

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

**Projekt založení centra agroturistiky, centra
volnočasových aktivit či relaxace**

**The formation of agro-tourism center, center of
leisure activities or relaxation center**

Lucie Kozáková

Plzeň 2012

Zadání

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Projekt založení centra agroturistiky, centra volnočasových aktivit či relaxace“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Plzni dne 9. 12. 2012

.....
podpis autorky

Poděkování

Ráda bych tímto poděkovala svému vedoucímu bakalářské práce panu Ing. Pavlu Česalovi za odborné vedení, cenné rady a připomínky, které mi v průběhu tvorby práce poskytl. Dále bych ráda poděkovala panu Ing. Františku Kaskovi, majiteli objektu školicího střediska v obci Plástovice za jeho vstřícnost, poskytnuté informace a bezproblémovou spolupráci.

Obsah

OBSAH.....	5
ÚVOD.....	7
1 METODIKA PRÁCE.....	9
2 OBJEKT A JEHO OKOLÍ.....	11
2.1 Jižní Čechy.....	11
2.1.1 Kulturní a historické zajímavosti.....	13
2.1.2 Možnosti sportovního vyžití.....	14
2.1.3 Ostatní turistické atrakce.....	15
2.2 Obec Plástovice.....	16
2.3 Areál současného školicího střediska.....	17
3 VHODNOST OBJEKTU K PŘEPRACOVÁNÍ – ODŮVODNĚNÍ PROJEKTU.....	20
3.1 Destinace jižní Čechy.....	20
3.1.1 Volný čas.....	21
3.1.1.1 Druhy volného času.....	22
3.1.1.2 Funkce volného času.....	23
3.1.1.3 Aspekty ovlivňující prožívání volného času.....	23
3.2 Volba cyklistického centra.....	24
3.2.1 Cyklistika a její vývoj.....	26
3.2.1 Cyklistika v ČR a její vývoj.....	27
3.3 jihočeský kraj – kraj cyklistů.....	28
3.4 Vhodnost vnitřního uspořádání objektu.....	29
4 PROJEKT CENTRA VOLNOČASOVÝCH AKTIVIT - „Cyklocentrum Na Blatech“ ..	31
4.1 Vize a cíl projektu.....	31
4.2 SWOT analýza.....	32
4.2.1 Analýza vnitřního prostředí.....	32
4.2.3 Analýza vnějšího prostředí.....	33
4.3 Konkurence cyklocentra Na Blatech.....	35

4.4 Marketingový mix.....	35
4.4.1 Produkt (product).....	35
4.4.2 Cena (price).....	38
4.4.3 Distribuce (place).....	39
4.4.4 Propagace (promotion).....	40
4.4.5 Balíčky služeb (packaging).....	41
4.4.6 Programování (programming).....	43
4.4.7 Lidé (people).....	43
4.5 Cílové skupiny projektu.....	45
4.6 Časový harmonogram projektu.....	47
5 ZÁVĚR.....	50
6 SEZNAM OBRÁZKŮ.....	51
7 SEZNAM TABULEK.....	52
8 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	53
9 SEZNAM PŘÍLOH.....	56

Úvod

Ideálním vzorcem pro rozdělení dne na jeho jednotlivé etapy je vzorec $3 \times 8 = 24$. Každý den by se tak podle odborníků měl skládat přibližně z osmi hodin práce, osmi hodin spánku a osmi hodin odpočinku. Jistěže málokomu se tento vzorec daří alespoň přibližně dodržovat, mnoho lidí v dnešní době tráví stále více času v práci, ať už na úkor doby spánku či doby odpočinku. I přesto ale faktem zůstává, že volný čas, čas odpočinku, tvoří podstatnou část života každého z nás. Záleží již pak pouze na individuálních potřebách a touhách každého z nás, jak se svým volným časem naložíme a jak ho vyplníme. V současné době, s narůstající životní úrovní, roste i množství prostředků, jež lidé do svého volného času chtějí investovat. S tím souvisí i skutečnost, že stále více lidí hledá možnosti aktivního odpočinku a trávení volného času, ať už prostřednictvím cestování, sportování či kombinací obojího.

Já osobně se již řadu let věnuji závodně horské cyklistice, a proto většinu svého volného času trávím v sedle kola či provozováním jiného druhu sportu. Při trénincích a potřebném najíždění kilometrů jsem měla možnost velice dobře poznat krajinu a prostředí Jihočeského kraje. Musím říci, že jižní Čechy jsou opravdu rájem pro cyklisty a poskytují jim naprosto ideální přírodní a terénní podmínky pro trénink či pouhé odpočinkové vyjížděky. V případě, že jsem ale během jízdy potřebovala zastavit, doplnit pití či se najíst, jsem již na tak ideální podmínky nenarazila. I přesto, že jsou jižní Čechy doslova protkány hustou sítí cyklostezek a pohyb cyklistů je zde značně frekventovaný, marně jsem se ve zdejších restauračních zařízeních sháněla např. po iontovém nápoji, a to i v restauracích či pensionech, které ve svém názvu používali označení „cyklo“. Často jsem tak do bidonu musela lít sladké bublinkové nápoje, což při zátěži opravdu není zrovna ideální, nemluvě o nabídce pokrmů v jídelním lístku. Po „svíčkové se šesti“ se cyklistovi nohy skutečně moc točit nebudou. A stejně tak, jako zdejší podniky nejsou příliš připraveny na příjezd cyklisty samotného, ani připravenost nato, že si cyklista někam potřebuje odložit kolo, případně trochu prosušit oblečení, není nijak valná. Často jsem tak také musela řešit, kam kolo odložit tak, abych na něj viděla a nikdo mi ho během odpočinku neodcizil. A když už jsem někde na cyklostan před restauračním zařízením narazila, měl zpravidla jen okrasnou funkci a kolo v něm nedrželo či se do něj prostě nevešlo. Tyto, ač zdánlivě maličkosti, negativní zkušenosti, mne přivedly k myšlence, vybudovat v jižních Čechách centrum, jež

by bylo skutečně připraveno vyhovět veškerým potřebám cyklistů a dokázalo by těmto sportovcům poskytnout komplexní a profesionální služby.

Na podzim roku 2011 jsem díky paní inženýrce Ivaně Kozákové měla možnost prohlédnout si prostory současného školicího střediska společnosti ASPERA. Díky jeho ideálnímu prostorovému rozvržení a poloze v srdci jižních Čech jsem se rozhodla spojit s majitelem objektu školicího střediska, panem inženýrem Františkem Kaskou. Z našeho rozhovoru vyplynulo, že by pan Kaska po uplynutí určité doby objekt rád využíval i pro jiné účely a proto myšlenku vybudování cyklistického centra uvítal. Návrh vybudování cyklistického centra v objektu současného školicího střediska v obci Plástovice jsem se tak rozhodla sepsat v rámci své bakalářské práce s názvem „Projekt založení centra relaxace a volnočasových aktivit“ a zužitkovat tak znalosti získané v oblasti cyklistiky a současně znalosti získané studiem na Fakultě ekonomické Západočeské univerzity v Plzni.

Cílem této bakalářské práce tedy bude sestavení kompletního projektu, který by sloužil jako návrh pro další využití objektu současného školicího střediska společnosti ASPERA a současně jako podklad pro jeho případnou realizaci. V úvodu své práce bych ráda představila prostředí, ve kterém se objekt nachází, včetně možností jeho využití z hlediska volnočasových aktivit a současně představila i objekt samotný. V dalších kapitolách pak bude objasněn pojem volný čas a volnočasové aktivity. Bude nastíněn i průběh vývoje cyklistiky ve světě a v České republice a popsán potenciál jejího rozvoje v jihočeském Kraji. V druhé polovině této práce bych se ráda věnovala detailnímu popisu navrhovaného cyklistického centra a jím nabízených služeb.

1 Metodika práce

Práci na téma „Projekt založení centra volnočasových aktivit či centra relaxace“ nebylo možné zpracovat na teoretickém základě. K jejímu vytvoření tak bylo nezbytné absolvovat řadu konzultací. Celá práce vznikala na základě konzultací s panem Ing. Pavlem Česalem, který mě v průběhu tvorby práce usměrňoval. Dalšími nejčastějšími konzultanty mi v průběhu vytváření práce byli pan Ing. František Kaska, majitel současného školicího střediska společnosti ASPERA a paní Ing. Ivana Kozáková, vedoucí téhož střediska.

V úvodu této práce jsem se zaměřila zejména na popis prostředí, ve kterém se areál budoucího cyklistického centra nachází a současně i na podrobný popis samotného areálu plánovaného cyklocentra. Vypracování této kapitoly bylo umožněno zejména díky schůzkám s paní Ing. Ivanou Kozákovou, jež se konaly přímo v prostorách současného školicího střediska. Paní Ing. Ivana Kozáková mi též umožnila působit v areálu během dvou jednodenních školení brigádně na pozici servírky a detailně se tak seznámit s prostorami, jež jsem pro vybudování cyklistického centra zvolila.

Pan Ing. František Kaska mi během společných konzultací poskytl veškeré informace o současném školicím středisku společnosti ASPERA i o jeho vzniku. Rovněž mi pan Kaska poskytl fotografickou dokumentaci areálu a brožurky s informacemi o historii nejen budovy školicího střediska, nýbrž celé obce Plástovice. Dále bylo s panem Kaskou dohodnuto, že součástí práce nebude finanční rozpočet projektu. Otázka případných investic souvisejících s vybudováním cyklistického centra bude záležitostí pouze majitele objektu.

Další kapitoly práce jsou zaměřeny na odůvodnění projektu, tedy zejména na otázky, proč by mělo být cyklistické centrum vybudováno právě v obci Plástovice a zároveň, proč by v areálu současného školicího střediska mělo být vybudováno cyklistické centrum. Součástí této kapitoly je i stručný přehled vývoje cyklistiky v České republice a potenciál jejího rozvoje v Jihočeském kraji.

Následuje část práce týkající se přímo samotného projektu založení cyklistického centra. Během vytváření této kapitoly mi zejména u otázky časového harmonogramu celého projektu byl nápomocen pan Jiří Šemík, majitel penzionu v obci Kvítkovice

nedaleko Českých Budějovic. Ten mi současně poskytl i cenné informace týkající se legislativních náležitostí nezbytných pro založení takového podniku. Po odborné stránce z hlediska cyklistiky jsem projekt konzultovala s panem Bc. Filipem Sequensem, držitelem trenérské licence „B“ (II. třídy) a členem předního českého cyklistického týmu Scott & Hagget MTB. Pan Sequens mi byl nápomocen zejména při řešení otázky finální podoby produktu, tedy nabízených balíčků služeb. Současně pan Sequens projevil zájem o případnou budoucí spolupráci s cyklocentrem Na Blatech. V neposlední řadě také spolupráce probíhala s panem Karlem Švecem, lídrem cyklistického týmu GALAXY CykloŠvec a majitelem firmy CykloŠvec s.r.o., jež je v současnosti jedním z významných dovozců cyklistického sortimentu do České republiky. Pan Švec mi pro potřeby práce poskytl startovní i výsledkové listiny závodů série maratonů GALAXY a současně cenné rady související s výběrem cílových skupin tohoto projektu.

V průběhu vytváření této práce jsem čerpala z odborné literatury, internetových zdrojů, ale zejména z vlastních zkušeností a znalostí z oblasti cyklistiky a znalostí získaných studiem na ekonomické fakultě Západočeské univerzity v Plzni. Při formální úpravě této práce jsem se řídila příručkou s názvem „Metodika k vypracování bakalářské/diplomové práce“, jejímž autorem je pan doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

2 Objekt a jeho okolí

2.1 Jižní Čechy

Objekt, jenž jsem si v rámci této práce pro výstavbu centra volnočasových aktivit a relaxace zvolila, leží v malebné krajině jižních Čech. Jihočeský kraj, do 30. května 2001 nazývaný krajem Budějovickým, je krajem přírodně velmi rozmanitým a skýtajícím na svém území o rozloze 10 056 km² nepřeberné množství sportovních i kulturních možností trávení volného času. Jihočeský kraj jako vyšší územní samosprávný celek České republiky byl vytvořen v roce 2000 a v současné době sdružuje 7 okresů se 636 138 obyvateli. Hejtmanem jihočeského kraje je od roku 2008 Mgr. Jiří Zimola a hlavním krajským městem ležícím takřka v samém středu Jihočeského kraje jsou České Budějovice s 187 304 obyvateli. Průměrná hustota zalidnění Jihočeského kraje je v současné době 63 obyvatel/km², přičemž nejméně lidnatou oblastí Jihočeského kraje je Prachaticko. [12] Jižní Čechy patří mezi jedny z turisticky nejatraktivnějších oblastí České Republiky. Svou vysokou atraktivitu pro turisty si Jihočeský kraj získal nejen obrovským množstvím kulturních památek a přírodních úkazů, jež je na jeho území možné vidět, nýbrž i díky aktivitám, kterých se občané a zástupci tohoto kraje v rámci cestovního ruchu účastní, či které sami vytvářejí. Například posledním projektem, do kterého se Jihočeský kraj zapojil, je projekt „Usmějme se na turisty“. Jedná se o projekt, který v letošním roce Jihočeský kraj ve spolupráci s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu a Jadernou elektrárnou Temelín spustil a jehož smyslem je upozornit na důležitost vlídného a milého chování ve vztahu k návštěvníkům jižních Čech a zastavit klesající příliv zahraničních hostů.

