



# Vliv Jizerské 50 na obec Bedřichov

## Bakalářská práce

*Studijní program:*

B6208 Ekonomika a management

*Studijní obor:*

Ekonomika a management služeb – Cestovní ruch

*Autor práce:*

**Oldřiška Brožková**

*Vedoucí práce:*

PhDr. Ing. Jaroslava Dědková, Ph.D.

Katedra marketingu a obchodu





## Zadání bakalářské práce

# Vliv Jizerské 50 na obec Bedřichov

*Jméno a příjmení:* **Oldřiška Brožková**  
*Osobní číslo:* E17000441  
*Studijní program:* B6208 Ekonomika a management  
*Studijní obor:* Ekonomika a management služeb – Cestovní ruch  
*Zadávací katedra:* Katedra marketingu a obchodu  
*Akademický rok:* **2019/2020**

### Zásady pro vypracování:

1. Charakteristika cestovního ruchu.
2. Charakteristika obce Bedřichov.
3. Jizerská 50 a její vývoj.
4. Primární výzkum zjištění vlivu Jizerské 50 na obec Bedřichov.
5. Formulace závěrů, zhodnocení a doporučení.

Rozsah grafických prací:  
Rozsah pracovní zprávy:  
Forma zpracování práce:  
Jazyk práce:

30 normostran  
tištěná/elektronická  
Čeština



### Seznam odborné literatury:

- TESARĚ, Milan, Václav CIBULA, Jiří FEJGL, Kateřina KADLECOVÁ a Petr VOLF. 2017. *Jizerská 50: 50 let – 50 příběhů*. 2. přepracované a rozšířené vydání. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-264-1597-8.
- RAŠOVSKÁ Ida a Kateřina RYGLOVÁ. 2017. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5021-7
- LOCHMANNOVÁ, Alena. 2015. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media. ISBN 978-80-7402-216-6.
- KARLÍČEK, Miroslav. 2018. *Základy marketingu*. 2. přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5869-5.
- MILLER, Donald. 2017. *Building a storybrand: clarify your message so customers will listen*. 2. přepracované a rozšířené vydání. New York: HarperCollins Leadership. ISBN 978-0-7180-3332-3.
- PROQUEST. 2019 Databáze článků ProQuest [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2019-09-26]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz>

Jméno konzultanta: Ing. David Douša

Vedoucí práce:

PhDr. Ing. Jaroslava Dědková, Ph.D.  
Katedra marketingu a obchodu

Datum zadání práce:

31. října 2019

Předpokládaný termín odevzdání: 31. srpna 2021

prof. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.  
děkan

L.S.

doc. Ing. Jozefína Simová, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Liberci dne 31. října 2019

## Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně jako původní dílo s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Jsem si vědoma toho, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu Technické univerzity v Liberci.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti Technickou univerzitu v Liberci; v tomto případě má Technická univerzita v Liberci právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Současně čestně prohlašuji, že text elektronické podoby práce vložený do IS/STAG se shoduje s textem tištěné podoby práce.

Beru na vědomí, že má bakalářská práce bude zveřejněna Technickou univerzitou v Liberci v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů.

Jsem si vědoma následků, které podle zákona o vysokých školách mohou vyplývat z porušení tohoto prohlášení.

14. dubna 2020

Oldřiška Brožková

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce PhDr. Ing. Jaroslavě Dědkové, Ph.D., za ochotu a vstřícnost, se kterou mi poskytovala cenné rady a připomínky během zpracování této bakalářské práce. Dále děkuji společnosti RAUL, zejména pak Ing. Davidu Doušovi za rady a poskytnuté informace, které slouží jako podklad k vypracování bakalářské práce. Velké díky patří mé rodině, která mi byla po celou dobu mého studia velkou oporou.

# **Vliv Jizerské 50 na obec Bedřichov**

## **Anotace**

Tato bakalářská práce se zabývá vlivem Jizerské 50 na obec Bedřichov. Cílem této práce je na základě teoretických znalostí, analýzy spokojenosti a analýzy prostředí zjistit vliv Jizerské 50 na obec Bedřichov. Bakalářská práce je rozdělena na dvě části, a to na teoretickou a praktickou část. Teoretická část se nejdříve věnuje cestovnímu ruchu, historii cestovního ruchu, typologii cestovního ruchu, dále klasifikaci cestovního ruchu a ekonomickým aspektům. Dále popisuje základní pojmy v cestovním ruchu, destinaci a turistické regiony. Praktická část je zaměřena na obec Bedřichov a na Jizerskou 50. Dále je v této kapitole rozepsán marketing Jizerské 50, společnost RAUL a financování závodu. Poslední část této práce je věnována analýze lokality. Analýza je rozdělena na dvě části, kdy první se věnuje účastníkům akce a druhá se zaměřuje na samotný závod. Výstupem této práce bude SWOT analýza a její vyhodnocení.

## **Klíčová slova**

Cestovní ruch, Bedřichov, Jizerská 50, analýza prostředí

# **Impact of JIZ 50 on Bedřichov village**

## **Annotation**

This bachelor thesis deals with the influence of Jizerska 50 on Bedřichov. This work aims to find out the influence of Jizerska 50 on Bedřichov based on theoretical knowledge, satisfaction analysis and environmental analysis. The bachelor thesis is divided into two parts, the theoretical and practical part. The theoretical part of the first deals with tourism, history of tourism, typology of tourism, then the classification of tourism and economic aspects. It also describes basic terms in tourism, destination and tourist regions. The practical part is focused on the municipality of Bedřichov and JIZ 50 50. Further, this chapter describes the marketing of JIZ 50, the company RAUL and the financing of the plant. The last part of this work is devoted to the site analysis. The analysis is divided into two parts, the first focusing on the participants of the event and the second focusing on the race itself. The output of this thesis will be SWOT analysis and its evaluation.

## **Key words**

Tourism, Bedřichov, JIZ 50, environment analysis

## Obsah

<b>Seznam zkratk</b> .....	<b>10</b>
<b>Seznam obrázků</b> .....	<b>11</b>
<b>Úvod</b> .....	<b>13</b>
<b>1 Cestovní ruch</b> .....	<b>14</b>
<b>1.1 Pojmy v cestovním ruchu</b> .....	<b>15</b>
<b>1.2 Destinace, turistické regiony</b> .....	<b>17</b>
1.2.1 NUTS.....	17
1.2.2 Turistické regiony.....	18
<b>1.3 Historický vývoj cestovního ruchu</b> .....	<b>18</b>
1.3.1 Etapy vývoje cestovního ruchu .....	18
1.3.2 Poválečný vývoj na území České republiky.....	20
<b>1.4 Typologie cestovního ruchu</b> .....	<b>21</b>
1.4.1 Základní formy cestovního ruchu.....	21
1.4.2 Novodobý cestovní ruch a jeho požadavky.....	22
1.4.3 Specifické formy.....	23
<b>1.5 Klasifikace cestovního ruchu</b> .....	<b>26</b>
<b>1.6 Ekonomické aspekty</b> .....	<b>28</b>
<b>1.7 Cestovní ruch v České republice v roce 2019</b> .....	<b>29</b>
<b>2 Bedřichov</b> .....	<b>30</b>
<b>2.1 Ubytovací služby</b> .....	<b>30</b>
2.1.1 Historie ubytovacích služeb .....	31
2.1.2 Kategorizace ubytovacích zařízení.....	31
<b>2.2 Stravovací služby</b> .....	<b>32</b>
<b>2.3 Kategorizace stravovacích služeb</b> .....	<b>32</b>
<b>3 Jizerská 50</b> .....	<b>33</b>
<b>3.1 Historie</b> .....	<b>33</b>
<b>3.2 Současná podoba závodu</b> .....	<b>33</b>



3.3	Ski Classics .....	37
3.4	Společnost RAUL .....	38
3.5	Marketing.....	38
3.6	Financování a spolupráce .....	40
<b>4</b>	<b><i>Analytická část</i></b> .....	<b>41</b>
4.1	Dotazníkové šetření.....	41
4.1.1	Dotazníkové šetření mezi návštěvníky .....	41
4.1.2	Shrnutí výsledků.....	48
4.1.3	Dotazování mezi obyvateli Bedřichova .....	49
4.1.4	Shrnutí výsledků.....	58
4.2	SWOT analýza.....	59
	<b><i>Závěr</i></b> .....	<b>61</b>
	<b><i>Seznam použité literatury</i></b> .....	<b>62</b>
	<b><i>Seznam příloh</i></b> .....	<b>65</b>
	<b><i>Přílohy</i></b> .....	<b>66</b>

## **Seznam zkratek**

CKM	Cestovní kancelář mládeže
CR	cestovní ruch
ČR	Česká republika
ČT	Česká televize
EU	Evropská unie
F1	Formule 1
HDP	Hrubý domácí produkt
CHKO	Chráněná krajinná oblast
JIZ 50	Jizerská 50

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Maslowova pyramida potřeb.....	14
Obrázek 2: NUTS 2.....	17
Obrázek 3: Vývoj cestovního ruchu.....	20
Obrázek 4: Lokalita Bedřichov.....	30
Obrázek 5: Původní znak JIZ 50.....	33
Obrázek 7: Znak JIZ 50.....	34
Obrázek 8: Počet závodníků v jednotlivých letech.....	34
Obrázek 9: Profil tratě JIZ 50.....	35
Obrázek 10: Profil tratě Bedřichovská 30.....	35
Obrázek 11: Profil tratě Hervis 25.....	36
Obrázek 12: Profil tratě Jizerské 10.....	36
Obrázek 13: Profil tratě firemní Raul.....	37
Obrázek 14: Přenos závodu.....	39
Obrázek 15: Účel návštěvy.....	42
Obrázek 16: Spokojenost s konáním akce.....	42
Obrázek 17: Problém s dopravou.....	43
Obrázek 18: Využití veřejné dopravy.....	43
Obrázek 19: Dostačující časy MHD.....	44
Obrázek 20: Pojem JIZ 50.....	44
Obrázek 21: Dopad na životní prostředí.....	45
Obrázek 22: Změna na JIZ 50.....	46
Obrázek 23: Počet závodů.....	46
Obrázek 24: Účast na akci.....	47
Obrázek 25: Identifikace respondentů.....	49
Obrázek 27: Pozitivní pohled na JIZ 50.....	50
Obrázek 26: Negativní pohled na JIZ 50.....	50
Obrázek 28: Pozitivní dopad na obec.....	51
Obrázek 29: Problém během konání akce.....	52
Obrázek 30: Ovlivnění obyvatel.....	52
Obrázek 31: Přínos/omezení.....	53
Obrázek 32: Dopad na životní prostředí.....	53
Obrázek 33: Úklid po konání závodů.....	54

Obrázek 34: Vliv na ubytovací zařízení.....	54
Obrázek 35: Změna na konání akce.....	55
Obrázek 36: Navýšení závodů v rámci JIZ 50 .....	56
Obrázek 37: Z jakého důvodu není vhodné počet navyšovat.....	56
Obrázek 38: Finanční dopad.....	57
Obrázek 39: Analýza prostředí.....	59
Obrázek 40: SWOT analýza.....	60

## Úvod

Cestovní ruch je v nynější době jednou z nejvýznamnějších částí terciárního sektoru v řadě vyspělých zemí. Podílí se na tvorbě ekonomiky daného státu, vytváří nová pracovní místa a tím vytváří vyšší životní úroveň. Cestovní ruch nemá vždy jen pozitivní stránky. Jedním z negativních dopadů je vliv na životní prostředí. Proto se v této době klade velký důraz na snižování těchto dopadů.

Cílem této bakalářské práce je na základě teoretických znalostí, dotazníkového šetření a SWOT analýzy určit vliv Jizerské 50 na obec Bedřichov. Dále se práce zabývá organizací akce, spokojeností návštěvníků s akcí a vlivu akce na životní prostředí.

Teoretická část této bakalářské práce je rozdělena do dvou částí. První část se věnuje samotnému cestovnímu ruchu, druhá část je pak zaměřena na obec Bedřichov, ubytovací a stravovací služby.

V první teoretické části bakalářské práci je vysvětlení pojmu cestovní ruch a nejvíce používaných termínů v cestovním ruchu, vysvětlení pojmu destinace a NUTS. Další části jsou zaměřeny na typologii a klasifikaci cestovního ruchu. Poslední část je pak zaměřena na vliv cestovního ruchu na ekonomii. Poslední kapitola je věnována cestovnímu ruchu v České republice v roce 2019. Druhá polovina teoretické části se věnuje obci Bedřichov, ubytovacím a stravovacím službám.

Praktická část bakalářské práce je rozdělena na tři části. První část je zaměřena na Jizerskou 50. Tato část se věnuje historii, současné podobě, společnosti Raul, která se částečně stará o organizaci této akce, hlavně pak o marketing. Dále je zde charakteristika Ski Classics a vlivu tohoto seriálu na průběh JIZ 50.

Poslední kapitola bakalářské práce je věnována hodnocení akce, vlivu JIZ 50 na obec Bedřichov a na vyhodnocení dotazníků.

# 1 Cestovní ruch

Cestovní ruch se může definovat několika způsoby. Jeho nejpřesnější definice je potřebná pro to, aby docházelo ke správnému zařazení, vyhodnocení, plánování a sledování. Cestovní ruch lze označit, jako volný pohyb lidí mimo trvalé bydliště za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce. Aby byla osoba součástí cestovního ruchu, nesmí mít v rámci cestovních cest žádný finanční zisk z navštíveného místa. (Lochmannová, 2015). O cestovním ruchu se může uvažovat jako o propojeném systému, který se skládá z trhu, cestování, destinace a marketingu. Tento trh slouží k uspokojování různorodých lidských potřeb, a tím vyvolává zájem podnikatelů, veřejné i státní správy. Trh je součástí velmi důležitého segmentu, který je významnou součástí národního hospodářství.

Cestovní ruch je navázán na základní potřeby člověka, kdy velmi důležitou částí je i potřeba seberealizace. Potřebu lze chápat jako stav pocíťovaného nedostatku. Ovlivňuje ji kulturní a celkové prostředí společnosti, ve kterém jednatel žije. Odvětví cestovního ruchu se dělí do dvou okruhů, a to na prvotní a druhotné. Mezi prvotní (primární, cílené) patří styk s přírodou, kulturní a sportovní vyžití. Za druhotné (sekundární, realizační) lze považovat umožnění realizování prvotních služeb, tedy doprava, ubytování, stravování, hygiena, řemeslné služby a zábava. Základní lidské potřeby jsou ukázány na obrázku číslo jedna (Lochmannová, 2015; Tourism definition, 2010).



Obrázek 1: Maslowova pyramida potřeb

Zdroj: Vlastní zpracování

## **1.1 Pojmy v cestovním ruchu**

### **a) Turista**

Návštěvník, který se zdrží na navštíveném místě alespoň 24 hodin (jedno přenocování). Na místě však nesmí zůstat déle než 1 rok a důvod pobytu je jiný než placená činnost (Cestovní ruch CZSO, 2004).

### **b) Výletník**

V dané lokalitě se výletník zdrží jeden den, aniž by přenocoval.

### **c) Rezident**

Rezident je v mezinárodním cestovním ruchu osoba, která žije v dané zemi minimálně jeden rok. V domácím cestovním ruchu je rezident osoba, která přebývá v dané lokalitě minimálně 6 měsíců (Ryglová, 2011; Beránek 2013).

### **d) Destinace**

Destinace je cílová oblast účastníka cestovního ruchu (Cestovní ruch CZSO, 2004).

### **e) Volný čas**

Volný čas je čas trávený mimo pracovní dobu, kdy společnost nevykonává žádnou nutnou činnost. Tento čas tedy tráví podle vlastního rozhodnutí, podle svého výběru, pro oddech, rozvoj své osobnosti a pro různé formy zájmové činnosti. Svůj volný čas si uživatel dále dělí na čas nezbytný pro přepravu do zaměstnání, nutný pro domácí práce, nákupy a na čas potřebný k uspokojování základních fyziologických potřeb. (Horner, c2003; Jakubíková 2012).

### **f) Vnitřní cestovní ruch**

Vnitřní cestovní ruch neboli Domestic tourism, zahrnuje veškerý cestovní ruch. To znamená, cesty obyvatel po zemi a příjezdový aktivní cestovní ruch. Do aktivního cestovního ruchu patří cesta a bytí cizinců v zemi, kterou navštěvují.

### **g) Národní cestovní ruch**

Národní cestovní ruch, pod jiným názvem National tourism. Zde je zařazen veškerý domácí cestovní ruch, ale také i výjezdový cestovní ruch. Výjezdový cestovní ruch znamená, že daný obyvatel země jede strávit svůj čas do cizí země.

### **h) Mezinárodní cestovní ruch**

Mezinárodní ruch známí i pod jménem International tourism je souhrn aktivního a pasivního cestovního ruchu (Ryglová, 2011).

### **i) Aktivní cestovní ruch**

Aktivní CR (Incoming) je z pohledu ekonomie přísun peněžních prostředků do ekonomie dané země. V praxi to znamená to, že turista z jiné země přijede do České republiky a vydělané peníze utratí na našem území.

### **j) Pasivní cestovní ruch**

Pasivní CR (Outcoming) je naopak odliv peněžních prostředků z České republiky do jiného státu. Tudiž vydělané peníze si občan ČR odveze s sebou a utratí je v místě konání cestovního ruchu (Palatková, 2014; Ryglová 2011; What is tourism, 2019).

### **k) Volný cestovní ruch**

Tento způsob si účastník plně hradí sám. Není na nic vázán, je volně přístupné zařízení cestovního ruchu, účast je dobrovolná a cenová tvorba je dohodou.

### **l) Vázaný cestovní ruch**

V tomto odvětví cestovního ruchu je služba „vázána“ na dodržení určitých podmínek (například členství v organizaci nebo pacient v lázeňském cestovním ruchu). Na úhradě vázaného cestovního ruchu se účastník podílí jen z části.

### **m) Tranzitní cestovní ruch**

Tento pojem zahrnuje pouze průjezd cestujícího územím projížděného státu do jiné cílové destinace (do jiného státu). Zpravidla se jedná o průjezd bez nocování (v rámci lhůty stanovené projíždějícím státem). Tranzitní cestovní ruch zahrnuje mimo jiné i pohyb



cestujícího v letištním prostoru při mezipřistání letadla (bez průchodu odbavením a pasovou kontrolou (Ryglová, 2011).

