shrnutí kapitoly:

Tato kapitola analyzovala současnou situaci Barum Czech Rally Zlín z mnoha hledisek. Kritéria jako medializace na Eurosportu, návštěvnost či ekonomické přínosy do regionu potvrdila, že soutěž patří do absolutní špičky rallysportu v Evropě.

Nejdříve jsem však vytvořil SWOT analýzu soutěže. Silné stránky převažují, lze zmínit dlouhou tradici či výraznou podporu cestovního ruchu v kraji. Finanční náročnost akce je nejvýraznější slabou stránkou podniku. Velkou příležitostí, kterou by jistě ocenili i fanoušci závodu je vytvoření nových či obnovení staronových RZ. Realizace této příležitosti není v dnešní době jednoduchou záležitostí. Vyžaduje množství jednání a kompromisů, jak ze strany organizátorů BCRZ, tak ze strany starostů obcí, majitelů komunikací atd. Nejvíce viditelnou hrozbou je v současnosti negativní kampaň směřující na rallye v ČR od některých médií.

Návštěvnost BCRZ se stabilně pohybuje nad úrovní 240 000 diváků, výjimkou byl pouze rok 2013, který byl přelomový pro rozvoj vozů kategorie R5. Se vstupem do seriálu IRC v roce 2007 sledují každoročně na satelitní stanici Eurosport BCRZ miliony diváků. Ekonomický přínos pro Zlínský kraj je markantní. V roce 2014 přinesla BCRZ do kraje přes 157 mil. Kč.

Následně jsem provedl komparaci podniků Jannerrallye a Geko Ypres Rally, které patří do seriálu ERC, stejně jako „barumka“. Jannerrallye je sněhovou soutěží, což je v kalendáři unikátní. Geko Ypres Rally je výjimečná také pro své zážitkové programy, které jsou na vysoké úrovni a inspirovat se nechala i BCRZ.

7 ANALÝZA STAVU SOUČASNÉ RALLY NA SLOVENSKU

V následující kapitole popíši počátky motorsportu v Československu, zaměřím se na soutěže konané v rámci Mistrovství Slovenska a jeden vybraný závod podrobně zanalyzuji. Kapitola bude obsahovat i několik podrobných statistik závodů na Slovensku, které budou nápomocny při tvorbě SWOT analýzy rally na Slovensku.

7.1 Historie československé rally

Historie československé rally se začíná psát nejdříve v roce 1904 v Čechách a později v roce **1920** už v novém státě Československo, kdy byl založený Slovenský autoklub v Bratislavě se sídlem v hotelu Carlton (jako sedmnáctý oficiálně zaregistrovaný autoklub v Evropě). Autoklub organizoval řadu motoristických akcí, mezi nejvýznamnější patřil závod **1000 mil československých** (1933 – 1935), na neuzavřené trati Praha – Brno – Bratislava a zpět. Slibný vývoj motoristického sportu byl po celé Evropě v roce 1938 zastaven 2. světovou válkou. (rallyportal, ©2011)

Po roce 1948 se odehrály velké změny v řízení automobilového sportu v Československu. V roce **1949** vznikl Svaz pro spolupráci s armádou (**Svazarm**), který sdružoval všechny branné sporty včetně motorismu. (rallyportal, ©2011)

Na letišti v Pešťanech se v roce 1951 konal první automobilový okruh, který se později jezdil jako Velká cena Slovenska a její poslední ročník se konal v roce 2008. Začaly se organizovat závody automobilů do vrchu i automobilové soutěže – rallye. V městě **Nitra** bylo zřízeno středisko motoristického sportu se zaměřením na automobily. V roce 1969 se uskutečnil první ročník **Rally Tatry** a dva roky na to si svou premiéru odbyla soutěž **Rally Košice**. V těchto letech byl rozvoj automobilového sportu na svém vrcholu. (rallyportal, ©2011)

Mistrovství ČSSR bylo tvořeno třemi oblastmi: Západní a Střední Čechy, Východní Čechy a Morava, Slovensko. Šampionát byl navíc rozdělen na „velké mistrovství“ a oblastní přebory. Nebylo ničím neobvyklým, že na Slovensku se na startu objevilo okolo 100 – 140 posádek a v Čechách dokonce 200 – 250 závodníků.

V roce 1989 došlo ke zrušení Svazarmu. V letech 1990 – 1993 se i nadále jezdilo společné Československé mistrovství, nicméně oblastní soutěže na Slovensku zcela zanikly.

(rallyportal, ©2011)

7.2 Kalendář Mistrovství Slovenska v rally 2015

- 27. - 29.3 Eger rallye 2015 ORB, R2, MSR/2, MSR HA, SRP/1
- 1 - 2.5 22. Rally Prešov MSR/1, MSR HA/1, SRP/1, RL
- 26. - 27.6 VII. Rally Lubeník MSR/1, MSR HA/1, SRP/1, RL
- 24. - 25.7 Rallye Tatry 2015 MSR/1, MSR HA/1, SRP/1, RL
- 14. - 16.8 41. Rally Košice CEZ, MSR/2, MSR HA/1, SRP/2, ORB, R2
- 11. - 12.9 XV. Rally Trábeč CEZ-H, MSR/1, SRP/1, RL

(Rally – sports, ©2014)

Vysvětlivky:

MSR - Mistrovství Slovenska v rally 2015

MSR HA - Mistrovství Slovenska historických automobilů

SRP - Slovenský Rally Pohár

RL - Rally Legend

CEZ - Zóna Střední Evropy

CEZ-H - Zóna Střední Evropy historických vozidel

ORB – Mistrovství Maďarska

R2 - Mistrovství Maďarska Rally 2 (Rally – sports, ©2014)



Obr. 1 Rozmístění soutěží na Slovensku pro rok 2015

(Zdroj: Rally-sports, ©2014)

7.3 Rally Tríbeč

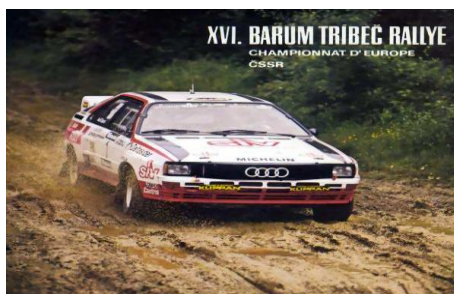
Vzhledem k tomu, že Rally Tríbeč je situována do blízkosti hranic s Českou Republikou, rozhodl jsem se tuto soutěž popsat podrobněji, nežli ostatní podniky v kalendáři Mistrovství Slovenska pro rok 2015.

7.3.1 Historie

Historie Rally Tríbeč má své základy již v roce **1976** v době bývalé Československé republiky. Od tohoto roku bylo město Topolčany (centrum soutěže), známé nejen pivovarem, ale i mezi příznivci automobilového sportu. Rally Tríbeč se už od svého prvního ročníku zařadila mezi nejtěžší soutěže ve střední Evropě. Velkým oceněním práce organizátorů závodu byl i fakt, že v osmdesátých letech minulého století spojil s topolčanskou soutěží organizátor dnes jedné z nejslavnějších rally ve střední Evropě – **Barum Rally**. Vznikla tak společná soutěž nesoucí název **Barum Tríbeč Rallye** (Rally Tríbeč, ©2015)

Tento projekt fungoval po tři roky v letech **1985 – 1987**. V tomto období se do okolí Topolčan sjela nejen celá Československá špička, ale i několik továrních posádek. Kolem tratí rychlostních zkoušek se scházelo několik desítek tisíc diváků, kteří měli možnost sledovat jedny z nejvýkonějších závodních vozidel, za volanty kterých seděli dnes už legendární jezdci jako Ladislav Křeček, Leo Pavlík atd.

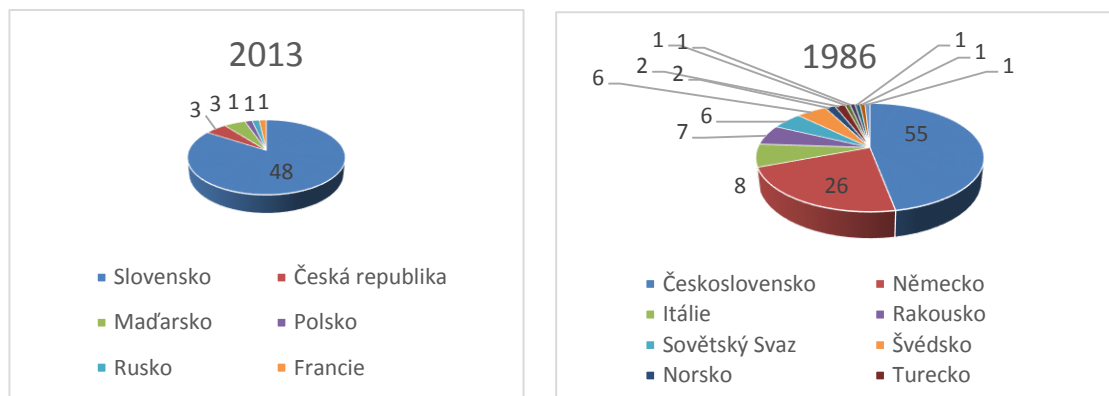
V dnešní době však na tuto slávu může Rally Tríbeč pouze vzpomínat. V letech 1988 – 2010 se soutěž vůbec neuskutečnila. Svou zašlou slávu oživila až v roce 2011, což jistě potěšilo mnoho motoristických fanoušků. I přes opětovnou absenci v roce 2014 se Rally Tríbeč stala součástí kalendáře Mistrovství Slovenska pro rok 2015. (Rally Tríbeč, ©2015)



Obr. 2 Barum Tríbeč Rallye 1986

(Zdroj: Oldczechrallye, ©2014)

Graf 5 Zastoupení zemí ve startovním poli 2013 a 1986



(Zdroj: Vlastní zpracování; Oldczechrallyweb, ©2014)

Z uvedených grafů je očividné, že ročník 1986 byl bohatší na mezinárodní zastoupení nežli soutěž uspořádaná v roce 2013. Závod byl v roce 1986 na svém vrcholu, navíc se konal jako součást Barum Rally, což přilákalo celou řadu posádek z mnoha zemí. Slabší mezinárodní konkurence v roce 2013 je dána téměř 25 letou přestávkou, kdy se v okolí Topoľčan vůbec nezávodilo. V současnosti se soutěž znovu zabydluje na automobilovém poli.

7.3.2 SWOT analýza

V následující tabulce jsou obsaženy silné a slabé stránky Rally Tríbeč, ale také její příležitosti a hrozby.

Tab. 10 SWOT analýza Rally Tríbeč

Silné stránky	Slabé stránky
Divácká popularita	Dlouholetá absence
Městská RZ	Nepříliš početné startovní pole
Jediná soutěž na západě Slovenska	Extrémně rychlá trať
Příležitosti	Hrozby
Nový organizační tým	Nedostatek finančních prostředků
Oživení RZ z 80. let	Tragické nehody
Pozitivní přístup města k soutěži	

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Mezi **silné stránky** soutěže bezesporu patří divácká popularita, což každoročně dokládá zaplněný městský okruh a také prostor startu a cíle. Městská rychlostní zkouška je v dnešní době již standartní součástí úspěšných soutěží. Jedná se o snahu co nejvíce přiblížit rally

lidem ve městech. Dalším plusem Rally Tríbeč je její umístění. Jako jediná rally v Mistrovství Slovenska je situována v západní části země, což považují za výhodu zejména pro posádky ze Západního Slovenska, ale i České republiky.

Za **slabou stránku** lze považovat téměř 23 let, kdy se v okolí Topolčan vůbec nezávodilo. V současnosti se soutěž potýká s nedostatkem startujících, nicméně tento problém se netýká pouze Rally Tríbeč, ale všech automobilových soutěží na Slovensku. Pořadatelé se navíc potýkají s problémem, týkající se výběru tratě. Rychlostní zkoušky jsou až na výjimku městské RZ extrémně rychlé.

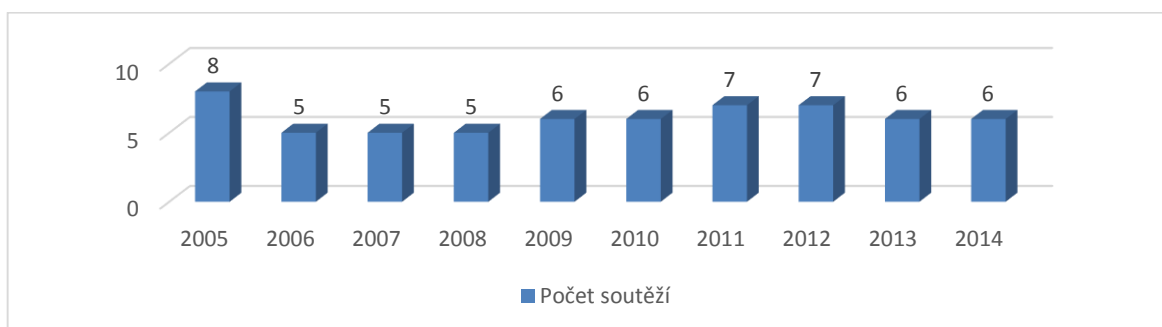
Mezi **příležitostmi** jak zvednout úroveň soutěže zcela jistě patří nový organizační tým, který Rally Tríbeč obnovil v roce 2011 a jeho snahou je navázat na úspěšné ročníky v 80. letech. Další možností jak zvýšit atraktivitu soutěže je oživení rychlostních zkoušek z 80. let. Nutno však podotknout, že většina tehdejších zkoušek se nyní nachází v CHKO a jejich opětovné zařazení by muselo být předmětem jednání. Výraznou příležitostí je pozitivní přístup města k soutěži, čehož by mohli pořadatelé využít k budoucímu rozvoji eventů.

Velkou **hrozbou** je nedostatek finančních prostředků. I tento problém byl jedním z příčin, proč v minulosti závod na dlouhou dobu zanikl. Stálou hrozbou automobilovým závodům jsou tragické nehody, které mohou mít vliv i na existenci soutěže. Základem je především dbát na bezpečnost a snaha minimalizovat toto riziko na minimum.

7.4 Statistiky závodů na Slovensku v posledních letech

V následující podkapitole jsou uvedeny zpracované statistiky týkající se závodů na Slovensku.

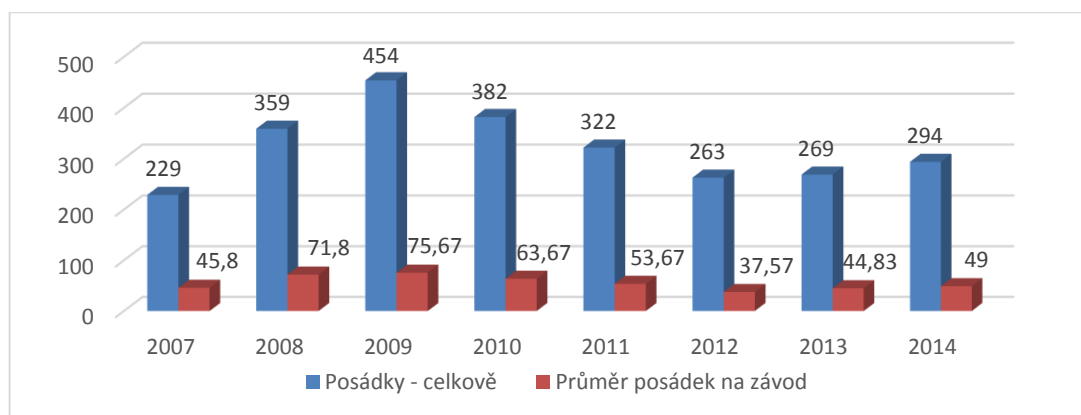
Graf 6 Porovnání sezon podle uskutečněných závodů



(Zdroj: Vlastní zpracování; Rallyportal, ©2011)

Výše uvedené porovnání zahrnuje posledních deset ročníků Mistrovství Slovenska. Z grafu je zřejmé, že v sezoně 2014 se uskutečnilo 6 závodů zařazených do tohoto seriálu. Dvě soutěže se uskutečnily v zahraničí – jedna v Maďarsku a jedna v Polsku. Ve srovnání s minulými roky se počet závodů nijak výrazně neliší. Nejméně soutěží se konalo v letech 2006 – 2008, naopak nejvíce soutěží v kalendáři se datuje do roku 2005. Pro zajímavost, kalendář MMČR (Mezinárodní Mistrovství České republiky) 2014 obsahoval 7 soutěží.

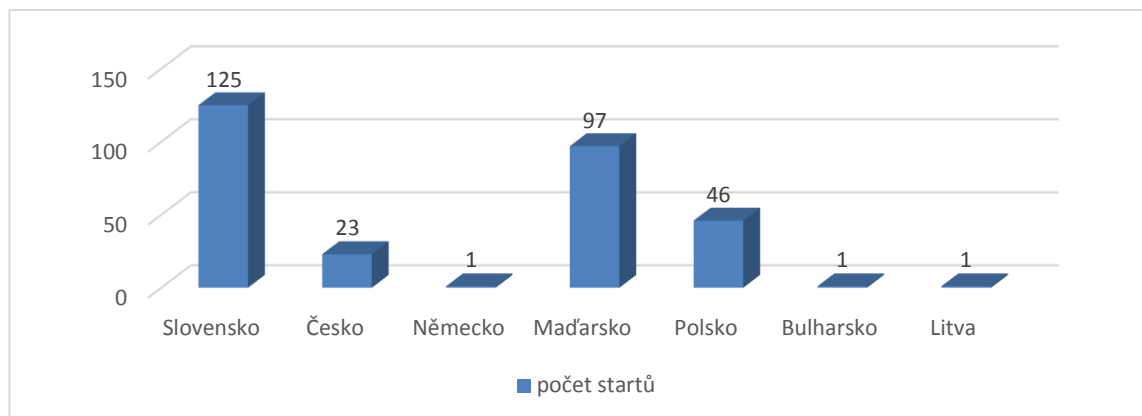
Graf 7 Porovnání sezon podle počtu startujících posádek



(Zdroj: Vlastní zpracování; Rallyportal, ©2011)

Významným aspektem pro posouzení situace rally scény na Slovensku je počet startujících posádek. Uvedené čísla reflektují pouze Mistrovství Slovenska, nikoli Slovenský Rally Pohár. Z dostupných dat je průkazné, že v posledních dvou letech došlo k zastavení trendu poklesu, jehož počátek se datoval do roku 2010. Nejvíce jezdců se zúčastnilo ročníku 2009, naopak rok 2007 zaznamenal pouhých 229 účastníků. Z hlediska průměru posádek na závod nejvíce pozitivně vyčnívá ročník 2009, negativního prvenství dosáhl rok 2012 s průměrem necelých 38 posádek na závod. Zatím poslední uskutečněný ročník ukazuje zlepšení oproti předchozím létům, nicméně situace stále není optimální.