Obr. č. 1: Logo projektu „Usmějme se na turisty“



Zdroj: [11]

V rámci uvedeného projektu byla také letos v létě spuštěna soutěž o nejpřívětivější turistickou provozovnu v jižních Čechách. Každá turistická provozovna, hotel či restaurace v jižních Čechách mají možnost si na adrese Jihočeské centrály cestovního

ruchu vyzvednout „usměvavé logo“, čímž se do soutěže automaticky zapojí. Seznam provozoven soutěžících o titul nejpřívětivější turistické provozovny je zveřejněn na internetových stránkách www.usmejmesenaturisty.cz. [11]

Jak již bylo v předchozích řádkách zmíněno, jižní Čechy jsou turisty hojně vyhledávanou destinací. Mají každému co nabídnout. Díky absenci velkých průmyslových podniků mají vysokou krajinnou hodnotu. Jsou krajem nesčetných rybníků, borových lesů i rozsáhlých rašelinišť, jež spolu s bělostnými blatskými statky vytvářejí obraz typické jihočeské krajiny v okolí Českých Budějovic, Třeboně či Veselí nad Lužnicí. Jižní Čechy jsou však i drsnou horskou krajinou majestátné Šumavy, Novohradských hor, Blanského lesa a České Kanady. Ovšem i spíše kulturně založeným návštěvníkům zde předešlé generace zanechaly nespočet historických památek jako doklad bohaté a mnohotvárné historie. K vidění jsou zde starobylá města, majestátné gotické kostely, renesanční zámky, kláštery, památky lidového stavitelství i zajímavé technické stavby včetně důmyslných rybníčních systémů. Vzhledem k opravdu vysokému počtu možností volnočasového vyžití uvádím v následujícím textu vybraná místa a zajímavosti ležící v okruhu do 50ti km od obce Plástovice, ve které se nachází budované centrum volnočasových aktivit a relaxace a která by se tudíž mohla stát vyhledávanými cíly návštěvníků tohoto centra.

Obr. č. 2: Lokace objektu současného školicího střediska společnosti ASPERA



Zdroj: [13]

2.1.1 Kulturní a historické zajímavosti:

- **Holašovice:** Tato jihočeská vesnice, zapsaná na seznamu kulturního dědictví UNESCO, je nejlépe zachovaným příkladem jihočeské architektury 2. poloviny 19. století, které se říká selské baroko. Na půdorysu, který byl typický pro středověkou vesnici se zde dochovalo množství venkovských staveb z 18. a 19. století. Právě zachovalost a původnost staveb nabízí věrný obraz vesnice poloviny 19. století. [14]
- **Zámek Hluboká nad Vltavou:** Zámek Hluboká, stavba pocházející z druhé poloviny 13. století, zrekonstruovaná do současné podoby anglického tudorovského gotického stylu, patří k turisticky nejatraktivnějším památkám v Česku. Navíc v prostorách jízdárny skýtá možnost navštívení Alšovy jihočeské galerie, která spravuje sbírku soch a obrazů holandských a vlámských malířů 17. a 18. století. [15]
- **Zřícenina hradu Dívčí Kámen:** Zřícenina hradu Dívčí kámen je jednou z nejrozsáhlejších a nejlépe dochovaných středověkých památek v České republice. Nachází se na vysoké skále nad soutokem Křemežského potoka a řeky Vltavy mezi městy České Budějovice a Český Krumlov. K navštívení tedy stojí zato nejen z hlediska historického, nýbrž i kvůli nádherné přírodě, jež ji obklopuje.
- **Poutní místo Lomec:** Lomec patří mezi nejproslulejší poutní místa v jižních Čechách. Nachází se 5 km severně od Netolic v okrese Strakonice. Jeho proslulost pramení zejména z atypičnosti zdejšího kostela, jehož oltář je dodnes historiky kvůli jeho jedinečnému umístění obdivován. Podle starokřesťanského zvyku je totiž zavěšen nad oltářním stolem. V současné době najdeme tento typ oltáře již jen v Římě a ve španělském městě Vittoria. [17]
- **Zámek Kratochvíle:** Státní zámek Kratochvíle, pocházející z 16. Století, je renesanční perlou italského stavitelství v jižních Čechách. Svou vysokou návštěvnost si získává zejména díky cenným interiéřům s malířskou a štukovou výzdobou. [18]
- **Klášter Zlatá Koruna:** Klášter cisterciáků Zlatá Koruna je dnes pokládán za jeden z nejcennějších komplexů gotické architektury ve střední Evropě. Díky své poloze v hlubokém vltavském údolí si dodnes udržel mnoho z původní atmosféry i po odchodu řádu.

- **Historická centra měst České Budějovice a Český Krumlov:** Za prohlédnutí jistě stojí i historická centra největších jihočeských měst České Budějovice a Český Krumlov. V Českých Budějovicích každého návštěvníka jistě zaujme čtvercové náměstí patřící mezi největší ve střední Evropě, Černá věž, historická radnice i řada přilehlých uliček s nespočtem historických architektonicky zajímavých budov. Centrum Českého Krumlova se navíc může díky jedinečné středověké zástavbě pyšnit účastí na seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. Velkým lákadlem pro turisty je v Českém Krumlově zejména zdejší zámek s proslulým medvědíím příkopem a otáčivé hlediště, jež v letních měsících uvádí divadelní zpracování řady světových významných děl.

2.1.2 Možnosti sportovního vyžití:

- **Kleť:** Vrchol Kleť (1084 m) je nejvyšším bodem chráněné krajinné oblasti Blanský les. Celá oblast Blanského lesa i samotná hora jsou protkány nespočtem cest a stezek pro pěší, cyklisty, běžkaře i např. jezdce na koloběžkách a jsou tak velice oblíbeným cílem všech sportovců. Na samotném vrcholu je možné navštívit tamní 18m vysokou rozhlednu z níž se otevírá nádherný panoramatický pohled na část Šumavy, Budějovicko, Novohradské hory a za jasného počasí je možné vidět i panoráma Alp.
- **Lanové centrum Libín:** Nádherného výhledu je možné si užívat též z rozhledny na vrcholu hory Libín. Libín je se svými 1093m nejvyšším vrcholem Šumavského podhůří. Pokud by sportovci po dosažení jeho vrcholu měli ještě dostatek sil, je možné zde navštívit bezmála 1km dlouhý lanový park nabízející vyžití na více než šedesáti druzích překážek. [19]
- **Stezka České Budějovice – Hluboká nad Vltavou:** Velice oblíbeným cílem nejen jihočeských sportovců se v posledních letech stává také cyklostezka mezi Českými Budějovicemi a Hlubokou nad Vltavou. Díky hladkému povrchu a rovinnému terénu je vhodným tréninkovým místem pro cyklisty, jezdce na in-line bruslích i běžce všech výkonnostních skupin.
- **Rybník Dehtář:** Rybník Dehtář ležící cca 13km od Českých Budějovic je se svými téměř 250 hektary sedmý největší rybník v Jihočeském kraji a desátý v celé České republice. Díky zdejším povětrnostním podmínkám je Dehtář jedním z mála windsurferských spotů

v České Republice. Na Dehtář se sjíždí téměř všichni surfaři nejen z Českobudějovicka. Svou polohou je totiž vhodný pro všechny západní i severní větry. [20]

- **Splutí Vltavy:** Velice oblíbenou zábavou, za níž se turisté do jižních Čech sjíždějí, je splouvání řeky Vltavy. Vodáctví je v České Republice velice oblíbeným sportem a Vltava díky rychlosti proudu a hojnosti kempů na svých březích je vhodnou řekou, jak pro rodiny s dětmi, tak pro sportovce hledající místo k tréninku.
- **Ranč Patriot:** Milovníci koní a zvířat mají možnost v samotné obci Plástovice navštívit nově vybudovaný ranč. Ranč Patriot disponuje veškerým vybavením pro všechny druhy jezdeckého sportu a nabízí tak možnost tréninků, jezdeckých kurzů i pořádání jezdeckých soutěží.

2.1.3 Ostatní turistické atrakce:

- **Krokodýlí ZOO:** Od května do října je ve městě Protivín možné navštívit soukromou zoologickou zahradu specializující se na chov krokodýlů a okrajově i na chov hadů a želv. V současné době je zde k vidění 23 krokodýlích druhů a 9 druhů z řad hadů a želv.
- **ZOO Ohrada:** ZOO OHRADA Hluboká nad Vltavou leží v těsné blízkosti loveckého zámku Ohrada, v typickém prostředí jižních Čech, na břehu Munického rybníka. Ač svou rozlohou v Čechách nejmenší, nabízí ZOO Ohrada v současnosti k vidění přes 150 druhů zvířat a své řady neustále rozšiřuje.
- **Veselské pískovny:** V letních měsících velmi atraktivní destinací lákající turisty je oblast Veselských pískoven. Cca 5km od města Veselí nad Lužnicí se rozprostírá 5 pískoven, které vznikly v letech 1952 až 1986 těžbou šterkopísku po obou stranách řeky Lužnice. Těžbou vznikla nádherná jezera, ve kterých i v teplém letním období je zpravidla voda průzračně čistá. Jezera jsou obklopena velkými pískovými plážemi, jež jsou lemované borovicovými lesy a poskytují tak návštěvníkům do jisté míry i soukromí. U některých jezer je v současné době již možné se i občerstvit, či si např. zapůjčit šlapadlo. [21]

2.2 Obec Plástovice

Vedle lákavého prostředí jižních Čech má ovšem i samotná obec Plástovice, ve které se areál současného školicího střediska nachází, návštěvníkům co nabídnout. Tato malá jihočeská vesnička se nachází uprostřed krajiny polí, pastvin, luk, lesů a remízek, prokládaných plochami rybníků, potoků a struh, nazývané a známé jako Zbudovská blata. Zbudovská blata se rozkládají na území mezi Hlubokou nad Vltavou a Netolicemi. Tyto kdysi bažinaté roviny daly po vysušení vznik úrodné půdě, která po staletí poskytovala zdejším obyvatelům obživu. Movitost blatských sedláků dokládají honosné stavby zdejších vesnic. Tyto stavby, budované ve stylu tzv. „selského baroka“, jsou v současnosti nejvýraznějším rysem blatských vesnic. Obec Plástovice, označovaná za nejkrásnější vesnici popisované oblasti s první zmínkou již z roku 1360, byla v roce 1995 prohlášena vesnickou památkovou rezervací. Zachovalo se zde totiž opravdu velké množství budov, vystavěných právě ve stylu selského baroka. Pro architekturu zbudovské oblasti jsou charakteristické krásně konturované křídlové štíty se „zavěšenými“ volutami, vlysy a protínajícími se kroužky nebo s balustrádou a dekorem často s religiózními motivy. Bezpochyby nejznámější stavbou nejen v Plástovicích, ale na celých Zbudovských blatech je slavná kovárna z roku 1852 v jižní části návsi. Směrem k jihu je otevřena půlelptickým obloukem podsíně pracovního prostoru, interiéry jsou zaklenuté plackovými klenbami. Kovárna má dva křídlové štíty bez volut, jen se střídanou plochou výzdobou hvězdičkami a koňskou hlavou. [22] Celá oblast Zbudovských blat tedy jistě stojí za shlédnutí. Veškeré informace a zajímavosti z historie i současnosti návštěvníkům každý týden od středy do neděle v době mezi 10:00 až 17:00 poskytne nově vybudované informační centrum Plástovice, ležící na cyklotrase č. 1083.

Obr. č. 3: Stavby v obci Plástovice



Zdroj: [22]

2.3 Areál současného školicího střediska

Společnost **ASPERA, spol. s r.o.** je největší obchodní organizací s elektroinstalačním materiálem v jihočeském regionu. Na trhu působí od roku 1991 a v současné době má v jihočeském regionu již 13 poboček. V roce 2011 společnost uvedla do provozu své vlastní školicí středisko v obci Plástovice. Prostory školicího střediska jsou situovány do bývalého statku patřícího mezi nejrozsáhlejší stavení v oblasti tzv. Zbudovských Blat. Toto stavení, stojící v obci Plástovice již od 17. až 18. století, bylo k roku 2011 kompletně zrekonstruováno do současné podoby. Od 1.8.2011 je stavení využíváno jako školicí středisko společnosti Aspera s.r.o. k pořádání odborných kurzů, seminářů, školení či konferencí a realizaci výchovně vzdělávacích akcí. Rekonstrukce statku a výstavba školicího střediska byly realizovány za finanční spoluúčasti Evropské Unie na základě podané žádosti v rámci Operačního programu Podnikání a inovace. Celkový rozpočet na vybudování školicího střediska byl 21 889 609 Kč, z čehož příspěvek Evropské Unie činil 8 556 950 Kč.