## 1.2 Destinace, turistické regiony

Destinace je geografická oblast, která je cílem návštěvníků. V následující kapitole je vysvětlení, jaké je dělení NUTS a co jsou turistické regiony (Vajčnerová, 2017).

### 1.2.1 NUTS

Územní celky lze členit dle EU na tzv. NUTS (nomenklaturní jednotky teritoriální statistiky). NUTS byl zaveden kvůli jednotným statistikám a hodnocení úrovně v regionech. Na základě těchto hodnocení se určuje výše podpory ze společných prostředků EU. V České republice se setkáváme s názvem CZ-NUTS a dělí se na tyto úrovně:

- NUTS 0 = stát – Česká republika;
- NUTS 1 = území – ČR;
- NUTS 2 = oblast – severovýchod;
- NUTS 3 = kraj – Liberecký kraj;
- NUTS 4 = okres – Jablonec nad Nisou;
- NUTS 5 = obec – Bedřichov (CZ-NUTS, 2014).



Obrázek 2: NUTS 2  
Zdroj: CZ-NUTS2, 2014

## 1.2.2 Turistické regiony

Regiony jsou charakterizovány jako území, kde cestovní ruch sjednocuje typické prvky dané oblasti, ale zároveň je stále odlišuje od jiných regionů. CzechTourism rozdělil Českou republiku na 17 turistických regionů a 40 turistických oblastí (Ryglová, 2011).

## 1.3 Historický vývoj cestovního ruchu

První zmínku o cestovním ruchu lze datovat již od středověku. Původně měly cesty v této době ovšem jinou formu než se kterou se lze dnes setkat. Mezi původní motivy cestovního ruchu patří náboženství, obchod, vojenské výpravy, objevitelské cesty mořeplavců či vzdělávání. Dříve bylo cestování velmi finančně náročné, proto si tuto aktivitu mohla dovolit jen vyšší společenská vrstva.

V 17. století navázal na středověký základ francouzský lékař, novinář a filantrop Théophraste Renaudot, který je označován jako zakladatel cestovních kanceláří. Dnešní podobu cestovního ruchu získal až v druhé polovině 19. století, kdy byly vytvořeny vhodné podmínky na rozvoj, hlavně díky návaznosti na rozvoj průmyslu a hospodářský růst společnosti. Rok 1827 byl zlomový pro cestování střední třídy, kdy německý nakladatel Karl Baedeker vydal prvního knižního průvodce. Z této doby pochází i název používaný pro průvodce tzv. bedekr.

S růstem životní úrovně pracujících lidí, volného času a znečištěného životního prostředí v průmyslových oblastech, se začal zvyšovat zájem o cestování a rekreaci. Na tuto realitu reagoval nejlépe Angličan Thomas Cook, který se v roce 1841 zasloužil o vůbec první hromadnou cestu z Leicesteru do Loughborough pro pět set cestujících. O čtyři roky později uskutečnil první zájezd do Liverpoolu a posléze okružní cestu po Evropě. Thomas Cook svým klientům nabízí moderní služby. Řada z nich je používána i v nynějších cestovních kancelářích. Jedná se například o používání voucherů a hotelové poukázky (Ryglová, 2011; Lochmannová 2015; Palatková 2011).

### 1.3.1 Etapy vývoje cestovního ruchu

Vývoj moderního cestovního ruchu lze rozdělit do tří vývojových etap.

- 1. etapa: do první světové války

Do této doby se cestovní ruch utvářel především v podmínkách rozvíjejícího se hospodářství, a to v hospodářsky vyspělejších zemích. Faktorem určujícím rozvoj

byl volný čas, jehož suma se začala postupně zvedat, i když nejdříve jen u vyšší společenské vrstvy. Lidé cestovali bez významnějších právních omezení ze strany státu, docházelo k vývoji ubytovacích a stravovacích zařízení, rozvíjela se dopravní infrastruktura. S tímto rozvojem se začaly utvářet i profese v cestovním ruchu.

- 2. etapa: mezi světovými válkami

Díky první světové válce přistoupila celá řada zemí na ochranářskou politiku státu prostřednictvím celní, vízové a pasové politiky. Tato opatření měla za následek administrativní překážky, díky nimž klesla poptávka po službách. Další oslabení poptávky pak přišlo s velkou hospodářskou krizí ve 30. letech 20. století. I přes tyto překážky se cestovní ruch stal postupně důležitou součástí životního stylu obyvatelstva. Postupně se cestovní ruch stával více dostupnější i pro střední vrstvy. V některých státech se tak cestovní ruch stal významným ekonomickým odvětvím a dal vzniknout národním organizacím.

- 3. etapa: po druhé světové válce

Cestovní ruch se stal nezastupitelnou součástí napříč společenskými vrstvami. Došlo k rozšiřování fondu volného času, délce dovolené a k teritoriálnímu rozložení. V této době se stal cestovní ruch nedílnou součástí světové ekonomiky a hraje významnou roli v rozmachu řady národních ekonomik. Důležitou roli zde má nově i proniknutí moderní výpočetní techniky a informačních technologií do tohoto sektoru (Ryglová, 2011; Lochmannová 2015; Palatková 2011).

Autoři Hesková (1999) a Kašpar (1987) dělí vývoj cestovního ruchu do čtyř etap, kde je pak součástí tzv. předfáze (do roku 1850), počáteční fáze (1850-1914), rozvojová fáze (1914-1945) a vrcholová fáze (po roce 1945).

Epocha	Období	Převládající druh dopravy	Hlavní motivace cestování	Účastníci
<b>Předfáze</b>	do roku 1850	silniční (nemotorová), pěší, lodní (nemotorová)	poutní cesty, objevitelské cesty, poznávání, obchod	šlechta, církve, obchodníci
<b>Počáteční fáze</b>	1850–1914	železniční (parní), pěší, silniční (nemotorová), lodní (parní)	lázeňství, poznávání, obchod, turistika (hory)	buržoazie, církve, nejbohatší zaměstnanci
<b>Rozvojová fáze</b>	1914–1945	železniční (parní), silniční (motorová), letecká (vrtulová)	rekreace (moře, venkov), obchod, poznávání	buržoazie, pracující s vyšší životní úrovní
<b>Vrcholová fáze</b>	po roce 1945	silniční (dálnice), letecká (trysková, charterová, lowcostová)	rekreace, poznávání, péče o zdraví, dobrodružství, obchod	všechny vrstvy obyvatelstva

Obrázek 3: *Vývoj cestovního ruchu*  
Zdroj: Ryglová, 2011

### 1.3.2 Poválečný vývoj na území České republiky

Do druhé světové války se ubíral cestovní ruch po celé Evropě podobným směrem. Po roce 1948 ovšem došlo k značnému rozdílu Východu a Západu. V Československu došlo kvůli nedostatečnému finančnímu zabezpečení k poklesu poptávky po cestovním ruchu. Největší podíl tak v 50. letech měl domácí cestovní ruch. Nejvíce zastoupený chalupařením, chatařením, stanováním a závodní rekreací. Celkově se jedná spíše o krátkodobé cesty. Výjezdy do nesocialistických států byly regulovány státem.

Do roku 1989 působilo na českém trhu omezené množství cestovních kanceláří. Mezi ně patří Čedok, CKM a Autoturist. Tito poskytovatelé nebyli ovšem schopni zabezpečit poptávku obyvatelstva po zahraničních zájezdech.

Celá situace na trhu se změnila po roce 1989, kdy došlo ke zrušení vízové povinnosti. Hotely se odtrhly z monopolního Čedoku, byly rekonstruovány, stavěny nové a během několika málo let vzniklo několik tisíc nových subjektů. Jejich nabídka pak v konečné fázi převážila nad poptávkou. Tento převis měl za následek krach celé řady podnikatelských subjektů. Na základě tohoto krachu došlo k řadě legislativních změn. Například povinné pojištění cestovních kanceláří nebo striktnější podmínky pro vydávání živností v této oblasti podnikání.

V dnešní době dochází ke změně distribučních cest díky internetu, roste poptávka po finančně náročnějších službách a na trh se dostávají nové specifické formy cestovního ruchu (Ryglová, 2011; Lochmannová 2015; Palatková 2011).

## **1.4 Typologie cestovního ruchu**

Na formy, druhy a typy cestovního ruchu je možné se dívat skrze různé řady systematických kritérií. Tyto formy je možné dělit na základní formy a specifické formy. Základní formy zahrnují nejširší potřeby účastníků, kdežto specifické formy uspokojují specifické požadavky účastníka.

### **1.4.1 Základní formy cestovního ruchu**

Tyto formy odpovídají širokému spektru potřeb, podrobněji na rekreační cestovní ruch, kulturně-poznávací cestovní ruch, sportovně-turistický cestovní ruch, zdravotní, zdravotně orientovaný a lázeňský cestovní ruch.

#### **a) Rekreační cestovní ruch**

Tento cestovní ruch je realizován ve vhodném prostředí, zejména v prostředí u vody, v prostředí lesa či hor. V České republice se řadí do rekreačního ruchu i chataření a chalupaření, které je u nás stále velkou částí cestovního ruchu. Rekreační cestovní ruch celkově napomáhá k regeneraci a obnovování fyzických a psychických sil člověka.

#### **b) Kulturně-poznávací cestovní ruch**

Kulturně-poznávací cestovní ruch je velmi různorodý. Cestovní ruch je významný také díky výchovně-vzdělávacímu podtextu a také slouží k rozšíření rozhledu obyvatelstva. Do této formy patří především kulturní krajina, kulturně historické objekty, kulturní a osvětová zařízení či společenská a zábavní centra. Hlavní cíl této formy je zaměřen na poznávání historie, kultury, tradic a zvyků nejen našeho národa, ale také i ostatních.

#### **c) Sportovně-turistický cestovní ruch**

Tento cestovní ruch je věnován aktivnímu odpočinku. Řadí se sem, jak krátkodobé, tak dlouhodobé pobyty, kde náplní je sportovní aktivita. Tento cestovní ruch je zaměřen, nejen na aktivní trávení volného času, ale také na tělesnou kondici účastníka. Náplní může být také organizování pasivní účasti na sportovních akcích, kdy je účastník součástí cestovního ruchu kvůli cestování za sportovní akcí. Jedná se například o mistrovství světa, olympijské hry nebo jiné sportovní události. Sportovní turismus je rozdělen na: domácí a zahraniční, výkonostní a závodní, rekreační a relaxační. Jizerskou 50 můžeme zařadit do všech

kategorií, jelikož místo konání je díky závodu navštěvováno v rámci přípravy a v rámci navštívení tratě JIZ 50.

- **Domácí sportovní turismus**

Aby se jednalo o domácí sportovní turismus musí se jednat o více než jednodenní cestu za sportem, která je vzdálená minimálně 40 km od našeho bydliště.

- **Výkonnostní a závodní turismus**

Do této kategorie se zařazují cesty sportovců a jejich doprovodného týmu na závody, soustředění apod.. V době před závody, mezi a po jsou provozovány turistické aktivity. Do této kategorie se zařazuje i JIZ 50, kdy závodníci tráví na místě konání celkově jeden týden kvůli přípravám a maximálně jeden den po závodě odjíždějí z místa konání.

- **Rekreační a relaxační sportovní turismus**

Jedná se o masový cestovní ruch, zahrnující rekreační sporty během dovolené.

Sportovní turismus nám velice pozitivně ovlivňuje ekonomiku jednotlivých států, popř. regionů. Tyto přínosy do ekonomiky se dělí na dvě části, a to na přímý přínos turistů (turisté, kteří mají zájem o daný sport a tráví v cílové destinaci více dní) a na nepřímé impulsy (finanční přínosy turistů v dalších letech, například návštěva Olympijských stadionů).

#### **d) Zdravotní, léčebný a lázeňský cestovní ruch**

Je znám pod anglickým názvem health tourism, medical tourism and spa tourism. Zde je možné ještě podrobnější dělení do tří kategorií. A to na zdravotní cestovní ruch, zdravotně orientovaný cestovní ruch a lázeňský cestovní ruch (Lochmannová, 2015; Rygllová 2011; Schejbal, 2008; Medical Tourism, 2015).

### **1.4.2 Novodobý cestovní ruch a jeho požadavky**

Cestovní ruch je neodmyslitelnou součástí životního stylu a potřeb účastníků. V dnešní době je cestování daleko více přístupnější než v dřívějších dobách, a to hlavně díky rostoucí životní úrovni, novým technologiím, nízkonákladovým letům a volnému pohybu přes hranice v některých zemích (především členské státy EU).

V dnešní době dochází i ke změnám na trhu, kdy je převaha nabídky nad poptávkou, a proto musí cestovní kanceláře a agentury svádět daleko větší boj o zákazníka. V posledních letech

se také daleko více zájezdy přizpůsobují přáním zákazníka. Stinnou stránkou v této době jsou globální rizika (Ryglová, 2011).

### **1.4.3 Specifické formy**

Uspokojují specifické požadavky trhu cestovního ruchu. Do tohoto segmentu patří kongresový cestovní ruch, venkovský cestovní ruch, dobrodružný cestovní ruch, filmový cestovní ruch, náboženský cestovní ruch, temný cestovní ruch a ostatní specifické formy.

#### **a) Kongresový cestovní ruch**

Cílem tohoto CR je organizace kongresů, konferencí, seminářů, výstav a veletrhů. Součástí je incentivní cestovní ruch a služební cesty. Kongres je možné charakterizovat jako kvalifikované fórum nebo diskuzi, které směřují k dosažení kvalifikovaných výsledků. Kongresový CR je specifický tím, že se zpravidla koncentruje do velkých měst. Tato oblast je jednou z nejrychleji se rozvíjejících se segmentů. Velký důraz zde je kladen na neustálé snižování ceny, na dostupnost centra, ubytování, stravování a technické zařízení. Kongresové akce slouží primárně k setkávání lidí, kteří mají za cíl vyměnit si informace. Kongresové akce se dělí na kongresy firemní a kongresy různých odborových asociací, které zahrnují další skupiny. Další dělení je na tradiční kongresové akce a prezentační akce. Firemní kongresy tvoří cca ¼ všech akcí ve světě. Zbylé ¾ tvoří akce odborových asociací. Kongresový cestovní ruch má největší ekonomický dopad. Výdaje jsou 2krát až 3krát vyšší než výdaje za běžné dovolené turistů (Lochmannová, 2015; Oriška, 2004, Schejbal, 2008).

#### **b) Venkovský cestovní ruch**

Tento CR je směřován do měst či rekreačních středisek, ale také je realizován ve venkovských oblastech. Venkovská turistika je spojena hlavně s nízkým počtem obyvatel (obvykle do deseti tisíc) a otevřeným prostorem. Tato turistika se řadí mezi jednu z nových forem CR. Vyniká také díky šetrnosti vůči cílovému místu, návratu k tradicím, ohleduplnosti k životnímu prostředí, kulturnímu, historickému a přírodnímu bohatství.

Zelený CR se věnuje účastníkům, kteří touží po splynutí s přírodou a s životním prostředím. Zelený cestovní ruch je jednou ze složek venkovského CR, další je pak ekoturistika, vesnická turistika, agroturistika, ekoagroturistika, chataření a chalupaření.

- Ekoturistika

Hlavní náplní je poznávání přírodních krás – rezervace, národní parky, chráněné krajinné oblasti a další přírodní atraktivita. Cílem ekoturistiky je navštěvovat daná místa bez jejich narušení. Ekoturistika podporuje rozvoj dané lokality, ať už díky zvýšené návštěvnosti – nová pracovní místa, tak i většího zájmu o ochranu přírodního a kulturního dědictví. Do ekoturistiky se také řadí i cykloturistika nebo propojení turistiky s jízdou na koloběžkách.

- Vesnická turistika

Vesnická turistika je konkrétně spjata s vesnickým sídlem, které je úzce spojeno s vesnickou přírodou a krajinou. Patří sem hlavně individuální rekreační aktivity účastníka CR, který využívá konkrétní prostory v okolí vesnice – louky, lesy, rybníky nebo řeky. Účastník může být také krátkodobě součástí života ve vesnici. Může se podílet na pracovních aktivitách, zkusit tradiční řemesla či se účastnit místních oslav a zvyků.

- Agroturistika

Je součástí venkovského cestovního ruchu. Jedná se o dovolenou na statku, kdy účastník CR poznává život a práci na venkově, učí se tradičním řemeslům a podílí se přímo na typických farmářských aktivitách. (Lochmannová, 2015; Schejbal, 2008)

### **c) Filmový cestovní ruch**

Jedná se o poměrně novou formu cestovního ruchu. Tato forma vznikla kvůli zvyšující se popularitě filmů a televize. Produkty filmového průmyslu velmi ovlivňují návštěvnost a image této formy CR. Filmový turismus zahrnuje aktivity jako jsou návštěvy míst, které jsou úzce spojeny s filmy, seriál či audiovizuálními díly. Hlavním motivem je návštěva lokalit, které se objevily v daném filmu. V ČR jsou pak častým cílem hrady a zámky, které byly součástí pohádek. Další motiv je návštěva filmového nebo televizního studia. V České republice je možné navštívit Barrandovské studio, kde se točí nejen české, ale i zahraniční filmy.

### **d) Náboženský cestovní ruch**

Cílem tohoto cestovního ruchu je poznávání sakrálních atraktivit. Dochází tedy k navštívení poutních míst, církevních slavností, připomínám náboženských událostí a návštěvám církevních představitelů. Hlavní podíl v tomto ruchu pak nese poutní turistika – cesty na



posvátná místa. Mezi známá poutní místa patří Vatikán, Jeruzalém nebo Betlém. V České republice potom bazilika Nanebevzetí Panny Marie a svatého Cyrila a Metoděje ve Velehradě (Lochmannová, 2015; Schejbal, 2008).

#### **e) Temný cestovní ruch**

Pod tímto pojmem si lze představit cestování mimo trvalé bydliště za účelem navštívit místa, která jsou úzce spojená se smrtí, utrpením, neštěstím, strachem nebo smutkem. Cílem temného cestovního ruchu mohou být například hřbitovy, věznice, mučírny, žaláře, místa genocidy, úmrtí, poprav, místa spojená s katastrofou, muzea, památníky, výstavy, rekonstrukce bitev a tragických událostí.

Rozvoj tohoto odvětví je spojen jak s poptávkou, tak i s nabídkou. Další významný aspekt zde je politická, ideologická, komerční, podnikatelská, morální a etická stránka. U tohoto cestovního ruchu je stále častá otázka, zda je správné, aby cílem bylo prohlížení si těchto míst, které jsou úzce spojeny se smrtí nebo utrpením (Kotíková, 2013).