Graf 8 Počet startů různých národností v sezoně 2014



(Zdroj: Vlastní zpracování; Rallyportal, ©2011)

Mistrovství Slovenska 2014 se zúčastnilo celkem 294 posádek. Většinu z nich tvoří logicky slovenské posádky, nicméně jejich počet 125 je ve srovnání minulými sezonami minimem za posledních 8 let. Hned v závěsu jsou jezdci z Maďarska, jejichž vysoký počet je způsoben společnou soutěží (Miskolc Rally) pro slovenské i maďarské mistrovství, která byla realizována na maďarském území. Stejnou situaci evidujeme i ve vztahu s Polskem, společná soutěž (Rajd Rzeszowski) způsobila, že počet polských zástupců se vyšplhal až na číslovku 46. Českou republiku reprezentovalo 23 posádek a malé zastoupení měly i země jako Německo, Bulharsko či Litva.

Tab. 11 Porovnání soutěží podle délky tratě

	Soutěž	Délka tratě	Délka RZ
1.	AQUACITY RALLY TATRY 2008	857,30	206,15
2.	RALLYE MATADOR TATRY 2007	755,64	221,19
3.	RAJD RZESZOWSKI 2009	648,07	198,41
4.	SALGO-GEMER RALLY 2010	632,11	163,19
5.	RALLY TRIBEC 2013	609,30	140,10
6.	START AUTO RALLY EGER 2008	603,60	176,40
7.	SALGÓ-GEMER RALLY 2009	578,62	147,16
8.	RALLY MISKOLC 2014	560,62	140,05
9.	RAJD RZESZOWSKI 2014	556,68	163,32
10.	RAJD RZESZOWSKI 2010	550,41	158,51

(Zdroj: Vlastní zpracování; Rallyportal, ©2011)

Zobrazená tabulka definuje 10 soutěží s nejdelší tratí v rámci Mistrovství Slovenska. Z porovnání délky tratě v letech 2007 – 2014 vyplývá, že nejvíce kilometrů v rámci celé soutěže absolvovali jezdci při Rally Tatry 2008. Stejný podnik se v uvedeném znázornění nachází i na druhém místě. Rajd Rzeszowski, který se koná na polské straně, je v tabulce obsažen hned třikrát. Salgo – Gemer Rally jedoucí se na Slovensku i Maďarsku můžeme

v tabulce vidět dvakrát. Nejvíce soustředit se musely posádky při Rally Tatry v roce 2007, kdy délka samotných rychlostních zkoušek během celé soutěže dosahovala přes 221 km.

7.5 SWOT analýza rally na Slovensku

Tab. 12 SWOT analýza rally na Slovensku

Silné stránky	Slabé stránky
Spolupráce s Maďarskem a Polskem	Méně početné startovní pole
Vozy WRC	Oblasti patřící do CHKO
Městské okruhové zkoušky	Minimum diváků
Přední zahraniční posádky	
Příležitosti	Hrozby
Společná soutěž s ČR	Nedostatek finančních prostředků
Více soutěží na Západě Slovenska	Negativní medializace
	Tragické nehody

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Mezi **silné stránky** rally scény na Slovensku jistě patří v posledních letech probíhající spolupráce s Maďarskem a Polskem. Součástí Mistrovství Slovenska i slovenského rally poháru v roce 2014 byly soutěže jak na maďarském území (Miskolc Rally), tak na polském území (Rajd Rzeszowski). I díky této kooperaci se na Slovensko sjíždějí přední zahraniční posádky, především z výše uvedených zemí. Jejich neúčastí by špice startovní listiny byla velice chudá a pro fanoušky možná až neatraktivní. Výhodou Mistrovství Slovenska je možnost startovat s vozy specifikace WRC (World Rally Car). Průjezdy těchto závodních speciálů jsou divácky nesmírně atraktivní. V Mezinárodním mistrovství České republiky byla účast těmito vozům zakázána v roce 2005 a sporadicky se objevovaly jen v jednodenních soutěžích, což fanoušci motorsportu nesli značně nelibě. Nicméně od následující sezony (2015) byly vozy WRC s homologací do roku 2006 opět povoleny. V posledních letech neustále rostoucí trend pořádání městských okruhových zkoušek se nevyhnul ani Slovensku. Téměř všechny soutěže v kalendáři takovou divácky populární zkoušku uspořádaly.

Do **slabých stránek** soutěže můžeme bez váhání zařadit méně početné startovní pole. Přestože se v posledních dvou sezonách podařilo zastavit kontinuální pokles počtu startujících, nebýt posádek z Maďarska, Polska či České republiky, byl by na startovní listinu ne-

hezký pohled. Obrovský problém mají slovenští pořadatelé s výběrem vhodných tratí. Na rozdíl od sousedů v Rakousku nemají možnost zavítat do CHKO (Chráněná krajinná oblast), kde by se dalo objevit mnoho krásných, technických či dokonce šotolinových úseků. V minulosti na tento problém doplatila Rallye Tatry, která byla situována do okolí Popradu, ale také Rallye Mikona konající se v blízkosti Bratislavy a v dobách největší slávy se jednalo o nejlépe obsazenou soutěž na Slovensku. Negativem se zdá být minimum fanoušků kolem rychlostních zkoušek. Jednou z mála výjimek je například Rallye Trábeč, která je pro rok 2015 opět po roční pauze zařazena do kalendáře MSR (Mistrovství Slovenska).

Příležitostí jak oživit rally scénu na Slovensku je hned několik. Pozitivním stimulem by jistě bylo zavedení společného šampionátu alespoň při jedné české soutěži. Zejména na Moravě je řada soutěží, se kterými by se mohl tento záměr realizovat. Příkladem budiž Valašská rallye Púchov 2004, kdy se jedna etapa uskutečnila na Valašsku a další etapa se již odehrávala na území Púchova. Závody ve slovenském šampionátu jsou rozesety především na východě země. Ani jeden podnik se nenacházel na území Západního Slovenska v sezoně 2014, nicméně v letošním roce se v této části země uskuteční alespoň Rallye Trábeč v okolí Topoľčan. Kdyby se podařilo geografické rozložení závodů po republice více vyvážit, výrazně by přibýlo českých posádek, pro které by náklady na logistiku nebyly tak markantní, jako je tomu v současnosti. Z minulosti je zřejmé, že byly doby, kdy tady hostovala celá řada našich posádek. Jednou z možností jak nalákat diváky k rychlostním zkouškám jsou volnější technické předpisy.

Mezi **hrozby** lze zařadit nedostatek finančních prostředků, Slovensko zatím nepostihla mediální kampaň proti rally, jak tomu bylo v České republice, nicméně stačí jedna tragická nehoda, souhra nešťastných okolností či jiné neštěstí a tato hrozba opět nabude reálných obrysů.

Shrnutí kapitoly:

V rámci této kapitoly byla nejdříve popsána historie československé rally, jejichž počátky se datují již do roku 1904 a obsahuje mnoho významných milníků hodných k zapamatování. Následně byl nastíněn kalendář závodů Mistrovství Slovenska pro rok 2015 a jednotlivé soutěže byly znázorněny na mapě dle svého rozmístění.

Jako nejvhodnější soutěží pro spolupráci s Barum Czech Rally Zlín se vyprofilovala nejen z geografického hlediska Rally Tríbeč. Jedná se o jedinou soutěž realizovanou na západě Slovenska. Z tohoto důvodu byla soutěž podrobněji popsána. V její historii upoutají především rozmezí let 1985 – 1987, kdy byl již tento závod součástí „barumky“. Dále byla k tomuto podniku zpracována SWOT analýza. Nejvýraznější silnou stránkou se jeví být divácká popularita, která zastiňuje ostatní soutěže na Slovensku. Naopak ze slabých stránek lze zcela jistě vytknout dlouholetou absenci na motoristické scéně z důvodu nedostatku finančních prostředků nutných k uspořádání soutěže.

Vytvořeno bylo i množství tabulek a grafů, které dopomáhají mapovat současnou situaci rallyové scény na Slovensku a ukazují, že rallye na slovenském území má potenciál k růstu. Mezi nejdůležitější faktory ovlivňující úroveň soutěží patří počet startujících posádek. V roce 2014 byl zastaven pokles startujících posádek, který započal v roce 2010. V zatím poslední uskutečněné sezoně 2014 se ve startovních listinách soutěží slovenského mistrovství objevilo hned sedm národností. Nejvíce startujících bylo samozřejmě ze Slovenska (127), následovali maďarští (95) a polští jezdci (46). Z důvodu realizace drtivé většiny soutěží na východním Slovensku se na všech závodech objevilo v součtu pouze 23 posádek z České republiky.

Na závěr kapitoly byla vypracována SWOT analýza, která analyzuje rallye na Slovensku. Silnou stránkou je především spolupráce s Maďarskem a Polskem, díky které mohou slovenští fanoušci vidět přední zahraniční posádky s atraktivními závodními speciály. Slabou stránkou je rozsáhlá oblast CHKO, díky které mohou být rychlostní zkoušky vedeny pouze mimo toto území. Mezi největší příležitosti patří uspořádání společného podniku se soutěží z České republiky.

8 SPORTOVNÍ EVENTY POŘÁDANÉ VE VÍCE ZEMÍCH

V následující kapitole se pokusím nastínit možné výhody či nevýhody ze spolupráce více států na sportovním eventu. Charakterizují sportovní akce se světovým či evropským významem a primárně se zaměřím na financování akce a dopady na cestovní ruch.

8.1 Euro 2012

Mistrovství Evropy ve fotbale se konalo ve dvou zemích, v Polsku a na Ukrajině.

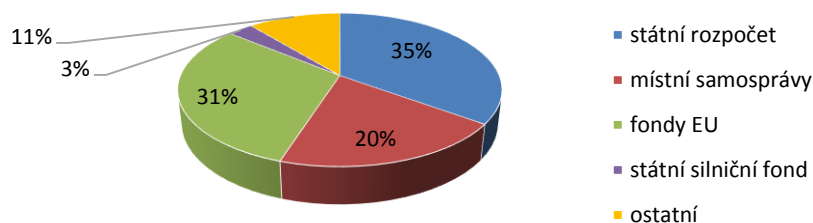


Obr. 3 ME ve fotbale - Polsko a Ukrajina

(Zdroj: Investiční web, ©2015)

Přibližně 90 % z celkem 30,2 miliardy eur proinvestovaných v obou zemích připadá na investice do infrastruktury. Z 19,8 miliardy eur, které Polsko investovalo do příprav na EURO 2012, bylo 86 % vynaloženo na modernizaci dopravní infrastruktury (silnice, městská hromadná doprava, železnice a letiště). Na Ukrajině byla nezbytná modernizace dopravní infrastruktury a sportovních areálů. V každém městě, kde se hrály zápasy, byly zřízeny nové letištní terminály a s výjimkou Kyjeva také nové vzletové a přistávací dráhy. Silniční komunikace spojující velká města prošly kompletní rekonstrukcí. (investiční web, ©2015)

Graf 9 Zdroj investic polské strany



Zdroj: Investiční web, ©2015

Celkových 19,8 proinvestovaných miliard eur je tvořeno z následujících zdrojů. Státní rozpočet pokryl 35% z investované částky, uvolněné peněžní prostředky z fondů EU činily 31% z celkové investice, místní samosprávy poskytly finance ve výši 20%, státní silniční fond 3% a souhrn ostatních zdrojů činil 11% z celkové sumy proinvestovaných peněz.

Výhody plynoucí z pořádání EURA 2012 Polsko i Ukrajina bezezbytku využilo. Rozsáhlé investice do infrastruktury zlepšily životní úroveň místních obyvatel. V Polsku se jednalo především o **dopravní infrastrukturu**. Před modernizací mělo Polsko čtvrtou nejnižší hustotu dálniční sítě v EU. Na Ukrajině mohou lidé využívat novou **železniční trať** mezi Lvovem a Kyjevem. Úspěšně zvládnutá organizace šampionátu a pohostinnost s jakou obě země přijaly návštěvníky z různých koutů světa je předpokladem, že turisté se zde budou rádi vracet i v budoucnu a to i bez nutnosti návštěvy fotbalového utkání. Vše říkající výrok je Michela Platiniho, předsedy UEFA, který pronesl: „**Pořadatelé EURA nastavili laťku vysoko a bude těžké i v budoucnu překonat.**“

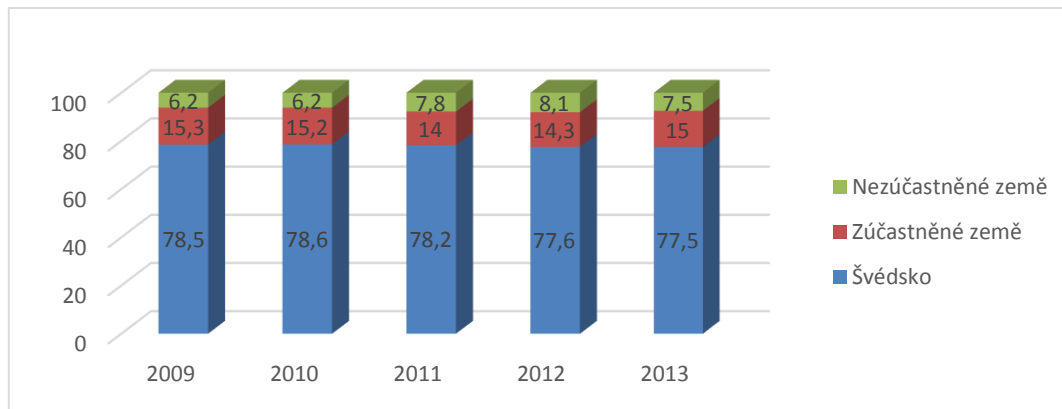
8.2 Mistrovství světa v ledním hokeji 2012 a 2013

V letech 2012 a 2013 se Mistrovství světa konalo ve dvou zemích zároveň – ve Finsku a Švédsku. V roce 2012 byly týmy podle nového systému rozděleny pouze do dvou základních skupin v Helsinkách a ve Stockholmu. Šampionát vyvrcholil ve Finsku, semifinálové a finálové zápasy se odehrály v Helsinkách v Hartwall aréně. V následujícím roce se semifinálové a finálové zápasy uskutečnily ve Stockholmu v hale Globen.

Dopady na cestovní ruch

Následující graf porovnává počty přenocovaných osob v HUZ ve Švédsku v květnu v letech 2009 – 2013. Největší počet je samozřejmě domácích švédů, i když jejich podíl na celkovém počtu přenocování se postupně snižuje. Důležitým ukazatelem je počet přenocování příslušníků zúčastněných zemí v letech konání MS (tedy v letech 2012 a 2013). Tento údaj vzrostl pouze o nepatrnou část, z toho se dá vyčíst, že konání Mistrovství světa nemělo zásadní vliv na ubytovací zařízení ve Švédsku.

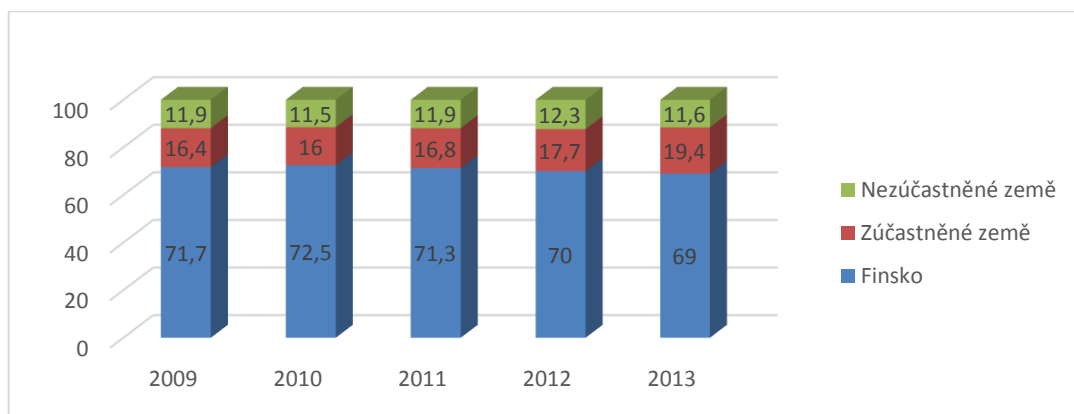
Graf 10 Podíl na celkovém přenocování ve Švédsku v květnu 2009 – 2013 (%)



(Zdroj: Vlastní zpracování; Otta Maček, ©2014)

Následující graf porovnává počty přenocovaných osob ve Finsku v měsíci květen v letech 2009 – 2013. Z grafu mě nejvíce zajímá pojem zúčastněné země. Jedná se o turisty ze zemí, které se účastní hokejového turnaje a předpokládá se, že naprostá většina z nich navštívila Finsko právě z důvodu Mistrovství světa. Turnaj zde probíhal v letech 2012 a 2013. Na grafu lze vidět mírný nárůst podílu návštěvníků ze zúčastněných zemí. V roce 2013 se jejich podíl dokonce blížil ke dvaceti procentům.

Graf 11 Podíl na celkovém přenocování ve Finsku v květnu v letech 2009- 2013 (%)



(Zdroj: Vlastní zpracování; Otta Maček, ©2014)

Dosažené čísla ve Finsku se dají považovat za úspěšné, zatímco ve Švédsku byl dopad na ubytovací kapacity během šampionátu minimální. Tento rozpor se dá vysvětlit především rozdílnou propagací akce. Finsko mělo akci pečlivě marketingově připravenou a propagaci se věnovalo několik měsíců dopředu. Pořadatelé ve Švédsku propagaci podcenili a ani v průběhu samotného turnaje nebylo ve městě Stockholm patrné, že se zde koná významný

sportovní event. Dalším negativním faktorem, byla špatně stanovená cenová hladina vstupenek. Vstupenky byly příliš drahé, což odradilo většinu zájemců.

Shrnutí kapitoly:

Tato kapitola podává ucelený obraz, zda se pořádání sportovního eventů ve spolupráci dvou zemí osvědčilo či nikoli. V konkrétním případě EURA 2012 byla vybudována infrastruktura, což mělo za následek zlepšení životní úrovně obyvatel jak v Polsku, tak na Ukrajině. Úspěšná organizace šampionátu zvýšila reputaci obou zemí po celém světě.

Před Mistrovstvím světa ve Finsku a Švédsku žádné razantní investice nebyly potřeba. Stadiony i infrastruktura byly dostačující. Významně se projevila důležitost kvalitní propagace eventů. Hlavně ve Švédsku zůstala návštěvnost za očekávaním a přínos pro cestovní ruch byl takřka nulový.

9 PRIMÁRNÍ MARKETINGOVÝ VÝZKUM

V první části marketingového výzkumu jsem oslovil fanoušky rallysportu prostřednictvím dotazníků. Cílem bylo zjistit, jaký je jejich postoj k možné spolupráci Barum Czech Rally Zlín se Slovenskem, ale také k návazným činnostem soutěže. V druhé části výzkumu jsem pomocí řízeného rozhovoru oslovil organizátory závodu, abych zjistil jejich názor na současné postavení Barum Czech Rally Zlín na rallyové scéně či jaké očekávaní mají od již zmíněné spolupráce s našimi východními sousedy.