Obr. č. 4: Vchod do areálu současného školicího střediska



Zdroj: vlastní

V současnosti jsou v areálu školicího střediska k dispozici čtyři školicí místnosti, z čehož jedna je samostatně stojící na opačné straně dvora než se nachází hlavní budova

stavení. Všechny místnosti jsou vybaveny nadstandardním moderním zařízením a příležitostně je možno je využívat rovněž pro další typy aktivit (pohybové aktivity, relaxační aktivity, apod.). Středisko dále nabízí možnost ubytování v devíti dvoulůžkových pokojích, jednom třílůžkovém pokoji a jednom nadstandardním apartmánu pro 5 osob. Každý z pokojů je vybaven vlastním sociálním zařízením, televizí a WIFI připojením. Školící středisko též disponuje vlastní kuchyní o kapacitě cca 100 strážníků. Dále se v areálu nachází ještě jeden zvláštní pokoj a kancelář pro potřeby personálu, stodola s možností využití pro rozsáhlejší společenské akce (svatby, apod.), studna a parkoviště. K areálu školícího střediska je též připojen dvůr o rozměru cca 0,5ha a zahrada o rozměru cca 1ha nacházející se za hlavní budovou statku.

Obr. č. 5: Fotografie areálu plánovaného cyklistického střediska





Zdroj: vlastní

3 Vhodnost objektu k přepracování – odůvodnění projektu

3.1 Destinace jižní Čechy

K záměru vybudovat v obci Plástovice centrum relaxace a volnočasových aktivit mě přivedl fakt, že jižní Čechy jsou nejen pro obyvatele České republiky velice oblíbenou destinací pro trávení volného času. Tuto skutečnost dokládají i zprávy Českého statistického úřadu, jež uvádějí, že do roku 2011 si obyvatelé České republiky jako cíl svých delších cest ve volném čase nejčastěji vybírali právě Jihočeský kraj. Následně, v roce 2011, jak uvádějí výsledky šetření Českého statistického úřadu, občané starší 15ti let uskutečnili ve svém volném čase po České republice více než 7 mil. delších cest a 21 mil. kratších cest. Každá devátá z delších cest a každá desátá z kratších cest byla směřována do Jihočeského kraje. Nejčastějším cílem cest ve volném čase (delších i kratších) se v roce 2011 stal Středočeský kraj, kraj Jihočeský se posunul na místo třetí. Tato skutečnost byla ovšem způsobena pouze tím, že návštěvníci v jižních Čechách strávili v průměru menší počet nocí. Počet osob, jež do Jihočeského kraje ve svém volném čase zavítaly, ale oproti roku 2010 opět vzrostl. Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení Jihočeského kraje se tedy ve srovnání s rokem 2010 zvýšila téměř o 3 %, počet domácích hostů vzrostl o 3 % a počet hostů z ciziny o necelá 2 %. Jihočeský kraj je také krajem s největším počtem hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) v ČR. Kraj se na lůžkové kapacitě ČR podílí 11 % a na počtu míst pro stany a karavany více než z jedné čtvrtiny. [16] I přes tuto skutečnost, že Jihočeský kraj je krajem s největším počtem ubytovacích zařízení, jsem došla k záměru vybudovat centrum relaxace a volnočasových aktivit právě v jižních Čechách. Je tomu tak z důvodu, že drtivá většina zdejších ubytovacích zařízení nejsou nijak specializovaná a zaměřují se výhradně na poskytování ubytování bez jakýchkoliv doplňkových služeb.

Tab. č. 1: Cesty českých občanů v tuzemsku za účelem trávení volného času v roce 2011

Cíl cesty (kraj)	Počet cest v tisících		Počet přenocování na cestách v tisících		Počet nocí v průměru na 1 cestu	
	delších	kratších	delších	kratších	delší	kratší
Česká republika	7 222	21 483	55 598	41 029	7,7	1,9
Hl. m. Praha	169	918	1 139	1 732	6,8	1,9
Středočeský	1 162	4 527	10 153	8 733	8,7	1,9
Jihočeský	832	2 173	6 418	4 262	7,7	2,0
Plzeňský	564	1 771	5 057	3 360	9,0	1,9
Karlovarský	126	676	1 075	1 290	8,6	1,9
Ústecký	499	1 451	4 361	2 715	8,7	1,9
Liberecký	692	1 058	4 409	2 273	6,4	2,1
Královéhradecký	898	1 129	6 255	2 190	7,0	1,9
Pardubický	264	1 433	2 214	2 723	8,4	1,9
Vysočina	376	1 799	3 396	3 276	9,0	1,8
Jihomoravský	419	1 104	2 652	1 975	6,3	1,8
Olomoucký	326	964	2 260	1 883	6,9	2,0
Zlínský	347	813	2 129	1 460	6,1	1,8
Moravskoslezský	548	1 666	4 081	3 157	7,4	1,9

Pozn.: z výsledků VŠCR za občany ve věku 15 let a více

Zdroj: [16]

Vysoká oblíbenost Jihočeského kraje jako turistické destinace také vyplývá z velké nabídky volnočasových aktivit, které je v tomto kraji možno provozovat. Výběr těch nejatraktivnějších možností, jak je možné v jižních Čechách trávit volný čas, je uveden v předchozí kapitole. Právě volný čas a možnosti jeho naplnění jsou nejdůležitějším faktorem při výběru cílové destinace.

3.1.1 Volný čas

V současné době je možno nalézt opravdu velké množství definic volného času. Jeho vůbec nejstarší vymezení se datuje do dob starověkého Říma a jeho autorem je filosof Aristoteles. Ten chápe volný čas jako čas na rozumování, čtení veršů, setkávání se s přáteli a poslouchání hudby. Další, velice zajímavé pojetí volného času, uvádí německý filosof Karl Marx, který volný čas definuje jako „sféru lidské svobody, svobodného rozhodování a svobodné činnosti. Práci charakterizuje jako říši nutnosti, volný čas jako říši svobody“. [23] Oproti tomu novodobější literatura, uveďme například autora Michala Šeráka a jeho publikaci *Zájmové vzdělávání dospělých*, definuje volný čas následujícím způsobem: „Volný čas je libovolná doba, která zbývá po ukončení pracovní činnosti a naplnění všech

požadavků nutných k zajištění běžného života.“ [9] Obdobně definuje volný čas i autor Jan Průcha ve svém díle Pedagogický slovník: „Volný čas je čas, se kterým člověk může nakládat podle svého uvážení a na základě svých zájmů. Je to doba, která zůstane z 24 hodin běžného dne po odečtení času věnovaného práci, péči o rodinu a domácnost, péči o vlastní fyzické potřeby (včetně spánku).“ [23] Ať už ale volný čas budeme definovat jakkoliv, je jisté, že volný čas je součástí života každého z nás a hraje v něm velice důležitou roli. Navíc ve srovnání s minulostí rozsah volného času obyvatel stále roste, což je důsledkem trvale se zvyšující životní úrovně. K významnému zlomu ve vývoji volného času došlo na jaře roku 1990, tedy po otevření státních hranic. V této době došlo k vytvoření zcela nové struktury času (došlo k výrazné redukci chataření a rozvoji cestování a podnikání) a struktury nákladů na bydlení a volný čas. V dnešní době se volný čas stal předmětem zkoumání celé řady odvětví, z nichž každé se snaží definovat jeho funkce, druhy, faktory, které ovlivňují jeho prožívání a zároveň na něj každé nahlíží z jiného úhlu pohledu. Mezi ty nejzákladnější, z jejichž hlediska bývá volný čas posuzován, patří:

- a) **Oblast vědy** – každá věda nahlíží na volný čas z jiného úhlu pohledu. Například sociologie pohlíží na volný čas jako na symbol věku, vzdělání, profese a společenského úspěchu. Oproti tomu například pedagogika a andragogika pohlíží na volný čas jako na určitý způsob vzdělávání.
- b) **Oblast ekonomie** – pro tuto oblast má volný čas neustále se zvyšující význam, což souvisí s faktem, že do volného času obyvatelé investují stále větší množství prostředků.
- c) **Oblast sociologie a psychologie** - tyto hlediska pomáhají jednak utvářet mezilidské vztahy, vytvářet formální i neformální skupiny a přispívají k socializaci jedince.
- d) **Politická oblast** - jednotlivé nabídky aktivit pro volný čas by ve městech a obcích měli tvořit funkční systém, nemělo by dojít k preferování institucí nebo organizací.
- e) **Ze zdravotně-hygienického pohledu** - zabývá se podporováním tělesného, duševního vývoje člověka, uspořádáním režimu dne, hygienou prostředí. [6]

3.1.1.1 Druhy volného času

- **Čas pracovní** – vyplněn nějakou pracovní činností
- **Čas vázaný či polovolný** – zaměřen na objektivní povinnosti, péče o vlastní osobu,

stravování, hygienu, spánek, péče o domácnost, děti

- **Čas volný**
- **Čas odpočinkový** – vyplněn nenáročnými a psychicky klidnými činnostmi
- **Čas rekreační** – vyplněn rekreační aktivitou
- **Čas zájmový** – vyplněn aktivitami, které jsou zaměřeny na rozvíjení individuálních potřeb [6]

3.1.1.2 Funkce volného času

- **Rekreace** - psychické uvolnění, shromažďování sil
- **Kompenzace** - potěšení, bezstarostnost
- **Edukace** - potřeba se dále vzdělávat, potřeba po zážitcích
- **Kontemplace** - potřeba klidu, čas pro sebe sama
- **Komunikace** - potřeba sociálních vztahů, empatie, láska
- **Integrace** - potřeba emocionální jistoty, vztahů
- **Enkultura** - potřeba kreativního rozvoje
- **Participace** - potřeba angažovanosti, spoluodpovědnost [6]

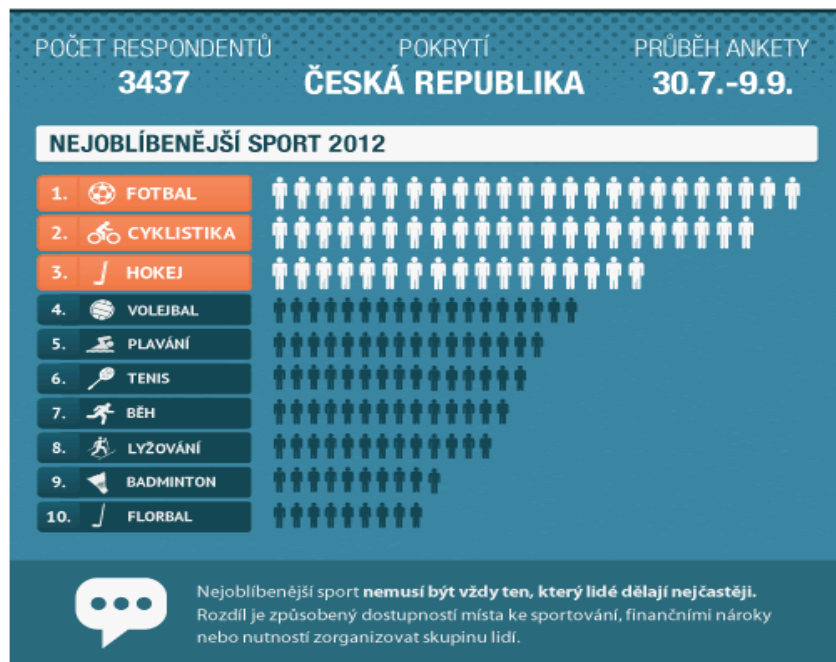
3.1.1.3 Aspekty ovlivňující prožívání volného času

- **Věk** - vrcholem volnočasových aktivit je věk kolem 17 let. Postupem času s přibýváním pracovních a rodinných povinností četnost volnočasových aktivit klesá
- **Pohlaví** - ženy se častěji věnují rodinným povinnostem, rády navštěvují kulturní akce, divadla, galerie, více se věnují četbě. Oproti tomu muži se více věnují sportovním činnostem a sebevzdělávání
- **Sociální skupina** - každá sociální skupina, do které jsou lidi zainteresováni, např. rodina, kamarádi, spolupracovníci má svoje hodnoty a normy
- **Bydliště** - ještě stále výrazný rozdíl, je rozdíl mezi bydlením ve městě a na vesnici. Tento rozdíl už je ale na ústupu. Na vesnici více přetrvává práce kolem domu, práce na zahradě. Ve městě je všeobecně více možností trávení volného času než na vesnici.
- **Profese**
- **Vzdělání** - bylo prokázáno, že s vyšším vzděláním dochází k většímu zájmu o sport, četbu, návštěvu kulturních zařízení, výlety. Negativem u vysokoškolsky vzdělaných lidí je neschopnost se oprostit od práce a věnování se pouze rodině. [6]

3.2 Volba cyklistického centra

Ke konkrétnímu záměru, vybudovat v jižních Čechách cyklocentrum, mě přivedla skutečnost, že cyklistika je v České republice velice populárním druhem volnočasové aktivity. Samotné jižní Čechy jsou pak z hlediska cykloturistiky jednou z nejméně frekventovaných oblastí naší země. Tuto skutečnost dokládá i výzkum největšího českého portálu pro rekreační sportovce www.SportCentral.cz, jež vlastní neustále se rozšiřující databázi sportovišť po celé České republice a nabízí zejména možnost jejich snadného vyhledávání a poskytování aktuálních informací. Výsledky výzkumu s názvem „Sport roku 2012“, probíhajícího v období 30.7.2012 až 9.9.2012, jasně ukazují, že cyklistika je v České republice nejprovozovanějším druhem sportu. Z hlediska oblíbenosti sportů (tedy i jejich pasivního provozování) se cyklistika umístila na druhém místě, hned po fotbalu. Co se týče individuálních sportů, figuruje tedy cyklistika opět na prvním místě. Své prvenství tento sport nezapřel ani v části ankety, která se zaměřovala na nejoblíbenější sport provozovaný v letních měsících, ani v žebříčkách nejoblíbenějších sportů podle věkových kategorií, kde od dvaceti let věku figuruje jasně na prvním místě, pouze u osob mladších dvaceti let věku se propadla pod místo páté.