#### **f) Gastronomický cestovní ruch**

Účastníci tohoto cestovního ruchu jsou motivováni přímo zážitkem z konzumace, testováním a poznáváním jídla či nápojů.

#### **g) Dobrodružný cestovní ruch**

Dobrodružný CR je pro aktivní účastníky, jelikož se jedná o aktivity sportovního charakteru. Hlavním znakem je neočekávanost, nové zkušenosti, adrenalin v podobě kontrolovaného rizika a nebezpečí.

#### **h) Svatební cestovní ruch**

V dnešní době jedním z nejrychleji se rozvíjejícím cestovním ruchem. V rámci tohoto cestovního ruchu je realizována nejen činnost týkající se přímo obřadu a jeho přípravou, ale také i přípravou svatební cesty a posvatebních aktivit. Součástí jsou i svatební veletrhy a výstavy.

#### **i) Ostatní specifické formy cestovního ruchu**

Mezi další specifické formy cestovního ruchu se řadí dobrovolnický, event turismus, lovecký, sexuální a vesmírný cestovní ruch.

- Dobrovolnický CR

Účastníci tohoto cestovního ruchu jsou motivováni nezištnou pomocí. Řadí se sem i zlepšování životního prostředí.

- Event turismus

Cílem tohoto CR je návštěva velké události jako jsou Olympijské hry, závody F1 nebo Mistrovství světa. Jde o masovou formu CR a je s ní úzce spojeno podrobné plánování a příprava.

- Lovecký CR

Účelem loveckého cestovního ruchu je lov zvěře buď individuální nebo skupinový. Lov se koná buď ve volné přírodě nebo na pozemcích určené k této aktivitě.

- Sexuální CR

Účastníci vyhledávají přímo destinace, kde je možné v rámci cestovního ruchu navštívit místa, kde dochází k sexuálním zážitkům. Typické cílové destinace jsou Thajsko, Keňa nebo Brazílie. Velkým problémem v tomto cestovním ruchu je šíření nemoci AIDS a nezletilost dívek či chlapců, kteří nabízejí své služby.

- Vesmírný CR

Jedná se o organizované cestování do vesmíru. Účastník si cestu do vesmíru hradí ze svých prostředků. Jedná se však i o virtuální CR, pozemní, před-vesmírný, suborbitální nebo nízko/vysoko orbitální (Kotíková, 2013; Rygllová, 2007; Schejbal, 2008).

## 1.5 Klasifikace cestovního ruchu

Cestovní ruch lze klasifikovat podle mnoha kritérií:

### a) Členění podle geografického hlediska

Primárně je cestovní ruch dělen na domácí a zahraniční. Domácí je omezen územím daného státu. Nedojde tedy k překročení hranic tohoto státu. Zahraniční cestovní ruch je pouze tehdy, dojde-li k překročení hranice státu. Dále se geografické hledisko člení na příjezdový cestovní ruch (zahraniční účastníci cestovního ruchu přijíždějí na území daného státu) a výjezdový cestovní ruch (rezidenti vyjíždějí do destinací mimo území svého státu).

#### **b) Členění podle motivu účasti na cestovním ruchu**

Členění podle motivu účasti na cestovním ruchu rozlišujeme na cestovní ruch uskutečňovaný v rámci volného času účastníka a cestovní ruch zahrnující obchodní a služební cesty. V rámci volného času ještě dělíme na rekreaci, dovolenou, návštěvy příbuzných a přátel, léčení, náboženské účely a ostatní.

#### **c) Členění podle časového hlediska**

Zde je členěno na krátkodobý cestovní ruch, kdy pobyt není delší než tři dny (maximálně tedy dvě noci) a dlouhodobý cestovní ruch, kde nesmí doba překročit šest měsíců, jedná-li se o domácí cestovní ruch a jeden rok u zahraničního cestovního ruchu. Zvláštní kategorií je jednodenní cestovní ruch bez přenocování. Tento typ není zahrnován do statistik cestovního ruchu.

#### **d) Členění podle vlivu na platební bilanci**

V této kategorii je cestovní ruch členěn podle vlivu na platební bilanci státu. Rozdělen je na aktivní cestovní ruch (příjezdy zahraničních turistů přináší státu finanční prostředky) a pasivní cestovní ruch (domácí účastníci odváží své finanční prostředky do jiného státu).

#### **e) Členění podle způsobu zabezpečení cesty a pohybu**

Zde se hovoří o organizovaném cestovním ruchu, kdy účast zabezpečuje buď cestovní kancelář nebo jiný zprostředkovatel a neorganizovaném cestovním ruchu, kdy si účastník zabezpečuje účast sám.

#### **f) Členění podle způsobu účasti a formy úhrady nákladů**

Podle způsobu účasti a formy úhrady nákladů za účast, dělíme na volný a vázaný cestovní ruch. Ve volném (pod jiným názvem komerční) si účast platí sám účastník cestovního ruchu a jeho účast není ničím podmíněna. Ve vázaném cestovním ruchu (sociálním) je účast vázána na splnění určitých podmínek. Zde je účast spolufinancována z cizích zdrojů (ze zdrojů příslušných zdravotních pojišťoven). Do tohoto členění se zařadí například podnikové dovolené a léčebné pobyty.

#### **g) Členění podle počtu účastníků**

Člení se na individuální, kdy účastník cestuje sám nebo s rodinou a skupinový, kdy se účastní celá skupina lidí s jinými společenskými zájmy.

#### **h) Členění podle dopadu na životní prostředí**

Podle dopadu na životní prostředí je členěn na měkký a tvrdý cestovní ruch. Měkký cestovní ruch minimálně narušuje a zatěžuje přirozené prostředí. Snaží se mít vždy vyrovnané přínosy a dopady, aby nedocházelo k trvalému narušení místa. Tvrdý cestovní ruch pak způsobuje výrazné změny na životní prostředí a zároveň nezohledňuje místní tradice. Je úzce spojen s masovým cestovním ruchem, trvalým zásahem a rozsáhlými investicemi. Hlavním výstupem tvrdého cestovního ruchu je zisk.

#### **i) Členění podle věku účastníků**

Zde je dělení podle věku účastníků. Rozdělení je následující: cestovní ruch dětí, mládeže, rodin s dětmi a seniorů.

#### **j) Členění podle převažujícího prostředí pohybu**

Toto členění se rozděluje na městský, lázeňský, v horských a v přímořských oblastech (Lochmannová 2015; Kotíková, 2013).

## **1.6 Ekonomické aspekty**

Cestovní ruch je velice významnou součástí národního hospodářství většiny států. Přínos pro jednotlivé činnosti zachycuje satelitní účet cestovního ruchu, ten znázorňuje informace a data o ekonomickém postavení. Jedná se například o podíl cestovního ruchu na HDP a další podrobné informace, díky kterým se pak zjišťuje, která oblast se vyvíjí pomaleji a která rychleji.

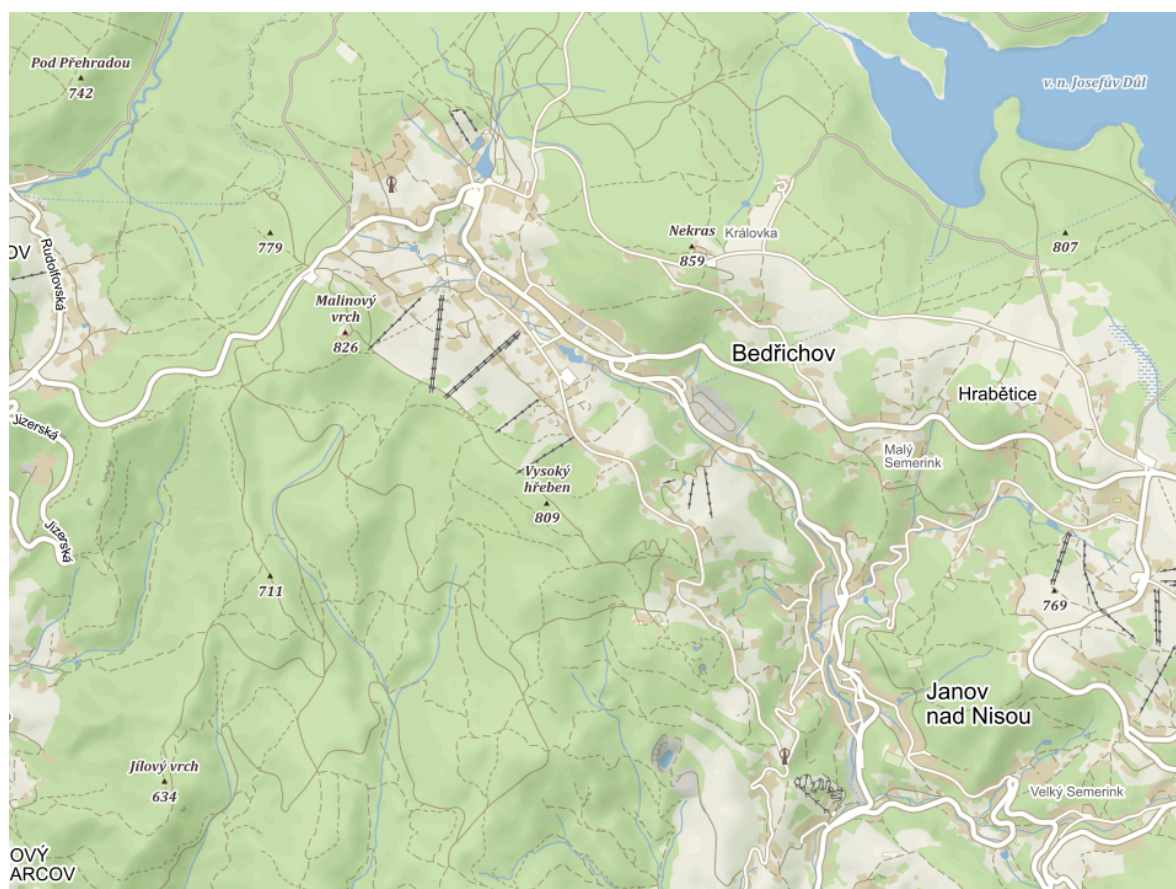
Mezi pozitivní ekonomické dopady patří příliv turistů a s nimi nové investice, nové pracovní příležitosti, vliv na HDP, obchodní bilanci, snížení ekonomických rizik a příliv zahraničních měn. Díky přílivu turistů dochází i k negativním efektům. Jedná se zejména o přetížení veřejných prostor, infrastruktur a životního prostředí (Lochmannová, 2015; Beránek, 2013).

## **1.7 Cestovní ruch v České republice v roce 2019**

V roce 2019 byl počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR takřka 22 milionu, což je o 737 tisíc více než v roce 2018. Nárůst byl tedy o 3,5 % vyšší. Tento počet se navyšuje již sedmý rok po sobě. Domácích hostů se ubytovalo o 218 tisíc více než zahraničních. Domácí návštěvnost se meziročně zvýšila o 4,4 %, zahraniční pak o 2,6 %. Téměř ve všech krajích (kromě Vysočiny, kde došlo k poklesu o 0,4 % z důvodu poklesu zájmu cizinců) došlo k navýšení návštěvnosti z hlediska počtu příjezdů i přenocování. Počet zahraničních návštěvníků byl vyšší o 272 tisíc než v roce 2018. Nejvíce návštěvníků přijelo z Německa, kdy počet ubytovaných hostů byl 2 miliony (+ 2,2 %). Na druhém místě bylo Slovensko se 750 tisíci (+ 2,6 %) na třetím místě bylo pak Polsko se 673 tisíci. Bohužel minulý rok došlo k poklesu příjezdů u hostů z Číny a Jižní Koreje (CR 2019, 2020).

## 2 Bedřichov

Obec Bedřichov je horská obec, která má okolo 330 stálých obyvatel. Nachází se v Jizerských horách mezi městy Jablonec nad Nisou a Liberec. Obec leží ve výšce 770 metrů nad mořem. Díky nadmořské výšce je město ideálním místem k zimním sportům. Na místním stadionu začíná i turisticky navštěvovaná Jizerská magistrála. V zimě se zde koná velmi populární závod Jizerská 50, který navštěvují nejen čeští turisté, ale i zahraniční. Rozpočet obce na rok 2019 – příjmy 4 346 100,00 a výdaje 3 846 100,00 (Obec Bedřichov, 2017).



Obrázek 4: Lokalita Bedřichov  
Zdroj: Lokalita Bedřichov, 2020

### 2.1 Ubytovací služby

Smyslem této služby je umožnit přenocování nebo strávení delší doby v určitém místě, které je odlišné od místa trvalého bydliště. Ubytovací služby jsou nejvýznamnější částí příjmů v cestovním ruchu. Ubytovací cesta nebývá cílem cesty, ale je podmínkou pro naplnění účelu cesty. V obci Bedřichov se nachází celkem 31 ubytovacích zařízení. (Lochmannová, 2015).

### **2.1.1 Historie ubytovacích služeb**

Prvním druhem ubytovací služby byl takzvaný zájezdní hostinec. Jejich vznik byl spojen s obchodováním, rozvojem pošty, dostavníkové dopravy a později železnice. Zájezdní hostinec můžeme označit jako předchůdce hotelů. Na přelomu 18. a 19. století se objevuje pojem hotel, který slouží pro ubytování cestujících. Přelom 19. a 20. století s sebou přinesl první luxusní hotely. V tutéž dobu vznikají také první sdružení hotelů v hotelové podniky. Další rozvoj přišel až po druhé světové válce. Tento rozvoj trvá až dodnes, kdy se jedná hlavně o velké hotelové řetězce (Lochmannová, 2015).

### **2.1.2 Kategorizace ubytovacích zařízení**

Kategorizace ubytovacích zařízení se dělí podle různých hledisek, a to:

#### **a) Podle způsobu výstavby**

Jedná se o pevné (hotely, motely, studentské ubytování), částečně pevné (montované chaty), přenosné (stany) a pohyblivé (přívěsy).

#### **b) Podle doby provozu**

Zde je děleno na celoroční, dvousezónní a jednosezónní. Bedřichov je navštěvován hlavně v zimě a v létě. Jedná se tedy o dvousezónní provoz. Návštěvnost mimo sezónu není příliš vysoká a jedná se hlavně o návštěvníky z okolí obce.

#### **c) Podle druhu**

V tomto hledisku se nachází tradiční (penziony, hotely a apartmány), doplňková (chaty, bungalovy a kempy) a ostatní.

V obci Bedřichov se nachází hlavně ubytování typu penziony, apartmány a chaty, které si lze pronajmout celoročně. Největší vytížení je ovšem v zimní a v letní sezóně, kdy v zimní sezóna je zaměřena hlavně na lyžařské tratě a sjezdovky. Největší obsazenost v zimní sezóně je pak v době jarních prázdnin, lyžařských výcviků a době konání Jizerské 50, kdy kapacita ubytovacích služeb v obci není dostatečná, proto je nutné si termín na ubytování zajednat klidně i rok dopředu. V létě je pak velice populární cyklistika a pro školy i cyklistické výcviky. V poslední době stoupla i návštěvnost obce na kratší dobu díky víkendovým závodům, které se konají přímo na stadionu. Jeden běžecký závod je propojen s Jizerskou 50. (Lochmannová, 2015; vlastní).

## **2.2 Stravovací služby**

Stravovací služby představují služby základního stravování. Stravovací zařízení jsou navštěvována za různými účely. Někteří zákazníci touží po uspokojení svých potřeb, jiní hledají rozptýlení nebo vhodné místo pro komunikaci. Ve stravovacích službách lze narazit na různé členění. V tomto členění najde uspokojení každý zájemce o tyto služby díky různým segmentům hostinského zařízení a poskytovanými službami. V poslední době lze říci, že gastronomický turismus se dostává více do popředí a je častěji vyhledáván. Stravovací služby se zejména člení na:

### **a) Společné stravování**

Toto členění souvisí s hromadnou výrobou, prodejem a spotřebou jídla a nápojů pro velké skupiny lidí. Tento sektor je ovlivněn technologickým pokrokem, změnou životního stylu, tradicí a velikostí důchodu u uživatelů. Společné stravování lze dále rozdělit na účelové stravování, které představuje stravování pro specificky stanovené skupiny, kdy si uživatelé platí pouze část sumy a na veřejné stravování, které je velmi oblíbené díky společenskému styku a zábavy.

### **b) Individuální stravování**

Individuální stravování zahrnuje uspokojování potřeb ve vlastních ubytovacích zařízeních. Déle se jedná o stravování na túrách na místech, kde se pohostinská zařízení nevyskytují.

## **2.3 Kategorizace stravovacích služeb**

Zařízení stravovacích služeb se vždy nenacházejí jen v cílové destinaci. Jsou rozmístěna tak, aby byla nejlépe pokryta potřeba návštěvníků lokality. Z obecného pohledu tedy můžeme rozdělit stravovací služby na tři sektory, a to na stabilní, pohyblivou, celoroční nebo sezónní. V oblasti Bedřichova se nacházejí především restaurace, kiosky a stánky. U kiosků a stánků se jedná hlavně o sezónní provoz, kdy jsou v provozu hlavně v období zimní a letní sezóny (Lochmannová, 2015).



## 3 Jizerská 50

Jizerská 50 vznikla v roce 1968. Tehdy sloužil závod jako zimní příprava horolezců na sezónu a jako nominační závod na Krkonošskou 70. Závod se konal vždy poslední lednovou nedělí.

### 3.1 Historie

V roce 1970 zahynulo patnáct českých horolezců a zakladatelů závodu během horolezecké výpravy v Peru. Další ročník závodu po této události byl závod změněn na memoriál na Expedici Peru. Prvních 15 čísel bylo potom vyřazeno na počest padlých horolezců. Tato čísla jsou stále pověšena na bedřichovském stadionu nad památníkem.

Rok 1972 přinesl více jak 2000 závodníků a poprvé se jako vítěz zapsal zahraniční závodník – Günter Beutel. V roce 1977 jelo již populární závod 7 800 závodníků, což je dodnes rekord v počtu lyžařů na startu. Závod dostal i svůj vlastní znak od výtvarníka Karla Freje.

Rok 1988 přinesl první zrušení kvůli nedostatku sněhu. Další rok se situace opakovala a kvůli tomu byl nakonec závod přesunut na třetí únorový víkend. Naposledy byl závod zrušen kvůli nedostatku sněhu v roce 2014 (Historie JIZ 50, 2017; Tesař, 2017).