9.1 Dotazníkové šetření

Následující dotazník je zaměřen na možnou spolupráci Barum Czech Rally Zlín se Slovenskem. Respondenti odpovídali na otázky týkající se tohoto konkrétního projektu, ale také poskytli důležité informace k návazným činnostem (doprovodný program apod.). Jelikož je pro mě důležité aby získaná data měly co největší vypovídající hodnotu, rozhodl jsem se dotazník směřovat především na lidi, kteří zajímají o motorsport.

Podařilo se mi získat celkem **132 odpovědí**. Sběr dat probíhal dvěma způsoby, internetovým šetřením a fyzickým doručením dotazníků cílové skupině.

Internetový dotazník jsem vyvěsil na webovou stránku Google. Dále jsem jej rozeslal mezi mé přátele, kteří Barum Czech Rally Zlín pravidelně či nepravidelně navštěvují. Pomohly mi také kontakty v oblasti automobilového sportu. Díky tomuto zaměření se mi podařilo získat opravdu kvalitní data.

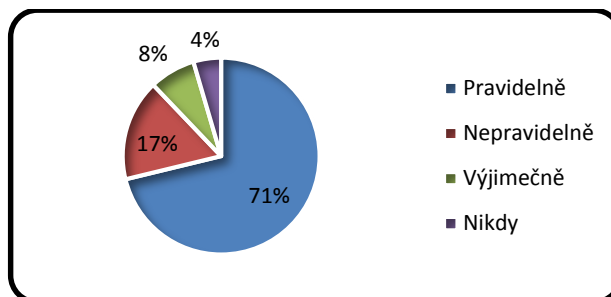
Grafické znázornění výsledků

Nyní graficky znázorním výsledky dotazníku a ke každému grafu přidám komentář. Grafy jsou barevně odlišeny dle jednotlivých odpovědí. Pro lepší orientaci jsou jednotlivé výsledky znázorněných grafů vyvedeny v procentech.

Otázka č. 1: Navštěvujete Barum Czech Rally Zlín?

Otázka č. 1 se týká vztahu respondentů k Barum Czech Rally Zlín. Jelikož byl můj dotazník zaměřen na fanoušky nejen rallye, ale motorsportu obecně, nebylo tedy překvapením, že většina dotazovaných (71 %) zvolila možnost pravidelné účasti na této akci. Nepravidelně zavítá v rámci tohoto podniku na území Zlínského kraje 17 % respondentů. Fanoušci, kteří na Barum Czech Rally Zlín zavítají výjimečně či ještě neměli tu možnost, tvoří 12 % z celkového počtu dotazovaných.

Graf 12 Návštěvnost Barum Czech Rally Zlín

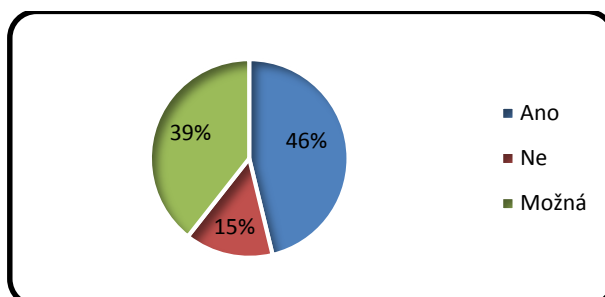


(Zdroj: Vlastní zpracování)

Otázka č. 2: Uvítali byste rozšíření Barum Czech Rally Zlín na Slovensko? V rámci 1 – 4 rychlostních zkoušek?

V této otázce byli respondenti vyzváni k odpovědi týkající se projektu rozšíření Barum Czech Rally Zlín na Slovensko. Většina z nich si tuto variantu dokáže reálně představit. Téměř polovina (46 %) se vyslovila pro možnost ANO, zatím nerozhodnutých bez jasného názoru na věc je 39 %. Kategorické NE zaškrtnulo ve svém dotazníku pouhých 15 % respondentů.

Graf 13 Rozšíření BCRZ na Slovensko

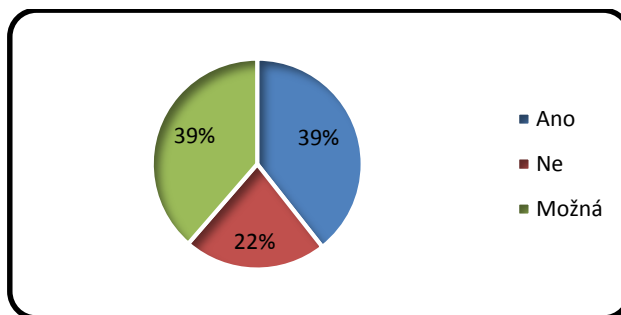


(Zdroj: Vlastní zpracování)

Otázka č. 3: Navštívili byste rychlostní zkoušku na Slovensku?

Graf pod tímto textem ukazuje ochotu navštívit rychlostní zkoušku na slovenském území. Z níže uvedených výsledků je patrná vyrovnanost jednotlivých odpovědí. Návštěva nové rychlostní zkoušky, která v programu „barumky“ ještě nebyla, je zcela jistě pro diváky zajímavé a atraktivní, což dokazují i následující čísla. 39 % respondentů by takovou rychlostní zkoušku navštívilo, stejné množství by o takové příležitosti alespoň uvažovalo. Možnost shlédnout Barum Czech Rally Zlín na Slovensku by si nechalo ujít 22 % dotazovaných.

Graf 14 Návštěva RZ na Slovensku

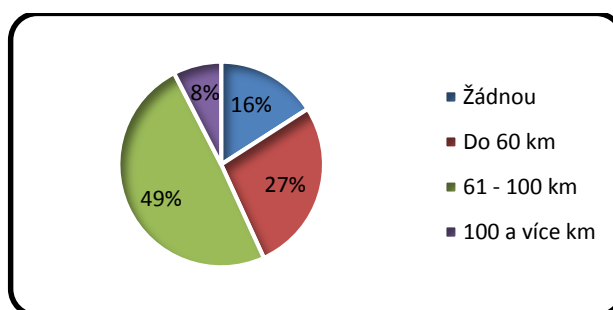


(Zdroj: Vlastní zpracování)

Otázka č. 4: Jakou dojezdovou vzdálenost (ze Zlína) byste byli ochotni absolvovat?

Důležitou skutečností pro úspěšnou realizaci projektu je určit optimální dojezdovou vzdálenost k rychlostní zkoušce na Slovensku, tak aby fanoušci byli spokojeni. Z následujících odpovědí vyplývá, že polovina dotazovaných (49 %) je ochotna absolvovat cestu v rozmezí 61 – 100 km, druhou nejvíce frekventovanou odpovědí byla maximální vzdálenost do 60 km (27 %). 16 % respondentů není ochotno cestovat za Barum Czech Rally Zlín na Slovensko a 8 % by nemělo problém se vzdáleností delší než 100 km.

Graf 15 Dojezdová vzdálenost na Slovensko

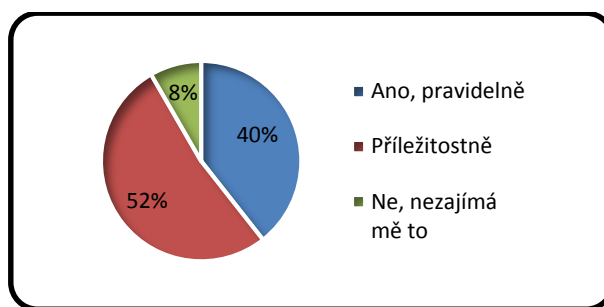


(Zdroj: Vlastní zpracování)

Otázka č. 5: Sledujete Barum Czech Rally Zlín na Eurosportu? Zajímá Vás toto vysílání?

Promotérem „barumky“ je satelitní stanice Eurosport, díky níž mohou soutěž sledovat diváci po celém světě. Z grafu vyplývá, že 52 % respondentů sleduje BCRZ na tomto kanále příležitostně. Samotné vysílání pořadu BCRZ je většinou zařazeno v pozdních večerních hodinách, a proto je obdivuhodné, že 40 % dotazovaných usedá k televizi pravidelně. Pouhých 8 % se vyjádřilo ve smyslu nezájmu o toto vysílání na Eurosportu.

Graf 16 Sledovanost BCRZ na Eurosportu



(Zdroj: Vlastní zpracování)

Otázka č. 6: Jakou roli u Vás hraje doprovodný program závodu, při rozhodování o návštěvě Barum Czech Rally Zlín? (např. zážitkový program, ŠKODA Motorsport Park)

Nedílnou součástí „barumky“ se za poslední léta stal doprovodný program, který se pořadatelé snaží rok od roku vylepšovat a inovovat. Výborným příkladem je rok 2014, kdy si svou úspěšnou premiéru na BCRZ odbyl zážitkový program. Diváckou oblíbenost doprovodného programu dokládají i údaje z grafu, kdy 63% respondentů jej považuje za dobrý způsob jak využít volný čas. Prioritou je nicméně samotná rallye, což dokazují 3 % dotazovaných, kteří úroveň doprovodného programu považují za hlavní kritérium rozhodování o návštěvě soutěže a především 30 % respondentů, které doprovodný program vůbec nezajímá.

Graf 17 Důležitost doprovodného programu



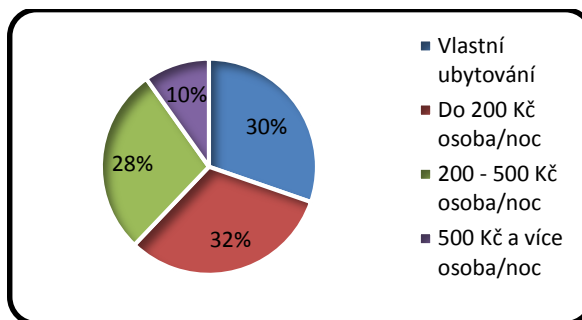
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Otázka č. 7: Jakou cenovou hladinu ubytování preferujete při vícedenní návštěvě Barum Czech Rally Zlín?

Otázka č. 7 se věnuje volbě preferencí cenové hladiny ubytování při návštěvě BCRZ. Nejvíce hlasů (32 %) obdržela možnost ubytování v ceně do 200 Kč osoba/noc. V tomto případě se může jednat o kempy, chatové osady atd. Jelikož bylo množství respondentů ze

Zlínského kraje, není překvapením, že vlastní ubytování dosahuje tak vysokého procentního podílu. 28 % dotazovaných vybírá ubytování v cenovém rozmezí 200 – 500 Kč za osobu na noc. 10 % je ochotno utratit za ubytování 500 a více korun (osoba/noc).

Graf 18 Cenová hladina ubytování

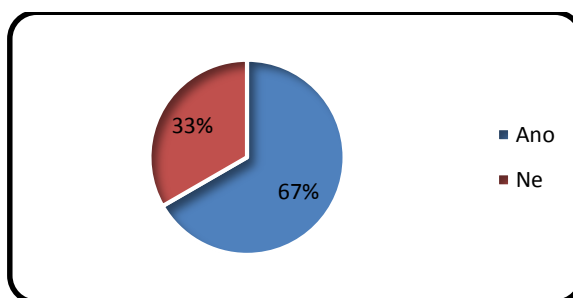


(Zdroj: Vlastní zpracování)

Otázka č. 8: Navštěvujete kromě sportovního podniku i turistické památky v daném regionu (Zlínský kraj)?

Zlínský kraj navštíví každoročně masy fanoušků rallysportu. Množství z nich ve svém volném čase navštíví i turistické památky, kterých je v kraji dostatek. To dokazují i uvedená data v grafu. Lidé přijíždějící do Zlínského kraje primárně za účelem návštěvy BCRZ si organizují svůj čas tak, aby měli možnost shlédnout některé turistické atraktivity. Fanoušci, kteří neprojevili zájem o turistické památky, uvedli vždy odůvodnění. Mezi nejčastější odpovědi lze zařadit nedostatek volného času a celkový nezájem o památky.

Graf 19 Návštěvnost turistických památek



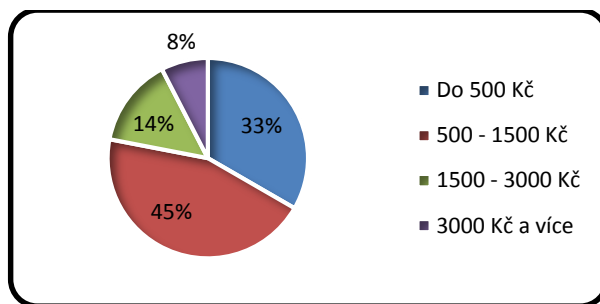
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Otázka č. 9: Kolik v průměru utratíte na sportovním podniku (Barum Czech Rally Zlín)?

Tato otázka je zaměřena na průměrnou útratu při návštěvě Barum Czech Rally Zlín. Samozřejmě je zde značný rozdíl zda se jedná o zahraničního návštěvníka nebo turistu ze Zlín-

ského či jiného kraje v České republice. Rozdíl ve výši útraty je dán především tím, zda návštěvník tohoto motoristického podniku využije placeného ubytování či nikoli. V mém dotazníku jsou zastoupeni respondenti pouze z České republiky a Slovenska. Nejvíce dotazovaných (45 %) zvolilo možnost útraty v rozmezí 500 – 1500 Kč. Následuje průměrná útrata do 500 Kč (33 %), 1500 – 3000 Kč (14 %) a útrata vyšší než 3000 Kč.

Graf 20 Průměrná útrata na BCRZ

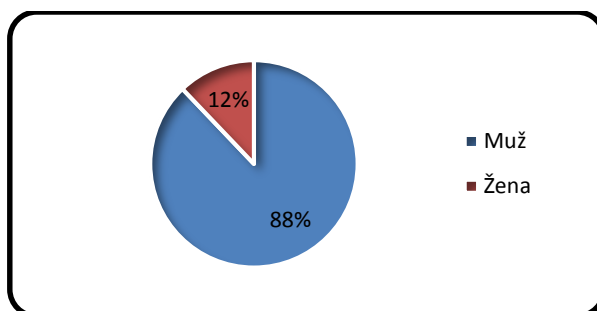


(Zdroj: Vlastní zpracování)

Otázka č. 10: Jaké je vaše pohlaví?

Otázka č. 10, se zaměřuje na pohlaví respondentů. Dotazník je více zaměřen na mužskou část populace, která se o automobilové závody zajímá více. Dotazník jsem se snažil směřovat přímo na lidi, kteří se těmto závodům věnují či se o ně zajímají a rádi je navštěvují.

Graf 21 Pohlaví respondentů

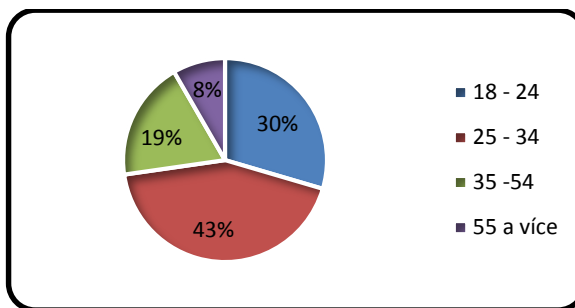


(Zdroj: Vlastní zpracování)

Otázka č. 11: Do jaké věkové kategorie se řadíte?

Otázka č. 11, zobrazuje věk respondentů. Snažil jsem se o to, aby se dotazník dostal ke všem věkovým kategoriím. Jelikož jsem pro sběr dat využil i internet a sociální sítě, hlavní část respondentů spadá do věkových kategorií 18 – 24 a 25 - 34 let. 19 % dotazovaných tvoří věková skupina 35 – 54 let a kategorii 55 + zastupuje 8 % respondentů.

Graf 22 Věkové kategorie respondentů

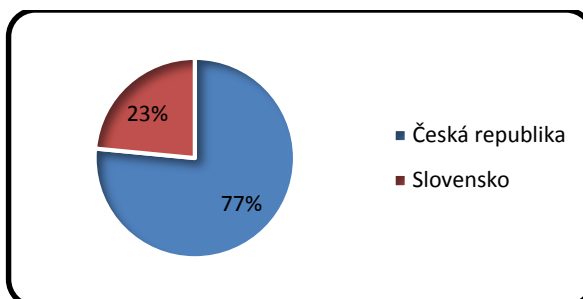


(Zdroj: Vlastní zpracování)

Otázka č. 12: Odkud pocházíte?

V následujícím grafu je zobrazena národnost respondentů. Převažují dotazovaní z České republiky, jejichž odpovědi se získávaly snáze. Nicméně vzhledem k povaze projektu bylo nutné oslovit také respondenty na Slovensku, což se mi díky kontaktům v oblasti rallysportu podařilo.

Graf 23 Národnost respondentů



(Zdroj: Vlastní zpracování)

9.2 Řízený rozhovor

Řízený strukturovaný rozhovor byl proveden při osobním setkání s ředitelem Barum Czech Rally Zlín, Miloslavem Regnerem. Cílem výzkumu bylo zjištění informací o sportovním podniku BCRZ.

Otázky stanovené pro řízený rozhovor:

1. Jak hodnotíte současnou pozici Barum Czech Rally Zlín na mezinárodní motoristické scéně?
2. Jaký je Váš pohled na přínos BCRZ Zlínskému kraji?

3. V rámci podniků ERC, existuje nějaká aktivita nebo věc, která je pro Vás inspirující a rádi byste ji zařadili do programu BCRZ?

4. Co očekáváte od možné spolupráce se Slovenskem?

Odpovědi:

Ad 1) Zlínská Barum Rally patří od roku 1984 do šampionátu Mistrovství Evropy. Z reálného pohledu je Mistrovství Evropy nejvyšším možným stupněm rally, který lze v ČR uspořádat. Co se týče srovnání „barumky“ a dalších devíti sportovních podniků evropské scény patříme do lepší poloviny. Což je pro nás velký úspěch, když si uvědomíme, že v šampionátu jsou dnes bývalé podniky MS, jako je Korsika nebo Kypr.

Ad 2) Nezávislá studie Univerzity Tomáše Bati vypočítala přínos přibližně 150 mil. korun. Někteří lidé si neuvědomují, že se nejedná pouze o sportovní zábavu, ale také o značné podpoření ekonomiky kraje. Jsme rádi, že město Zlín a Zlínský kraj si uvědomují tyto přínosy a dlouhodobě patří mezi hlavní partnery akce.

Ad 3) Je spousta věcí, které jsou inspirující, ne všechny lze realizovat v ČR. Přes sportovní stránku je BCRZ v Evropě na nejvyšší úrovni a většinou se chodí pro radu k nám. Kde však máme rezervy je propagace a prodej značky. Otázkou zlepšení se aktuálně zabýváme. Především pracujeme na zkvalitnění zákaznického e-shopu rally.

Ad 4) Především si od spolupráce slibujeme větší atraktivitu. Věříme, že soutěž se stane tímto krokem ještě více přitažlivá. Bezpochyby se tím zvýší její prestiž, což by mělo přilákat více diváků a partnerů.

Shrnutí kapitoly:

Primárním účelem dotazníkového šetření bylo zjišťování zájmu fanoušků rallysportu o rozšíření Barum Czech Rally Zlín i na slovenské území. Do dotazníku bylo zařazeno i několik otázek, týkajících se návazných činností k BCRZ a zkoumán byl postoj fanoušků k nim.