Obr. č. 6: Výsledky výzkumu portálu www.SportCentral.cz



Zdroj: [24]



Zdroj: [24]



Zdroj: [24]

NEJOBĹIBENĚJŠÍ SPORTY PODLE VĚKU

< 20 let	20-29	30-39	40-49	49<
1. FOTBAL	1. FOTBAL	1. CYKLISTIKA	1. CYKLISTIKA	1. CYKLISTIKA
2. PLAVÁNÍ	2. CYKLISTIKA	2. FOTBAL	2. HOKEJ	2. FOTBAL
3. ATLETIKA	3. VOLEJBAL	3. TENIS	3. FOTBAL	3. HOKEJ
4. VOLEJBAL	4. TENIS	4. HOKEJ	4. VOLEJBAL	4. ATLETIKA
5. TENIS	5. INLINE	5. PLAVÁNÍ	5. BĚHÁNÍ	5. PLAVÁNÍ

Zdroj: [24]



Zdroj: [24]

3.2.1 Cyklistika a její vývoj

Vysoká popularita cyklistiky souvisí s její opravdu dlouhou historií. Vždyť vůbec první náznaky vytvoření kola jako dopravního prostředku sahají až do počátku 19. století. Poprvé bylo kolo patentováno roku 1818 německým baronem Karl Wilhelm Friedrich Christian Ludwig Drais von Sauerbronnem, jež mu pod názvem „draisina“ dal podobu dřevěného stroje, který nebyl poháněn pedály, nýbrž pouhým odstrkováním jezdce od země. Poprvé bylo kolo vybaveno pedály až roku 1861, kdy je Francouz Pierre Michaux připevnil na přední kolo a tento dopravní prostředek nazval „vélocipede“. Koncem 19. století se vývoj bicyklů začal značně zrychlovat. Kola pomalu díky vynálezům z celého světa začala získávat pneumatiky, brzdy, volnoběžku a převody, až do roku 1933, kdy se bicykl svou výbavou již značně podobal dnešním strojům. Do druhé světové války byla kola využívána převážně jako dopravní prostředek, během druhé světové války, díky větší dostupnosti aut, popularita tohoto dopravního prostředku upadla, ovšem ke konci 20. století si svou oblibu začalo kolo opět získávat zpět, a to především díky sestrojení prvních horských kol. Bicykly byly ale od dávných dob také velmi oblíbeným nástrojem pro sportovní vyžití, vždyť vůbec první závod na kolech byl uspořádán již v roce 1868, 30. května. Zároveň je cyklistika již od prvních olympijských her součástí olympijského programu. Za zmínku stojí jistě i od svého vzniku až do současnosti nejpopulárnější závod na silničních kolech, Tour de France. Tento závod byl poprvé v historii uspořádán roku 1903 a za jeho zrodem stojí dvojice francouzských novinářů Geo Lefèvre a Henri Desgrange. [25]

Obr. č. 7: Logo slavného silničního závodu *Tou de France*



Zdroj: [25]

Ani v současné době ale není vývoj tohoto sportu u svého konce. Cyklistika se rozdělila na celou řadu odvětví, z nichž každé má své specifikum týkající se jak stylu jízdy, tak výbavy kola. Mezi tato odvětví patří například cyklokros, dráhová cyklistika, BMX, biketrial, ale především nejrozšířenější silniční cyklistika a horská cyklistika. Právě na podporu, technické zabezpečení a případnou výuku těchto dvou cyklistických disciplín by mělo být „Cyklocentrum Na Blatech“ zaměřeno, a to díky ideálním přírodním i povrchovým podmínkám v přílehlém okolí.

3.2.2 Cyklistika v ČR a její vývoj

Vysokou oblíbenost cyklistiky v naší zemi dokládá i skutečnost, že čeští cyklisté od počátku svým uměním i výbavou nikterak nezaostávali za světovými trendy. První jízdní kola se v českých zemích objevila krátce po svém vynalezení. K největšímu rozmachu cyklistiky v Čechách došlo ale v 70. letech 19. století, a to zejména zásluhou Josefa Vondřicha a bratrů Josefa a Františka Kohoutových. Jejich zásluhou byl totiž roku 1881 založen první cyklistický klub ČKV Smíchov, o dva roky později uspořádáno první cyklistické mistrovství Čech na 10 km a roku 1884 ustavena i Česká ústřední jednota velocipedistů a spolu s ní i časopis *Cyklista*. Cyklistika se tak stala prvním organizovaným sportem v českých zemích. Během 20. století prodělala česká cyklistika lehký útlum. Prvních výraznějších výsledků se českým cyklistům podařilo dosáhnout opět až počátkem tohoto století. [25] Nyní ovšem, jako by se čeští cyklisté již nechtěli svých dosažených pozic vzdát a hodlali se jen dál prodírat do popředí. O zapsání České republiky mezi světovou špičku v oblasti cyklistiky se v současnosti zaslouhují zejména Zdeněk Štybar a Kateřina Nash v oblasti cyklokrosu, Roman Kreuziger v oblasti silniční cyklistiky, Pavel Kelemen v dráhové cyklistice, Romana Labounková v oblasti BMX, Jiří Ježek a Tereza Diepoldova v cyklistice handicapovaných, Tereza Huříková a Ondřej Cink v oblasti MTB, ale především Jaroslav Kulhavý svým vítězstvím na horském kole na letošních letních olympijských hrách v Londýně.

3.3 Jihočeský kraj – kraj cyklistů

K záměru vybudovat v jižních Čechách cyklistické centrum přispívá také skutečnost, jakým způsobem se Jihočeský kraj stará o rozvoj místní cykloturistiky a jak jej podporuje. Za účelem přilákání cyklistů a vytvoření co možná nejlepších podmínek pro provozování tohoto sportu v jižních Čechách, byla Jihočeským krajem a dalšími partnery založena roku 2004 Nadace Jihočeské cyklostezky. Mezi hlavní aktivity této nadace patří mimo jiné pořádání pravidelných společných vyjížděk v různých částech jižních Čech, vytváření a budování systému místních i nadregionálních cyklostezek a cyklotras, správa a údržba již existujících cyklostezek i např. kontrola cyklistického značení. V neposlední řadě také stojí za zmínku projekt, jež byl nadací Jihočeské cyklostezky uskutečněn v roce 2008 a v rámci něhož byl proveden audit veškeré cyklistické infrastruktury v Jihočeském kraji. Výsledkem tohoto auditu bylo následně vytvoření přesné a aktuální databáze cyklistické infrastruktury v elektronickém prostředí, tedy vytvoření jedinečného cyklistického internetového portálu. Tento portál tak umožnil uživateli pohodlný přístup k informacím o cyklistické infrastruktuře v rámci celého kraje, umí pomoci při plánování tras cyklovýletů, prozradí uživateli vše o jím zvolené cyklistické trase počínaje náročností a doporučením typu kola, přes upozornění na nebezpečná místa či úseky, až po seznam přírodních a historických zajímavostí na zvolené trase. [26] Tento internetový cykloportál se tak stal významnou pomůckou celé cyklistické veřejnosti a současně i významným marketingovým nástrojem, který do tohoto regionu láká zájemce o cykloturistiku z jiných krajů, ale i od jižních sousedů a představuje Jihočeský kraj jako region přátelský k cykloturistice.

Tab. č. 2: Síť cyklotras na území Jihočeského kraje (k 1. lednu 2006)

Cyklotrasy	celkový počet vyznačených tras	celková délka na území kraje
I. třídy	0	0 km
II. třídy	9	588 km
III. třídy	8	186 km
IV. třídy	246	4 216 km
Celkem	263	4 990 km

Zdroj: [26]

Pro snadnější dosažení a zpřístupnění cyklotras v Jihočeském kraji byl roku 2006 realizován projekt „Cyklotrans“, jež úspěšně funguje až do současnosti a každým rokem zaznamenává narůstající počet cestujících. Zmíněný projekt poskytuje službu cyklistům v podobě tzv. cyklobusů, jež zajišťují dopravu pro cyklisty včetně kol po území Jihočeského kraje na sedmi linkách.

Obr. č. 8: Trasy cyklobusů provozovaných v rámci projektu „Cyklotrans“



Zdroj: [27]

Rozvoj cyklistické infrastruktury v jižních Čechách by měl současně být provázen rozvojem servisních služeb poskytovaných cyklistům (počínaje možností uschování kol, mytí a servisu kol, možnosti odpovídajícího stravování, osobní hygieny, společně s možností noclehu). Domnívám se, že tato skutečnost je prozatím slabou stránkou rozvoje cyklistických služeb v jižních Čechách. Realizace projektu založení cyklistického centra v obci Plástovice by tak mohla být významným krokem ke zvýšení komplexnosti cykloslužeb poskytovaných v Jihočeském kraji.

3.4 Vhodnost vnitřního uspořádání objektu

Situovat nové cyklistické centrum právě do areálu současného školicího střediska ASPERA v obci Plástovice jsem se rozhodla kvůli značně rozsáhlým a ideálně rozvrženým prostorám, které toto středisko nabízí. Rozlehlý travnatý dvůr a velká zahrada jsou ideálním místem pro rozcvičení sportovců před tréninkem, protažení po tréninku a

následnou relaxaci či kompenzační cvičení, zároveň jsou ideálním prostředím pro dětské hry. Prostorná a dobře vybavená kuchyně s jídelnou umožňují přípravu pestré škály pokrmů i ve velkém množství. První poschodí areálu pak poskytuje dostatek ubytovacích lůžek nejen pro organizované cyklistické akce, nýbrž umožňuje i zachování dostatečné ubytovací rezervy pro náhodně přichozí turisty. Současné učebny školicího střediska o různé velikosti jsou pak ideálními místnostmi pro plánované vybudování posilovny, masážní místnosti a místnosti pro teoretickou přípravu a výklad metodiky. Je možné uvažovat i o zprovoznění sauny a vířivé vany v prostorách současné stodoly.

4 Projekt centra volnočasových aktivit –

„Cyklocentrum Na Blatech“

Z předchozích kapitol zřejmě vyplývá, že záměrem tohoto projektu je vybudovat v jižních Čechách cyklistické středisko pod názvem „Cyklocentrum Na Blatech“. Tato práce by tedy měla být jakýmsi hrubým plánem zmíněného projektu, na jehož základě by následně mohl být projekt realizován. Plán projektu by měl optimálně obsahovat odpovědi na 4 základní otázky, důležité pro projekt a jeho řízení. První z těchto otázek je otázka „Proč?“, na níž je odpovězeno v předchozích kapitolách této práce. Tato otázka má projekt odůvodnit, tedy vysvětlit, z jakých důvodů má být projekt realizován a jaký problém či nedostatek má projekt vyřešit. Dalšími důležitými otázkami, jež bych chtěla objasnit v následujících kapitolách, jsou otázky „Co?“, tedy co je cílem a výstupem projektu a jaké jsou jeho hlavní produkty, dále otázka „Kdo?“, tedy kdo se bude na realizaci projektu podílet a v neposlední řadě otázka „Kdy?“, jež by měla objasnit, jaký je časový harmonogram projektu.

4.1 Vize a cíl projektu

V obecné rovině je projekt možno definovat jako jedinečnou soustavu činností směřujících k předem stanovenému cíli, která má určitý začátek i konec. Je tedy velmi důležité před začátkem realizace projektu mít jasně definovaný jeho cíl. Pro úspěšné stanovení cílů je dobré vycházet z metody SMART, což je technika využívaná pro navrhování cílů v řízení a plánování. Označení SMART je akronymem z počátečních písmen anglických názvů atributů cíle. Každý cíl by měl být specifický (Specific), měřitelný (Measurable), dosažitelný (Achievable), realistický (Realistic) a časově specifikovaný, tedy sledovatelný (Trackable). [2] Cílem tohoto projektu je vybudovat v jižních Čechách centrum, jež by poskytovalo komplexní služby jak rekreačním cyklistům, tak amatérským či profesionálním závodníkům, dokázalo splnit jejich rozličná přání a vyhovět jejich specifickým požadavkům. Určitou vizí do budoucna je pak vybudování sítě podobných center v rámci jižních Čech, která by umožnila procestování této oblasti a její poznání v celém svém rozsahu a kráse pouze ze sedla kola.

