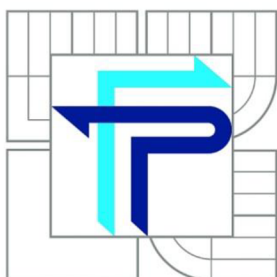


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV MANAGEMENTU

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF MANAGEMENT

ANALÝZA CYKLISTICKÉHO ZÁVODU VELKÁ CENA MĚSTA KUŘIMI

ANALYSIS OF BICYCLE RACE GRAND PRIX OF KUŘIM

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

JAN POSPÍŠIL

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

doc. PaedDr. JIŘÍ DRNEK, CSc.

BRNO 2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Pospíšil Jan

Management v tělesné kultuře (6208R168)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

Analýza cyklistického závodu Velká cena města Kuřimi

v anglickém jazyce:

Analysis of Bicycle Race Grand Prix of Kuřim

Pokyny pro vypracování:

Úvod
Cíle práce, metody a postupy zpracování
Teoretická východiska práce
Analýza současného stavu
Vlastní návrhy řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Seznam odborné literatury:

ČÁSLAVOVÁ, E. Management a marketing sportu. 1. vyd. Praha: Olympia, 2009. 225 s. ISBN 978-80-7376-150-9.

BLAŽEK, L. Management: Organizování, rozhodování, ovlivňování. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3275-6.

JANSA, P., DOVALIL, J. et.al. Sportovní příprava. 2.vyd. Praha: Q-art, 2009. ISBN 978-80-903280-9-9.

KOTLER, P., KELLER, K. L.. Marketing management. Praha: Grada Publishing, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5.

DVOŘÁKOVÁ, Š. Sportovní marketing. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2005. 72 s. ISBN 80-210-3901-9.

Vedoucí bakalářské práce: doc. PaedDr. Jiří Drnek, CSc.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2013/2014.

L.S.

prof. Ing. Vojtěch Koráb, Dr., MBA
Ředitel ústavu

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
Děkan fakulty

V Brně, dne 01.06.2014

ABSTRAKT

Bakalářská práce je zaměřena na organizaci cyklistického závodu Velká cena města Kuřimi. První část se věnuje teoretickým podkladům pro tvorbu analýz a vysvětlením důležitých pojmů v horské cyklistice. Druhá část práce je zaměřena na aplikaci analýz. Závěrečná část obsahuje návrhy na zlepšení a zvýšení atraktivity cyklistických závodů.

ABSTRACT

The Bachelor thesis is aimed of organizing bike races Grand Prix of Kuřim. The first part is devoted to the theoretical background for creation of analysis and explanation of important concepts in mountain biking. The second part is focused on application of analysis. The last section contains suggestions for improvements and increase the attractiveness of the races.

KLÍČOVÁ SLOVA

Horská kola, cyklistický závod, sport, pořádání závodů, Velká cena města Kuřimi, sportovní akce, podnikatelský plán, SWOT analýza, marketingový mix, finanční analýza.

KEYWORDS

Mountain bikes, bike race, sport, organizing competitions, Grand Prix of Kuřim, sporting events, business plan, SWOT analysis, marketing mix, financial analysis.

BIBLIOGRAFICKÁ CITACE

POSPÍŠIL, J. *Analýza cyklistického závodu Velká cena města Kuřimi*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2014. 63s. Vedoucí bakalářské práce doc. PaedDr. Jiří Drnek, CSc..

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně.
Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 30. května 2014

.....

podpis studenta

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji svému vedoucímu bakalářské práce doc. PaedDr. Jiřímu Drnkovi, CSc. za odborné vedení a cenné rady, které mi poskytl při jejím zpracování. Také děkuji Ing. Lubomíru Střížovi za poskytnutí materiálových podkladů a informací o závodu.