Z otázek věnujících se přímo projektu spolupráce BCRZ se Slovenskem vyplynulo, že většina respondentů by této variantě byla nakloněna. Téměř polovina dotazovaných (46 %) zaškrtnla odpověď ANO, ještě nerozhodnutých je 39 % respondentů a realizaci tohoto projektu by neuvítalo 15 % dotazovaných.

Z dalších otázek, které jsou zaměřeny na činnosti úzce související se samotným závodem, bylo zjištěno, že fanoušci pravidelně či příležitostně sledují vysílání o BCRZ na Eurospor-

tu a zajímavým faktem je také, že většina respondentů navštěvuje kromě samotného závodu také turistické atraktivity v kraji (67 %).

Díky řízenému rozhovoru, který probíhal s ředitelem Barum Czech Rally Zlín panem Miloslavem Regnerem, jsem získal řadu cenných informací. Rozhovor byl veden na téma současného postavení BCRZ na mezinárodní motoristické scéně, hodnocení jiných evropských podniků, přínosů BCRZ pro Zlínský kraj a zejména očekávání od možného rozšíření soutěže na Slovensko.

10 ZÁVĚRY ANALÝZ PRO PROJEKT

V této kapitole jsou v bodech uvedeny závěry, ke kterým jsem se dopracoval pomocí analýzy současné situace Barum Czech Rally Zlín a vybraných podniků ME Jannerrallye a Geko Ypres Rally, analýzy stavu současné rally na Slovensku a komparace sportovních eventů pořádaných ve více zemích.

Z výše uvedených analýz vyplývá:

- Barum Czech Rally Zlín je jedna z největších motoristických akcí České republiky. V současné době je součástí prestižního seriálu ERC. Silnou stránkou je konstantní vysoká návštěvnost. V roce 2014 činila návštěvnost akce 244 tisíc diváků. Rok od roku stoupá počet vydaných akreditací jednotlivým médiím a na satelitní stanici Eurosport sledují soutěž miliony diváků. (viz kapitola 6.1)
- Důležitým faktorem je ekonomický přínos do regionu. Toto číslo se v posledních letech neustále zvyšuje, vyjma roku 2013, kdy došlo k mírnému poklesu. Zatím poslední uskutečněný ročník 2014 zaznamenal přínos pro region v podobě 157,7 milionů korun. (viz kapitola 6.1)
- Jannerrallye a Geko Ypres Rally jsou svou charakteristikou Barum Czech Rally Zlín velmi blízké. Obě soutěže patří mezi tradiční podniky rallye. Rakouská soutěž je výjimečná především díky tomu, že se jedná o sněhovou soutěž. Geko Ypres Rally si zakládá na propracovaných zážitkových programech. (viz kapitola 6.2)
- Kalendář Mistrovství Slovenska pro rok 2015 obsahuje 6 závodů. Z analýzy rallye na Slovensku vyplynulo, že vhodnou soutěží pro budoucí spolupráci s Barum Czech Rally Zlín je Rally Trábeč. Tato spolupráce má oporu i v minulosti, kdy oba podniky tvořily v letech 1985 - 1987 společnou soutěž. (viz kapitola 7.3)
- Při pohledu na sportovní akce pořádané ve dvou zemích (EURO 2012, MS v hokeji 2012 a 2013) je zřejmé, že převažují výhody z uspořádání eventu. A to jak z hlediska finančního, tak z hlediska dopadů na cestovní ruch. (viz kapitola 8)
- Pomocí dotazníkového šetření jsem získal cenná data od fanoušků rallysportu, kdy mezi klíčové odpovědi lze zařadit:
 - vyjádření souhlasu s rozšířením BCRZ na Slovensko
 - ochota navštívit rychlostní zkoušky na Slovensku (viz kapitola 9.1)

11 PROJEKT SPOLUPOŘADATELSTVÍ BARUM CZECH RALLY ZLÍN VE SPOLUPRÁCI SE SLOVENSKEM

Projektová část diplomové práce je zaměřena na realizaci spolupořadatelství Barum Czech Rally Zlín 2016 se Slovenskem. Pro jejich sestavení a popis realizace návrhu použiji informace získané z analytické části diplomové práce.

Nejprve si definuji hlavní a dílčí cíle projektu a pomocí časového harmonogramu popíšu jednotlivé fáze přípravy projektu. Dále se zabývám propagací projektu, definuju základní program soutěže a nastíním ekonomické přínosy. V závěru projektové části podrobím projekt nákladové a rizikové analýze.

11.1 Charakteristika a cíl projektu

Impulesem pro realizaci projektu spolupráce Barum Czech Rally Zlín se Slovenskem je snaha organizátorů posunout Barum Czech Rally Zlín na vyšší úroveň. Tato mezinárodní spolupráce by soutěži dodala punc výjimečnosti.

Hlavní cíl projektu:

- realizace spolupořadatelství Barum Czech Rally Zlín ve spolupráci s Rally Trávníč, čímž by vznikla společná soutěž s názvem Barum Czech & Slovak Rally Zlín.

Dílčí cíle projektu:

- získat nové fanoušky rallye;
- poskytnout návštěvníkům soutěže neopakovatelné zážitky;
- zajistit optimální propagaci projektu;
- vyčíslit ekonomické přínosy pro českou i slovenskou stranu.

11.2 Charakteristika Nitranského a Trenčínského kraje

V následující podkapitole analyzují důležité ukazatele cestovního ruchu, a to v Nitranském kraji, kde sídlí Rally Trábeč a také v kraji Trenčínském, na jehož území se rozprostírá část rychlostních zkoušek.

11.2.1 Nitranský kraj

Nitranský kraj svoji rozlohou 6 343,8 km² zabírá 13 % území Slovenské republiky. Nachází se v jihozápadní části Slovenska. Cestovní ruch je vázán zejména na lokality s termálními prameny, kde vyrostly rekreačně – turistické střediska (Komárno, Patince, Štúrovo). (Štatistický úrad SR, ©Štatistický úrad SR)

Tab. 13 Kapacity ubytovacích zařízení a počet jejich návštěvníků k 31. 12. 2013

Kategorie	Nitranský kraj
Počet ubytovacích zařízení	307
Počet lůžek	17 440
Počet návštěvníků	238 440
Počet přenocování	612 661

(Zdroj: Vlastní zpracování; Štatistická ročenka, ©2015)

Ke konci roku 2013 bylo v Nitranském kraji celkem 307 ubytovacích zařízení. Mj. 58 hotelů, 86 penzionů a 7 kempingů. Došlo k poklesu o 569 lůžek v porovnání s rokem 2012. Počet návštěvníků, kteří navštívili kraj, je nejvyšší od roku 2010. O 36 255 přenocování se navýšil ukazatel počtu přenocování návštěvníků ve srovnání s rokem 2012, nicméně v porovnání s rokem 2011 došlo k mírnému poklesu

11.2.2 Trenčínský kraj

Trenčínský kraj s rozlohou 4 502 km² patří mezi menší kraje Slovenska a rozprostírá se v severozápadní části Slovenska. Turisty lákají zejména mnohé historické památky (hrady, zámky, zříceniny). Významnými cíli návštěvníků jsou i koupele v Trenčínských Teplicích atd. (Štatistický úrad SR, ©Štatistický úrad SR)

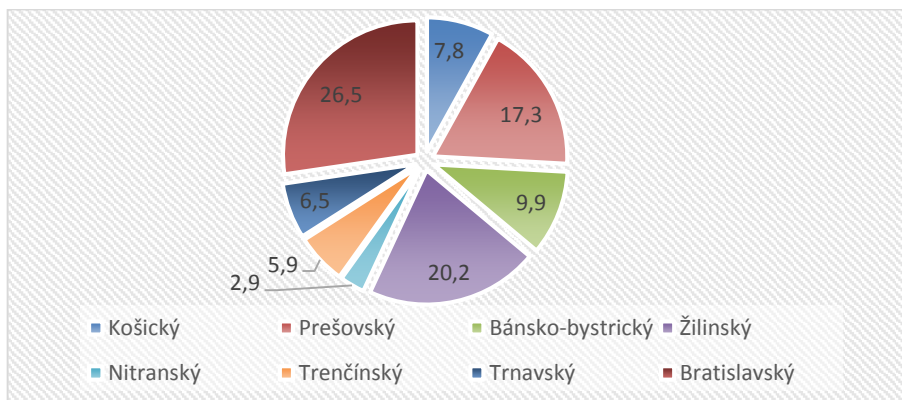
Tab. 14 Kapacity ubytovacích zařízení a počet jejich návštěvníků k 31. 12. 2013

Kategorie	Trenčínský kraj
Počet ubytovacích zařízení	246
Počet lůžek	14 397
Počet návštěvníků	238 336
Počet přenocování	972 493

(Zdroj: Vlastní zpracování; Štatistická ročenka, ©2015)

K 31. 12. 2013 bylo na území Trenčínského kraje evidováno 246 ubytovacích zařízení (z toho: 50 hotelů, 73 penzionů a 5 kempingů). Došlo k poklesu o 297 lůžek oproti roku 2012. Počet návštěvníků, kteří zavítali na území tohoto kraje, byl nejnižší od roku 2009, paradoxně počet přenocování návštěvníků dosáhl nejvyšších čísel od roku 2010.

Graf 24 Návštěvníci ubytovacích zařízení v krajích v roce 2013 (%)



(Zdroj: Vlastní zpracování; Štatistická ročenka, ©2015)

Z celkového pohledu na všechny kraje Slovenské republiky vychází ze srovnání návštěvnosti ubytovacích zařízení nejlépe kraj Bratislavský, ve kterém se za rok 2013 ubytovala více než ¼ turistů. S odstupem následuje kraj Žilinský a Prešovský. Na opačném konci se ocitá **Trenčínský kraj** a s pouhými 2,9 % uzavírá pomyslný žebříček návštěvnosti HUZ **kraj Nitrianský**.

Důležitým faktorem při pořádání motoristického podniku je četnost a rozmístění čerpacích stanic:

Tab. 15 Četnost čerpacích stanic podle krajů

Kraj	Počet čerpacích stanic
Trenčínský kraj	51
Nitrianský kraj	75

(Zdroj: Vlastní zpracování; Azet katalog, ©2015)

Z uvedených tabulek je zjevné, že kraje podrobené zkoumání (Nitranský a Trenčínský) nedosahují významného postavení v oblasti cestovního ruchu, spíše naopak. V porovnání návštěvnosti ubytovacích zařízení s ostatními kraji Slovenské republiky se krčí tyto dva kraje na chvostu. Nicméně ubytovacích zařízení je v obou krajích dostatek na to, aby dokázaly pojmout všechny fanoušky směřující k návštěvě rychlostních zkoušek v okolí Topoľčan.

Akce typu Barum Czech Rally Zlín, jejíž velikost dosahuje evropského rozměru, přiláká množství domácích i zahraničních fanoušků, kteří jsou ochotni při této příležitosti utratit nemalé množství finančních prostředků. Pro Nitranský a Trenčínský kraj by tato akce byla zásadním pozitivním stimulem, jak posunout cestovní ruch na vyšší úroveň.

11.3 Časový harmonogram projektu

V následující podkapitole vytvořím časový harmonogram projektu.

Tab. 16 Časový harmonogram projektu

Aktivita	Přepokládaný termín realizace
Ukončení ročníku 2015	Září 2015
Meetingy s organizátory Rally Trábeč	Říjen 2015
Návrh tratí	Listopad 2015
Jednání se sponzory	Prosinec 2015
Podpis smlouvy o spolupráci – BCRZ a Rally Trábeč	Leden 2016
Představení nového názvu soutěže	Leden 2016
Schválení rychlostních zkoušek	Únor 2016
Meetingy – zabezpečení tratě, cenová politika vstupenek, školení pořadatelů, jednání se státem apod.	Březen 2016 – květen 2016
Zveřejnění zvláštního ustanovení	24. června 2016
Začátek propagace akce	25. července 2016
Rozmístění citylightů	12. srpna 2016
Samotná soutěž	26. – 28. srpna

(Zdroj: Vlastní zpracování)

1. 9. 2015

Ihned po skončení aktuálního ročníku dochází k předávání věcí, sestavuje se seznam poničených úseků a následně probíhá jejich oprava. Po skončení závodu se musí také uklidit odpadky, které zůstaly po návštěvnicích BCRZ.

1. 10. 2015

K začátku října je nutné začít řešit následující ročník. Pořadatelé Barum Czech Rally Zlín absolvují několik meetingů s organizátory Rallye Tríbeč, kde se bude řešit nadcházející možná spolupráce.

1. 11. 2015

S příchodem listopadu je nezbytné se zabývat návrhem tratí pro rok 2016. Probíhají jednání s úřady o povolení průjezdu obcemi. Zástupci Barum Czech Rally Zlín podnikají inspekční cestu na Slovensko, kde vybírají vhodné tratě, jejichž charakter je podobný rychlostním zkouškám na území Zlínského kraje.

1. 12. 2015

V tomto období probíhá jednání se sponzory. Cílem jednání je prodloužit spolupráci se stávajícími partnery a oslovit potencionální nové sponzory jak v České republice, tak na Slovensku. Spolupráce se soukromými subjekty postavená na reklamní bázi je jedním ze základních pilířů pořádání Barum Czech Rally Zlín a jejího dalšího vývoje.

1. 1. 2016

V uvedeném datu dochází k podpisu smlouvy, která obsahuje potvrzení spolupráce mezi Barum Czech Rally Zlín a Rally Tríbeč. V průběhu ledna se zveřejňuje kalendář šampionátu ERC, což znamená, že všechny formální náležitosti spolupráce již musí být uzavřeny. Následně je oficiálně představen nový název soutěže – Barum Czech & Slovak Rally Zlín.

1. 2. 2016

K 1. únoru dochází ke schválení tratě. Organizátoři dále vstupují do jednání s Ředitelstvím silnic a dálnic ČR a Slovenskou správou cest. Meetingy se týkají uzavírek a možného omezení silniční dopravy v průběhu samotné soutěže. Tyto skutečnosti mají dopad i na železniční dopravu, proto je nutná komunikace se státními organizacemi České dráhy a.s. a Železnice SR.

1. 3. 2016 – 1. 6. 2016

V daném měsíčním rozmezí se konají schůzky, kde se řeší zabezpečení tratě, umístění vzdálené servisní zóny, která bude při absolvování slovenských rychlostních zkoušek nezbytností, tvoří se cenová politika vstupenek, školení pořadatelů, způsob stěhování týmu

Eurosport k RZ na Slovensku apod. Představitelé soutěže komunikují s oběma státy a jejich možného zapojení do soutěže.

24. 6. 2016

Na tento den připadá zveřejnění oficiálních dokumentů, které o nadcházející akci prozradí všechny důležité údaje. Jedná se o zvláštní ustanovení, ve kterém je mimo jiné zveřejněn časový rozvrh průběhu celé soutěže.

25. 7. 2016

Měsíc před startem soutěže je ten správný čas začít se samotnou propagací akce. Ze všeho nejdříve lidé zaslechnou upoutávku na Barum Czech Rally Zlín z rádia.

12. 8. 2016

Dva týdny před samotnou soutěží jsou v ulicích krajského města Zlína a rovněž na dalších místech celého Zlínského, Trenčínského a Nitranského kraje rozmístěny více než tři stovky velkoformátových citylightů s grafickou upoutávkou na chystanou soutěž.

26. – 28. 8. 2016

Na pátek 26. 8. 2016 je naplánován start samotného závodu. V sobotu jezdci absolvují náročné rychlostní zkoušky jak v České republice, tak na Slovensku. Soutěž vyvrcholí v neděli 28. 8. 2016 kdy se posádky objeví v odpoledních hodinách na cílové rampě.

11.4 Organizační uspořádání

V rámci projektu Barum Czech & Slovak Rally Zlín bude probíhat úzká spolupráce mezi organizátory Barum Czech Rally Zlín a Rally Trábeč. Tato soutěž se z provedených analýz vyprofilovala jako nejvhodnější podnik ke spolupráci.

Pořadatele pro dvě rychlostní zkoušky, které se pojedou dvakrát na slovenském území, budou zajišťovat slovenští organizátoři. Zároveň bude v místě ředitelství Rally Trábeč ve městě Topolčany zřízeno vzdálené ředitelství soutěže. Funkcí ředitelství bude dohlížet na průběh sobotní etapy na slovenském území, případně koordinovat určité nedostatky vznikající v průběhu závodu s cílem zajistit bezpečnost diváků a hladký průjezd závodních posádek rychlostními zkouškami. Odpovědnými osobami v rámci tohoto budou zástupci obou soutěží Ing. Jan Regner a JUDr. Peter Szczeczina.



Obrázek 2 Ředitelství soutěže BCSRZ

(Zdroj: Vlastní zpracování; Mapy.cz.)

11.5 Propagace projektu

Propagace Barum Czech & Slovak Rally Zlín začíná nabírat na intenzitě měsíc před samotnou soutěží. Je nutné rozlišit rozsah marketingových aktivit směřujících na obyvatele Zlínského, Trenčínského a Nitranského kraje. Ve Zlínském kraji je soutěž již zavedenou značkou, soutěž má dlouhou tradici a lidé o ní ví.

V případě Slovenské republiky bude povědomost o soutěži nižší. Barum Czech Rally Zlín se zde naposled uskutečnila v letech 1985 – 1987, což je dlouhá doba. Lidem v příhraničních oblastech je třeba dát na vědomí, že se zde soutěž bude konat a to prostřednictvím marketingových aktivit, jejichž rozsah bude přesahovat úroveň zmíněných aktivit realizovaných ve Zlínském kraji. V důsledku toho je zřejmé, že náklady na propagaci budou podstatně vyšší v Trenčínském a Nitranském kraji, nežli v kraji Zlínském.

Společná propagace

- *Oficiální webové stránky Barum Czech & Slovak Rally Zlín*

Oficiální stránky Barum Czech & Slovak Rally Zlín jsou funkční celý rok. S blížícím se datem soutěže organizátoři postupně přidávají bližší informace k závodu jak pro fanoušky, tak pro samotné účastníky závodu.

- *Sociální síť*

Sociální síť jsou trendem dnešní doby. Oficiální stránku BCSRZ na Facebooku sleduje přes 15 tisíc fanoušků závodu. Zájemci zde mohou najít informace o soutěži. S blížícím se začátkem soutěže probíhá komunikace s fanoušky intenzivněji, jsou zde vkládány různé zajímavosti a probíhají soutěže o ceny.

- *Promo videa na youtube.cz a stream.cz*

S blížící se soutěží jsou vytvářeny videa a klipy, které jsou nahrány na populární servery youtube a stream.cz. Cílem je upozornit návštěvníky zmíněných webových stránek na brzký začátek akce.

- *Oficiální program Barum Czech & Slovak Rally Zlín*

Programy jsou k dispozici přibližně 14 dní před samotným podnikem na čerpacích stanicích, v e-shopu BCSRZ a na dalších prodejních místech, které budou během srpna zveřejněna na oficiálních stránkách soutěže. Program bude distribuován také na území Trenčínského a Nitranského kraje.