4.2 SWOT analýza

Pro zpracování analytické části projektů je možné využít různých metod. V cestovním ruchu velmi často využívanou metodou je metoda situační analýzy, tzv. SWOT analýza. Díky této metodě je možné zhodnotit silné (angl. strenghts) a slabé (ang. weaknesses) stránky vnitřního prostředí a příležitosti (angl. opportunities) a hrozby (angl. threats) vnějšího prostředí, spojené s určitým projektem či záměrem firmy či organizace. [2] Z tohoto důvodu bude tento druh analýzy využit v této práci.

4.2.1 Analýza vnitřního prostředí

Vnitřní prostředí určuje silné a slabé stránky firmy. Ty jsou v přímé kompetenci firmy a je tedy možné je, na rozdíl od příležitostí a hrozeb, poměrně snadno změnit. Zpravidla bývá tato část analýzy posuzována vzhledem ke konkurenci. Aspekty, u kterých lze říci, že jsme lepší nežli konkurence, jsou silnými stránkami podniku. Naopak aspekty, ve kterých jsme byli konkurencí předehnáni, jsou pak slabými stránkami podniku.

V případě plánovaného cyklocentra Na Blatech můžeme jednoznačně jako silné stránky a současně i významné výhody v počáteční fázi fungování centra označit následující skutečnosti. Cyklocentrum bude situováno do vlastního a nezávislého objektu, čímž se podnik vyhne např. provozním nákladům v podobě nájmu. S tím související výhodou je, že areál je již v současnosti vybaven dostatečnými ubytovacími kapacitami, vlastním parkovištěm, kvalitním technickým zázemím, wifi připojením apod. Tudíž ani nezbytné počáteční investice související s úpravou objektu pro účely cyklocentra nebudou dosahovat nijak závratných výšin. Další velice významnou silnou stránkou je značně flexibilní a plánovatelné využívání objektu podle volné kapacity a potřeby z hlediska aktuálních aktivit. Nesporně silnou stránkou zamýšleného centra je jeho samotný produkt, konkrétně jeho specifčnost, z hlediska know how i vybavenosti vysoká náročnost a jedinečnost na trhu. Dlouholetá znalost a pohyb v oblasti cyklistiky, stejně tak jako získané kontakty, jsou taktéž nespornou výhodou, jež bude pro středisko zejména v počátcích jeho fungování velkým přínosem, umožní totiž přímé oslovení potenciálních zájemců o nabízené služby.

Na druhou stranu možnou nevýhodu při realizaci projektu cyklocentra Na Blatech by mohly znamenat relativně nízké podnikatelské zkušenosti v této oblasti. Tuto skutečnost

následně ještě ztěžuje existence prozatím nulového, nebo jen velmi malého vlastního trhu pro tento záměr. Slabou stránkou vyplývající z charakteru nabízeného produktu pak do jisté míry je také závislost na outsoursovaných službách či na nezbytnosti variability činností personálu cyklocentra.

4.2.2 Analýza vnějšího prostředí

Druhou rovinou je analýza vnějšího prostředí podniku. Faktory vnějšího prostředí podniku leží mimo kontrolu podniku samotného. Cílem analýzy vnějšího prostředí je určení možných příležitostí pro rozvoj firmy a zároveň identifikace možných rizik, které by mohly rozvoj firmy znemožnit. Hrozby a příležitosti není samy o sobě možné minimalizovat, respektive maximalizovat, je možné pouze snížit nebo zvýšit jejich vliv na podnik.

Mezi skutečnosti, které by do určité míry mohly umožnit či usnadnit rozvoj plánovaného cyklistického střediska, patří např. jeho příznivá poloha z hlediska terénu, blízkosti a vybavenosti doplňujících aktivit, snadné dopravní dosažitelnosti z hlavních českých metropolí, ale i z příhraničí Rakouska či Bavorska. Příznivý vliv na rozvoj cyklocentra by jistě mohla mít i přes nepříznivý vývoj současné ekonomické situace rostoucí popularita cyklistiky a cykloturistiky, stejně tak jako narůstající trend posledních dvou let, jímž je trávení volného času v tuzemských destinacích na úkor dovolené v zahraničí. Neopomenutelnou příležitostí je i vysoký potenciál vytvoření referenční a opakované klientely v souvislosti se specifícností nabízeného produktu.

Největší hrozbou zamýšleného cyklocentra Na Blatech je dozajisté riziko větší „investiční zdrženlivosti“ do volno-časových, „nových“ či netradičních aktivit z hlediska aktuálního vývoje politické i ekonomické situace. Druhým faktorem, jehož dopady bude nutné se snažit eliminovat a jež pro podnikatelský záměr tohoto projektu znamená určité riziko, je sezónní charakter služeb nabízených cyklocentrem.

Závěry plynoucími z uvedené analýzy by měly být snaha o maximalizaci užítku ze silných stránek podniku a současně snaha o eliminaci stránek slabých. Dále by se podnik měl pokusit využít nalezené příležitosti k posílení své pozice na trhu a zároveň se snažit

minimalizovat vliv zjištěných hrozeb, případně se připravit na jejich možný dopad. Tyto závěry z provedené analýzy jsou zohledněny v následující kapitole marketingového mixu.

Pro větší přehlednost přikládám výše uvedenou analýzu v grafickém znázornění doplněnou o některé další faktory:

Tab. č. 3: SWOT analýza projektu

SWOT		
Přednosti	Strenghts (Silné stránky)	Opportunities (Příležitosti)
	<ul style="list-style-type: none"> vlastní a nezávislý objekt již stávající nadstandardní vybavenost areálu flexibilní a plánovatelné využívání objektu flexibilní pracovní doba centra specifický a jedinečný produkt výborná znalost oboru podnikání výborná lokace sídla podniku 	<ul style="list-style-type: none"> příznivá poloha vzhledem k zamýšlenému produktu potenciál vytvoření vlastní opakované klientely rostoucí popularita cyklistického sportu trend trávení dovolené v tuzemsku spolupráce s dodavateli doprovodných aktivit
Nedostatky	Weaknesses (Slabé stránky)	Threats (Hrozby)
	<ul style="list-style-type: none"> relativní závislost na outsoursovaných službách malé podnikatelské zkušenosti v dané oblasti aktuálně nulový vlastní trh pro tento záměr 	<ul style="list-style-type: none"> sezónní výkyvy současně nepříznivé podnikatelské podnebí riziko investiční zdrženlivosti na základě aktuálního politického a ekonomického vývoje
	Vnitřní	Vnější

Zdroj: vlastní

4.3 Konkurence cyklocentra Na Blatech

Provedení analýzy konkurence cyklocentra Na Blatech bylo, dá se říci, velice snadné. Konkurence tohoto plánovaného centra totiž v podstatě neexistuje. V jižních Čechách je možné nalézt tři další střediska, jež se dle informací, které zveřejňují na svých webových stránkách, zaměřují na cyklisty a jež ve svém názvu užívají označení „cyklopension“. Těmito středisky jsou Cyklopension Jindřichův Hradec, Cyklopension Údolí u Nových Hradů a Cyklopension Blanský les. Po osobním navštívení všech tří uvedených cyklopensionů ale bylo zjištěno, že uvedené podniky nenabízejí cyklistům žádné specializované služby s výjimkou možnosti zapůjčení kola a jimi poskytované služby se nijak neliší od služeb, jež nabízejí běžná ubytovací zařízení. Konkurence cyklistického střediska Na Blatech tedy existuje pouze v rovině ubytování v podobě klasických pensionů. V případě námi zamýšleného cyklistického centra ale budeme při plánování a případné realizaci marketingových aktivit klást důraz především nato, aby cyklocentrum Na Blatech vešlo ve známost nikoliv jako pension, nýbrž jako centrum poskytující komplexní a profesionální služby cyklistům, jež umožní jejich sportovní rozvoj a zajistí četné zážitky spojené cyklistikou a cykloturistikou.

4.4 Marketingový mix

4.4.1 Produkt (product)

Produktem v případě budovaného cyklistického centra bude zajisté služba. „Služba je jakákoliv činnost, výhoda či schopnost, kterou může jedna strana nabídnout druhé straně. Služba je svou podstatou nehmotná a nevytváří žádné hmotné vlastnictví. Poskytování služby může (ale nemusí) být spojeno s hmotným produktem.“ [7] Mezi základní vlastnosti služby patří její nehmotnost, neoddělitelnost, proměnlivost a pomíjivost. Služby poskytované v oblasti cestovního ruchu jsou navíc z hlediska marketingu ovlivňovány celou řadou skutečností. Proto mají služby svůj vlastní životní cyklus, jež je rozdělen do pěti fází:

- zavádění – služba je zaváděna na trh, poptávka je nulová a náklady na podporu prodeje jsou vysoké
- růst – obrat a zisk jsou malé, náklady jsou stále vysoké

- dospělost – služba je zavedena na trh, výnosy a zisk rostou
- nasycenost – služba dosáhla na trhu vrcholu a pomalu ztrácí svoji pozici
- útlum – obrat se sníží, většinou dochází ke stažení služby z trhu

Služby poskytované cyklocentrem Na Blatech budou nabízeny ve formě balíčků služeb. Tyto balíčky budou kombinací ubytování, kvalitní a vyvážené stravy, sestavení tréninkového plánu a programu na celý pobyt, služeb trenéra a fyzioterapeuta, wellness služeb a zajištění případné dopravy na doprovodné aktivity. Balíčky budou vytvořeny a nabízeny zejména třem skupinám zákazníků. První skupinou, které budou předem připravené balíčky nabízeny, jsou rodiny s dětmi, druhým typem balíčků bude soustředění pro zdatnější cyklisty a závodníky a posledním základním druhem balíčků bude soustředění pro děti. V případě zájmu pak bude samozřejmě možné balíčky služeb upravit a přizpůsobit potřebám dalších zákazníků. Tím je myšleno např. zkrácení či prodloužení doby pobytu, přidání či zmenšení počtu tréninkových hodin, příprava speciálního jídelníčku či zahrnutí dalších aktivit přesně dle přání zákazníků. Samozřejmě v případě zájmu zákazníka např. pouze o ubytovací služby s polopenzí, bude cyklocentrum Na Blatech připraveno takovéto poskytnout.

Pro ilustraci uvádím program balíčků pro zmíněné tři skupiny zpracovaný v základní podobě a po konzultaci s trenérem a zvážení časových možností jednotlivých skupin nastavený na pětidenní pobyt. Uvedené balíčky vycházejí z předpokladu, že skupina bude využívat veškerých služeb poskytovaných cyklocentrem, tedy i služeb zdejšího trenéra a fyzioterapeuta. V případě, že by skupina chtěla využívat pouze technického vybavení a zázemí cyklocentra pod vedením vlastního trenéra a např. týmového doktora, bude tato varianta samozřejmě umožněna. Vysoká variabilita a možnost individuálního nastavení nabízených balíčků by měla být jednou z velkých výhod služeb poskytovaných cyklocentrem Na Blatech. Součástí všech balíčků je samozřejmě také neomezený přístup do posilovny cyklocentra, možnost uzamčení kola v místnosti vybavené speciálními cyklostojany, možnost umytí kola, jeho seřízení a promazání pod odborným dohledem a současně také možnost vyprání sportovního oblečení po každém tréninku za použití speciálních šetrných čisticích prostředků. Po předchozí dohodě budou

mít návštěvníci také možnost zapůjčit si tandemové kolo či dětské vozíky za kolo. Pro návštěvníky bude po celou dobu pobytu také připravena široká škála iontových nápojů a nápojů pro rychlejší regeneraci a současně budou pro cyklisty před každou vyjížděnkou připraveny energetické gely vybrané dle délky plánované trasy.

Tab. č. 4: Programy nabízených balíčků služeb

5ti denní cyklistický kemp pro pokročilé			
	Dopoledne	Odpoledne	Večer
ST	teoretická příprava, vypracování tréninkových plánů, konzultace s trenérem a fyzioterapeutem	silový trénink	večerní prohlídka zámku Hluboká
ČT	celodenní trénink vytrvalosti		sauna, wellness, konzultace s fyzioterapeutem
PÁ	trénink bazén, osobní volno	trénink intenzita	golf v areálu Hluboká nad Vltavou
SO	celodenní trénink vytrvalosti		sauna, wellness, konzultace s fyzioterapeutem
NE	technický trénink, wellness	měření výsledků, úprava osobních plánů, kompenzační cvičení s fyzioterapeutem	-

Zdroj: vlastní

5ti denní cyklistický kemp pro děti			
	Dopoledne	Odpoledne	Večer
ST	poznávací projížďka po okolí, seřízení kol	aquapark v Třeboni	výuka péče o kolo
ČT	trénink	odpoledne s koňmi	karneval
PÁ	celodenní cyklovýlet		stezka odvahy
SO	pěší výstup na Kletř, jízda dolů na koloběžkách	volné odpoledne, hry v areálu	bazén
NE	trénink	lanové centrum Hluboká nad Vltavou	

Zdroj: vlastní

5ti denní cyklistický kemp pro rodiny s dětmi			
	Dopoledne	Odpoledne	Večer
ST	návštěva zámku Hluboká a zámecké zahrady	aquapark v Třeboni	sauna, wellness, hry pro děti
ČT	celodenní cyklovýlet		otáčivé hlediště v Krumlově
PÁ	herní program pro děti, wellness dospělí	lanový park Libín	sauna, wellness, stezka odvahy pro děti
SO	celodenní cyklovýlet		táborák
NE	pěší výstup na Kleť, jízda dolů na koloběžkách	odpoledne s koňmi	

Zdroj: vlastní

4.4.2 Cena (price)

Cena je spolu s kvalitou služby základním faktorem ovlivňujícím výběr klienta. Cenu můžeme definovat jako „sumu peněz požadovanou za produkt nebo službu, nebo sumu hodnot, které zákazníci smění za výhody vlastnictví, nebo užívání produktu či služby“. [2] Specifikem ceny, jako části marketingového mixu je, že cena jako jediná produkuje výnos, zatímco ostatní části marketingového mixu produkují náklady. Mezi základní přístupy používané při stanovování ceny patří:

- poptávkově orientovaný přístup – založený na odhadu objemu prodeje v závislosti na různé výši cen
- nákladově orientovaný přístup – stanovuje cenu na základě kalkulace nákladů
- konkurenčně orientovaný přístup – cena je stanovována dle konkurence
- přístup stanovení ceny dle marketingových cílů firmy
- přístup vyjádření ceny jako zákazníkem vnímané hodnoty [2]

V oblasti cestovního ruchu pak nejběžnějším a nejčastěji používaným postupem při stanovování cen patří stanovení cen na základě kalkulace nákladů, jejich následná úprava podle konkurence a finální úprava dle marketingových cílů firmy.