Obrázek 5: Původní znak JIZ 50  
Zdroj: Původní logo JIZ 50, 2015

### 3.2 Současná podoba závodu

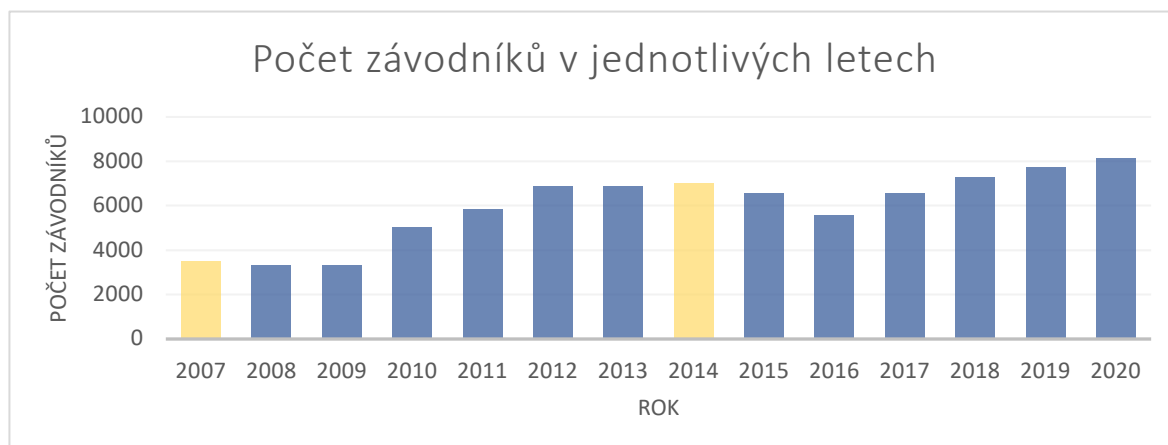
V současné době se Jizerská 50 koná v únoru a je součástí populárního seriálu Ski Classics. Jizerská 50 se řadí mezi největší lyžařské události v České republice. Novinkou je i konání běžeckého závodu v srpnu s názvem Jizerská 50 RUN.

Na obrázku je nynější podoba loga JIZ 50.



Obrázek 6: Znak JIZ 50  
Zdroj: Logo JIZ 50, 2016

Každý rok tento závod navštíví tisíce závodníků, ať už z České republiky, tak ze zahraničí. V roce 2007 a 2014 byly ročníky ovlivněny kvůli špatným sněhovým podmínkám (na obrázku je tato skutečnost znázorněna žlutou barvou).



Obrázek 7: Počet závodníků v jednotlivých letech  
Zdroj: Vlastní zpracování

V roce 2020 bylo ve třech závodních dnech uskutečněno celkem sedm závodů, kterých se zúčastnilo 8 141 závodníků. Závodníci si mohou vybrat z těchto závodů:

**a) ČEZ Jizerská 50 – hlavní závod**

Jizerská 50 je závod na 50 kilometrů klasickou technikou a tradičně se koná v neděli. Hlavního závodu se může zúčastnit až 4800 závodníků (limit stanoven správou CHKO). Jedná se jak o vrcholové závodníky, kteří jezdí sérii závodů Ski Classics, tak o hobby závodníky, kteří si chtějí zajet JIZ 50 kvůli její historii a popularitě. Startuje se na bedřichovském stadionu v několika vlnách. Vlnu si závodník zajistí buď tím, že je členem elitní skupiny (člen týmu v seriálu Ski Classics) nebo svým časem ze závodu z loňského

roku. Hlavní závod přiláká každý rok i spousty fanoušků, kteří se chodí na tento populární závod podívat, ať už kvůli samotným závodníkům, tak kvůli celkové atmosféře. Na obrázku je zobrazen profil JIZ 50 (Vlastní zdroj – RAUL; JIZ 50 - hlavní závod, 2020).

#### ČEZ Jizerská 50 – 50 km CT

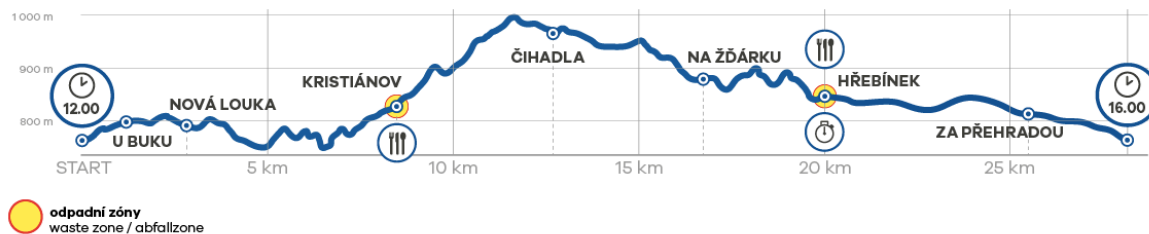


Obrázek 8: Profil tratě JIZ 50  
Zdroj: JIZ 50 - hlavní závod, 2020

#### b) VOLKSWAGEN Bedřichovská 30

Bedřichovská 30 je závod na třicet kilometrů volnou technikou. Tohoto závodu se může účastnit až 650 závodníků (limit stanoven správou CHKO). Start je z bedřichovského stadionu a je rozdělen do třech vln. Závod se koná tradičně v pátek. Profil zmíněné tratě je zobrazen na obrázku (Vlastní zdroj – RAUL; Bedřichovská 30, 2020).

#### Volkswagen Bedřichovská 30 – 30 km FT

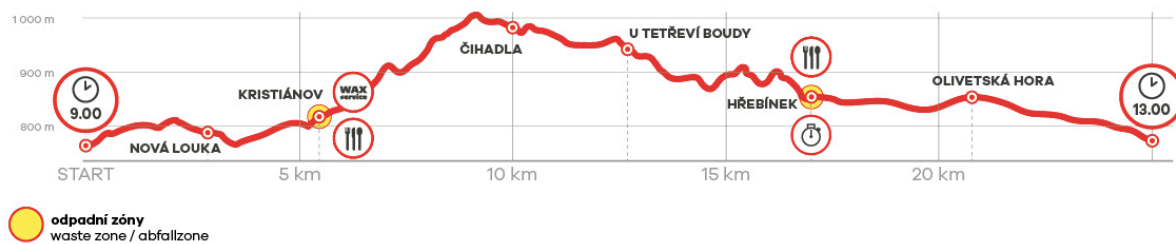


Obrázek 9: Profil tratě Bedřichovská 30  
Zdroj: Bedřichovská 30, 2020

#### c) HERVIS Jizerská 25

Jizerská 25 je sobotní závod na dvacet pět kilometrů klasickou technikou. Tento závod se startuje ve dvou vlnách. První vlna je pro závodníky, kteří mají splnění časový limit z minulého roku a druhá vlna je pro ostatní a nové závodníky. Limit závodníků je stanoven na 1250 osob. Na obrázku je vidět profil tratě HERVIS 25 (Vlastní zdroj – RAUL; Hervis 25, 2020).

### Hervis Jizerská 25 – 25 km CT



Obrázek 10: Profil tratě Hervis 25  
Zdroj: Hervis 25, 2020

#### d) ČT Jizerská 10

ČT Jizerská 10 je závod klasickou technikou na deset kilometrů. Závod je možné jet buď jako jednotlivec, nebo jako rodina-maximálně však dva dospělí. Profil tratě je vidět na obrázku (Jizerská 10, 2020).

#### ČT Jizerská 10 – 10 km CT



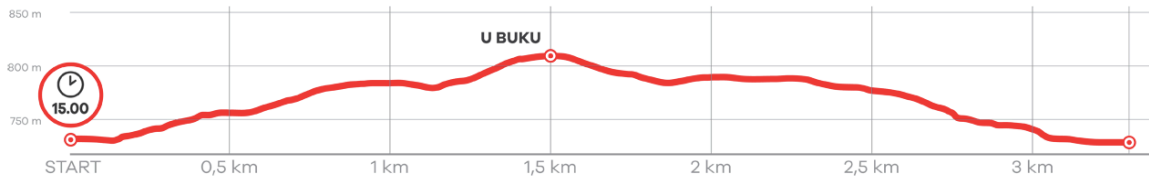
Obrázek 11: Profil tratě Jizerské 10  
Zdroj: Jizerská 10, 2020

#### e) Mini Jizerská pojišťovny VZP

Mini Jizerská pojišťovny VZP je závod určený pro děti. Starty jsou rozděleny podle kategorií a tratě jsou od 300 metrů do 3 kilometrů (MINI Jizerská, 2020).

#### f) Jizerská firemní RAUL

Jizerská firemní Raul je závod štafet na 4x3km volně nebo klasicky. Start je hromadný, kdy se první členové štafet řadí podle startovního čísla. Každý účastník štafety jede svůj tříkilometrový úsek a na stadionu předává ve vymezeném prostoru štafetu. Trať této štafety můžete vidět na obrázku (Jizerská Raul, 2020).



Obrázek 12: Profil tratě firemní Raul  
Zdroj: Jizerská Raul, 2020

### g) BENZINA sprint

Benzina sprint je závod na 1,5 kilometru soupeřících. Nejdříve se jede intervalová část závodu, ze které postupují nejrychlejší muži a ženy do finálové jízdy. Sprint se jede v pátečním podvečeru za umělého osvětlení. 52. ročníku (rok 2020) se zúčastnil i známý lyžař Petter Northug, který byl velkým lákadlem fanoušků běžeckého lyžování (Benzina Sprint, 2020).

## 3.3 Ski Classics

Ski Classics je série dálkových běhů na lyžích. Série závodů vznikla v roce 2011. Od této doby se stala velice oblíbená, jak pro vrcholové sportovce, tak pro hobby sportovce, kteří se závodů účastní ve velkém počtu. Tento seriál závodů je velice zvláštní i tím, že startují ženy i muži dohromady. Nyní má série 12 závodů (v letošním roce se poslední tři závody zrušili, kvůli světové pandemii) a koná se po celém světě.

Každý rok vyhlašuje VISMA Ski Classics nejlepší závod série. Vítěze volí závodníci a členové týmů. Celkovým vítězem roku 2020 se poprvé v historii stala Jizerská 50, díky skvělému pořadatelskému týmu a skvělým podmínkám pro závodníky (VISMA Ski classics, 2020).

- **Vliv na pořádání JIZ 50**

Ski Classics má vždy sepsanou smlouvu na účast JIZ 50 v sérii závodů VISMA Ski Classics. Tato smlouva se podepisuje jednou za čtyři roky a stanovuje podmínky, které musí pořadatel splnit. Podmínky jsou sice více finančně náročnější, než kdyby JIZ 50 nebyla součástí série závodů, ale ve finále se účast stále vyplatí. Jelikož série Ski Classics je velice populární a závody jsou vysílány ve zhruba 15 státech, je to velmi přínosné pro propagaci lokality a České republiky. Díky této události míří do ČR a do Jizerských hor hodně zahraničních návštěvníků a závodníků, kteří chtějí být součástí tohoto prestižního závodu. Po přesunu závodů na únor se zvýšila návštěvnost Bedřichova v „mrtvém“ měsíci – v lednu, díky tréninkům na závody, které se jedou v rámci JIZ 50. Dále je díky Ski Classics velký

technologický pokrok, kdy velkou část těchto nákladů hradí. Jedná se například o pokrytí tratí helikoptérou, živý přenos z celé tratě a další (Vlastní zdroj - RAUL).

### **3.4 Společnost RAUL**

Společnost RAUL je marketingová společnost, která se podílí na organizaci sportovních akcí. Podílí se například na pořádání JIZ 50, Běhej lesy nebo Ski Tour. Dále nabízí služby jako je tvorba projektů, komplexní tvorbu strategií, aktivaci sponzoringu, pořádání sportovních akcí a sport marketing research. Společnost sídlí v Praze, ale akce pořádá po celé České republice.

Mise společnosti je „Inspirovat sportovce, fanoušky a značky, aby zažívali radost ze spojení se sportem.“ (RAUL, 2020).

### **3.5 Marketing**

Sportovní marketing využívá řadu nástrojů. Jedním z nich je například spojení známých tváří s vybranou značkou. V tomto případě pomáhá JIZ 50 Ski classics, kdy do České republiky míří na tento závod světově známí lyžaři a fanoušci tohoto sportu. Do Bedřichova se účastníci akce vydávají, aby mohli svým oblíbeným závodníkům fandit nebo se po jejich boku účastnit závodu. V roce 2020 se zúčastnila JIZ 50 norská legenda běžeckého lyžování Petter Northug, který přilákal na tento závod spousty fanoušků (Kunz, 2018; JIZ 50 - hlavní závod, 2020; Miller, 2017).

Mezi základní komunikační nástroje společnosti RAUL lze dále zařadit reklamu, direct marketing a digital. Jizerská 50 využívá k marketingu hlavně tyto marketingové nástroje:

#### **a) Reklama**

Pomocí reklamy lze oslovit velké cílové segmenty. Od roku 2016 používá JIZ 50 k propagaci 10 účastníků předchozích ročníků jako tváře Jizerské 50. Každá z těchto tváří natočila medailonek se svým příběhem o JIZ 50. Tato propagace je pod názvem „Můj osobní závod.“ A je používána na venkovní reklamu – plakátové plochy, billboardy a prosvětlené vitríny. (Jizerská 50, 2018; Karlíček, 2018).



Obrázek 13: Přenos závodu  
Zdroj: Jizerská 50, 2018

### b) Televizní reklama

Česká televize přináší přímý přenos celého závodu. Dále je několik živých vstupů během celého závodního víkendu a doprovodný program, který zahrnuje například téma jako – Jak na Jizerskou 50, Minuty Jizerské 50, Ohlédnutí za Jizerskou 50 a Sport v regionech. Navíc běží upoutávky přenosu na ČT sport a na ČT2 (Jizerská 50, 2018).

### c) Direct marketing

Komunikace, která má v databázi přes 37 000 sportovců (z ČR i ze zahraničí). Pomocí této komunikace je rozeslán 18krát elektronický newsletter během celého roku. Po závodě je rozeslána výsledková listina a inzerce partnerů.

### d) Digital

Pod tímto pojmem se nachází další komunikační nástroj v online prostředí. Zde je rozdělení na tyto podkategorie (Karlíček, 2018):

- WEB JIZ 50

Webové stránky JIZ 50 jsou základním zdrojem informací k závodům. Na stránkách může uživatel najít rezervační systém na běžky a mazání, tipy na mazání, informace k dopravě, informace k závodům – propozice, startovné atd.

- Facebook JIZ 50

Facebookový profil Jizerské 50 má komunitu, kde je přes 19 500 fanoušků. Je to obousměrný komunikační kanál. Slouží i k podpoře partnerských aktivit.

- Instagram

Na Instagramovém účtu má stránka již přes 2 000 sledujících. Jedná se o poměrně nový druh digitální komunikace (Jizerská 50, 2018).

### **3.6 Financování a spolupráce**

Příjem JIZ 50 je rozdělen do čtyř částí. První část tvoří příjem od sponzorů (50 %), druhou část startovné (35 %), třetí část veřejná podpora – kraj a ministerstvo (cca 13 % v roce 2019 byla tato částka ve výši 2,5 milionu korun) a čtvrtou část tvoří ostatní příjmy (2 %).

Jednou z hrazených položek je nájem stadionu, parkovacích ploch, celoroční mzdové a provozní náklady, doprovodný program, marketing, poplatek za účast v seriálech, organizační náklady závodu, prize money atd.

JIZ 50 přispívá dlouhodobě na úpravu tratí v Jizerských horách, zasněžování, úklid Jizerských hor a další projekty.

Nadace ČEZ věnuje za každý ujetý kilometr na trati hlavního závodu 1 Kč za každého závodníka. Dále se finančně podílela na stavbě bike parku v Bedřichově. Závodníci prostřednictvím aplikace EPP ČEZ vybrali svým pohybem částku 280 tisíc korun na stavbu tohoto parku (Vlastní zdroj – RAUL).



## **4 Analytická část**

Analytická část bude rozdělena na zpracování dotazníkového šetření a SWOT analýzu. První část se bude zabývat dotazníkovým šetřením, kde dotazovaní byli závodníci a obyvatelé obce. Druhá část se bude zabývat SWOT analýzou JIZ 50 a jejím dopadem na obec Bedřichov.

### **4.1 Dotazníkové šetření**

Součástí praktické části této bakalářské práce je dotazníkové šetření. První dotazník byl určen pro závodníky a návštěvníky akce. Tento dotazník měl 12 otázek, z nichž bylo 8 uzavřených, 1 polouzavřená a 3 otevřené. Druhý dotazník byl určen obyvatelům Bedřichova, kteří vyplňovali 12 otázek, z nichž tři jsou uzavřené, čtyři polouzavřené a pět je otevřených. Výsledky dotazníků slouží k vyhodnocení vlivu JIZ 50 a k hodnocení této akce. Kvůli přehlednosti odpovědí, byly výsledky zpracovány do výšečových a sloupcových grafů. Ukázka dotazníků je v příloze A a B.

#### **4.1.1 Dotazníkové šetření mezi návštěvníky**

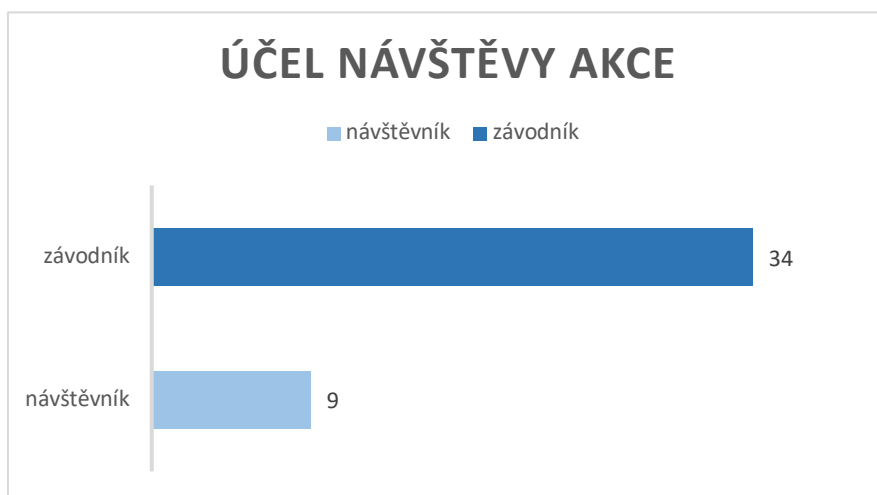
Toto šetření bylo zaměřeno na návštěvníky a závodníky JIZ 50. Dotazník vyplnilo celkem 51 respondentů. Otázky byly zaměřeny na průběh samotné akce, na poskytované služby a na vliv JIZ 50 na okolí Bedřichova. Dotazník probíhal ve dnech konání akce, tedy v únoru, ústním dotazováním.