Propagace na území Zlínského kraje

- *Rádio*

Další formou propagace je reklama v rádiu. Tato prezentace akce probíhá prostřednictvím mediálního partnera akce Rádía Zlín (nejposlouchanější regionální soukromá stanice ve Zlínském kraji). Třicetisekundové reklamní spoty jsou vysílány tři dny v týdnu měsíc před uskutečněním akce. Upoutávky jsou vysílány dvakrát denně mezi 9 – 10 a 17 – 18 hod.

- *Tištěná periodika*

Soutěž se prezentuje i prostřednictvím regionálních magazínů (InZlín, Okno do kraje atd.). Dále se jedná například o inzerci v časopisu Rally a dalších magazínech.

- *Reklama ve městě*

Dva týdny před startem závodu je rozmisťováno v ulicích města Zlína a na dalších místech celého Zlínského kraje sto padesát velkoformátových citylightů (rozměry 108 x 180 cm) upozorňujících na blížící se soutěž. Umístěn je rovněž banner před hlavním vchodem mrakodrapu „21“ a na dalších strategických místech v centru Zlína.

Propagace na území Nitranského a Trenčínského kraje

- *Rádio*

Mediálním partnerem akce je rádio WOW, které pokrývá území jak Trenčínského, tak Nitranského kraje. Upoutávky na Barum Czech & Slovak Rally Zlín jsou vysílány měsíc před začátkem soutěže, tři dny v týdnu v časovém rozmezí 10 – 11 a 17 – 18 hodin.

- *Tištěná periodika*

Prestige magazín (celá strana, 148 x 157 mm) sídlí v Topolčanech a vychází měsíčně v nákladu 35 000 výtisků. Barum Czech Rally Zlín se prezentuje v srpnovém vydání. Propagace soutěže bude probíhat i v dalších regionálních měsíčnících či magazínech na území Trenčínského a Nitranského kraje.

- *Reklama ve městě*

Ve městech Trenčín a Topolčany a na dalších strategických místech v obou krajích bude dva týdny před soutěží rozmístěno 200 citylightů.

- *Účast na veletrzích*

Soutěž se prezentuje i prostřednictvím účasti na vybraných veletrzích. Svůj stánek se dvěma zástupci bude mít Barum Czech & Slovak Rally Zlín na veletrhu REGION TOUR EXPO v Trenčíně, jehož tématem je výstava přeshraničního cestovního ruchu regionů ČR a SR. Zástupci soutěže budou přítomni i na veletrhu cestovního ruchu v Nitře se zaměřením na rozvoj regionů.

- *Internetová reklama*

Týden před zahájením soutěže bude zveřejněn na serveru topky.sk PR článek, upozorňující na blížící se start Barum Czech & Slovak Rally Zlín. Banner (300x300) s informacemi o podniku bude rovněž umístěn na webových stránkách automoto.sk.

- *Autogramiáda jezdců*

V týdnu před samotným začátkem závodu se uskuteční v Trenčíně autogramiáda předních jezdců Barum Czech & Slovak Rally Zlín. Akce bude realizována v největším obchodním centru města Laugaricio.

11.6 Základní program Barum Czech & Slovak Rally Zlín

Středa 24. srpna 2016

8.00 - 19.00 hodin: seznamovací jízdy

Čtvrtek 25. srpna 2016

8.00 - 19.00 hodin: seznamovací jízdy

13.00 - 20.00 hodin: administrativní přejímka (ředitelství - budova 21, Zlín)

14.00 - 21.00 hodin: technická přejímka

(servisní areál Continental Barum, spol. s r.o. Otrokovice)

23.30 - 01.00 hodin: seznamovací jízdy na divácké Super RZ Zlín

Pátek 26. srpna 2016

9.00 - 9.25 hodin: kvalifikační RZ

9.30 – 13.00 hodin: testovací RZ (shakedown)

17.00 hodin: slavnostní start rally (náměstí Míru - radnice, Zlín)

21.00 hodin: divácká Super RZ Zlín

Sobota 27. srpna 2016

8.00 hodin: start 1. etapy (Zlín, pod Velkým kinem)

4 RZ realizované v okolí Topolčan a Trenčína

20.00 hodin: cíl 1. etapy (Otrokovice, v blízkosti servisního areálu)

Neděle 28. srpna 2016

7.00 hodin: start 2. etapy (Otrokovice, v blízkosti servisního areálu)

15.45 hodin: cíl rally (náměstí Míru - radnice, Zlín)

16.00 hodin: vyhlášení výsledků (náměstí Míru - radnice, Zlín)

Pro samotné účastníky začíná soutěž již ve středu 24. srpna. Na programu jsou seznamovací jízdy, což pro závodní posádky znamená průjezd rychlostních zkoušek za dodržování pravidel běžného silničního provozu a zapsání všech důležitých náležitostí do itineráře (zatačky, horizonty, změna povrchu atd.).

Ve čtvrtek 25. srpna jsou na pořadu dne opět seznamovací jízdy, tentokrát pro rychlostní zkoušky, které jezdci ve středu neabsolvovali. Od 13. hodin se v budově ředitelství soutěže koná administrativní přejímka, kde se prezentují samotné posádky, probíhá předávání startovních čísel apod. Souběžně s administrativní přejímkou probíhá i přejímka technická, která se koná v rozlehlém areálu společnosti Barum Continental spol., s.r.o. v Otrokovicích. Cílem technické přejímky je zkontrolovat stav závodního vozidla, zda odpovídá regulím a je schopno odstartovat do závodu. V nočních hodinách pak probíhají seznamovací jízdy na diváckou RZ v ulicích města Zlína.

Páteční dopoledne je vyhrazeno nejdříve pro kvalifikační rychlostní zkoušku. Této RZ se účastní prioritní jezdci FIA a ERC. Po jejím skončení následuje na stejné trati klasická testovací RZ, kde může zbytek startovního pole pilovat správné nastavení vozu pro samotný závod. Na 17. hodinu je naplánován slavnostní start závodu, který se uskuteční před radnicí na náměstí Míru ve Zlíně. Ve večerních hodinách (21.00) se uskuteční divácky nesmírně atraktivní městská RZ. Ještě před zahájením samotné RZ se však diváci pokochají pohledem na rozevláté průjezdy historických vozidel.

V sobotu 27. srpna v 8.00 sjede první soutěžní vůz ze startovní rampy pod Velkým kinem ve Zlíně vstříc náročným rychlostním zkouškám. Trať obsahuje RZ jak na českém, tak na slovenském území. Na Slovensku na rozmezí krajů Trenčínského a Nitrianského jsou v průběhu dne realizovány čtyři průjezdy RZ. Jedná se o dvě tratě, které jezdci budou absolvovat dvakrát. Cíl sobotní etapy závodu je určen na 20.00. Posádky odstaví své vozy v Otrokovicích v blízkosti servisního areálu.

Poslední den soutěže začíná již v 7.00, kdy posádky opouští Otrokovice a směřují k první rychlostní zkoušce dne. Tento den jsou RZ situovány pouze na území České republiky. Slavnostní cíl rally se odehrává na náměstí Míru ve Zlíně v 15.45 hodin. Poté následuje vyhlášení výsledků, rozdělení cen a ukončení celé soutěže.

11.7 Ekonomický přínos Barum Czech & Slovak Rally Zlín

Ekonomický přínos do regionu pro slovenskou stranu

Níže uvedená kalkulace je odhadem obrátu v roce 2016 slovenské části Barum Czech & Slovak Rally Zlín. Vycházel jsem ze zkušenosti z minulých ročníků, především z návštěvnosti BCRZ 2014. Kalkulace je založená na počtu slovenských a zahraničních turistů, jejich průměrné denní útratě a počtu dnů strávených v destinaci. Jak vyplývá ze statistik agentury CzechTourism, průměrná útrata zahraničního turisty činí v průměru 2 399 Kč osoba/den, nicméně v okolí Topoľčan se bude závodit pouze jeden den, tudíž nebude potřeba ubytování a kalkulace byla snížena na polovinu (1200 Kč = 43,83 EUR). Slovenský turista z Nitranského, Trenčínského či jiného kraje utratí za návštěvu rychlostních zkoušek na slovenském území (11,87 EUR = 325 Kč) osoba/den (kalkulace je vytvořena opět bez potřeby ubytování). Jezdci a jejich týmy nebyli bráni v potaz, neboť ubytování budou ve Zlíně a na Slovensko závodní posádky zamíří pouze absolvovat 4 průjezdy RZ. Počty návštěvníků jsou stanoveny na 1/3 oproti roku 2014, nýbrž je počítána návštěvnost jen za 4 průjezdy RZ. Organizace BCSRZ (pořadatelé, časomíra atd.) je zajišťována slovenskou stranou (organizátoři Rally Trábeč).

Při kalkulaci vycházím z kurzu převodu 27,38 platného k 10. 4. 2015.

Při kalkulaci jsem použil následující počty účastníků:

Počet organizace BCSRZ (pořadatelé, výsledky, časomíra apod.): 675

Počet zahraničních účastníků (diváci): 3 800

Počet účastníků z Nitranského a Trenčínského kraje: 4 000

Počet účastníků z jiných krajů SR: 6 000

Celkem: 14 475

Zahraníční účastníci: (3800 x 1 den x 43,83 EUR) = 166 554 EUR

Slovenští účastníci rally z jiných krajů: (6100 x 1 den x 11,87 EUR) = 71 220 EUR

Organizace BCSRZ: (675 x 1 den x 11,87 EUR) = 8012,25 EUR

Účastníci z Nitranského a Trenčínského kraje: (4000 x 1 den x 11,87 EUR) = 47 480 EUR

Barum Czech & Slovak Rally Zlín přinese do Nitranského a Trenčínského kraje celkově **293 266,25 EUR** (8 029 623 Kč).

Ekonomický přínos pro českou stranu

Níže je znázorněna kalkulace odhadu ekonomického přínosu Barum Czech & Slovak Rally Zlín 2016 pro Zlínský kraj. Vycházel jsem z návštěvnosti BCRZ 2014. Kalkulace je založena na počtu českých a zahraničních turistů, jejich průměrné denní útratě a počtu dní strávených v destinaci. Navýšen byl zejména počet zahraničních fanoušků, protože se očekává zvýšená motivace slovenských fanoušků cestovat do centra soutěže. Agentura CzechTourism uvádí následující údaje: průměrná útrata zahraničního účastníka činí 2399 Kč, českého účastníka z jiných krajů 650 Kč, účastníka ze Zlínského kraje 325 Kč. Jezdci a jejich týmy se ve Zlíně zdrží 5 dní, fanoušci 3 dny.

Při kalkulaci jsem použil následující počty účastníků:

Počet organizace BCSRZ (pořadatelé, výsledky, časomíra apod.):	2 700
Počet zahraničních účastníků rally (jezdci a jejich týmy):	1 900
Počet českých účastníků rally (jezdci a jejich týmy):	1 100
Počet zahraničních účastníků (diváci):	11 800
Počet účastníků ze Zlínského kraje:	12 100
<u>Počet účastníků z jiných krajů ČR:</u>	<u>18 400</u>
Celkem:	48 000

Zahraniční účastníci: $(1\,900 \times 5 \text{ dnů} \times 2\,399 \text{ Kč}) + (11\,800 \times 3 \text{ dny} \times 2\,399 \text{ Kč}) =$
107 715 100 Kč

Čeští účastníci rally z jiných krajů: $(1\,100 \times 5 \text{ dnů} \times 650) + (18\,400 \times 3 \text{ dny} \times 650 \text{ Kč}) =$
39 455 000 Kč

Organizace BCRZ: $(2\,700 \times 3 \text{ dny} \times 325 \text{ Kč}) = 2\,632\,500 \text{ Kč}$

Ostatní účastníci ze Zlínského kraje: $(12\,100 \times 3 \text{ dny} \times 325 \text{ Kč}) = 11\,797\,500 \text{ Kč}$

Celkem tedy Barum Czech & Slovak Rally Zlín v roce 2016 přinese do Zlínského kraje **161 600 100 Kč**.

11.8 Dotace

V rámci spolupráce organizátorů Barum Czech Rally Zlín a Rally Trávníček na společném podniku Barum Czech & Slovak Rally Zlín je možné dosáhnout na dotace z EU. Jedná se o program **přeshraniční spolupráce** Slovenská republika – Česká republika 2014 – 2020. Tento program zastřešuje Ministerstvo zemědělství a rozvoje venkova SR a Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. (sk-cz.eu, ©2008)

Základní informace o programu

Aktivita je možné realizovat v pohraničních oblastech na úrovni NUTS III. V případě tohoto projektu se jedná o Zlínský kraj a Trenčínský kraj, ve kterém je realizována část rychlostních zkoušek, je zde umístěna vzdálená servisní zóna a probíhá zde doprovodný program.

Nové podmínky stanovují splnění minimálně třech kritérií spolupráce ze čtyř níže definovaných:

- společná příprava projektu;
- společná realizace projektu;
- společný personál;
- společné financování. (sk-cz.eu, ©2008)

O finanční příspěvek mohou žádat podnikatelské subjekty, veřejnoprávní a neziskové organizace. Program uplatňuje princip **vedoucího partnera**, který nese plnou zodpovědnost za realizaci projektu. Při výběru a posuzování projektů je kladen důraz na pozitivní přeshraniční dopad.

Finanční rámec

Rozpočet programu činí **90 mil. EUR** z prostředků ERDF (Evropský fond pro regionální rozvoj). Maximální výše dotace představuje 85 % z celkových oprávněných nákladů projektu. (sk-cz.eu, ©2008)

11.9 Nákladová analýza

Náklady na propagaci

V níže uvedené tabulce jsou vyčísleny náklady na propagaci soutěže Barum Czech & Slovak Rally Zlín. Jsou zde uvedeny pouze marketingové aktivity, jejichž realizace sebou ponese určité náklady. Například upoutávky na soutěž na Rádiu Zlín a Rádiu WOW jsou zdarma, neboť se jedná o mediální partnery akce a jde o tzv. barterovou spolupráci.

Tabulka je rozdělena na náklady, které budou vynaloženy za účelem propagace závodu ve Zlínském kraji a na náklady prostřednictvím kterých bude probíhat propagace na slovenském území, konkrétně v Trenčínském a Nitrianském kraji. Částky jsou uvedeny v korunách.

Tab. 17 Náklady na propagaci Barum Czech & Slovak Rally Zlín

Forma propagace	Náklady	
	ČR	SR
Promo videa na youtube a stream.cz	20 000	
Tištěná periodika	30 000	60 000
Rozmístění citylightů v krajích	150 000	250 000
Výzdoba ve městech (bannery)	40 000	40 000
Účast na veletrzích (výroba stánku atd.)	-	30 000
Internetová reklama	-	65 000
Autogramiáda jezdců	30 000	50 000
Celkem v obou zemích	250 000	495 000
Náklady celkem	765 000	

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Z uvedené tabulky je zřejmé, že úroveň nákladů vynaložených k informování obyvatel na území Trenčínského a Nitrianského kraje je jedenkrát tak vyšší, nežli náklady určené pro propagaci ve Zlínském kraji. Nejvyšší část nákladů je vydána na tvorbu a rozmístění citylightů ve městech. Celkové náklady na propagaci Barum Czech & Slovak Rally Zlín ve všech krajích činí 765 000 Kč.

Náklady na realizaci rychlostních zkoušek na Slovensku

V níže uvedené tabulce uvedu náklad na realizaci dvou rychlostních zkoušek v Nitranském a Trenčínském kraji. Jedná se o celkové náklady potřebné k zabezpečení rychlostní zkoušky (1/3 tvoří náklady na personální zajištění, 1/3 činí náklady na materiálové zabezpečení a zbytek tvoří režijní náklady (nájem komunikací atd.)). Náklady se mohou lišit podle délky RZ či počtu diváckých míst. Jelikož přesné umístění RZ a jejich délka ještě nejsou známy, vycházím z průměrné délky RZ ročníku 2014, což činí 15,9 km.

Tab. 18 Odhadované náklady na realizaci rychlostní zkoušky

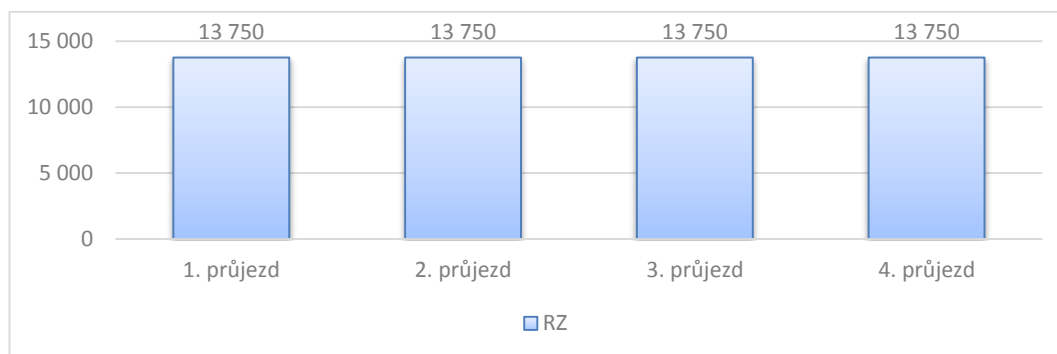
Rychlostní zkouška	Náklady na realizaci
RZ Slovensko 1	200 000
RZ Slovensko 2	200 000
Celkem	400 000

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Plán příjmů z realizace rychlostních zkoušek na Slovensku

Očekávaná návštěvnost rychlostních zkoušek na území Trenčínského a Nitranského kraje činí 55 000 diváků. Jedná se o 2 RZ, které se pojedou daný den dvakrát, tudíž 4 průjezdy závodních posádek. Již uvedené množství diváků se tedy rozptýlí mezi 4 průjezdy RZ, jak ukazuje následující graf.

Graf 25 Odhadovaný počet diváků na RZ v Trenčínském a Nitranském kraji



(Zdroj: Vlastní zpracování)

Příjmy pro pořadatele plynou z prodeje jednorázových vstupenek a permanentních vstupenek. Zakoupená jednorázová vstupenka opravňuje diváka ke vstupu na jednu rychlostní zkoušku, její cena činí 90 Kč. Permanentní vstupenka (visačka) je platná po celou dobu konání rallye, její vlastnictví umožňuje návštěvu všech RZ i servisu. Cena je stanovena na 250 Kč. Množství prodaných permanentních vstupenek jsem odhadl podle návštěvnosti

jednotlivých RZ Barum Czech Rally Zlín 2014. Je třeba podotknout, že část diváků, kteří navštíví rychlostní zkoušky v okolí měst Trenčín a Topoľčany, již má permanentní vstupenky zajištěny z předprodeje a na místě je tedy kupovat nebudou.

Tab. 19 Odhadovaný příjem z prodaných vstupenek v rámci RZ na Slovensku

Množství prodaných vstupenek	Částka
9 000 * 90	810 000
1 500 * 250	375 000
Celkem	1 185 000

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Z uvedené tabulky vyplývá, že většina diváků si zaplatí jednorázové vstupenky (9 000 fanoušků), 1 500 diváků, kteří zde navštíví rychlostní zkoušky, využijí možnosti koupě permanentní vstupenky. Celkový příjem z prodaných vstupenek na slovenském území (4 RZ) činí 1 185 000 Kč.