V případě cyklistického centra Na Blatech budeme při výpočtu cen balíčků služeb nabízených tímto centrem využívat zejména dvou výše uvedených přístupů ke stanovování cen. Základem bude stanovení ceny za ubytování, která bude vycházet z cen konkurence. Touto cenou by v současné době byla částka 450 Kč/osoba/noc, jež vznikla po porovnání cen ubytování sedmi cyklopenzionů v rámci České republiky s ohledem na specifika jižních Čech. Je nutné zkontrolovat, aby tato cena pokrývala režijní náklady související s poskytnutím ubytování a současně přinášela přiměřený zisk. S narůstajícím počtem využívaných služeb bude cena za ubytování v rámci balíčku klesat. Dalším krokem je vytvoření ceny kompletních balíčků. Zde využijeme zejména nákladově orientovaného přístupu, tedy k ceně ubytování budeme přičítat náklady související s poskytováním dalších služeb v rámci balíčku. Těmito náklady jsou například plat trenéra a fyzioterapeuta, výživové doplňky, doprava na doprovodné aktivity, ceny vstupného, atd. Výsledné ceny balíčků tedy budou rozdílné, a to díky individuální a specifické podobě jednotlivých nabízených balíčků.

4.4.3 Distribuce (place)

Distribuce je proces zpřístupnění produktu či služby konečnému spotřebiteli. Slouží k nalezení a realizaci cesty mezi poskytovatelem služby a jeho zákazníkem. V případě cestovního ruchu však neexistuje klasický distribuční systém. Specifikum služeb cestovního ruchu spočívá ve skutečnosti, že je lze realizovat pouze v místě jejich produkce. Distribuční cesty jsou v případě služeb tedy o něco složitější a proměnlivější a můžeme je rozdělit na dvě hlavní skupiny. První z nich je přímá distribuční cesta. Tato v našem případě nastane, pokud si zákazník objedná ubytování či kompletní balíček služeb přímo v areálu cyklocentra, přes telefon či e-mail. Druhou skupinu pak tvoří tzv. zprostředkované distribuční cesty, tedy přes jednoho či více zprostředkovatelů. V našem případě budou těmito zprostředkovateli např. odborné časopisy zaměřené na cyklistiku, webové stránky těchto časopisů či jiné a v neposlední řadě i vlastní webové stránky, jež je v plánu do budoucna vytvořit.

4.4.4 Propagace (promotion)

Cílem této části marketingového mixu je vhodně a dostatečně oslovit cílový tržní segment. Tento proces, nazývaný marketingovou komunikací, by měl vycházet z tzv. koncepce AIDA. Jedná se o zkratku čtyř po sobě jdoucích anglických slov, jež říkají, že správná forma marketingové komunikace by měla dokázat upoutat pozornost potencionálního zákazníka (awareness), vzbudit jeho zájem o bližší poznání produktu (interest), vyvolat v něm opravdovou touhu po koupi produktu (desire) a následně ho i k samotné koupi skutečně přimět (action). K propagaci produktu můžeme zvolit přímou i nepřímou formu marketingové komunikace. [2] V rámci přímé marketingové komunikace bychom pro propagaci cyklocentra Na Blatech rádi využili:

- tzv. virálního marketingu, tedy marketingu využívajícího ke komunikaci sociální sítě. Konkrétně bychom rádi založili vlastní skupinu na sociální síti Facebook pod názvem „cyklocentrum Na Blatech“, kam bychom umístili fotky z areálu cyklocentra, informace o nabízených službách a zároveň bychom touto cestou zájemce pravidelně informovali o připravovaných akcích.
- databázový marketing. Konkrétně bychom chtěli využít databázi závodníků ze seriálu maratonů na horských kolech, tzv. GALAXY série. Z této databáze bychom se souhlasem ředitele uvedené série využili e-mailové adresy závodníků, na něž bychom rozeslali nabídku nabízených služeb.

Nepřímou formu marketingové komunikace, působící masově a neselektivně, bychom chtěli realizovat v podobě:

- tištěné reklamy v časopisech s cyklistickou tematikou (časopisy Velo, Cykloturistika, 53x11, Peloton)
- tištěných letáčků formátu A5, jež by byly umístovány zejména do tašek, které závodníci dostávají vždy při prezentaci na závodě. Dále by letáčky mohly být umístěny na pulty do jednotlivých turistických informačních center či na pokladny hradů, zámků, sportovních center atp.

- reklamy na internetu. Jednak prostřednictvím vytvoření vlastních webových stránek cyklocentra a současně také prostřednictvím odkazů na webových stránkách cyklistických časopisů, odkazů na cyklistických portálech či např. na webových stránkách Nadace Jihočeské cyklostezky.
- ústní reklamy při vyhlásování výsledků na různých cyklistických závodech po České republice či na hromadných vyjížděkách organizovaných Nadací Jihočeské cyklostezky.

Ocitáme se v době, kdy se zákazníci stávají stále náročnějšími, vyžadují stále dokonalejší a individualizované služby za přijatelnou cenu a ze strany nabídky je cítit stále silnější a narůstající konkurenci. Pakliže chtějí podniky v konkurenci obstát a plně uspokojit požadavky svých zákazníků, jsou nuceni využívat podstatně složitějších marketingových technik, jež jim umožní daleko pečlivější a přesnější přípravu a plánování. Příkladem tohoto marketingového rozvoje je i skutečnost, že v současné době bývá základní mix často rozšiřován o další proměnné. Těmi jsou např.:

4.4.5 Balíčky služeb (packaging)

V marketingu cestovního ruchu je výraz packaging synonymem pro spojování jednotlivých služeb k sobě. K jádru produktu jsou přidávány ještě další služby v souladu s přáními turistů a tento balíček je pak nabízen a prodáván jako celek. Záměrem našeho cyklistického centra je nabídnout cykloturistům komplexní služby, proto jsme náš hlavní produkt, tedy organizované cyklistické poznávací vyjížděky a výuku jízdy na kole, spojili s dalšími cyklisty nejčastěji vyhledávanými službami a vytvořili v předchozích kapitolách popsané balíčky, jež umožní zákazníkovi soustředit se pouze na zážitky, případně svůj sportovní a cyklistický rozvoj, bez jakýchkoliv dalších starostí. Vytváření balíčků je tak výhodné pro obě strany. Pro poskytovatele služeb balíčky znamenají více práce a tedy i

vyšší zisky. Současně má poskytovatel balíčků možnost výběru spolehlivých spolupracovníků. Tím se vyhne riziku, že pokud by si zákazník pro své vlastní doprovodné aktivity zvolil špatného provozovatele a získal tak negativní zážitek, mohl by si tento negativní pocit spojit i se samotným pobytem v cyklocentru. Pro zákazníky pak balíčky služeb znamenají výhodu v podobě úspory času a prostředků, současně také poskytují jistotu dodržení rozpočtu a záruku zážitků. Pro ilustraci uvádím cenové zvýhodnění pro zákazníky, jež si v cyklocentru Na Blatech zakoupí kompletní balíček služeb v podobě nabízených cyklokempů.

Tab. č. 5: Příklady cenového zvýhodnění nabízených balíčků služeb

Služba	Běžná cena	Cena v případě, že je zákazník v cyklocentru Na Blatech ubytován	Cena v případě, že zákazník využívá kompletního balíčku služeb v podobě cyklokempu
Finská sauna	200Kč/ jednorázový vstup	190Kč/ jednorázový vstup	160Kč/ jednorázový vstup
Vířivá vana	80Kč/ jednorázový vstup	76Kč/ jednorázový vstup	64Kč/ jednorázový vstup
Posilovna	140Kč / 30min	133Kč / 30min	112Kč / 30min
Lanový park Libín	350Kč (horní trasa + panoramatická trasa)	330Kč (horní trasa + panoramatická trasa)	315Kč (horní trasa + panoramatická trasa)
Půjčovna koloběžek Kleť	180Kč/ jízda	170Kč/ jízda	165Kč/ jízda
Půjčovna lodí Ká-servis	550Kč/ den (člun, pádla, pumpa)	520Kč/ den (člun, pádla, pumpa)	490Kč/ den (člun, pádla, pumpa)

Zdroj: vlastní

Z výše uvedené tabulky je patrné cenové zvýhodnění jednak pro zákazníky, kteří se v cyklocentru Na Blatech pouze ubytují a zároveň pro zákazníky, kteří budou uvedené služby využívat v rámci balíčku služeb, tedy v rámci pořádaného cyklokempu. V případě služeb provozovaných přímo cyklocentrem (sauna, vířivá vana a posilovna) bude zákazníkům ubytovaným v našem cyklocentru poskytnuta sleva 5% z běžné ceny.

Účastníkům cyklokempu pak bude v rámci balíčku služeb kalkulována cena o 20% nižší, než je cena běžná. V případě doprovodných aktivit se podařilo s některými provozovateli při zaručení pravidelného přísunu zákazníků zajistit cenové zvýhodnění pro cyklocentrum Na Blatech, které bychom také chtěli promítnout do cen účtovaným zákazníkům, kteří budou využívat našich komplexních služeb. Konkrétně by byla cyklocentru Na Blatech půjčovnou lodí Ká-servis a lanovým centrem Libín poskytnuta sleva ve výši 15%. Tuto skutečnost bychom následně chtěli odrazit v našich cenách poskytnutím 5% slevy z běžné ceny zákazníkům ubytovaným v areálu cyklocentra a poskytnutím slevy ve výši 10% z běžné ceny v rámci balíčků. Půjčovnou koloběžek na Kleti bude našemu cyklocentru poskytnuta sleva ve výši 20Kč/ osoba. Výsledná námi účtovaná cena pak bude 170Kč pro zákazníky ubytované v našem cyklocentru a cena 165Kč účtovaná v rámci balíčků.

4.4.6 Programování (programming)

Tuto část marketingového mixu budeme v cyklocentru Na Blatech aplikovat ve spojitosti s nabízenými balíčky služeb. Jedná se konkrétně např. o vytváření programů pobytů či časových rozvrhů jednotlivých výletů a vyjížděk. Programování budeme využívat ale zároveň i při řízení pracovního postupu zaměstnanců, tedy např. úklidu pokojů či přijímání rezervací ubytování.

4.4.7 Lidé (people)

Zejména v oblasti cestovního ruchu se jedná o velice důležitou část marketingového mixu. Cestovní ruch je totiž ve velké míře závislý právě na kvalitě lidských zdrojů. Lidé v této části marketingového mixu vystupují ovšem nejen jako zaměstnanci, nýbrž i jako zákazníci. Vhodný výběr zákazníka je totiž pro úspěch podniku velmi důležitý. Z tohoto důvodu se naše cyklocentrum snaží vybrat, vyhledat a zaměřit se na skupiny zákazníků, které námi poskytovaný druh služeb vyhledávají a následně tyto služby nastavit a přizpůsobit přesně přáním zákazníků.