##### **a) Identifikace respondentů**

Tato podkapitola se věnuje identifikaci respondentů. Respondentů, kteří odpovídali na tento dotazník bylo celkem 51.

U otázky č. 2 měl respondent na výběr dvě možnosti, mohl zvolit odpověď buď ano nebo ne. Pokud dotazovaný odpověděl ne, pokračoval dál na otázku č. 8, která se věnovala všeobecným informacím o JIZ 50. Z celkového počtu přijelo za účelem návštěvy 43 respondentů, což bylo 84 % z celkového počtu. Osm respondentů navštívilo danou lokalitu z jiného důvodu.

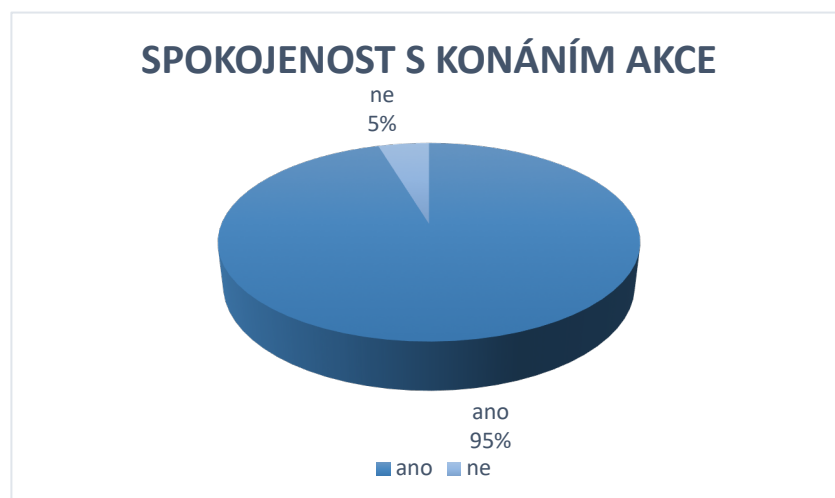
Z celkového počtu 43 respondentů, kteří lokalitu navštívili z důvodu konání akce, se účastnili respondenti buď jako závodníci nebo jako návštěvníci akce. Větší zastoupení zde bylo závodníků, a to 34 respondentů, což je 79 %. Dále pak návštěvníci, kteří tvořili zbylých 21 %, tedy 9 respondentů.



Obrázek 14: Účel návštěvy  
Zdroj: Vlastní zpracování

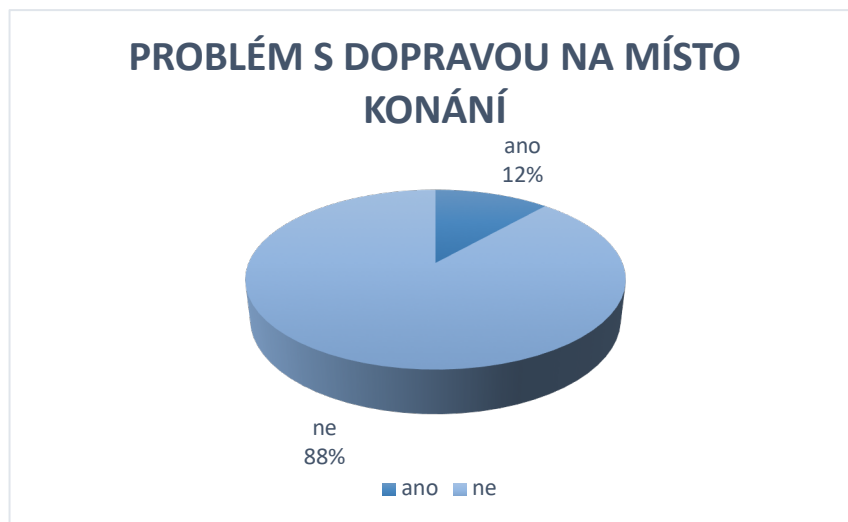
#### b) Spokojenost s akcí, se službami

Otázka č. 4 je zaměřena na spokojenost respondentů se samotným průběhem akce. Celkově zde odpovídalo 43 respondentů, z nichž 41–95 % odpovědělo, že jsou spokojeni. Zbylí 2 dotazovaní – 5 % odpověděli, že ne. Jeden z těchto dvou dotazovaných uvedl, že nebyl spokojený kvůli vysokému počtu závodníků na trati, kdy se bohužel v úzkých místech nedalo pokračovat bez přerušení jízdy.



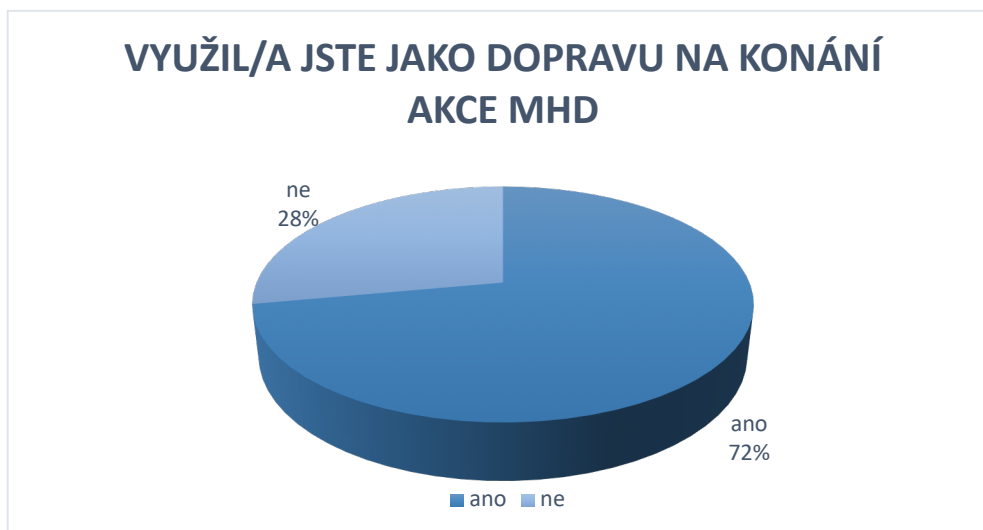
Obrázek 15: Spokojenost s konáním akce  
Zdroj: Vlastní zpracování

Pátá otázka byla cílená na problém s dopravou na místo konání akce. Zde 38 dotazovaných uvedlo, že problém s dopravou nemělo. Zbylých 5 uvedlo, že tento problém bohužel mělo.



Obrázek 16: Problém s dopravou  
Zdroj: Vlastní zpracování

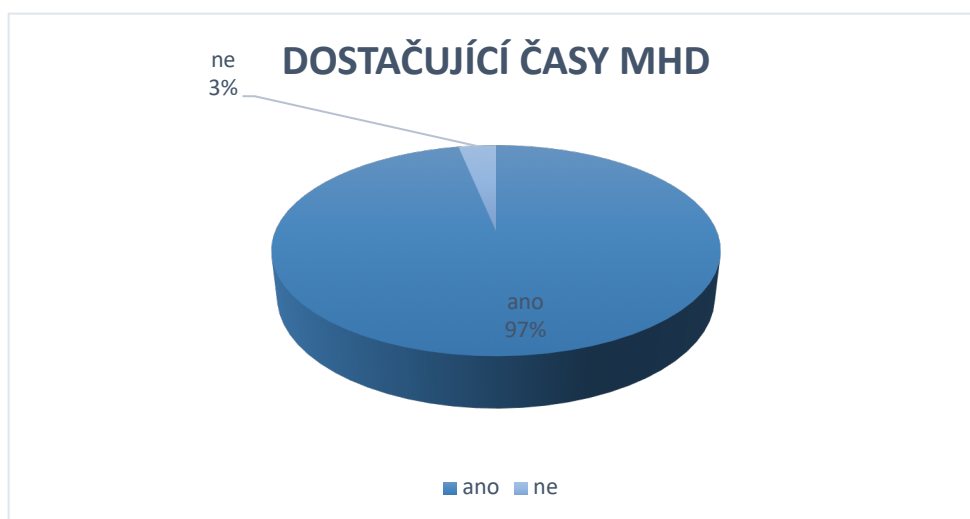
Na konání akce jezdí každý rok MHD z Liberce a z Jablonce nad Nisou, aby nedocházelo k přetížení obce Bedřichov. Ze 43 dotazovaných uvedlo 31, že tuto službu využívají, zbylých 12 využili vlastní dopravu, nebo bydlí v okolí konání akce. Pokud dotazovaný uvedl, že službu nevyužil, posunul se v dotazníku dále.



Obrázek 17: Využití veřejné dopravy  
Zdroj: Vlastní zpracování

Tato část dotazníku se skládala ze dvou částí. V první části byla otázka cílena na časovou dostatečnost spojů. Druhá část otázky byla cílena na kapacitu těchto spojů. Na tuto otázku

odpovídalo 31 respondentů. V první části pouze jeden uvedl, že časy byly nevyhovující. V druhé části otázky nikdo nevedl, že by kapacita spojů byla nevyhovující.

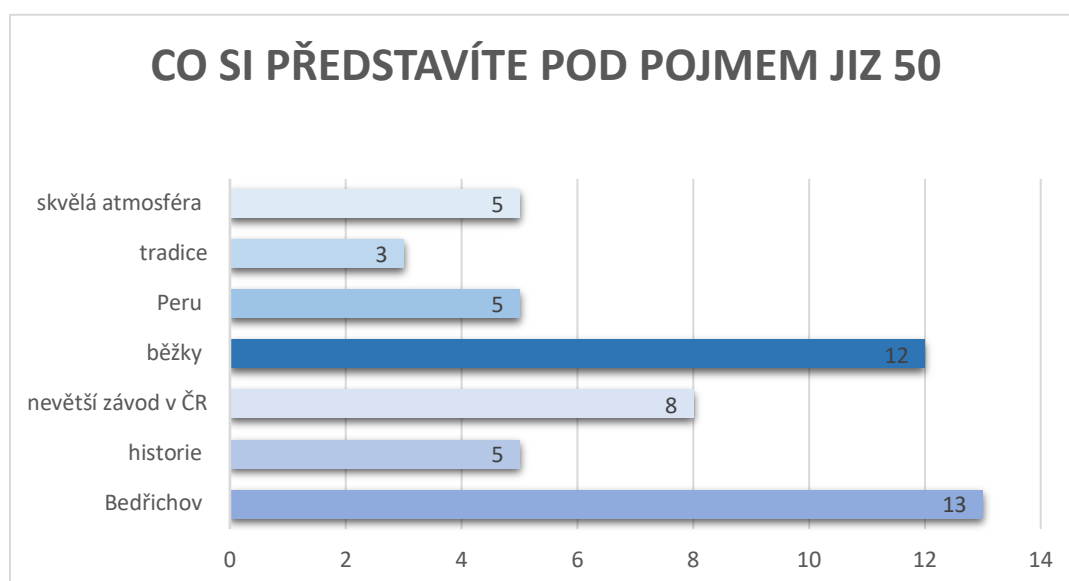


Obrázek 18: Dostačující časy MHD  
Zdroj: Vlastní zpracování

### c) Akce Jizerská 50

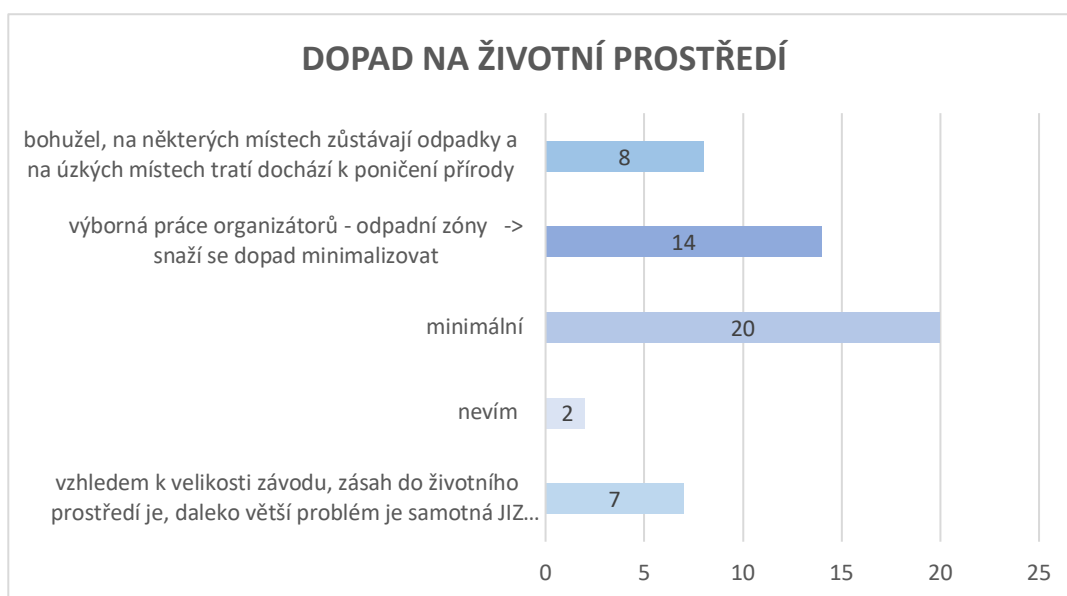
Tato podkapitola zahrnuje hodnocení veškerých otázek, které se týkají samotné akce, jakou byla Jizerská 50.

V první otázce měl respondent doplnit, co si představí pod pojmem JIZ 50. Nejčastější odpověď u této otázky byl Bedřichov s 25 % a poté běžky s 23,5 %. Dále se objevily odpovědi typu největší závod na území ČR s 15,6%, historie, Peru a skvělá atmosféra každá po 9,8 % a nejméně zastoupená odpověď byla tradice s 5,88 %.



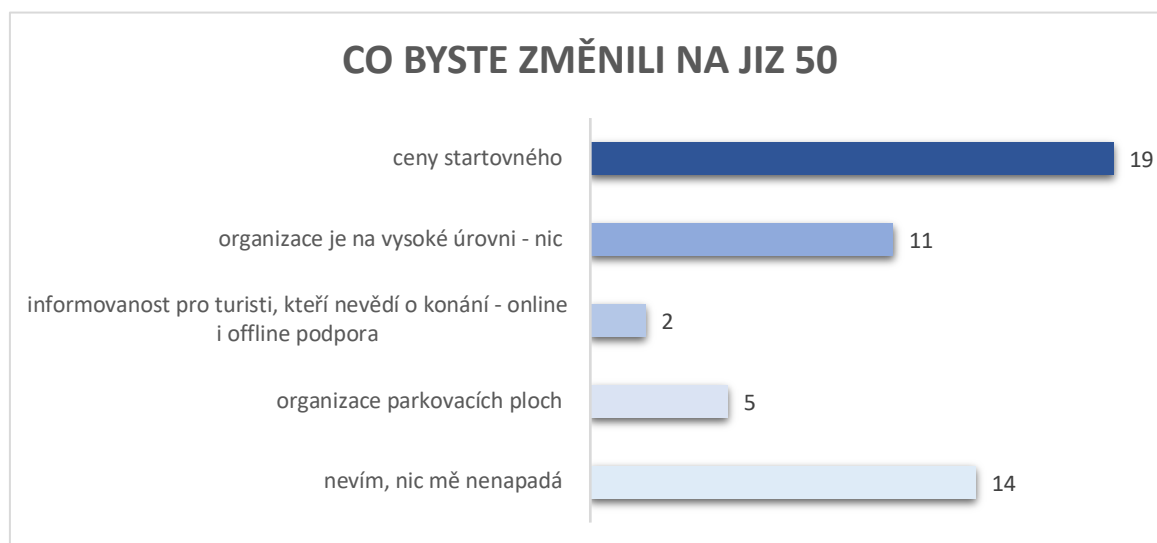
Obrázek 19: Pojem JIZ 50  
Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 8 byla zaměřená na dopad JIZ 50 na životní prostředí. Na tuto otázku odpovídalo všech 51 respondentů. Byly vybrány odpovědi s největší četností. Celkem 20 dotazovaných uvedlo, že dopad JIZ 50 na životní prostředí je minimální, 14 respondentů poukázalo na výbornou práci organizátorů, kteří se snaží rizika minimalizovat například tím, že mají zavedené občerstvovací stanice a odpadní zóny a tím se sníží počet odpadků v okolí tratí. 8 respondentů uvedlo, že dochází k částečnému znečištění díky odpadkům, které zůstávají podél tratí a na částečné poničení na úzkých místech na tratích, kdy závodníci chodí mimo trať. 7 respondentů pak uvedlo, že samotný závod dopad na životní prostředí má, ale daleko větší problém vidí v samotné JIZ magistrále, kterou během zimy navštíví tisíce návštěvníků. Zbylí 2 dotazovaní uvedli, že neví.



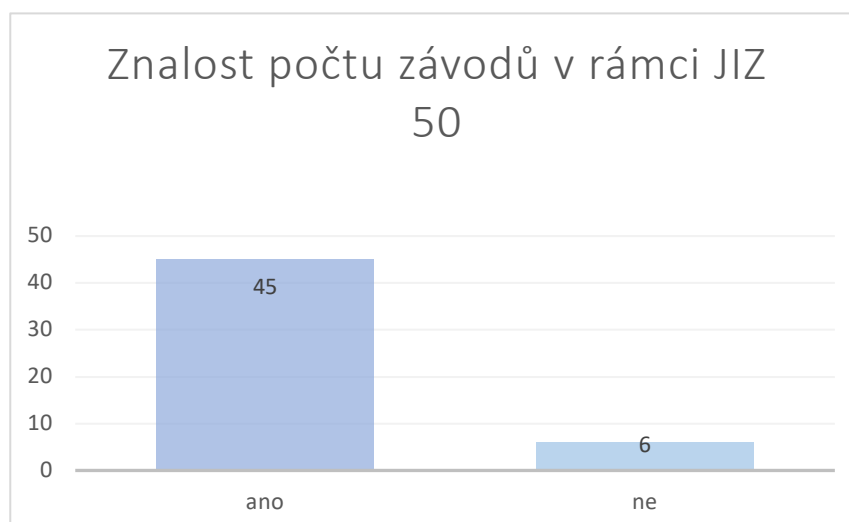
*Obrázek 20: Dopad na životní prostředí*  
*Zdroj: Vlastní zpracování*

V následující otázce mohl respondent uvést své připomínky k JIZ 50. Na tuto otázku odpovídalo všech 51 respondentů. Nejčastější uvedená odpověď byla vysoká cena startovního, která se objevila celkem 19krát, což je 37 %).