Návratnost investice

Ukazatel ROI znamená návratnost investice. Vyjadřuje poměr výnosu k investovanému kapitálu. Prostřednictvím tohoto ukazatele zhodnotím návratnost investic z realizovaných rychlostních zkoušek v Trenčínském a Nitranském kraji. V rámci výnosů jsou započteny příjmy z prodaných vstupenek – 4 RZ na Slovensku, investice obsahují náklady na propagaci soutěže na slovenském území plus náklady na realizaci dvou rychlostních zkoušek, které se uskuteční dvakrát.

$$ROI = \frac{\text{příjmy z prodaných vstupenek}}{\text{náklady na propagaci} + \text{náklady na realizaci RZ}} * 100$$

$$ROI (\%) = \frac{1\ 185\ 000}{495\ 000 + 400\ 000} * 100 = 132 \%$$

Jak je patrné z výsledku, investice vložené do realizace Barum Czech & Slovak Rally Zlín na Slovensku se organizátorům vrátí. Každá vložená koruna se vrátí 1,32 krát.

11.10 Riziková analýza

S každým projektem se pojí řada rizik. Jedná se o ovlivnitelná rizika, která lze eliminovat či zcela odstranit a neovlivnitelná rizika, která mají na projekt zpravidla negativní dopad. V následující tabulce je vyjádřena pravděpodobnost vzniku rizika a stupeň dopadu jednotlivých rizikových faktorů.

Tab. 20 Riziková analýza

Riziko	Stupeň dopadu			Pravděpodobnost vzniku rizika			Výsledek
	Nízký 0,1	Střední 0,4	Vysoký 0,7	Nízký 0,3	Střední 0,5	Vysoký 0,7	
Nepříznivé počasí							0,2
Nízká návštěvnost							0,21
Brzký výpadek předních posádek							0,2
Neukáznění diváci							0,21
Nevhodná propagace							0,03
Zrušení rychlostní zkoušky							0,21

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Vybraná rizika se hodnotí podle toho, jaký dopad by měla na spolupořadatelství Barum Czech Rally Zlín s Rally Trábeč a jaká je pravděpodobnost jejich výskytu. Následně se rozřadí do tří kategorií:

1. Interval 0 – 0,1 značí nízké riziko
2. Interval 0,11 – 0,21 značí střední riziko
3. Interval 0,22 – 0,5 značí vysoké riziko

Nízká rizika

- Nevhodná propagace

Jedním z možných rizik je špatně zvolená propagace akce, což by se mohlo projevit v celkové návštěvnosti. Důležité je především upozornit na rychlostní zkoušky na Slovensku, fanoušci byli dosud zvyklí navštěvovat rychlostní zkoušky pouze na úrovni Zlínského kraje. Nicméně pravděpodobnost vzniku rizika je nízká, protože organizátoři soutěže vychází při propagaci Barum Czech Rally Zlín z letitých zkušeností.

Střední rizika

- Nepříznivé počasí

Jedná se o riziko, které není přímo ovlivnitelné. S rozmary počasí může návštěvnost klesat či stoupat. Za slunečného počasí vyrazí k tratím rychlostních zkoušek více diváků, než když je deštivo. Intenzivní dešťové přehánky mohou znepríjemnit jízdu také samotným posádkám, rychlostní zkoušky se stávají náročnějšími než za sucha a množství posádek na tyto těžké podmínky doplatí v lepším případě krátkým výletem mimo trať, v horším případě odstoupením.

- Nízká návštěvnost

Nízká návštěvnost je každoročním „strašákem“ organizátorů BCRZ. Návštěvnost je ovlivněna celou řadou faktorů mj. nedostatečná propagace akce, nepříznivé počasí či kvalita startovního pole. Spojením BCRZ s Rally Trábeč by měli být slovenští fanoušci více motivováni nejen k návštěvě RZ na Slovensku, ale také ke zhlédnutí průjezdů závodních vozů ve Zlínském kraji.

- Brzký výpadek předních posádek

Špice startovního pole s množstvím zahraničních posádek je na BCRZ tradičně široká, nicméně rychlostní zkoušky jsou náročné a existuje zde riziko, že by řada předních jezdců mohla ze soutěže odstoupit ještě před absolvováním RZ na slovenském území. Tento faktor by mohl ovlivnit ochotu fanoušků navštívit tyto rychlostní zkoušky.

- Neukáznění diváci

Neukázněnost diváků spočívá především v nedodržování bezpečnostních předpisů. Občas se zdržují mimo vyznačená oficiální divácká místa a tím ohrožují vlastní zdraví. Pravděpodobnost vzniku rizika je nízká, protože zabezpečení tratě je každoročně na vysoké úrovni a pořadatelé jsou při školení před soutěží právě k takovým nastalým situacím podrobně instruováni.

- Zrušení rychlostní zkoušky

Zrušení rychlostní zkoušky je až úplně krajním řešením. Dochází k tomu jen ve výjimečných případech. Mezi faktory, které vedou až ke zrušení RZ může patřit velké množství diváků na RZ, neukázněnost diváků, havárie závodního vozu či nutnost průjezdu sanitního vozu k případu nesouvisejícího se závodem. Zrušení RZ může být rea-

lizováno na základě posouzení situace bezpečnostního pracovníka rally či z rozhodnutí ředitele rally.

11.11 SWOT analýza

Tato analýza se zaměřuje na silné a slabé stránky spolupořadatelství Barum Czech Rally Zlín se Slovenskem, ale také na její příležitosti a hrozby.

Tab. 21 SWOT analýza spolupráce BCRZ se Slovenskem

Silné stránky	Slabé stránky
Prestiž	Nákladové položky Stěhování Eurosportu
Stabilita v kalendáři	
Krátkodobá zaměstnanost	
Finanční přínos (chudé pohraničí)	
Absence jazykové bariéry	
Příležitosti	Hrozby
Mediální přínos	Neověřené tratě
Možnost získání dotací	Složité logistické zajištění
Zapojení státu	

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Silné a slabé stránky

Barum Czech Rally Zlín je na evropském kontinentu považována za jednu z nejvýznamnějších a nejlépe organizovaných soutěží. Spolupořadatelství se Slovenskem by její prestiž ještě zvýšilo. V současném kalendáři ERC se nenachází žádná soutěž, kde by probíhala mezinárodní spolupráce na uspořádání podniku rally. Právě tato skutečnost by měla Barum Czech Rally Zlín zajistit stabilitu v kalendáři, neboť se jedná o zcela jedinečnou a ve své podstatě inovativní záležitost. Vzhledem k velikosti akce jsou najímání pracovníci na dohodu o provedení práce. Barum Czech Rally Zlín tak nabízí dočasná pracovní místa nejen ve Zlíně, ale také v přilehlých obcích. Význam a velikost soutěže přiláká do česko – slovenského pohraničí řadu domácích i zahraničních fanoušků, kteří zde budou ochotni utratit množství finančních prostředků, což bude významný pozitivní ekonomický stimul pro tuto ne příliš bohatou oblast. Nespornou výhodou při organizaci společného podniku se Slovenskem je absence jazykové bariéry. Není příliš časté, aby se pořadatelé

akcí spolupracujících na mezinárodní úrovni domluvili mateřským jazykem a nemuseli používat jazyk univerzální.

Mezi slabé stránky patří nákladové položky. Tím, že se soutěž už nebude konat pouze v okolí Zlína, vzrostou náklady na cestovné. Nutností bude absolvovat řadu cest na Slovensko, ještě před zahájením soutěže, kde proběhne řada důležitých meetingů, jednání apod. Nezanedbatelné náklady tvoří také výdaje za telekomunikační služby (roaming), které především ve fázi příprav, ale také v průběhu samotné soutěže budou nabývat vysokých hodnot. Vynaložení množství finančních prostředků bude zapotřebí k přesunu všech členů týmu Eurosportu. V roce 2012, kdy byly 2 rychlostní zkoušky (4 přímé přenosy) vysílány živě, dorazilo do Zlína zhruba 60 členů Eurosportu. Nedílnou součástí vysílání podniků rally na této stanici je helikoptéra. Náklady na její provoz jsou vysoké a přesunutím několika rychlostních zkoušek na Slovensko ještě vzrostou.

Příležitosti a hrozby

Mezi příležitostmi lze zařadit mediální přínos. V roce 2014 Eurosport odvysílal téměř 6,5 h materiálů týkajících se Barum Czech Rally Zlín. Při spolupráci s našimi východními sousedy by část tohoto televizního pokrytí bylo věnováno právě Slovensku. Tratě RZ a turistické atraktivity by byly snímány helikoptérou a Slovensko by se mohlo prezentovat na nejsledovanější sportovní stanici v Evropě. Další příležitost, která plyne z realizace projektu, je možnost získání dotací. V posledních letech byla v rámci přeshraniční spolupráce ČR – Slovensko realizována řada úspěšných dotačních programů. Důležitý je přeshraniční dopad projektu a přínos z realizace projektu musí mít prokazatelně obě strany. Akce typu Barum Czech Rally Zlín je stále považována za event regionálního významu, nicméně realizací projektu by se její význam vyhoupl do mezinárodního měřítko. Tato skutečnost nahrává možnosti zapojení státu do fungování soutěže, např. převzetí záštity nad soutěží apod.

Hrozbou mohou být tratě na slovenském území, na kterých se Barum Czech Rally Zlín nikdy nejela. Právě v tomto důsledku je nutné klást důraz na pečlivý a důkladný výběr rychlostních zkoušek ve fázi příprav soutěže. Celá organizace akce bude vyžadovat pečlivé naplánování.

11.12 Zhodnocení projektové části

Projektová část je zaměřena na návrh spolupráce Barum Czech Rally Zlín a Rally Trábeč, díky čemuž vznikne společná soutěž Barum Czech & Slovak Rally Zlín. Z dotazníkového šetření realizovaného v praktické části vyplynulo, že fanoušci rallysportu mají zájem o realizaci projektu. Na úvod projektové části byly analyzovány z hlediska cestovního ruchu kraje Trenčínský a Nitranský, na jejichž území se pojedou rychlostní zkoušky.

Dále byl vytvořen časový harmonogram projektu, jehož časový rozsah je značně rozsáhlý. Při tvorbě projektu takové velikosti je důležité naplánovat řadu činností. Zásadní je datum 1. 1. 2016, kdy proběhne podpis smlouvy o spolupráci mezi organizátory obou soutěží a zveřejní se nový název soutěže – Barum Czech & Slovak Rally Zlín. Na slovenském území se v rámci sobotní etapy odjedou 2 RZ, každá dvakrát, celkově tedy 4 průjezdy. V Topolčanech bude zřízeno vzdálené ředitelství soutěže, které zejména v průběhu sobotní etapy bude dohlížet na hladký průběh závodu.

Barum Czech & Slovak Rally Zlín bude propagována klasickými způsoby, jako tomu bylo doteď, ale také novými marketingovými aktivitami. Zejména v krajích Trenčínském a Nitranském bude kladen na propagaci velký důraz. Samotná soutěž se uskuteční 26 – 28. 8. 2016. Vyčíslen je ekonomický přínos pro kraje, na jejichž území se soutěž uskuteční. Pro Zlínský kraj činí přínos přes 160 mil. Kč, což je dáno především tím, že město Zlín je centrem závodu a většina fanoušků, ale i jezdců a týmů zde stráví nejméně dny. Do Trenčínského a Nitranského kraje přinese akce přes 8 mil. Kč (téměř 300 tisíc EUR), což je v kontextu toho, že zde budou realizovány 4 RZ výborné číslo a pozitivní stimul pro cestovní ruch.

V závěru projektové části byla zpracována nákladová analýza, která se především zaměřila na rozčlenění nákladů vztahujících se k propagaci projektu. Nejvyšší náklady na marketingové aktivity byly vynaloženy na vytvoření a rozmístění citylightů ve městech Zlín, Trenčín a Topolčany. Analyzovány byly následně náklady potřebné na realizaci rychlostních zkoušek na Slovensku a díky těmto údajům bylo možné vyčíslit ukazatel ROI. Bylo zjištěno, že organizátorům soutěže se vynaložené investice vrátí. V úplném závěru projektu byla zpracována riziková analýza, ukazující možné rizika projektu. Žádné riziko nebylo vyhodnoceno jako vysoké, mezi rizika střední se řadí např. možnost zrušení rychlostní zkoušky či nepříznivé počasí.

ZÁVĚR

Cílem mé diplomové práce bylo zpracování projektu týkajícího se možné formy spolupráce Barum Czech Rally Zlín se Slovenskem.

Na základě studia odborné literatury jsem stručně definoval pojem cestovní ruch z pohledu několika autorů. Obširněji jsem se věnoval sportovnímu cestovnímu ruchu, jehož je Barum Czech Rally Zlín součástí. Další kapitola byla tvořena vyjasněním pojmu event, jejich klasifikaci či popisem významných sportovních eventů u nás i v zahraničí. Následně jsem charakterizoval základní analytické metody použité v práci, konkrétně se jedná o SWOT analýzu, marketingový výzkum a řízený rozhovor.

Praktickou část jsem uvedl stručným charakterizováním akce včetně popisu její bohaté historie. Následující kapitola zahrnovala analýzu současné situace Barum Czech Rally Zlín. Bylo potřeba pomocí dostupných materiálů provést šetření v oblasti návštěvnosti, reklamy a medializace na Eurosportu a ekonomických přínosů Barum Czech Rally Zlín do regionu. Na základě těchto informací byla vytvořena SWOT analýza soutěže. Poté jsem vybral 2 podniky ze seriálu ERC, provedl jejich komparaci. V analýze současného stavu rally na Slovensku byla nejprve popsána dlouhá historie rallysportu v Československu, nastíněn kalendář závodů pro rok 2015 a podrobněji zkoumána Rally Trábeč, která se jeví nejvýhodněji pro možnou spolupráci. Pro dosažení kvalitních výsledků analýzy jsem zpracoval množství statistik závodů uskutečněných v posledních letech na slovenském území.

Samostatnou kapitolu tvořily sportovní eventy, které byly pořádány ve dvou zemích. Konkrétně se jedná o fotbalové EURO 2012 a MS v hokeji 2012 a 2013. Zaměřil jsem se na finanční stránku akce, ale také jsem konkretizoval dopady na cestovní ruch. V neposlední řadě byl věnován prostor dotazníkovému šetření a řízenému rozhovoru, díky nimž jsem získal řadu cenných informací.

V projektové části jsem se zabýval možnostmi spolupráce mezi Barum Czech Rally Zlín a Rally Trábeč, která byla zvolena nejvhodnějším podnikem pro spolupráci, díky výsledku analýz v praktické části práce. Nejprve byly charakterizovány kraje, na jejichž území se nacházejí rychlostní zkoušky Rally Trábeč. Následně byl konkretizován časový harmonogram projektu, základní program soutěže a nastíněny možnosti propagace projektu. Poté byl proveden výpočet ekonomického přínosu pro obě země a na závěr jsem zpracoval nákladovou a rizikovou analýzu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Knižní publikace

ADAIR, Daryl and Brent RITCHIE. *Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues - Aspects of Tourism*. Bristol: Channel View Publications, 2004, 316 p. ISBN 978-1-87315-065-8.

BEDNARČÍK, Zdeněk. *Marketingový výzkum*. Vyd. 1. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2008, 176 s. ISBN 978-80-7248-489-8.

ČERTÍK, Miroslav a Věra FIŠEROVÁ. *Volný čas, životní styl a cestovní ruch*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2009, 103 s. ISBN 978-80-86578-93-4.

CETLOVÁ, Helena. *Marketing služeb*. 3., aktualiz. vyd. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2002, 213 s. ISBN 80-7265-049-1.

FORET, Miroslav a Jana STÁVKOVÁ. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003, 159 s. ISBN 80-247-0385-8.

FORST, Michal, Jakub HOFBAUER a Roman ORDELT. *40 let historie Barum Czech Rally Zlín: (1971-2010)*. Vyd. 1. Zlín: Rallye Zlín, c2010, 110 s. ISBN 978-80-254-8797-6.

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011, 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.

HINCH, Tom a James HIGHAM. *Sport Tourism Development*. Bristol: Channel View Publications, 2004, 254 s. ISBN 978-1-8731-5062-7.

HUDSON, Simon. *Sport and Adventure Tourism*. New York: The Haworth Press, 2003, 354 s. ISBN 0-7890-1275-8.

CHOUTKA, Miroslav a Josef DOVALIL. *Sportovní trénink*. 1. vyd. Praha: Olympia, 1987, 318 s.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008, 269 s. ISBN 978-80-247-2690-8.

KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 255 s. ISBN 978-80-247-4208-3.

KHELEROVÁ, Vladimíra. *Komunikační a obchodní dovednosti manažera*. 3., dopl. vyd. Praha: Grada, 2010, 144 s. ISBN 978-80-247-3566-5.

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.

KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008, 100 s. ISBN 978-80-87147-05-4.

KOTLER, Philip. *Moderní marketing*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

MALCOLM, Dominic. *The SAGE Dictionary of Sport Studies*. London: SAGE Publications, 2008, 304 s. ISBN 978-1-4129-0734-7

MALÝ, Václav. *Marketingový výzkum: teorie a praxe*. Vyd. 2. Praha: Oeconomica, 2008, 181 s. ISBN 978-80-245-1326-3.

MOUDRÝ, Marek. *Marketing: základy marketingu*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2008, 160 s. ISBN 978-80-7402-002-5.

ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2010, 405 s. ISBN 978-808-5970-685

PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011, 224 s. ISBN 978-80-247-3750-8.

PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002, 448 s. ISBN 80-239-0152-4.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

SMITH, Melanie, Nicola E MACLEOD a Margaret Hart ROBERTSON. *Key concepts in tourist studies*. 1st publ. Los Angeles: Sage, 2010, vii, 208 s. ISBN 978-1-4129-2105-3.

ŠINDLER, Petr. *Event marketing: jak využít emoce v marketingové komunikaci*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003, 236 s. ISBN 80-247-0646-6.

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2011, 315 s. ISBN 978-80-7380-340-7.

WEED, Mike a Chris BULL. *Sport Tourism*. London: Routledge, 2012, 320 s. ISBN 1-136-36419-6

WEED, Mike. *Sport & Tourism: A Reader*. London: Routledge, 2008, 580 s. ISBN 0-415-42687-1

Elektronické zdroje

About the FIA. *FIA Fédération Internationale de l'Automobile*. [online]. ©2015 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: <http://www.fia.com/about-fia>.

African Rally Championship. *FIA.com*. [online]. ©2015 [cit. 2015-02-16]. Dostupné z <http://www.fia.com/events/african-rally-championship/season-2015/african-rally-championship>.

Anketa. *Travel Trade Gazette*. [online]. ©2015 [cit. 2015-02-09]. Dostupné z <http://www.ttg.cz/anketa-jsme-opravdu-zeme-sportu-zaslibena>.