Správný výběr zaměstnanců je pak pro úspěch podniku doslova klíčový. Obzvláště v našem případě budou zaměstnanci každodenně přicházet do kontaktu se zákazníky a tím budovat jméno i tvář celého cyklocentra Na Blatech. Právě z tohoto důvodu bychom chtěli být při výběru zaměstnanců cyklocentra skutečně pečliví a dbát nejen na jejich kvalitativní

stránku, nýbrž zejména jejich osobní, přívětivý a ochotný přístup k zákazníkovi. Součástí našeho týmu by pak měli být:

- vedoucí cyklocentra – vedoucí pracovník bude zodpovídat za celkový chod cyklocentra a jeho efektivní hospodaření. Náplní jeho práce bude vedení dokumentace střediska, příprava účetních dokladů a mezd pro externí zpracovatele této agendy a další aktivity spojené s provozem střediska (např. výběr vhodných dodavatelů, zajištění operativního odstraňování poruch, zajištění likvidace odpadů dle norem a směrnic atd.)
- organizátor – náplní práce organizátora bude vytváření programu a obsahu jednotlivých balíčků, komunikace se zákazníky, marketingové, propagační a reklamní aktivity, doprovod zákazníků na doprovodné aktivity a jejich komplexní organizační zajištění, správa a pravidelná aktualizace webových stránek atd.
- kuchař – u zaměstnanců na pozici kuchaře bychom chtěli klást důraz zejména na jejich proškolení v oblasti zdravé výživy. Kuchaři cyklocentra Na Blatech by měli být schopni připravovat nejen chutné, nýbrž i výživově hodnotné pokrmy, jež jsou pro sportovce v zátěžovém procesu nezbytné. Středisko do budoucna počítá se zaměstnáním dvou kuchařů. Je tomu tak z důvodu, že otevírací doba střediska bude flexibilní a bude se řídit dle právě probíhajícího cyklistického kempu. Začátek pracovní doby kuchařů bude v ranních hodinách, jelikož součástí nabízených balíčků služeb je i kompletní stravování, tedy plná penze. V době, kdy budou probíhat kempy pro rodiny s dětmi či soustředění pro děti, se předpokládá nutnost přítomnosti kuchaře do cca osmé až deváté hodiny večerní. V době průběhu např. týmových soustředění se ale předpokládá potřeba přítomnosti kuchaře až do pozdních večerních hodin. Je tedy nezbytné, aby kuchaři měli možnost se mezi sebou dle potřeby prostřídat. Flexibilní otevírací doba je jednou z velkých výhod, již by mělo cyklocentrum v budoucnu disponovat.

V současné době do prostor školicího střediska v obci Plástovice dochází na obědy ještě přibližně třicet osob z okolních podniků. Tuto spolupráci bychom v obdobném rozsahu chtěli zachovat i nadále v případě působení areálu jako cyklocentra. Jinak ovšem cyklocentrum nepočítá s otevřením restauračního zařízení pro veřejnost. Mělo by sloužit pouze pro potřeby účastníků cyklistických kempů a hostů ubytovaných v areálu cyklocentra.

- servírka – součástí práce servírek bude vedle obsluhy hostů cyklocentra a pomocných prací v kuchyni zároveň i úklid pokojů a zbylých prostor cyklocentra. Středisko do budoucna uvažuje o zaměstnání jedné servírky na trvalý pracovní poměr a dalších servírek brigádně dle počtu účastníků aktuálně probíhajícího cyklistického kempu.
- údržbář – práce údržbáře bude spočívat v zajištění bezproblémového chodu cyklocentra po technické stránce.
- trenér – trenér bude v cyklocentru Na Blatech zaměstnán jako externí pracovník, jeho přítomnost v cyklocentru bude vyžadována dle programu jednotlivých balíčků či po další dohodě se zákazníky.
- fyzioterapeut – fyzioterapeut bude rovněž externím pracovníkem cyklocentra a jeho přítomnost bude vyžadována obdobně jako u pozice trenéra.

4.5 Cílové skupiny projektu

V rámci projektu vybudování cyklistického centra jsme se rozhodli zaměřit zejména na tři skupiny zákazníků. První z těchto skupin tvoří rodiny s dětmi, druhou jsou děti ve věku sedm až patnáct let a poslední skupinu tvoří zdatní sportovci, věnující se cyklistice závodně na amatérské či profesionální úrovni. Právě pro tyto tři skupiny bude vytvořena základní podoba balíčků služeb, s jejichž nabídkou se budeme obracet přímo na zástupce jednotlivých skupin.

Pro zaměření se na první z výše uvedených skupin, tedy na rodiny s dětmi, jsme se rozhodli na základě analýzy výsledků výzkumu provedeného společností INCOMA Research. Tento výzkum byl realizován v rámci projektu s názvem "Systém tvorby a zavádění produktů cestovního ruchu v návaznosti na destinační management a marketing" pro Jihočeskou centrálu cestovního ruchu. Z výsledků výzkumu, na jejichž základě byl vypracován dokument s názvem „Manuál rozvoje cestovního ruchu v jihočeském kraji“, je

patrné, že mladé rodiny s dětmi jsou druhou největší skupinou ve struktuře českých turistů v jižních Čechách. Jedná se v podstatě o silné populační ročníky ze 70. let minulého století, čili dnešní „třicátníky“. Tito turisté mají zvýšené nároky na služby spojené s rodinnou rekreací (dostupné ubytování s možností stravování, zábavné aktivity pro děti i rodiče, hlídání dětí), vyhledávají možnosti koupání a upřednostňují klidné lokality za účelem relaxace. Důležitá je pro ně také nabídka krátkodobých výletů do okolí (příroda i památky). Proto věříme, že by kombinace služeb nabízených v rámci balíčků cyklocentra Na Blatech mohla tuto skupinu zákazníků oslovit a být pro ni atraktivní. Na první největší skupinu ve struktuře českých turistů v jižních Čechách jsme se z důvodu sportovního zaměření našich služeb rozhodli nezacílit, a to z důvodu, že tuto skupinu tvoří turisté senioři.

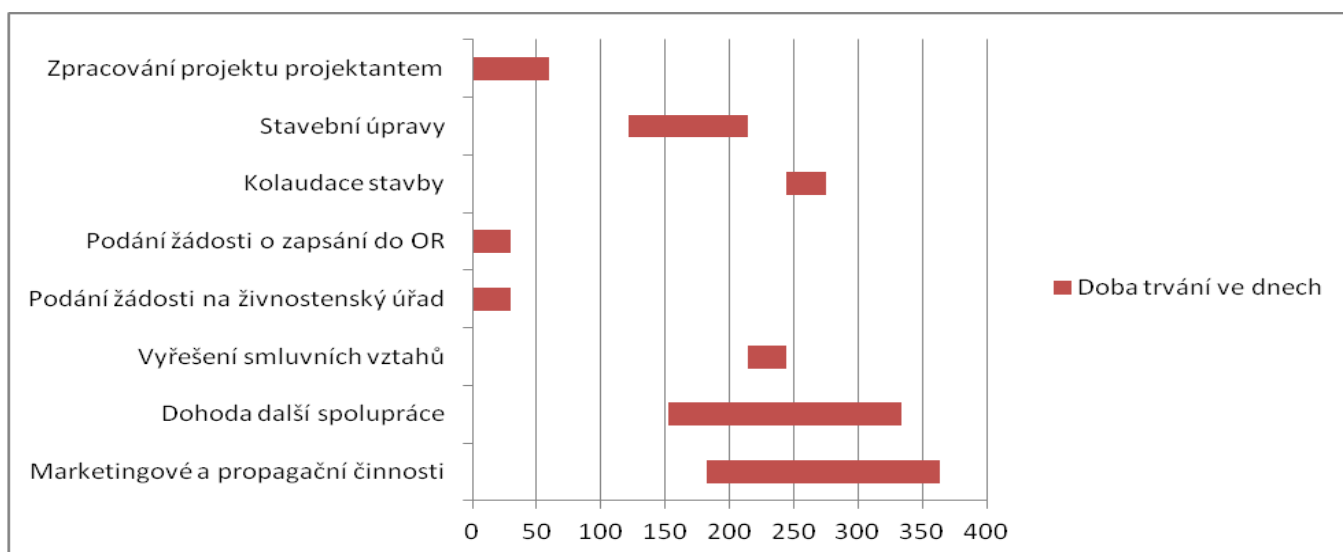
Druhou cílovou skupinu, tedy děti ve věku sedm až patnáct let, jsme zvolili na základě prozkoumání startovních listin posledních tří ročníků závodů série GALAXY, série Kolo pro život a série Cyklomaraton-tour. Ve startovních a následně i výsledkových listinách těchto závodů se zde rok od roku objevuje stále větší počet závodníků v dětských kategoriích. I přes očividně narůstající zájem o cyklistiku dětí v České republice stále chybí oddíly, které by se i na tyto kategorie specializovaly. Většina českých cyklistických oddílů přijímá pod svou záštitu až cyklisty závodící v kategorii juniorů, tedy od věku patnácti let. Z tohoto důvodu jsme se rozhodli nabídnout možnost výuky a rozvoje cyklistiky u dětí, a to zábavnou formou v podobě dětských cyklokempů. Tuto skupinu bychom rádi oslovili prostřednictvím rodičů dětí přímo v místě konání jednotlivých závodů.

Poslední, ze tří základních cílových skupin zákazníků, byla vytvořena na základě zájmu, jenž o cyklistická soustředění a cyklistické kempy projeví koučové známých českých týmů GALAXY CykloŠvec a Scott & Hagget MTB Team po zmínce o uvažovaném vybudování cyklocentra Na Blatech. Předpokládáme tedy, že by se obdobný zájem mohl projevit i u dalších českých cyklistických oddílů, které s nabídkou našich služeb plánujeme přímo oslovit.

4.6 Časový harmonogram projektu

Aby mohlo být cyklocentrum Na Blatech uvedeno do provozu, je nutné do tohoto okamžiku provést celou řadu činností. Jednotlivé kroky realizace projektu a budování cyklistického centra jsem se rozhodla znázornit graficky pomocí tzv. Ganttova diagramu. Tento diagram byl vytvořen roku 1896 Karolem Adamieckim a již od dob první světové války je hojně využíván při řízení projektů pro grafické znázornění naplánování posloupnosti činností v čase. Následující tabulka Ganttova diagramu tedy znázorňuje časové rozložení projektu vybudování cyklistického centra v obci Plástovice. Na svislé ose grafu je uveden seznam činností potřebných pro úspěšnou realizaci projektu, na vodorovné ose pak můžeme vyčíst, v průběhu jakého období bude činnost vykonávána či jak dlouho potrvá. Jak je z grafu patrné, na realizaci celého projektu jsme vyčlenili 365 dní. Bod nula na vodorovné ose grafu znázorňuje 1. duben 2014, kam směřujeme začátek práce na samotné realizaci projektu. Toto datum bylo stanoveno na základě skutečnosti, že areál musí po dobu tří let od uvedení do provozu, tedy do 1. srpna 2014 fungovat jako školicí středisko, a to z důvodu poskytnuté dotace, za jejíž pomoci bylo vybudování střediska financováno. Všechny činnosti pak končí nejpozději v bodě 365, který znázorňuje 1. duben 2015, tedy den oficiálního spuštění provozu cyklocentra. Datum oficiálního spuštění provozu cyklocentra bylo stanoveno na 1. dubna 2015 záměrně, a to z důvodu začínající letní cyklistické sezony.

Obr. č. 9: Ganttův diagram



Zdroj: vlastní

Tab. č. 6: Časový harmonogram projektu

Úkol	Datum zahájení činnosti	Doba trvání ve dnech
Zpracování projektu projektanten	1.4.2014	60
Stavební úpravy	1.8.2014	92
Kolaudace stavby	1.12.014	31
Podání žádosti o zapsání do OR a podání žádosti na živnostenský úřad	1.4.2014	30
Vyřešení smluvních vztahů s budoucími zaměstnanci	1.11.2014	30
Dohoda spolupráce s provozovateli doprovodných aktivit	1.9.2014	182
Marketingové a propagační činnosti	1.10.2014	183

Zdroj: vlastní

Vzhledem k nutnosti jistých stavebních úprav areálu současného školicího střediska za účelem vybudování kompletního příslušenství cyklistického centra, jako je sauna a prostory s vířivou vanou a chladícím bazénkem využívaným po sauně, je i z výše uvedené tabulky patrná nutnost zažádání o stavební povolení. Vzhledem k vysoké administrativní náročnosti a zároveň, abychom předešli např. nechtěným legislativním pochybením, bude tento úkon, spolu s dalšími souvisejícími až do provedení kolaudace stavby, zadán do rukou projektanta.

Samotné stavební úpravy jsou pak plánovány na dobu po ukončení působení areálu jako školicího střediska. Zahájení prací dříve není možné, jelikož by hluk vznikající stavebními pracemi mohl narušovat průběh školení probíhajících ve školicím středisku.

Dalšími úkony, jež je před zahájením provozu cyklocentra nutné vykonat, je zapsání firmy do obchodního rejstříku a ohlášení živnosti. Po zvážení různých právních forem podnikání jsme se rozhodli pro založení cyklocentra Na Blatech jako podniku samostatného podnikatele. Jedná se totiž o formu podnikání vhodnou pro začínající

podnikatele, kde zahájení činnosti je poměrně jednoduché. Pro založení živnosti je nezbytný výpis z rejstříku trestů. Po jeho opatření je možné vyplněním formuláře na živnostenském úřadě zažádat o živnostenský list. Den vydání živnostenského listu je pak zároveň i dnem založení firmy.