Obrázek 21: Změna na JIZ 50  
Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka číslo 10 se zabývala počtem závodů v rámci série JIZ 50. Respondent zde měl na výběr z odpovědí ano, vím, kolik závodů se v rámci JIZ 50 koná nebo ne, tento počet mi není znám. V této době má JIZ 50 celkem 7 závodů. Celkem 45 respondentů uvedlo, že vědí, kolik je v rámci JIZ 50 závodů. Šest dotazovaných zakroužkovalo, že nevědí, jaký tento počet je.



Obrázek 22: Počet závodů  
Zdroj: Vlastní zpracování

Jedenáctá otázka navazovala na předešlou desátou otázku. Dotazovaný měl odpovědět, zda je vhodné počet závodů navyšovat, vzhledem k přírodě a k velikosti obce. Na otázku odpovídalo 45 respondentů, jelikož zbylých šest uvedlo, že nevědí, jaký počet závodů se v rámci seriálu koná. Ze 45 respondentů 39 uvedlo, že tento počet by se neměl navyšovat. Zbylých 6 dotazovaných uvedlo, že by se tento počet klidně mohl navýšit. Jeden z dotazovaných uvedl k odpovědi poznámku, že by se tento počet mohl navýšit díky jednomu přidanému dni klidně i o dva závody.



Obrázek 23: Účast na akci  
Zdroj: Vlastní zpracování

Poslední dvanáctá otázka byla zaměřena na to, zda návštěvník/závodník navštíví tuto akci znovu (pokud se dotazovaný neúčastnil akce, měl odpovědět na otázku, zda by chtěl). Respondent měl tedy na výběr dvě možnosti – ano nebo ne. Jestliže uvedl jako odpověď ne, měl uvést důvod, kvůli kterému se této akce nechce znovu účastnit. U této otázky odpovědělo 49 respondentů, že by se akce zúčastnilo. Pouze 2 respondenti uvedli, že by se akce zúčastnit nechtěli. Jeden respondent uvedl, že nejel na místo konání akce kvůli JIZ 50 a tudíž by se ani akce účastnit nechtěl. Druhý respondent uvedl, že si splnil svůj sen a odjel si tento závod, a to mu prozatím stačí.

### **4.1.2 Shrnutí výsledků**

Z vyhodnocení dotazníků lze říci, že JIZ 50 je závod, který se může spolehnout na svou historii a popularitu. Díky historii a také navázané spolupráci se Ski Classics je závod velmi známý i v zahraničí. Dva účastníci v dotazníkovém šetření byli ze zahraničí a s průběhem akce byli velice spokojeni.

Z první části dotazníků nám vyplynulo, že návštěvníci a závodníci jsou velice spokojeni s dopravou, která je úzce propojena s konáním této akce. Ve druhé části hodnotili návštěvníci samotný průběh akce a vliv tohoto závodu na životní prostředí. Celkově lze říci, že většina návštěvníků je velice spokojena s průběhem a organizací samotné akce. Dotazovaní uvedli, že organizátoři posunuli během několika let závod na daleko vyšší úroveň. Závod nabízí daleko více závodů, takže si vybere opravdu každý.

V hodnocení bylo zmíněno i to, že i když se jedná o velkou akci, tak na organizaci není nikde vidět žádný nedostatek nebo situace, kde by byl velký problém. Díky výborné práci organizátorů je také minimalizován dopad na životní prostředí. Jediná záporná hodnota v hodnocení byla výše startovného, která je pro závodníky v některých závodech vysoká.

V hodnocení vlivu JIZ 50 na životní prostředí bylo uvedeno, že mírný dopad na prostředí se koná, ale že daleko větší důraz by se měl klást na celkovou návštěvnost Jizerské magistrály, kde dochází k daleko většímu ovlivnění životního prostředí.

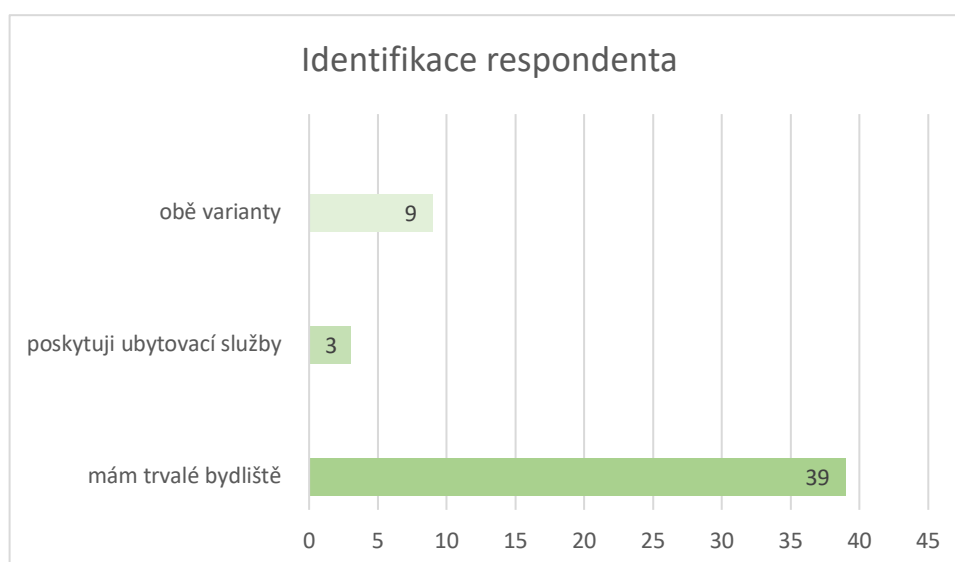


### 4.1.3 Dotazování mezi obyvateli Bedřichova

Tento dotazník byl zaměřen na obyvatele Bedřichova. Dotazník vyplnilo celkem 51 respondentů. Otázky byly zaměřeny na vliv Jizerské 50 na obec Bedřichov a na obyvatele obce. Dotazník probíhal v rozmezí března a dubna, a to online formou a ústní formou.

#### a) Identifikace respondentů

V této části je zaměřeni na identifikaci respondentů. Zda má dotazovaný v místě konání trvalé bydliště, ubytovací službu nebo obě varianty. Z 51 dotazovaných uvedlo 39 respondentů, že v místě konání akce mají trvalé bydliště. Dalších 9 uvedlo, že v místě mají jak trvalé bydliště, tak poskytují ubytovací službu. Zbylí tři v místě konání provozují jen ubytovací službu.



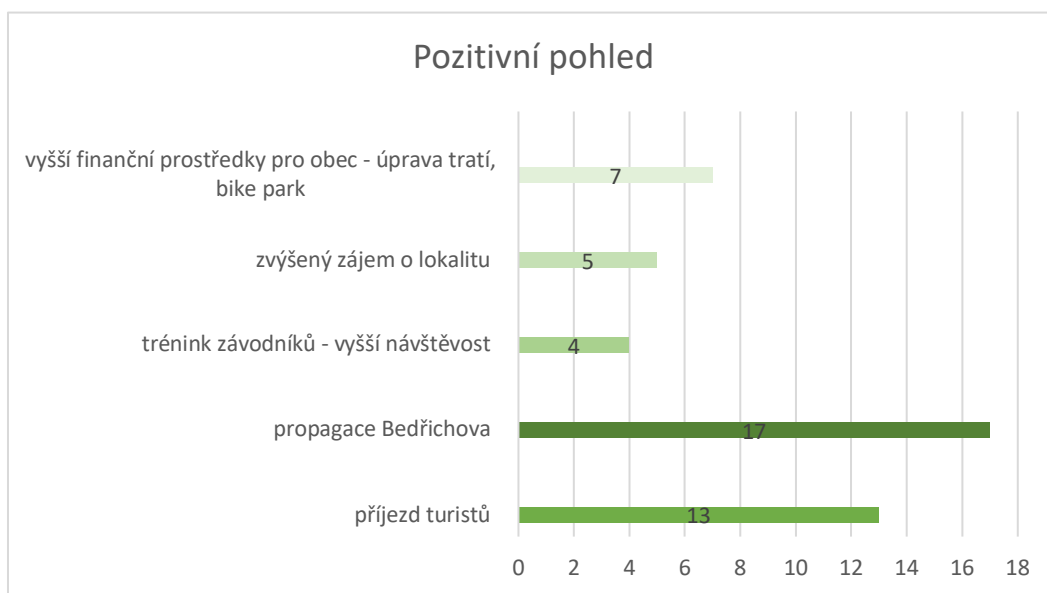
Obrázek 24: Identifikace respondentů  
Zdroj: Vlastní zpracování

#### b) Vliv Jizerské 50 na obec a obyvatele

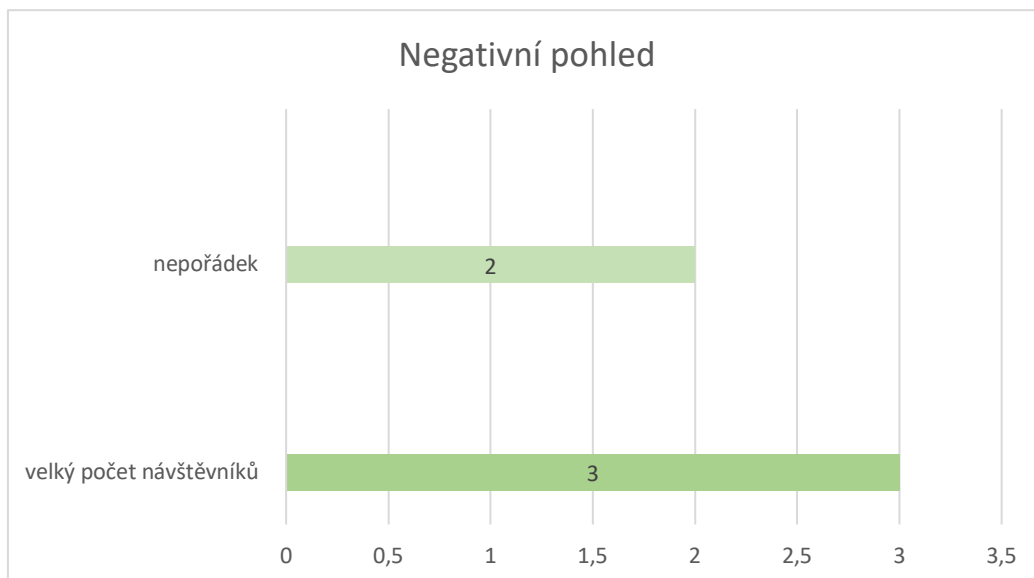
Otázky v této části se věnují vlivu JIZ 50 na obec a na obyvatele Bedřichova. Dále samotné otázky ohledně akce.

Otázka č. 2 a 3 se zaměřovala na pozitivní a negativní dopad na obec Bedřichov. V každé otázce se mohl dotazovaný vyjádřit, co je pozitivní, a co je negativní. Druhá otázka byla směřována na osobní hodnocení, zda je závod pro samotného respondenta pozitivní, či negativní. V této otázce uvedlo 46 respondentů, že JIZ 50 vnímají pozitivně. Nejvíce z toho důvodu, že je to výborná propagace Bedřichova, dále kvůli příjezdu turistů, vyššímu finančnímu přínosu pro obec, zvýšenému zájmu o lokalitu a na posledním místě pak byl

trénink samotných závodníků, kteří danou lokalitu navštěvují i v rámci přípravy. Pět respondentů uvedlo, že tuto akci nevnímají pozitivně. Tři uvedli, že je to kvůli vysokému počtu návštěvníků a dva uvedli, že akci vnímá negativně kvůli nepořádku, který po závodech zůstává v okolí tratí. Rozdíl v respondentech, kteří mají trvalé bydliště v obci je ten, že v době konání akce jsou v obci neustále. Mají tak větší přehled o tom, jaký je samotný průběh akce.

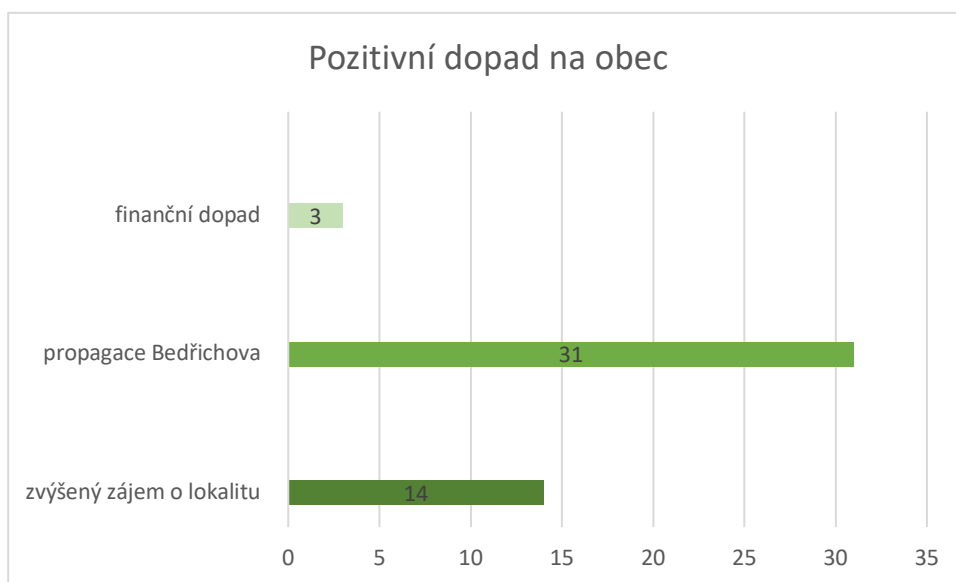


Obrázek 25: Pozitivní pohled na JIZ 50  
Zdroj: Vlastní zpracování



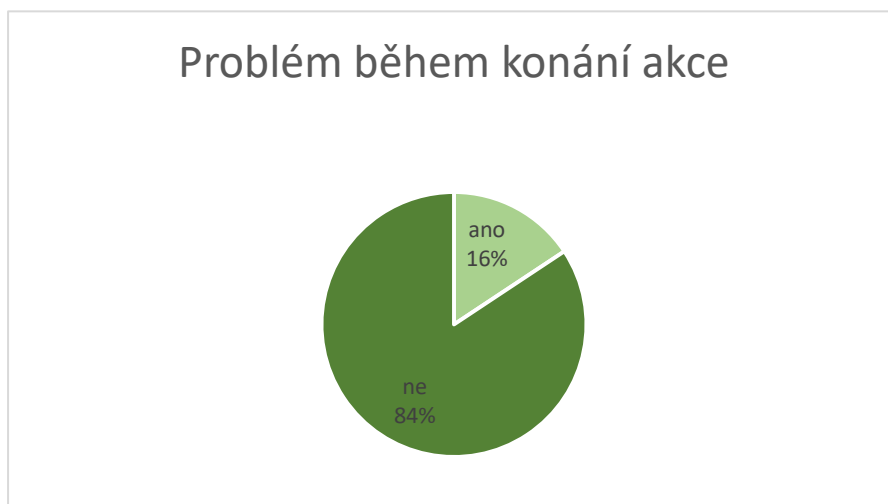
Obrázek 26: Negativní pohled na JIZ 50  
Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka číslo tři byla přímo cílená na samotný dopad na obec Bedřichov. Zda má konání akce pozitivní dopad, či ne. Účastník měl vybrat z možnosti ano nebo ne a uvést, z jakého důvodu. Celkem 48 respondentů uvedlo, že konání akce má pozitivní dopad na obec Bedřichov. Pozitivní důvody, kteří dotazovaní uvedli, jsou uvedeni v následujícím grafu. Pouze tři respondenti uvedli, že tato akce má negativní dopad na obec, a to kvůli vysoké návštěvnosti, která má dopad na životní prostředí, jelikož je to velký nápor na Jizerské hory.



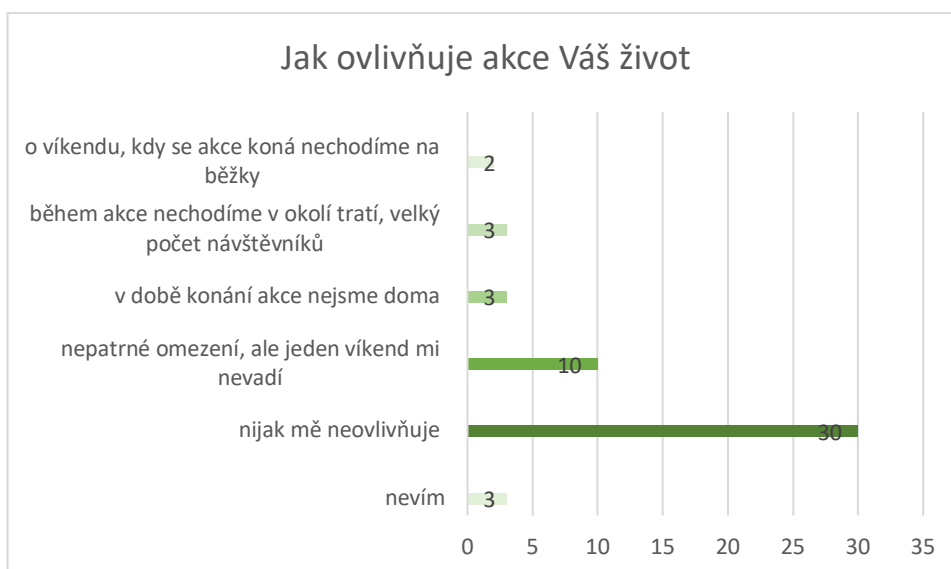
Obrázek 27: Pozitivní dopad na obec  
Zdroj: Vlastní zpracování

Čtvrtá otázka byla cílena na samotný průběh seriálu Jizerská 50. Zda měl respondent nějaký problém v době konání akce. Z celkového počtu uvedlo osm respondentů, že měli nějaký problém. Z tohoto množství pak šest respondentů uvedlo, že tento problém souvisel s parkováním v obci. Dva dotazovaní uvedli, že jejich problém souvisel se samotnými návštěvníky akce. Zbylí dotazovaní uvedli, že žádný problém v době konání akce neměli.