Asia-Pacific Rally Championship. *Fiaaprc.com*. [online]. ©2015 [cit. 2015-01-22]. Dostupné z <http://fiaaprc.com/assets/2015/APRC-2015-Brochure-SCREEN.pdf>.

Biatlon 2013. *Idnes.cz*. [online]. ©1999 - 2015 [cit. 2015-02-16]. Dostupné z http://sport.idnes.cz/rozhovor-s-sefem-organizacniho-vyboru-ms-v-biatlonu-f98-/biatlon.aspx?c=A130219_085140_biatlon_rou.

Calendar ERC. *Fiaerc.com*. [online]. ©2013 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z <http://www.fiaerc.com/events>.

Calendar WRC. *FIA.com*. [online]. ©2015 [cit. 2015-02-04]. Dostupné z <http://www.fia.com/events/world-rally-championship/season-2015/events-calendar>.

Čerpací stanice. *Azetkatalog.sk*. [online]. ©2015 [cit. 2015-03-12]. Dostupné z http://www.azet.sk/katalog/cerpacie-stanice_2.

CODASUR Rally Championship. *FIA.com*. [online]. ©2015 [cit. 2015-02-16]. Dostupné z <http://www.fia.com/events/codasur-south-american-rally-championship/season-2015/codasur-rally-championship>.

Dotace. *Sk-cz.eu* [online]. ©2008 [cit. 2015-03-11]. Dostupné z http://www.sk-cz.eu/sk/uvodna-stranka/2014_2020.

- EURO 2012. *Investičníweb.cz*. [online]. ©2015 [cit. 2015-03-12]. Dostupné z <http://www.investicniweb.cz/ekonomika/2012/5/25/fotbalove-euro-ekonomicky-vyznam-bude-v-polsku-docasny-ukrajine-zustanou-nove-vlakly-spatna-mezinarodni-reputace>.
- Evropská charta sportu. *Cstvopava.cz*. [online]. ©2015 [cit. 2015-01-28]. Dostupné z <http://www.cstvopava.cz/oscstv-zakony-a-dokumenty>
- FIA WTTC. *Slovakiaring.sk*. [online]. ©Slovakia ring agency [cit. 2015-03-10]. Dostupné z <http://www.slovakiaring.sk/novinky/detail/fia-wtcc-majstrovstva-sveta-cestovnych-automobilov-1>.
- FIA Zóna Střední Evropy. *Rallycross.cz*. [online]. ©2010 - 2011 [cit. 2015-02-24]. Dostupné z <http://www.rallycross.cz/novinky/Rallycross-otevrel-sezonu-na-Slovakiaringu-r1105r>.
- Grand Prix ČR. *Automotodrombrno.cz* [online]. ©2014 [cit. 2015-02-04]. Dostupné z <http://www.automotodrombrno.cz/grand-prix/cz>.
- Historie Barum Rally. *Czechrally.com*. [online]. ©2014 [cit. 2015-03-12]. Dostupné z <http://www.czechrally.com/24844-historie-rally>.
- Historie československé rally. *Rallyportal.sk*. [online]. ©2011 [cit. 2015-03-20]. Dostupné z <http://rallyportal.sk/index.php?menu=14&stranka=1&rst=>.
- Historie Rally Tríbeč. *Rallytribec.sk*. [online]. ©2015 [cit. 2015-03-01]. Dostupné z <http://www.rallytribec.sk/historia-history>.
- Kalendář rally na Slovensku 2015. *Rally – sports.sk*. [online]. ©2014 [cit. 2015-01-22]. Dostupné z <http://www.rally-sports.sk/kalendar-rally-2015-msr-srp>.
- Marketing presentation. *Fiaerc.com*. [online]. ©2013 [cit. 2015-01-14]. Dostupné z http://www.fiaerc.com/uploads/files/documents/146_fia_erc_2014_marketing_presentation.pdf
- Mezinárodní maraton míru. *Košicemarathon.com*. [online]. ©2014 [cit. 2015-02-09]. Dostupné z <http://www.kosicemarathon.com>.
- Middle – East Rally Championship. *Dubaiinternationalrally.com*. [online]. ©2012 [cit. 2015-02-15]. Dostupné z http://www.dubaiinternationalrally.com/merc_calendar.aspx.
- MS Liberec 2009. *Aktuálně.cz*. [online]. ©Economia a.s. [cit. 2015-03-17]. Dostupné z <http://www.aktualne.cz/wiki/sport/ms-liberec-2009/r~i:wiki:1101>.
- MS v basketbalu 2010. *Mmkv.cz*. [online]. ©2004 - 2015 [cit. 2015-01-14]. Dostupné z <http://www.mmkv.cz/index.asp?menu=34&record=16484>.

MS v ledním hokeji 2011. *Aktuálně.cz*. [online]. ©2015 [cit. 2015-03-02]. Dostupné z <http://www.aktualne.cz/wiki/sport/ms-v-lednim-hokeji-2011/r~i:wiki:1138>.

NACAM Rally Championship. *FIA.com*. [online]. ©2015 [cit. 2015-02-17]. Dostupné z <http://www.fia.com/events/nacam/season-2015/nacam-rally-championship>.

Návštěvnost MS. *MS-v-hokeji.cz*. [online]. ©2015 [cit. 2015-02-02]. Dostupné z <http://www.ms-v-hokeji.cz/poradatele-mistrovstvi-sveta-veri-v-rekordni-navstevnost>.

Nitriansky kraj. *Štatistický úrad*. [online]. © Štatistický úrad SR [cit. 2015-01-14]. Dostupné z <http://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/themes/regional/nitriansky%20kraj/news>.

SCHWARTZHOFFOVÁ, Eva. *Sportovní turismus*. ©2010 [cit. 2015-01-24]. Dostupné z: <http://www.telesnakultura.upol.cz/index.php/telesnakultura/article/viewFile/58/115>.

Sport Tourism. *Onecaribbean.org*. [online]. ©2015 [cit. 2015-01-24]. Dostupné z <http://www.onecaribbean.org/content/files/SportsTourism.pdf>.

Statistiky. *Slovenská rally*. [online]. ©2011 [cit. 2015-01-24]. Dostupné z <http://rallyportal.sk/index.php?menu=83&stranka=1&rst=> .

Světová zimní univerziáda. *Regionatry.sk*. [online]. ©2015 [cit. 2015-02-24]. Dostupné z <http://regionatry.sk/sk/zimna-univerziada-2015>.

Trenčiansky kraj. *Štatistický úrad*. [online]. © Štatistický úrad SR [cit. 2015-01-13]. Dostupné <http://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/themes/regional/trenciansky%20kraj/about>.

What is sport tourism. *Sport management*. [online]. ©2015 [cit. 2015-01-25]. Dostupné z: <http://www.sports-management-degrees.com/faq/what-is-sports-tourism>.

What is the ERC. *Fiaerc.com*. [online]. ©2013 [cit. 2015-01-14]. Dostupné z http://www.fiaerc.com/uploads/files/documents/237_what_is_the_erc.pdf

What is WRC. *WRC.com*. [online]. ©2015 [cit. 2015-01-04]. Dostupné z <http://www.wrc.com/en/wrc/about-wrc/what-is-wrc/page/673---672-.html>.

Interní materiály

Interní materiály Barum Czech Rally Zlín, 2013 - 2014

Statistická ročenka

Štatistická ročenka regiónou Slovenska 2014. Bratislava: Ústredie ŠÚ SR, 2015. 503 s. ISBN 978-80-8182-374-8

Závěrečná práce

MAČEK, O. *Dopady pořádání Mistrovství světa v ledním hokeji na cestovní ruch na příkladu Švédska, Finska a Slovenska*. Praha, 2014. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická, Fakulta mezinárodních vztahů, Katedra cestovního ruchu. Vedoucí bakalářské práce Jan Herget.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

AIEST	Mezinárodní organizace sdružující vědecké pracovníky v cestovním ruchu
BCSRZ	Barum Czech & Slovak Rally Zlín.
BCRZ	Barum Czech Rally Zlín.
CR	Cestovní ruch.
ČR	Česká republika.
ERC	European Rally Championship.
ERDF	Evropský fond pro regionální rozvoj.
FIA	Federace automobilového sportu.
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení.
CHKO	Chráněná krajinná oblast.
IRC	Intercontinental Rally Challenge.
ME	Mistrovství Evropy.
RZ	Rychlostní zkouška.
SR	Slovenská republika.
WRC	World Rally Championship.

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr. 1 Rozmístění soutěží na Slovensku pro rok 2015</i>	<i>54</i>
<i>Obr. 2 Barum Trábeč Rallye 1986</i>	<i>55</i>
<i>Obr. 3 ME ve fotbale - Polsko a Ukrajina</i>	<i>63</i>

SEZNAM GRAFŮ

<i>Graf 1 Účast diváků na BCRZ v letech 2006 - 2014</i>	43
<i>Graf 2 Sledovanost ERC na Eurosportu v roce 2013 (v tis.).....</i>	46
<i>Graf 3 Sledovanost Barum Czech Rally Zlín na Eurosportu v roce 2014</i>	47
<i>Graf 4 Srovnání sledovanosti TV spotů na Eurosportu</i>	49
<i>Graf 5 Zastoupení zemí ve startovním poli 2013 a 1986.....</i>	56
<i>Graf 6 Porovnání sezon podle uskutečněných závodů.....</i>	57
<i>Graf 7 Porovnání sezon podle počtu startujících posádek</i>	58
<i>Graf 8 Počet startů různých národností v sezoně 2014</i>	59
<i>Graf 9 Zdroj investic polské strany.....</i>	63
<i>Graf 10 Podíl na celkovém přenocování ve Švédsku v květnu 2009 – 2013 (%).....</i>	65
<i>Graf 11 Podíl na celkovém přenocování ve Finsku v květnu v letech 2009- 2013 (%)</i>	65
<i>Graf 12 Návštěvnost Barum Czech Rally Zlín</i>	68
<i>Graf 13 Rozšíření BCRZ na Slovensko</i>	68
<i>Graf 14 Návštěva RZ na Slovensku.....</i>	69
<i>Graf 15 Dojezdová vzdálenost na Slovensko</i>	69
<i>Graf 16 Sledovanost BCRZ na Eurosportu.....</i>	70
<i>Graf 17 Důležitost doprovodného programu.....</i>	70
<i>Graf 18 Cenová hladina ubytování.....</i>	71
<i>Graf 19 Návštěvnost turistických památek</i>	71
<i>Graf 20 Průměrná útrata na BCRZ</i>	72
<i>Graf 21 Pohlaví respondentů.....</i>	72
<i>Graf 22 Věkové kategorie respondentů</i>	73
<i>Graf 23 Národnost respondentů</i>	73
<i>Graf 24 Návštěvníci ubytovacích zařízení v krajích v roce 2013 (%)</i>	79
<i>Graf 25 Odhadovaný počet diváků na RZ v Trenčínském a Nitranském kraji</i>	92

SEZNAM TABULEK

<i>Tab. 1 Eventy otevřené a uzavřené</i>	23
<i>Tab. 2 Dopady motoristické akce na destinaci</i>	30
<i>Tab. 3 Změny názvu soutěže v průběhu let</i>	36
<i>Tab. 4 SWOT analýza Barum Czech Rally Zlín</i>	39
<i>Tab. 5 Návštěvnost diváků na jednotlivých rychlostních zkouškách BCRZ 2014.....</i>	44
<i>Tab. 6 Počet vydaných akreditací jednotlivým médiím v letech 2007 - 2014.....</i>	45
<i>Tab. 7 Ekonomické přínosy BCRZ v letech 2006 - 2014</i>	47
<i>Tab. 8 Medializace na Eurosportu</i>	49
<i>Tab. 9 SWOT analýza jednotlivých soutěží.....</i>	50
<i>Tab. 10 SWOT analýza Rally Trávníček</i>	56
<i>Tab. 11 Porovnání soutěží podle délky tratě</i>	59
<i>Tab. 12 SWOT analýza rally na Slovensku</i>	60
<i>Tab. 13 Kapacity ubytovacích zařízení a počet jejich návštěvníků k 31. 12. 2013.....</i>	78
<i>Tab. 14 Kapacity ubytovacích zařízení a počet jejich návštěvníků k 31. 12. 2013.....</i>	79
<i>Tab. 15 Četnost čerpacích stanic podle krajů</i>	79
<i>Tab. 16 Časový harmonogram projektu</i>	80
<i>Tab. 17 Náklady na propagaci Barum Czech & Slovak Rally Zlín</i>	91
<i>Tab. 18 Odhadované náklady na realizaci rychlostní zkoušky.....</i>	92
<i>Tab. 19 Odhadovaný příjem z prodaných vstupenek v rámci RZ na Slovensku</i>	93
<i>Tab. 20 Riziková analýza</i>	94
<i>Tab. 21 SWOT analýza spolupráce BCRZ se Slovenskem.....</i>	96

SEZNAM PŘÍLOH

- PŘÍLOHA P I: Dotazník
- PŘÍLOHA P II: Mapy RZ – Barum Tríbeč Rallye 1986
- PŘÍLOHA P III: Časový harmonogram Rally Tríbeč 2013
- PŘÍLOHA P IV: Časový harmonogram BCRZ 2014
- PŘÍLOHA P V: Harmonogram Barum Tríbeč Rallye 1986

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

- 1. Navštívujete Barum Czech Rally Zlín?**
 - a) pravidelně
 - b) nepravidelně
 - c) výjimečně
 - d) nikdy
- 2. Uvítali byste rozšíření Barum Czech Rally Zlín na Slovensko? V rámci 1 – 4 RZ?**
 - a) ano
 - b) ne
 - c) možná
- 3. Navštívili byste rychlostní zkoušku na Slovensku?**
 - a) ano
 - b) ne
 - c) možná
- 4. Jakou dojezdovou vzdálenost (ze Zlína) byste byli ochotni absolvovat?**
 - a) žádnou
 - b) do 60 km
 - c) 61 – 100 km
 - d) 100 a více km
- 5. Sledujete Barum Czech Rally Zlín na Eurosportu? Zajímá vás toto vysílání?**
 - a) ano, pravidelně
 - b) příležitostně
 - c) ne, nezajímá mě to
- 6. Jakou roli u Vás hraje doprovodný program závodu při rozhodování o jeho návštěvě? (např. zážitkový program, ŠKODA Motorsport Park atd.)**
 - a) je to hlavní kritérium rozhodování o návštěvě
 - b) je to dobrý způsob jak využít volný čas
 - c) doprovodný program mě nezajímá
 - d) je mi to jedno
- 7. Jakou cenovou hladinu ubytování preferujete při vícedenní návštěvě Barum Czech Rally Zlín?**
 - a) vlastní ubytování

- b) do 200 Kč osoba/noc
- c) 200 – 500 Kč osoba/noc
- d) 500 Kč a více osoba/noc
- e) jiná

8. Navštěvujete kromě sportovního podniku i turistické památky v daném regionu (Zlínský kraj)?

- a) ano
- b) ne, uveďte prosím důvod

9. Kolik v průměru utratíte na sportovním podniku (Barum Czech Rally Zlín)?

- a) do 500 Kč
- b) 500 – 1500 Kč
- c) 1500 – 3000 Kč
- d) 3000 Kč a více

10. Jaké je Vaše pohlaví?

- a) muž
- b) žena

11. Do jaké věkové kategorie se řadíte?

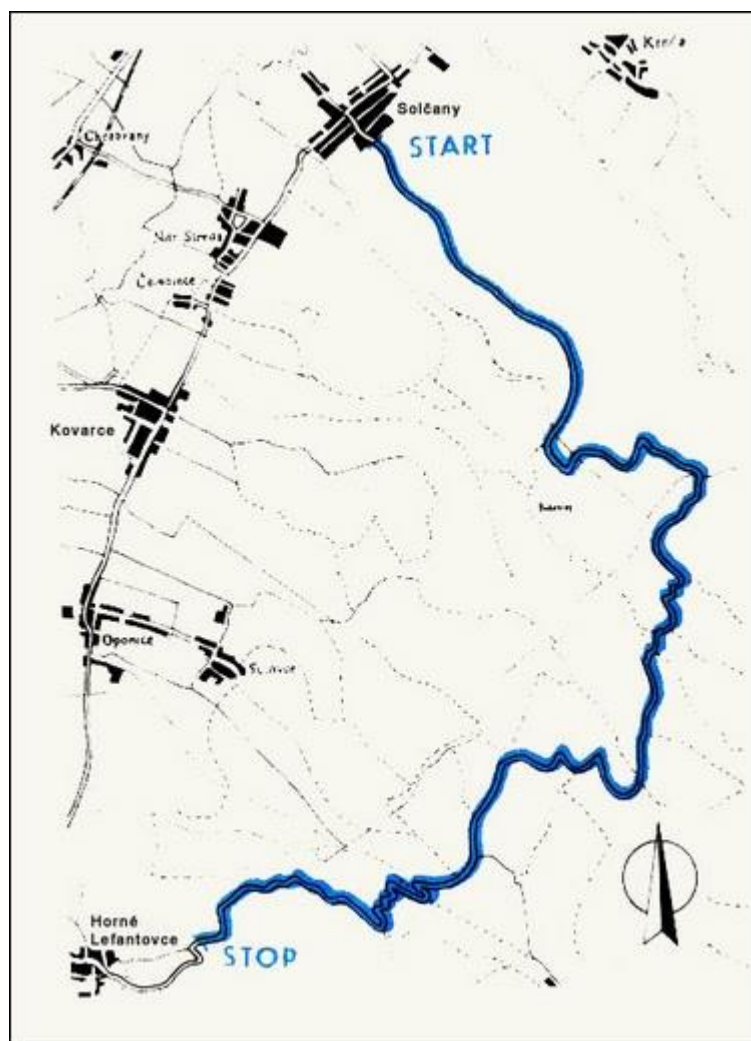
- a) 18 – 24
- b) 25 – 34
- c) 35 – 54
- d) 55 a více