V dostatečném předstihu je také nezbytné vyřešit smluvní vztahy s budoucími zaměstnanci cyklocentra. Tuto otázku je nutno řešit s dostatečnou časovou rezervou, aby bylo možno výběr nejvhodnějších smluvních vztahů u jednotlivých zaměstnanců konzultovat s účetní firmou cyklocentra, ale například také z důvodu, že pokud by budoucí zaměstnanec cyklocentra podával výpověď u svého předchozího zaměstnavatele, činí výpovědní lhůta dva měsíce počínaje prvním dnem kalendářního měsíce následujícího po doručení výpovědi. Je tedy nezbytné, aby tato výpovědní doba případně skončila dříve, než by byl zahájen provoz cyklocentra.

Dobu půl roku před oficiálním otevřením cyklistického střediska jsme také vyhradili pro výběr vhodných a spolehlivých provozovatelů doprovodných aktivit pro našim cyklocentrem nabízené kempy. Během této doby bychom s jednotlivými provozovateli chtěli dohodnout veškeré podmínky spolupráce a pokusit se zajistit případně i cenové zvýhodnění pro cyklocentrum Na Blatech. Spolupráce s firmami zajišťující běžný provoz areálu (dodávky elektrické energie, likvidace odpadů atd.) je vyřešena a bude ponechána v současné podobě. V této oblasti tedy nebude nutné vyhledávat a navazovat spolupráci s dalšími firmami.

Půl roku před zahájením provozu by současně měli být spuštěny i veškeré marketingové a propagační činnosti cyklocentra Na Blatech. V prvních měsících tohoto roku by měly být zprovozněny webové stránky našeho cyklistického střediska, aby byla umožněna včasná rezervace termínů a míst v pořádaných cyklokempech. Taktéž by v tomto období měla být umístěna reklama do časopisů s cyklistickou tematikou. Dále by v průběhu zmíněného půlroku měly být vyrobeny směrové tabule k cyklocentru, jež budou umístěny v okolních obcích a na důležitých rozcestích. Současně budou do tisku zadány i informační letáčky o cyklocentru ve formátu A5, jež budou nabízeny výše zmiňovaným cílovým skupinám, zejména při osobním kontaktu.

5 Závěr

Po několikaměsíční práci se podařilo zdárně dosáhnout cíle této bakalářské práce, jímž bylo vypracovat projekt založení centra volnočasových aktivit a centra relaxace. Konkrétně byl vypracován projekt založení cyklistického střediska s názvem „Cyklocentrum Na Blatech“, jenž má sloužit jako návrh pro další možné využívání areálu současného školicího střediska společnosti ASPERA v Plástovicích a současně jako podklad při jeho případné budoucí realizaci.

V úvodu práce jsem se zaměřila na detailní popis prostředí, v němž se objekt, zvolený pro přestavbu na cyklistické středisko, nachází a jeho analýzu z hlediska možností využívání pro volnočasové aktivity. V následující kapitole je pak projekt a volba jeho založení právě ve výše popisované lokalitě odůvodněn. Zde bych ráda vyzdvihla zejména aspekt oblíbenosti a popularity cyklistiky v České republice, vyplývající z přiložených výsledků průzkumu společnosti SportCentral. I přes takovou popularitu a skutečnost, že cyklistika je v České republice nejprovozovanějším sportem, je v porovnání s jinými sporty v naší zemi poměrně opomíjena z hlediska investic a medializace. Proto věřím, že by případné vybudování cyklistického střediska Na Blatech mohlo alespoň nepatrně napomoci i v tomto směru, tedy k propagaci a zviditelnění tohoto sportu. Druhá polovina práce je věnována projektu samotnému. Ten je zde popisován zejména za pomoci rozboru jednotlivých marketingových nástrojů, tedy za pomoci marketingového mixu. Součástí této kapitoly je též SWOT analýza, jež zachycuje silné a slabé stránky plánovaného cyklistického centra a současně jeho příležitosti a hrozby. Dále byly definovány cílové skupiny tohoto projektu a současně detailně popsány veškeré kroky, jež je nutné provést až po samotné spuštění provozu cyklistického střediska Na Blatech.

Samotné vypracování práce mi přineslo řadu cenných zkušeností. Měla jsem možnost navázat kontakt a komunikovat s osobami, které se již řadu let pohybují v oblasti podnikání či přímo v oblasti podnikání spojeném s cyklistikou a které mi poskytly množství užitečných informací. Dále jsem měla možnost využít znalosti získané studiem na ekonomické fakultě Západočeské univerzity v Plzni a vyzkoušet si jejich aplikaci v praxi. Věřím, že tak, jako bylo vypracování tohoto projektu přínosné pro mne, bude i výsledek této práce přínosným pro další budoucí využívání areálu současného školicího střediska v obci Plástovice.

6 Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Logo projektu „Usmějme se na turisty“	11
Obrázek č. 2: Lokace objektu současného školicího střediska společnosti ASPERA	12
Obrázek č. 3: Stavby v obci Plástovice	16
Obrázek č. 4: Vchod do areálu současného školicího střediska	17
Obrázek č. 5: Fotografie areálu plánovaného cyklistického střediska	18
Obrázek č. 6: Výsledky výzkumu portálu www.SportCentral.cz	24
Obrázek č. 7: Logo slavného silničního závodu Tour de France	27
Obrázek č. 8: Trasy cyklobusů provozovaných v rámci projektu „Cyklotrans“	29
Obrázek č. 9: Ganttův diagram	47

7 Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Cesty českých občanů v tuzemsku za účelem trávení volného času v roce 2011	21
Tabulka č. 2: Síť cyklotras na území Jihočeského kraje (k1.lednu 2006)	28
Tabulka č. 3: SWOT analýza projektu	34
Tabulka č. 4: Programy nabízených balíčků služeb	37
Tabulka č. 5: Příklady cenového zvýhodnění nabízených balíčků služeb	42
Tabulka č. 6: Časový harmonogram projektu	48

8 Seznam použité literatury

- [1] ČERTÍK, Miroslav a kol. *Cestovní ruch - vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF s.r.o., 2001, ISBN 80-238-6275-8.
- [2] RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha 7: GRADA Publishing, a.s., 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
- [3] PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: Turismus České republiky*. Praha 7: GRADA Publishing, a.s., 2011. ISBN 978-80-247-3748-5.
- [4] *Plástovice 2010*. Praha: Nakladatelství Libri, 2004.
- [5] KREJČA, František a Petr LUNIACZEK. *Lidová architektura Zbudovských blat*. České Budějovice: HERBIA spol. s.r.o., 2009.
- [6] PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času*. Praha: PORTÁL, 2008. ISBN 80-7178-711-6.
- [7] KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. Praha: GRADA, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.
- [8] HORNER, Susan; SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing a.s., 2003, ISBN 80-247-0202-9.
- [9] ŠERÁK, Michal. *Zájemové vzdělávání dospělých*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-551-6.
- [10] VILAMOVÁ, Šárka. *Jak získat finanční zdroje Evropské unie*. Praha: Grada, 2004, 196 s. ISBN 80-247-0828-0.
- [11] Projekt. *Usmějme se na turisty* [online]. 2012 [cit. 2012-11-05]. Dostupné z: <http://www.usmejmesenaturisty.cz/projekt/>

- [12] Jihočeský kraj. *Wikipedie* [online]. 2012 [cit. 2012-11-17]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Jiho%C4%8Desk%C3%BD_kraj
- [13] Navštivte jižní Čechy. *Jižní Čechy* [online]. ©2003-2009 [cit. 2012-11-05]. Dostupné z: <http://www.jiznicechy.cz/cs-CZ/sluzby.html?f=1&typy=7>
- [14] Selské baroko. *Holašovice* [online]. 2006 [cit. 2012-11-05]. Dostupné z: <http://www.holasovice.eu/baroko.htm>
- [15] Zámek Hluboká. *Wikipedie* [online]. Aktualizace 2012 [cit. 2012-11-05]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Z%C3%A1mek_Hlubok%C3%A1
- [16] Návštěvnost Jihočeského kraje v roce 2011. *Krajská správa ČSÚ v Českých Budějovicích* [online]. 2012 [cit. 2012-11-17]. Dostupné z: http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/navstevnost_jihoceskeho_kraje_v_roce_2011
- [17] Lomec, místně zvaný Lomeček. *Blanský les* [online]. 2007 [cit. 2012-11-05]. Dostupné z: <http://www.blanet.cz/?artid=30&lang=cz&mode=normal>
- [18] Historie. *Státní zámek Kratochvíle* [online]. Aktualizace 2012 [cit. 2012-11-05]. Dostupné z: <http://www.zamek-kratochvile.eu/historie/>
- [19] Lanový park Libín. *KrásnéČesko.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-11-05]. Dostupné z: <http://www.krasnecesko.cz/lokality/12427-lanovy-park-libin-lanove-centrum.html>
- [20] Windsurferské spoty u nás. *Jibe.cz* [online]. Aktualizace 2012 [cit. 2012-11-05]. Dostupné z: <http://www.jibe.cz/47-cechy/>
- [21] Veselské pískovny. *Bechyňsko.cz* [online]. 2010 [cit. 2012-11-05]. Dostupné z: <http://www.bechyňsko.cz/turisticke-cile/piskovny-u-veseli-nad-luznici/>
- [22] Plástovice. *Plástovice* [online]. 1999-2004 [cit. 2012-11-23]. Dostupné z: <http://selskebaroko.unas.cz/plastovice/plastovice.htm>
- [23] Volný čas a jeho funkce. *Váš volný čas* [online]. 2010 [cit. 2012-11-25]. Dostupné z: http://www.vasvolnycas.cz/cl_1.php
- [24] Anketa sport roku 2012. *SportCentral* [online]. 2012 [cit. 2012-11-25]. Dostupné z: <http://www.sportcentral.cz/>

[25] Cyklistika a její historie. *Www.kolemkola.cz* [online]. 2008 [cit. 2012-11-25]. Dostupné z: <http://www.kolemkola.cz/cyklistika.html>

[26] Jihočeský kraj - cyklistů ráj. *Nadace Jihočeské cyklostezky* [online]. 2011 [cit. 2012-12-06]. Dostupné z: http://www.jihoceske-cyklostezky.cz/njc/?page_id=114

[27] Hlavní oblasti nabídky a poptávky. *Manuál pro rozvoj cestovního ruchu v Jihočeském kraji* [online]. 2007 [cit. 2012-12-06]. Dostupné z: http://www.jccr.cz/media/manual_pro_rozvoj_cestovniho_ruchu/manual-pro-rozvoj-cr-v-jck_final.pdf

9 Seznam příloh

Příloha A: Titulní strany časopisů s cyklistickou tematikou, do nichž je plánováno umístění reklamy Cyklocentra Na Blatech

Příloha A: Titulní strany časopisů s cyklistickou tematikou, do nichž je plánováno umístění reklamy Cyklocentra Na Blatech



Časopis Velo zaměřený na horskou cyklistiku



Časopis 53x11 zaměřený na silniční cyklistiku



Časopis CYKLOturistika zaměřený na výlety na kole



Časopis Peloton zaměřený na silniční cyklistiku

Abstrakt

KOZÁKOVÁ, Lucie. *Projekt založení centra agroturistiky, centra volnočasových aktivit či relaxace*. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 56 s., 2012

Klíčová slova: volnočasové aktivity, cyklistika, balíčky služeb, marketingový mix, jižní Čechy

Cílem předkládané bakalářské práce bylo zpracování projektu založení centra volnočasových aktivit či centra relaxace a tímto vytvoření návrhu pro další možné využívání areálu současného školicího střediska společnosti ASPERA v obci Plástovice. V práci bylo popsáno okolí objektu a analyzováno z hlediska volnočasové atraktivity. Dále byla odůvodněna volba umístění i zaměření volnočasového centra a současně popsána cyklistická situace v České republice i ve světě. Projekt samotný je následně popisován zejména pomocí marketingového mixu. Byly definovány cílové skupiny projektu, vypracována SWOT analýza plánovaného cyklocentra a současně sestaven časový harmonogram jeho realizace. Výstupem této práce je zpracovaný projekt vybudování cyklistického střediska s názvem Cyklocentrum Na Blatech, který je návrhem pro další možné využívání výše zmíněného objektu a současně podkladem pro jeho případnou budoucí realizaci. Výsledná práce bude předložena ke zvážení majiteli objektu.

Abstract

KOZÁKOVÁ, Lucie. *The formation of agro-tourism center, center of leisure activities or relaxation center*. Bachelor thesis. Pilsen: Faculty of Economics ZČU in Pilsen, 56 p., 2012

Klíčová slova: leisure activities, cycling, packaging, marketing mix, south Bohemia

The target of the presented bachelor thesis was to create and treat a leisure activities or relaxation center formation project and to create a proposal for next future usage of the current ASPERA company training center in the same time. The surroundings of this mentioned building was described in the thesis and analyzed for its leisure attractiveness. The next step was to give reasons for the location and orientation of the intended center. The cycling situation in the Czech republic and in the whole world was described too. The project itself was then described particularly with the help of marketing mix. The target client groups of the project were defined, the SWOT analysis was worked out and in the same time the detailed timetable of the project realization was prepared. The output of this thesis is the developed project of the cycling center construction with the name „Cyklocentrum Na Blatech“, which should be used as a proposal for the next possible usage of the mentioned building and in the same time it should serve as a manual in the case of realization. The resulting thesis is going to be presented for consideration to the owner of the grounds of the current training center.