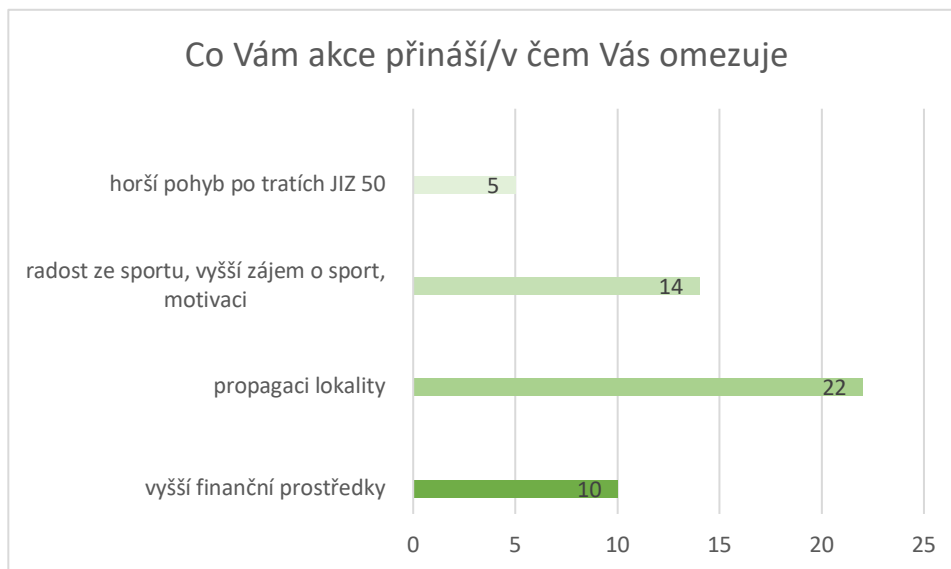
*Obrázek 28: Problém během konání akce  
Zdroj: Vlastní zpracování*

Pátá otázka zahrnovala ovlivnění obyvatel během konání akce. Zda jim konání této akce přináší nějaké změny, nebo se pro ně v době konání akce nic nemění. Zde 30 respondentů uvedlo, že během konání akce se pro ně nic nemění, tedy že pro ně akce nepřináší nějaké změny. Dalších 10 uvedlo, že nepatrné omezení pociťují, ale že je to jen jeden víkend v roce, takže jim to nevadí. Ostatní respondenti uvedli, že akce je omezuje pouze v okolí konání akce. Zbylí tři respondenti poté uvedli, že v době konání akce jezdí pravidelně pryč.



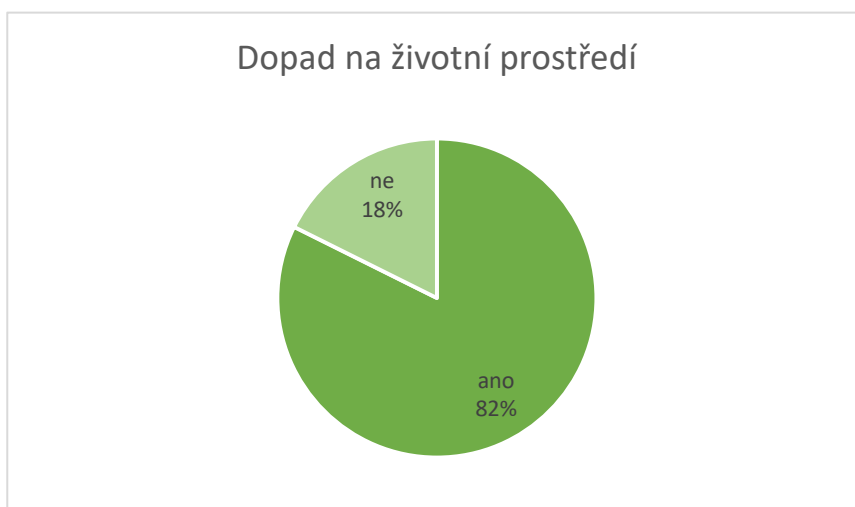
*Obrázek 29: Ovlivnění obyvatel  
Zdroj: Vlastní zpracování*

Šestá otázka byla zaměřena na omezení či přínos pro respondenty. Co jim tato akce přináší, nebo v čem je konání akce naopak omezuje. Zde 22 respondentů odpovědělo, že díky JIZ 50 je lokalita dobře propagována a 14 respondentů odpovědělo, že díky této akci se soustředí na sportovní aktivity a mají větší zájem a radost ze sportu. Dále 10 respondentů uvedlo, že akce pro ně přináší finanční prostředky, díky ubytovací službě. Zbýlých 5 respondentů uvedlo, že je pro ně omezení, kvůli zhoršenému pohybu na tratích, kde se tato akce koná.



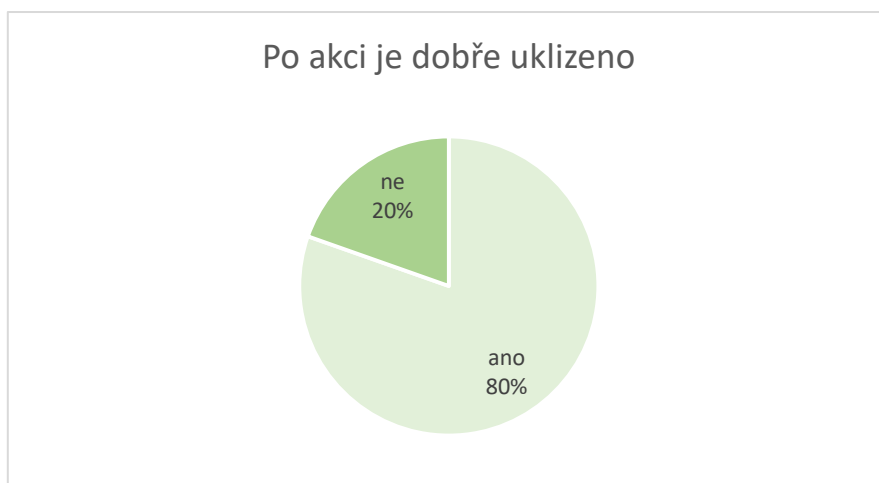
Obrázek 30: Přínos/omezení  
Zdroj: Vlastní zpracování

Sedmá otázka se zaměřovala na dopad konání Jizerské 50 na životní prostředí. 42 respondentů uvedlo, že tato akce má určitě dopad na životní prostředí. 9 respondentů naopak uvedlo, že konání akce nemá žádný dopad na životní prostředí.



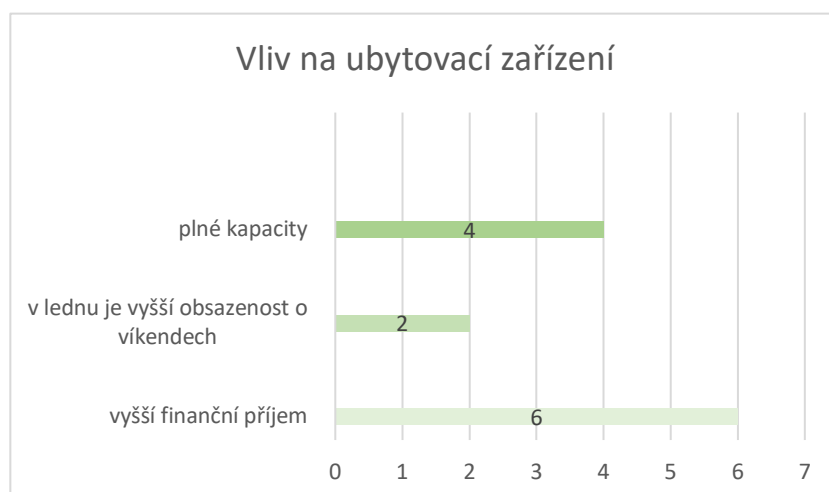
Obrázek 31: Dopad na životní prostředí  
Zdroj: Vlastní zpracování

Další otázka byla zaměřena na práci organizátorů, a to přímo na úklid po konání této akce. Respondenti zde měli na výběr z možností buď ano nebo ne. Celkem 41 respondentů uvedlo, že po konání této akce je vše v pořádku a nikde není žádný nepořádek. Zbýlých 10 uvedlo, že není pořádně uklizeno. Jeden z dotazovaných uvedl, že problém je po tání sněhu, kdy se v okolí tratí najdou obaly od gelů a tyčinek.



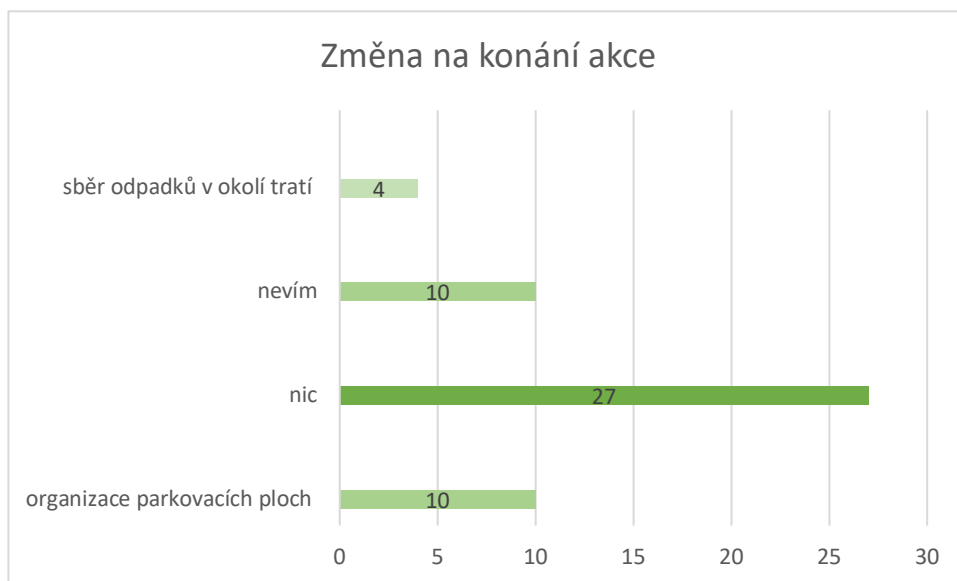
Obrázek 32: Úklid po konání závodů  
Zdroj: Vlastní zpracování

Devátá otázka byla určena pro podnikatele, kteří vlastní v místě konání ubytovací zařízení. Dotazovaní měli napsat, jaký vliv má konání této akce na jejich podnikání. Na tuto otázku odpovídalo 12 respondentů. Šest z nich uvedlo, že akce jim přináší vyšší finanční příjem, další čtyři uvedli, že díky akci mají plné kapacity svého ubytovacího zařízení a zbylí dva uvedli, že mají v lednu vyšší obsazení o víkendu, jelikož se někteří závodníci jezdí do Bedřichova připravovat na závody.



Obrázek 33: Vliv na ubytovací zařízení  
Zdroj: Vlastní zpracování

Desátá otázka byla určena opět pro všechny respondenty. Tato otázka se věnovala změnám na konání akce. Respondenti zde mohli uvést, co by změnili na této akci. Celkově 27 respondentů uvedlo, že by na akci nic neměnili. Dalších 10 uvedlo, že neví. Mezi další čtenou odpověď patří organizace parkovacích ploch. Celkem tuto odpověď uvedlo deset respondentů. Nejméně zastoupená odpověď zahrnovala změnu ve sběru odpadků v okolí tratí.

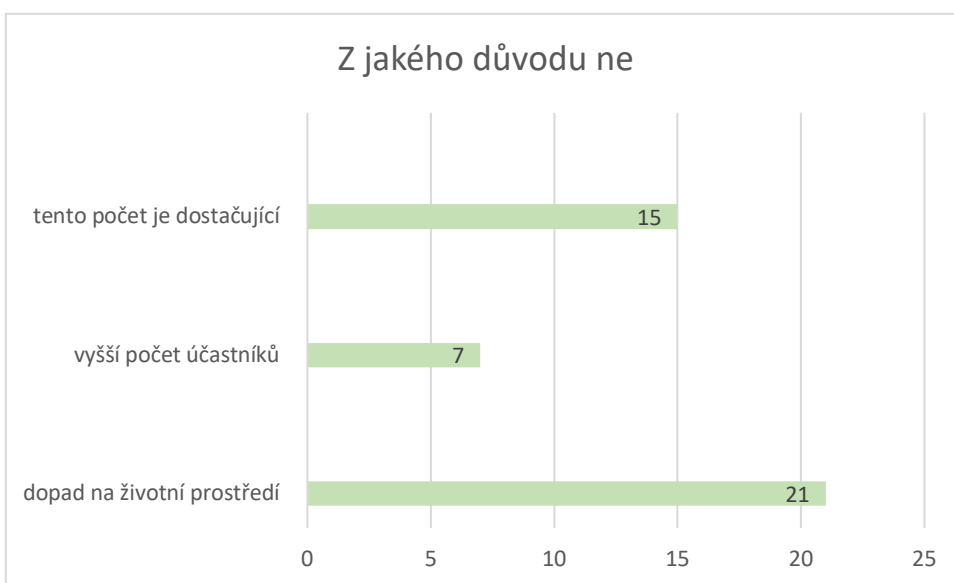


*Obrázek 34: Změna na konání akce*  
*Zdroj: Vlastní zpracování*

Předposlední otázka se věnovala navyšování počtu závodů v rámci Jizerské 50. Respondent měl uvést, zda je vhodné tento počet závodů navyšovat, jelikož nyní je sedm závodů ve třech závodních dnech. Jestliže si dotazovaný vybral jako odpověď ne, měl dále heslovitě uvést, proč není vhodné tento počet dále navyšovat. Celkově 43 dotazovaných uvedlo, že není vhodné již tento počet navyšovat. Tito respondenti uvedli, že to není vhodné kvůli životnímu prostředí. Dále uvedli, že tento počet je zcela dostačující a nejméně zastoupená odpověď byla kvůli zvýšení počtu závodníků. Zbýlých 8 uvedlo, že se tento počet může ještě navýšit.



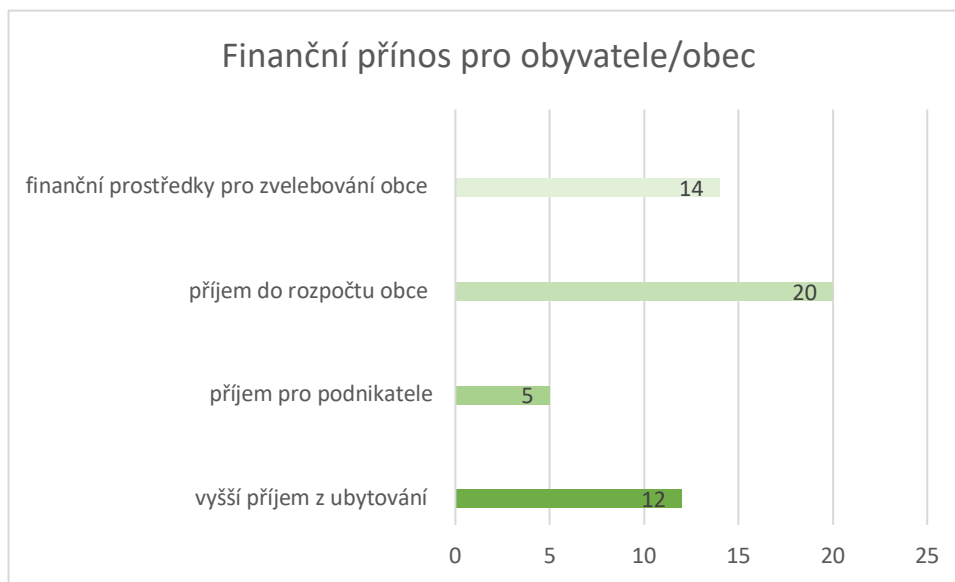
Obrázek 35: Navýšení závodů v rámci JIZ 50  
Zdroj: Vlastní zpracování



Obrázek 36: Z jakého důvodu není vhodné počet navyšovat  
Zdroj: Vlastní zpracování



V poslední dvanácté otázce měl respondent uvést, jaký finanční dopad má pro něho samotného nebo pro obec konání akce. 20 respondentů uvedlo, že je to vyšší příjem do rozpočtu obce. Dalších dvanáct respondentů uvedlo, že díky konání akce mají vyšší finanční příjem. Tito respondenti jsou vlastníci ubytovacích zařízení. 14 respondentů uvedlo finanční prostředky pro zvelebování obce a zbylých 5 uvedlo vyšší příjem pro podnikatele.



*Obrázek 37: Finanční dopad*  
*Zdroj: Vlastní zpracování*

#### **4.1.4 Shrnutí výsledků**

Toto dotazníkové šetření zkoumalo vliv konání akce na obec Bedřichov a na samotné obyvatele Bedřichova.

První část dotazníků byla zaměřena na identifikaci respondentů. Vybraní respondenti byli z větší části obyvatelé obce (někteří dotazovaní v obci pouze podnikají, ale trvalé bydliště mají v blízkém okolí). Další zastoupení bylo z řad respondentů, kteří mají v obci trvalé bydliště, ale nabízejí i ubytovací služby. Z této otázky plyne, že obec je velmi vhodná na poskytování ubytovacích služeb, jelikož se nachází v dobré lokalitě, kterou navštěvují turisté kvůli přírodě a sportu.

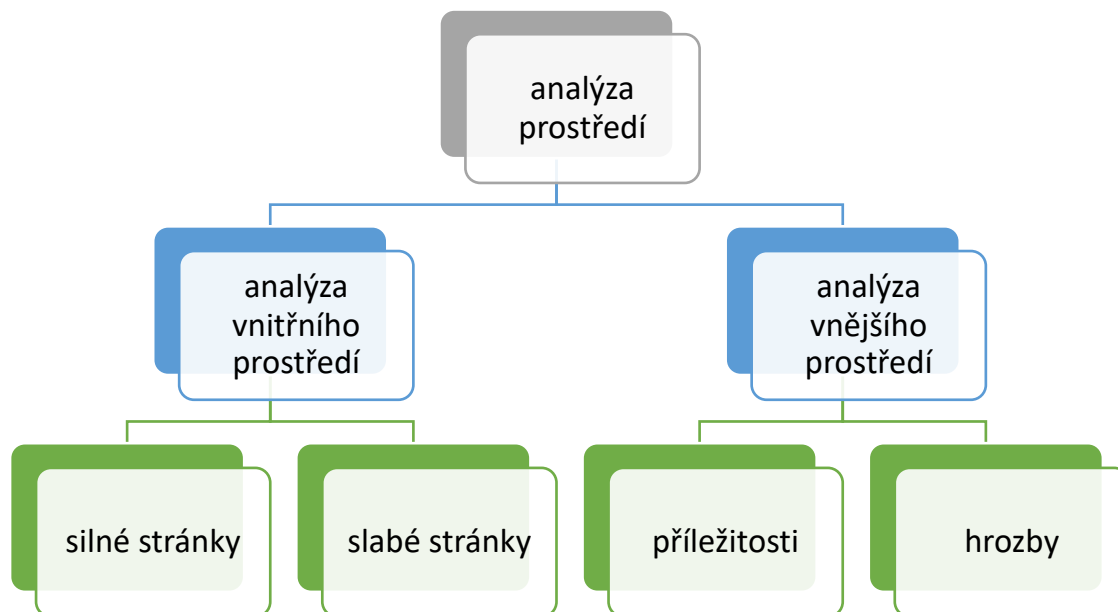
Druhá část dotazníků se věnovala samotné akci a vlivu této akce na obec a obyvatele. Z dotazníku lze říci, že většina respondentů vnímá tuto akci pozitivně. Díky této akci dochází k propagaci lokality a samotné obce, která tímto získává návštěvníky i ze zahraničí. Konání akce přináší pro obyvatele vyšší finanční prostředky, zvelebování obce a propagaci.