12. Odkud pocházíte?

- a) Česká republika
- b) Slovensko
- c) jiná

PŘÍLOHA P II: MAPY RZ – BARUM TRÍBEČ RALLYE 1986

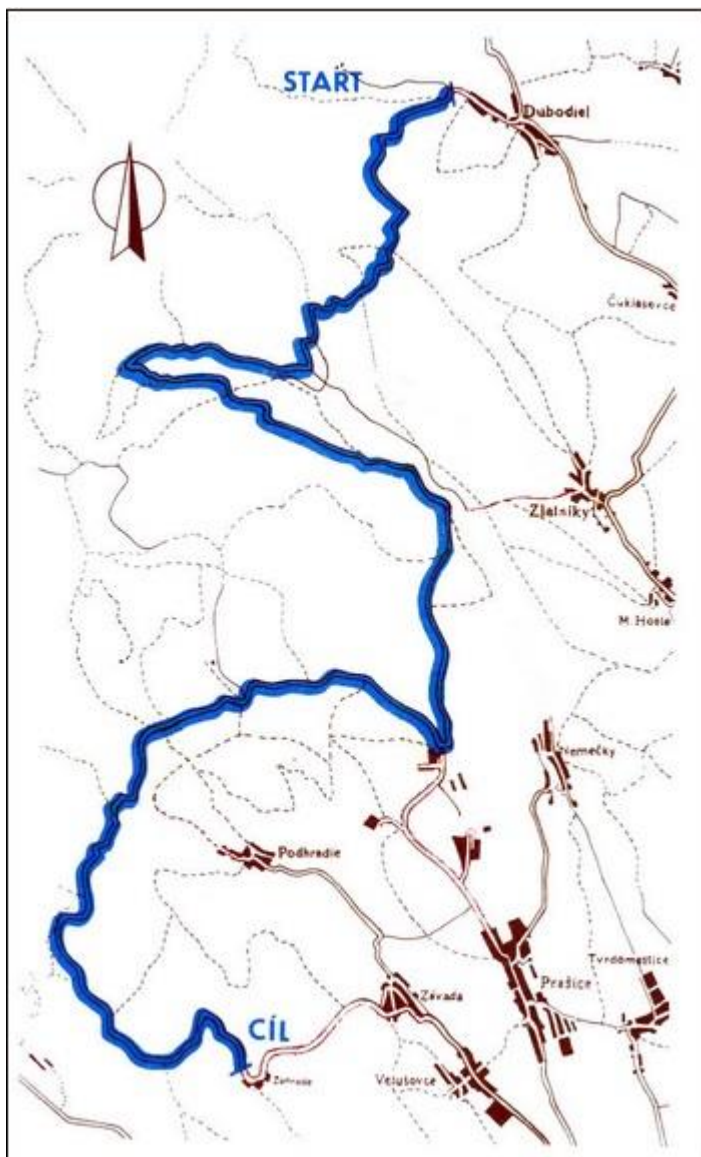
RZ 20,23 - „Tribečská” (Solčany - Lefantovce), 28,15 km



(Zdroj: old.czechrallyeweb.net)

PŘÍLOHA P II: (2/2)

RZ 19,22 - „Inovecká” (Dubodiel - Závada), 37,73 km



(Zdroj: old.czechrallyweb.net)

PŘÍLOHA P III: ČASOVÝ HARMONOGRAM RALLYE TRÍBEČ 2013

MSR - Leg 1 / I. etapa		Sobota / Saturday 1 st June 2013				
TC CK	Location Miesto	SS dist. Dĺžka RS	Liasion dist Spoj. úsek	Total dist Celk. vzdial.	Target Time Jazdná doba	First car due Čas 1. auta
0	Service OUT					08:00
RZ 1	Refuel Distance to next refuel	24,20	78,55	102,75		
1	Ješkova Ves		11,50	11,50	0:18	08:18
SS 1	Skýcov 1	9,30				08:21
2	Dolné Vestenice		31,10	40,40	0:48	09:09
SS 2	Vestenice 1	8,10				09:12
3	Topoľčany		30,60	38,70	0:50	10:02
SS 3	Topoľčany 1	6,80				10:05
3A	Regroup&Technical Zone IN		0,45	7,25	0:12	10:17
3B	Regroup&Technical Zone OUT				0:20	10:37
3C	Service IN		4,90	4,90	0:09	10:46
Service A		(24,20)	(78,55)	(102,75)	0:30	
3D	Service OUT					11:16
RZ 2	Refuel Distance to next refuel	24,20	78,55	102,75		
4	Ješkova Ves		11,50	11,50	0:18	11:34
SS 4	Skýcov 2	9,30				11:37
5	Dolné Vestenice		31,10	40,40	0:48	12:25
SS 5	Vestenice 2	8,10				12:28
6	Topoľčany		30,60	38,70	0:50	13:18
SS 6	Topoľčany 2	6,80				13:21
6A	Regroup&Technical Zone IN		0,45	7,25	0:12	13:33
6B	Regroup&Technical Zone OUT				0:20	13:53
6C	Service IN		4,90	4,90	0:09	14:02
Service B		(24,20)	(78,55)	(102,75)	0:30	
6D	Service OUT					14:32
RZ 3	Refuel Distance to next refuel	24,20	87,85	112,05		
7	Ješkova Ves		11,50	11,50	0:18	14:50
SS 7	Skýcov 3	9,30				14:53
8	Dolné Vestenice		31,10	40,40	0:48	15:41
SS 8	Vestenice 3	8,10				15:44
9	Topoľčany		30,60	38,70	0:50	16:34
SS 9	Topoľčany 3	6,80				16:37
9A	Technical Zone IN		4,90	11,70	0:17	16:54
9B	Technical Zone OUT Service IN				0:12	17:06
Service C		(24,20)	(78,10)	(102,30)	0:45	
9C	Service OUT					17:51
9D	Parc fermé		4,85	4,85	0:09	18:00
Leg 1 totals		72,60	240,05	312,65		

Section 1

Section 2

Section 3

(Zdroj: rallytribec.sk, ©2015)

PŘÍLOHA P III: (2/2)

MSR - Leg 2 / II. etapa		Nedeľa / Sunday 2 nd June 2013				
TC CK	Location Miesto	SS dist. Dĺžka RS	Liasion dist Spoj. úsek	Total dist Celk. vzdial.	Target Time Jazdná doba	First car due Cas 1.auta
9E	Parc fermre OUT					08:00
9F	Service IN		4,90	4,90	0:09	08:09
	Service D	(0,00)	(4,90)	(4,90)	0:15	
9G	Service OUT					08:24
RZ 4	Refuel Distance to next refuel	22,50	83,90	106,40		
10	Uhrovec		29,95	29,95	0:39	09:03
SS 10	Uhrovec 1	8,55				09:06
11	Veľké Uherce		18,35	26,90	0:33	09:39
SS 11	Tribeč 1	13,95				09:42
RZ 5	Refuel Distance to next refuel	22,50	79,50	102,00		
12	Uhrovec		51,60	65,55	1:20	11:02
SS 12	Uhrovec 2	8,55				11:05
13	Veľké Uherce		18,35	26,90	0:33	11:38
SS 13	Tribeč 2	13,95				11:41
13A	Regroup&Technical Zone IN		26,30	40,25	0:50	12:31
13B	Regroup&Technical Zone OUT				0:30	13:01
13C	Service IN		4,90	4,90	0:09	13:10
	Service E	(45,00)	(149,45)	(194,45)	0:30	
13D	Service OUT					13:40
RZ 6	Refuel Distance to next refuel	22,50	22,80	29,90		
14	Uhrovec		29,95	29,95	0:39	14:19
SS 14	Uhrovec 3	8,55				14:22
14	Veľké Uherce		18,35	26,90	0:33	14:55
SS 15	Tribeč 3	13,95				14:58
15A	Technical Zone IN		21,65	35,60	0:44	15:42
15B	Technical Zone OUT Service IN				0:09	15:51
	Service F	(22,50)	(69,95)	(92,45)	0:10	
15C	Service OUT					16:01
15D	Rally Finish / Podium		4,85	4,85	0:09	16:10
	Parc fermé		0,10	0,10		
	Leg 2 totals	67,50	229,15	296,65		

Section 4

Section 5

TOTALS OF THE RALLY				
Leg 1 – 9 SS	72,60	240,05	312,65	23,22%
Leg 2 – 6 SS	67,50	229,15	296,65	22,75%
Total – 15 SS	140,10	469,20	609,30	22,99%



[Handwritten signature]

(Zdroj: rallytribec.sk, ©2015)

PŘÍLOHA P IV: ČASOVÝ HARMONOGRAM BCRZ 2014



BARUM CZECH RALLY ZLÍN
29. - 31. 8. 2014
www.CzechRally.com



Qualifying stage / Kvalifikační RZ (Sunrise: 6:01, Sunset: 19:38) Friday 29 August 2014							
SS/RZ TC/ČK	Location	Místo	SS distance RZ délka	Liaison dist. Trať bez RZ	Total dist. Spoj. úsek	Target time Jízdní doba	First car due Čas 1. jezdce
TC FP	Free Practice / Volný trénink					From:	8:00
Free practice closes at: 08:50							
TC QS	Pohřelice						9:00
QS	Qualifying stage Pohřelice		4,44				9:03
TC PF	Parc Fermé IN (Early check-in permitted)			13,54	17,98	0:25	9:28

LEG 1, Section 1 (Sunrise: 6:01, Sunset: 19:34) Friday 29 August 2014							
SS/RZ TC/ČK	Location	Místo	SS distance RZ délka	Liaison dist. Trať bez RZ	Total dist. Spoj. úsek	Target time Jízdní doba	First car due Čas 1. jezdce
	Ceremonial Start - Zlín (City square / Náměstí Míru)		—	—	—	—	17:00
1	Start of Leg 1 - Zlín (Street / ulice Vodní)		—	—	—	—	21:12
SS 1	SSS Zlín (3 laps)		9,51	—	—	—	21:15
1A	Parc Fermé - Zlín (Next HQ / Pod Velkým Kinem)		—	2,98	12,49	0:30	21:45

LEG 1, Section 2-3 (Sunrise: 6:03, Sunset: 19:36) Saturday 30 August 2014							
SS/RZ TC/ČK	Location	Místo	SS distance RZ délka	Liaison dist. Trať bez RZ	Total dist. Spoj. úsek	Target time Jízdní doba	First car due Čas 1. jezdce
1B	Re-start Leg 1 / Zlín (Pod Velkým Kinem / next HQ)		—	—	—	—	8:00
1C	Service in		—	10,29	10,29	0:25	8:25
	Service A (Otrokovice)		(8,51)	(13,27)	(22,78)	0:15	
1D	Service out		—	—	—	—	8:40
	Refueling Zone		(24,87)	(59,95)	(84,82)		
2	Nové Dvory		—	33,51	33,51	0:45	9:25
SS 2	Slušovice (2 laps)		16,05	—	—	—	9:28
	Petrol station Benzina (Zlín) - 100 octane - 7,89 km after finish of SS 2						
3	Zlín (U Majáku)		—	14,57	30,62	0:45	10:13
SS 3	Maják		8,82	—	—	—	10:16
3A	Regrouping & Technical Zone in		—	11,87	20,69	0:35	10:51
	Regrouping (Otrokovice)					0:50	
3B	Regrouping out, Service in		—	—	—	—	11:41
	Service B (Otrokovice)		(24,87)	(59,95)	(84,82)	0:30	
3C	Service out		—	—	—	—	12:11
	Refueling Zone		(50,38)	(76,88)	(127,26)		
4	Lukov		—	27,78	27,78	0:40	12:51
SS 4	Troják		22,82	—	—	—	12:54
5	Hošťálková		—	1,95	24,77	0:40	13:34
SS 5	Semetín		11,51	—	—	—	13:37
	Petrol station Benzina (Lipště) - 100 octane - 7,91 km after finish of SS 5						
6	Nové Dvory		—	35,47	46,98	1:00	14:37
SS 6	Slušovice (2 laps)		16,05	—	—	—	14:40
	Petrol station Benzina (Zlín) - 100 octane - 7,89 km after finish of SS 6						
	Remote Refueling Zone (Zlín)		(8,82)	(14,97)	(23,79)		
7	Zlín (U Majáku)		—	14,78	30,83	0:45	15:25
SS 7	Maják		8,82	—	—	—	15:28
7A	Regrouping & Technical Zone in		—	11,87	20,69	0:35	16:03
	Regrouping (Otrokovice)					0:30	
7B	Regrouping out, Service in		—	—	—	—	16:33
	Service C (Otrokovice)		(59,2)	(91,85)	(151,05)	0:30	
7C	Service out		—	—	—	—	17:03
	Refueling Zone		(34,33)	(74,17)	(108,5)		
8	Lukov		—	27,78	27,78	0:40	17:43
SS 8	Troják		22,82	—	—	—	17:46
9	Hošťálková		—	1,95	24,77	0:40	18:26
SS 9	Semetín		11,51	—	—	—	18:29
	Petrol station Benzina (Lipště) - 100 octane - 7,91 km after finish of SS 9						
	Petrol station Benzina (Zlín) - 100 octane - 30,60 km after finish of SS 9						
9A	Parc Fermé & Technical Zone in		—	44,44	55,95	1:20	19:49
9B	Parc Fermé out / Flexi Service in		—	—	—	—	
	Flexi Service D (Otrokovice)		(34,33)	(74,17)	(108,5)	0:45	
9C	Flexi Service out / Parc Fermé in		—	—	—	—	
All Cars (except re-starting crews) to be in Parc Fermé no later than							23:00

Leg 1 totals	127,91	239,24	367,16
---------------------	---------------	---------------	---------------

PŘÍLOHA P IV: (2/2)

LEG 2, Section 4-5 (Sunrise: 6:04, Sunset: 19:34)						Sunday 31 August 2014
SS/RZ TČAČK	Location Místo	SS distance RZ délka	Liaison dist. Trať bez RZ	Total dist. Spoj. úsek	Target time Jízdní doba	First car due Čas i. jezdce
9D	Parce Fermé out / Service in	—	—	—	—	7:00
	Service E (Otrokovice)	(0)	(0)	(0)	0:15	
9E	Service out	—	—	—	—	7:15
	Refueling Zone	(54,71)	(75,14)	(129,85)		
Petrol station Benzina (Zlín) - 100 octane - 18,74 km after Service						
10	Vizovice	—	28,41	28,41	0:50	8:05
	SS 10 Závěrice	14,87	—	—	—	8:08
11	Lipa	—	2,66	17,53	0:30	8:38
	SS 11 Pindula	18,43	—	—	—	8:41
12	Babice	—	24,81	43,24	0:66	9:06
	SS 12 Kudlovice	21,41	—	—	—	9:39
12A	Regrouping & Technical Zone in	—	19,26	40,67	0:50	10:29
	Regrouping (Otrokovice)				0:40	
12B	Technical Zone out, Service in	—	—	—	—	11:09
	Service F (Otrokovice)	(54,71)	(75,14)	(129,85)	0:30	
12C	Service out	—	—	—	—	11:39
	Refueling Zone	(54,71)	(75,14)	(129,85)		
Petrol station Benzina (Zlín) - 100 octane - 16,74 km after Service						
13	Vizovice	—	28,41	28,41	0:50	12:29
	SS 13 Závěrice	14,87	—	—	—	12:32
14	Lipa	—	2,66	17,53	0:30	13:02
	SS 14 Pindula	18,43	—	—	—	13:05
15	Babice	—	24,81	43,24	0:55	14:00
	SS 15 Kudlovice	21,41	—	—	—	14:03
15A	Technical Zone in	—	19,26	40,67	0:50	14:53
15B	Technical Zone out, Service in	—	—	—	0:03	14:56
	Service G (Otrokovice)	(54,71)	(75,14)	(129,85)	0:10	
15C	Service out	—	—	—	—	15:06
	Refueling Zone	(0)	(15,43)	(15,43)		
16D	Zlín (Street / ulice Zarámí)	—	14,10	14,10	0:36	16:41
15E	Zlín (City square / Náměstí Míru) (Early check-in permitted)	—	0,21	0,21	0:10	15:51
	Prize Giving / Vyhlášení (City square / Náměstí Míru)					(16:00)
15F	Parce Fermé - Zlín (Next HQ / Pod Velkým Kinem) (Early check-in permitted)	—	1,12	1,12	(0:10)	

Leg 2 totals	109,42	165,71	275,13
---------------------	---------------	---------------	---------------

RALLY TOTALS					
Leg Etapa	No. of SS Počet RZ	SS dist. RZ délka	Liaison dist. Trať bez RZ	Total dist. Délka celk.	
1	9	127,91	239,24	367,15	34,84%
2	6	109,42	165,71	275,13	39,77%
Overall Totals	15	237,33	404,95	642,28	36,95%

(Zdroj: autosport.cz, ©AutoSport.CZ)

PŘÍLOHA P V: HARMONOGRAM BARUM TRÍBEČ RALLY 1986

ČK/RZ	Místo	Délka úseku (km)	km od startu	Čas 1. jezdce
ČK 1	Gottwaldov - start	-	0,00	09:00
ČK 2	Hrobice	-	14,57	09:25
RZ 1	Hrobice - Neubuz	6,21		09:28
ČK 3	Lípa		34,27	09:54
RZ 2	Lípa - Bohuslavice	19,30		09:57
ČK 4	Kašava		86,71	11:13
RZ 3	Kašava - Držková	7,10		11:16
ČK 5	Držková		95,89	11:31
RZ 4	Držková - Kašava	12,02		11:34
ČK 6	Gottwaldov - KP		125,68	12:34
ČK 7	Gottwaldov - KP - start			13:22
ČK 8	Hrobice	-	140,25	13:44
RZ 5	Hrobice - Neubuz	6,21		13:47
ČK 9	Lípa		159,95	14:13
RZ 6	Lípa - Bohuslavice	19,30		14:16
ČK 10	Kašava		212,39	15:32
RZ 7	Kašava - Držková	7,10		15:35
ČK 11	Držková		221,57	15:50
RZ 8	Držková - Kašava	12,02		15:53
ČK 12	Semetín		253,91	16:43
RZ 9	Semetín - Hošťálková	7,96		16:46
ČK 13	Vesník		272,20	17:15
RZ 10	Vesník - Lhota	22,84		17:18
ČK 14	Poličná		307,39	18:10
RZ 11	Poličná - Jarcová	8,07		18:13
ČK 15	Kateřinice		329,86	18:48
RZ 12	Kateřinice - Pržno	12,71		18:51
ČK 16	Gottwaldov		383,85	19:56
ČK 17	Gottwaldov - KP	-	-	20:56

PŘÍLOHA P VI: (2/2)

ČK/RZ	Místo	Délka úseku (km)	km od startu	Čas 1. jezdce
ČK 18	Gottwaldov - start	-		06:00
ČK 19	Dubodiel		467,87	07:30
RZ 13	Inovecká	30,92		07:33
ČK 20	Topolčany		523,92	08:46
ČK 21	Solčany	-	528,96	08:56
RZ 14	Tribečská	28,15		08:59
ČK 22	Topolčany		580,68	10:08
ČK 23	Velké Uherce	-	607,73	10:48
RZ 15	Skýcovská	14,96		10:51
ČK 24	Topolčany		647,78	11:51
ČK 25	Dubodiel	-	680,93	12:43
RZ 16	Inovecká	30,92		12:46
ČK 26	Topolčany		736,98	13:59
ČK 27	Solčany	-	742,02	14:09
RZ 17	Tribečská	28,15		14:12
ČK 28	Topolčany		793,74	15:21
ČK 29	Velké Uherce	-	820,79	16:01
RZ 18	Skýcovská	14,96		16:04
ČK 30	Topolčany - KP		860,96	17:04
ČK 31	Topolčany - start	-	-	19:00
ČK 32	Mladcová	-	988,02	21:10
RZ 19	Mladcová - Hostišová	7,65		21:13
ČK 33	Tečovice		1001,28	21:34
RZ 20	Tečovice - Tlumačov	5,45		21:37
ČK 34	Malenovice		1025,98	22:15
RZ 21	Malenovice - Gottwaldov	5,20		22:18
ČK 35	Gottwaldov		1037,78	22:47
ČK 36	Gottwaldov - cíl (mústek)	-	1038,58	22,57
	CELKEM	307	1038,58	

(Zdroj: old.czechrallyweb.net)