Celkově lze tuto akci vyhodnotit jako velký přínos pro propagaci obce, která se díky JIZ 50 dostala do podvědomí všem fanouškům a příznivcům JIZ 50. Díky této propagaci mají obyvatelé, kteří poskytují ubytovací služby, či podnikají, větší zájem turistů. Obec má díky konání akce vyšší finanční prostředky do rozpočtu obce. Díky navázané spolupráci mají v obci například nový bike park pro návštěvníky. Návštěvníci mají tedy další důvod, proč tuto obec navštívit.

Z obou dotazníků vyplívá, že akce má negativní dopad na životní prostředí. Respondenti uvedli, že z tohoto důvodu by neměl být počet závodů již dále navyšován.

## 4.2 SWOT analýza

Cílem SWOT analýzy je identifikovat to, do jaké míry je současná strategie JIZ 50 schopná vyrovnat se s možnými změnami, jaké jsou příležitosti, hrozby, a jaké jsou slabé a silné stránky této akce.



Obrázek 38: Analýza prostředí

Zdroj: Vlastní zpracování

### Silné stránky

Mezi jednu z hlavních silných stránek je historie závodu, díky které je závod známý, tento fakt uvedli i dotazovaní, že jedna z věcí, co si vybaví pod pojmem JIZ 50 je její historie. Další silnou stránkou je zařazení závodu v seriálu Ski Classics. Tato spolupráce přináší zahraniční závodníky, kteří jsou známí po celém světě. Další výhodou této spolupráce je vysílání v televizi. Hlavní závod Jizerská 50 je vysílána v zahraničních televizích, kvůli seriálu Ski Classics. Jizerská 50 se řadí mezi největší závod v běžeckém lyžování na území České republiky, díky tomu se každý rok zvyšuje zájem o účast na této akci.

### Slabé stránky

Jednou ze slabých stránek je místo konání akce, jelikož akce se pořádá na území CHKO, a díky tomu je počet startujících eliminován od správy CHKO. Do slabých stránek lze zařadit i omezenou parkovací plochu a velikost areálu, kde se akce koná, jelikož kapacita areálu je taktéž omezená z toho důvodu, že se nemůže už nikam rozšiřovat.

## Příležitosti

Do příležitostí lze zařadit pokračování spolupráce Ski Classics. Toto prodloužení smlouvy o další 4 roky může přinést větší popularitu této akce. Další příležitost je letošní ocenění, kdy JIZ 50 získala cenu za nejlepší závod série Ski Classics. Ocenění může přilákat nové účastníky ze zahraničí a také nové sponzory, kteří by se mohli podílet na pořádání akce.

## Hrozby

Mezi největší hrozbu lze zařadit nedostatečné množství sněhu pro konání těchto závodů. Letošní ročník byl ještě týden před konáním akce ohrožen, a dokonce byla spuštěna i přeregistrace na kratší závody. Díky sněhové nadílce v týdnu konání akce, byly závody pořádány nakonec v plném rozsahu. Mezi další hrozbu lze zařadit neprodloužení smlouvy se Ski Classics, kdy by nebyla taková propagace akce. Další hrozbou je zvýšení startovného, kdy by někteří účastníci nemuseli být ochotni vyšší cenu zaplatit (několik dotazovaných, již nyní v dotaznících uvedlo, že startovné závodu je vysoké).

## Silné stránky



- historie závodu
- seriál Ski Classics
- největší závod na území ČR

## Slabé stránky



- CHKO
- parkovací plochy
- velikost areálu

## Příležitosti



- spolupráce Ski Classics
- ocenění
- nové spolupráce

## Hrozby



- nedostatek sněhu
- neprodloužení smlouvy
- zvýšená cena startovného

Obrázek 39: SWOT analýza  
Zdroj: Vlastní zpracování

## Závěr

Cestovní ruch je velice důležitá součást sektoru služeb a v ekonomice České republiky. Každý rok se podíl na HDP zvyšuje. Ubytovací služby, které jsou součástí statistik cestovního ruchu zaznamenaly v roce 2019 takřka 22 milionů hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR, což bylo o 737 tisíc více než v roce 2018. Nárůst byl tedy o 3,5 % vyšší. Domácích hostů se ubytovalo o 218 tisíc více než zahraničních. Domácí návštěvnost se meziročně zvýšila o 4,4 %, zahraniční pak o 2,6 % (v Bedřichově a v blízkém okolí se v době konání akce ubytuje okolo 1000 zahraničních návštěvníků a závodníků).

Cílem této bakalářské práce bylo na základě teoretických znalostí, interních materiálů a dotazníkového šetření zjistit vliv konání Jizerské 50 na obec Bedřichov.

V teoretické části této bakalářské práce byl čtenář seznámen s pojmem cestovní ruch a s nejčastějšími pojmy, které se objevují v cestovním ruchu. V další části se seznámil s historií cestovního ruchu, typologií a klasifikací cestovního ruchu. V závěru teoretické části byla představena obec Bedřichov, ubytovací a gastronomické služby.

Praktická část této práce byla zaměřená na Jizerskou 50, která se koná každý rok v obci Bedřichov. Jizerská 50 se velice podílí na propagaci obce a díky konání této akce má obec vyšší finanční příjem do rozpočtu obce a díky navázané spolupráce i realizované projekty.

Součástí praktické části bakalářské práce bylo dotazníkové šetření, které bylo určeno pro závodníky/návštěvníky akce a pro samotné obyvatele obce. Na základě těchto dotazníků lze říci, že většina dotazovaných je s akcí velice spokojena. Obyvatelé obce uvedli, že akce má pro ně ve většině případech pozitivní dopad, jak už v ohledu propagace obce, tak ve finančních příjmech z podnikání.

## Seznam použité literatury

- Bedřichovská 30. 2020. *Bedřichovská 30* [online]. JIZ 50 [cit. 2020-04-11]. Dostupné z: <https://jiz50.cz/proposition.front.race/detail/5>
- Benzina sprint. 2020. *Benzina Sprint* [online]. JIZ 50 [cit. 2020-04-12]. Dostupné z: <https://jiz50.cz/proposition.front.race/detail/8>
- BERÁNEK, Jaromír, 2013. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting. ISBN 978-80-86724-46-1.
- Cestovní ruch CZSO. 2004. *Cestovní ruch CZSO* [online]. Praha: Český statistický úřad [cit. 2020-03-07]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/1522-04--2\\_metodicke\\_vysvetlivky](https://www.czso.cz/csu/czso/1522-04--2_metodicke_vysvetlivky)
- CR 2019. 2020. *CR 2019* [online]. Praha: Český statistický úřad [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/cestovni-ruch-4-ctvrtleti-2019>
- CZ-NUTS. 2014. *CZ-NUTS* [online]. Praha: Český statistický úřad [cit. 2020-04-07]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/10n104\\_2004vybrane\\_ukazatele\\_oblasti\\_a\\_kraju\\_metodik\\_a](https://www.czso.cz/csu/czso/10n104_2004vybrane_ukazatele_oblasti_a_kraju_metodik_a)
- CZ-NUTS 2. 2014. *CZ-NUTS2* [online]. Praha: Český statistický úřad [cit. 2020-04-07]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/xl/regiony\\_soudrznosti](https://www.czso.cz/csu/xl/regiony_soudrznosti)
- Hervis 25. 2020. *Hervis 25* [online]. JIZ 50 [cit. 2020-04-11]. Dostupné z: <https://jiz50.cz/proposition.front.race/detail/4>
- HESKOVÁ, Marie, 2011. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna. ISBN 978-807-3731-076.
- Historie JIZ 50. 2017. *Historie JIZ 50* [online]. Praha: Na svah [cit. 2020-04-10]. Dostupné z: <https://www.nasvah.cz/clanky/jizerska-padesatka/>
- HORNER, Susan a John SWARBROOKE, c2003. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 80-247-0202-9.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2012. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-802-4742-090.
- JIZ 50 – hlavní závod. 2020. *JIZ 50 - hlavní závod* [online]. JIZ 50 [cit. 2020-04-11]. Dostupné z: <https://jiz50.cz/proposition.front.race/detail/3>

- Jizerská 50. 2018. *Jizerská 50* [online]. Praha: Raul - David Douša [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: [https://ftvs.cuni.cz/FTVS-677-version1-26\\_11\\_2018\\_david\\_dousa\\_jizerska\\_50.pdf](https://ftvs.cuni.cz/FTVS-677-version1-26_11_2018_david_dousa_jizerska_50.pdf)
- Jizerská Raul. 2020. *Jizerská Raul* [online]. JIZ 50 [cit. 2020-04-12]. Dostupné z: <https://jiz50.cz/proposition.front.race/detail/7>
- KARLÍČEK, Miroslav, 2018. *Základy marketingu*. 2. vydání. GRADA. ISBN 978-80-247-5869-5.
- KOTÍKOVÁ, Halina, 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4603-6.
- KUNZ, Vilém, 2018. *Sportovní marketing: CSR a sponzoring*. Praha: Grada Publishing. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0560-1.
- Logo JIZ 50. 2016. *Logo JIZ 50* [online]. Praha: Czech-ski [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: <https://www.czech-ski.com/beh-na-lyzich/domaci/startuje-jizerska-50-tridenni-program-vyvrcholi-nedelnim-zavodem-ski-classics>
- Lokalita Bedřichov. 2020. *Lokalita Bedřichov* [online]. Bedřichov: Obec Bedřichov [cit. 2020-04-10]. Dostupné z: [http://www.bedrichov.cz/modules/mapy/poi.php?lang=cs&web=bedrichov\\_&active=341#z=14&x=15.1798326&y=50.7801340](http://www.bedrichov.cz/modules/mapy/poi.php?lang=cs&web=bedrichov_&active=341#z=14&x=15.1798326&y=50.7801340)
- LOCHMANNOVÁ, Alena, 2015. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media. ISBN 978-80-7402-216-6.
- Medical Tourism. 2015. *Medical Tourism* [online]. Scotland: Britannica [cit. 2020-04-07]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/science/medical-tourism>
- MILLER, Donald, 2017. *Building a storybrand: clarify your message so customers will listen*. 2., přepracované a rozšířené vydání. New York: HarperCollins Leadership, an imprint of HarperCollins. ISBN 978-0-7180-3332-3.
- MINI Jizerská. 2020. *MINI Jizerská* [online]. JIZ 50 [cit. 2020-04-12]. Dostupné z: <https://jiz50.cz/proposition.front.race/detail/9>
- Obec Bedřichov. 2017. *Obec Bedřichov* [online]. Bedřichov: Obec Bedřichov [cit. 2020-04-09]. Dostupné z: <http://www.obecbedrichov.cz/rozpocet/ds-1004/p1=1393>
- ORIEŠKA, Ján, 2004. *Kongresový cestovní ruch*. V Praze: Idea servis. ISBN 80-859-7045-7.
- PALATKOVÁ, Monika, 2011. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada. ISBN 978-802-4737-508.

- PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2014. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-802-4736-433.
- Původní logo JIZ 50. 2015. *Původní logo JIZ 50* [online]. Cestovatelský portál [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: <https://www.hedvabnastezka.cz/laosu/23711-bude-letos-dostatek-snehu-pro-jizerskou-50/>
- RAUL. 2020. *RAUL* [online]. Praha: Raul [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: [http://raul.cz/o\\_nas/](http://raul.cz/o_nas/)
- RYGLOVÁ, Kateřina, 2007. *Cestovní ruch: (soubor studijních materiálů)*. Vyd. 2., (1. v nakl. Key Publishing). Ostrava: Key Publishing. Ekonomie (Key Publishing). ISBN 978-80-86575-57-5.
- RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ, 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada. ISBN 978-802-4740-393.
- SCHEJBAL, Ctirad, 2008. *Typologie cestovního ruchu*. Přerov: Vysoká škola logistiky. ISBN 978-80-87179-03-1.
- TESAŘ, Milan, Václav CIBULA, Jiří FEJGL, Kateřina KADLECOVÁ a Petr VOLF, 2017. *Jizerská 50: 50 let - 50 příběhů*. V Brně: CPress. ISBN 978-80-264-1597-8.
- Tourism definition. 2010. *Tourism definition* [online]. Cambridge: Ugurlu [cit. 2020-04-10]. Dostupné z: <http://www.tugberkugurlu.com/archive/definintion-of-tourism-unwto-definition-of-tourism-what-is-tourism>
- VAJČNEROVÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ, 2017. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada. Manažer. ISBN 978-80-247-5021-7.
- VISMA Ski classics. 2020. *VISMA Ski classics* [online]. Skiclassics [cit. 2020-04-11]. Dostupné na internete: <https://vismaskiclassics.com/news/articles/jizerska-50-wins-best-event-of-the-year-award/>
- What is tourism. 2019. *What is tourism* [online]. Vancouver: go2HR [cit. 2020-04-10]. Dostupné z: <https://www.go2hr.ca/getting-know-bcs-tourism-industry/what-is-tourism>



## **Seznam příloh**

Příloha A Vzor dotazníku .....	66
Příloha B Vzor dotazníku .....	68

# Přílohy

*Příloha A Vzor dotazníku*

## **Dotazník pro návštěvníka/závodníka JIZ 50**

Vážení návštěvníci/závodníci,

chtěla bych Vás poprosit o několik minut Vašeho času na vyplnění tohoto krátkého dotazníku, který bude sloužit jako podklad k vypracování bakalářské práce. Dotazník je zaměřen na spokojenost návštěvníků/závodníků s průběhem JIZ 50. Odpověď u uzavřených otázek prosím zakroužkujte, na otevřené otázky prosím odpovídejte buď jedním slovem nebo větou. Dotazník je anonymní a bude použit pouze pro bakalářskou práci.

Děkuji Vám za pomoc a za Váš čas, který jste věnovali tomuto dotazníku.

Oldřiška Brožková  
studentka Technické Univerzity v Liberci

1. Co si představíte pod pojmem JIZ 50?
  
2. Navštívil jste místo konání akce za účelem návštěvy JIZ 50? (Pokud ne, přejděte na otázku č. 8)
  - a. Ano
  - b. Ne
  
3. Pokud ano, za účelem:
  - a. Návštěvník/fanoušek
  - b. Závodník
  
4. Byl/a jste spokojen/a s průběhem akce?
  - a. Ano
  - b. Ne
  
5. Měl/a jste problém s dopravou na místo konání akce?
  - a. Ano
  - b. Ne
  
6. Využil/a jste možnosti MHD na místo konání?
  - a. Ano
  - b. Ne (přejděte na otázku č. 8)
  
7. Byly pro Vás spoje dostačující?
  - a. Časově
    - i. Ano
    - ii. Ne

- b. kapacitně
  - i. Ano
  - ii. Ne

8. Jaký má podle Vás vliv JIZ 50 na životní prostředí?

9. Co byste změnili na JIZ 50?

10. Víte, kolik je v rámci JIZ 50 závodů? (Pokud ne, přejděte na otázku č. 12)

- a. Ano
- b. Ne

11. Myslíte si, že je to vzhledem k přírodě a velikosti obce vhodné, tento počet navyšovat?

- a. Ano
- b. Ne

12. Navštívíte tuto akci znovu? (Pokud ne, proč; pokud jste se akce zatím neúčastnil/a, chtěl byste?).

- a. Ano
- b. Ne

## **Dotazník pro obyvatele Bedřichova**

Vážení rezidenti,

chtěla bych Vás poprosit o několik minut Vašeho času na vyplnění tohoto krátkého dotazníku, který bude sloužit jako podklad k vypracování bakalářské práce. Dotazník je zaměřen na spokojenost rezidentů s akcí JIZ 50. Odpověď u uzavřených otázek prosím zakroužkujte, na otevřené otázky prosím odpovídejte buď jedním slovem nebo větou. Dotazník je anonymní a bude použit pouze pro bakalářskou práci.

Děkuji Vám za pomoc a za Váš čas, který jste věnovali tomuto dotazníku.

Oldřiška Brožková  
studentka Technické Univerzity v Liberci

1. V obci Bedřichov/blízkém okolí (pokud obě varianty, zaškrtněte):
  - a. Mám trvalé bydliště
  - b. Poskytuji ubytovací služby
2. JIZ 50 vnímám pozitivně? (pokud ano/ne, proč?)
  - a. Ano
  - b. Ne
3. JIZ 50 má pozitivní dopad na obec/okolí? (pokud ano/ne, proč?)
  - a. Ano
  - b. Ne
4. Měl/a jste někdy nějaký problém během konání akce? (s dopravou, organizací, návštěvníky)
  - a. Ano – jaký?
  - b. Ne
5. Jak ovlivňuje JIZ 50 Váš život během konání akce?
6. Co Vám JIZ 50 přináší/v čem Vás omezuje?
7. Myslíte si, že JIZ 50 má dopad na životní prostředí?
  - a. Ano
  - b. Ne
8. Po konání akce je vše řádně uklizeno? (stadion, tratě)
  - a. Ano
  - b. Ne

9. Pokud vlastníte ubytovací zařízení, jaký vliv má konání akce na Vaše zařízení?

10. Co byste změnili na konání akce?

11. Myslíte si, že navyšování počtu závodů je vhodné? (pokud ne, proč?)

a. Ano

b. Ne

12. Víte, jaký dopad má konání JIZ 50 na obec/na Vás? (finanční)