Obsah:

ÚVOD.....	11
1 CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ:	12
2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE	13
2.1 Management.....	13
2.1.1 Management jako proces řízení	13
2.1.2 Management jako řídicí pracovníci	14
2.1.3 Management jako soubor poznatků o řízení	14
2.1.4 Sportovní management	14
2.2 Projekt	17
2.2.1 Projektový management	17
2.2.2 Manažer projektu	17
2.2.3 Strategický postup pro realizaci sportovní akce	18
2.3 Marketing	20
2.3.1 Marketingový mix.....	21
2.3.2 Reklama	22
2.3.3 Sportovní reklama.....	23
2.4 Finanční analýza.....	23
2.4.1 Sponzoring	23
2.4.2 Rozpočet	23
2.4.3 Bod zvratu.....	24
2.5 Druhy nákladů.....	25
2.6 SWOT analýza	26
2.6.1 Externí prostředí	26
2.6.2 Vnitřní prostředí.....	26

2.6.3	SWOT analýza sportovní akce	27
2.7	Horské kolo	28
2.7.1	Cross-Country (XCO).....	29
2.7.2	Cross-Country Maraton – XCM	29
2.7.3	Cross-Country Eliminator (XCE)	29
2.7.4	Pump track	30
3	ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU	31
3.1	Historie pořádání závodů v Kuřimi:.....	31
3.1.1	Pořadatel:	32
3.2	SWOT analýza:	33
3.3	Marketingový mix	36
3.4	Popis závodu	39
3.4.1	Cílová skupina:	39
3.4.2	Finanční odměny:	39
3.4.3	Pořadatelé - dobrovolníci:.....	39
3.4.4	Trat':	40
3.4.5	Časomíra a starty:	40
3.4.6	Pojištění	41
3.4.7	Zdravotní zabezpečení:	41
3.5	Účast:.....	42
3.6	Rozpočet:.....	44
3.6.1	Příjmy a výdaje:	44
4	VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ	49
4.1.1	Eliminátor XCE (Sprint).....	49
4.1.2	Závod dětí a rodin	50
4.1.3	Pump track	51

4.1.4 Bod zvratu:.....	53
ZÁVĚR:	55
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ:	57
SEZNAM ZKRATEK:	59
SEZNAM GRAFŮ:	59
SEZNAM OBRÁZKŮ:.....	59
SEZNAM TABULEK:	60
SEZNAM PŘÍLOH:	60

ÚVOD

Ve své bakalářské práci se věnuji problematice organizace vrcholové sportovní akce s mezinárodní účastí Velká cena města Kuřimi. Jedná se o pořádání cyklistických závodů horských kol s mezinárodní účastí. Jelikož jsem se již účastnil mnoha podobně zaměřených sportovních událostí jako závodník nebo dobrovolný pracovník, tak se nyní zaměřuji na problematiku z pohledu hlavního organizátora celé akce. Především se chci vyhledat nedostatky a nevyužité možnosti v současném stavu organizace závodu.

Dalším cílem bude vyhledání současných trendů v horské cyklistice a jejich aplikace ve vybraném závodě.

Cyklistika v současnosti zažívá obrovský vzestup, především v kategorii Cross Country kde se Česká republika nachází v absolutní světové špičce mezinárodního žebříčku UCI. Důkazem toho jsou světoví závodníci jako například Olympijský vítěz Jaroslav Kulhavý, mistr světa do 23 let Ondřej Cink nebo čtyřnásobná účastnice Olympijských her Kateřina Nash. Tyto faktory ukazují atraktivitu dané disciplíny a její aktuálnost.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě hlavní části. Teoretická část obsahuje podklady pro tvorbu vlastní, praktické části. Jsou zde popsána zejména hlavní témata spojená s organizováním sportovní akce, jako jsou management, projektový management, marketing, rozpočty, analýzy a základní informace o cyklistice. Praktická část zobrazuje výsledky analýz. Je zde popsán závod a jeho historie. Vlastní návrhy jsou kapitolou závěrečnou. Jsou zde detailně popsány a uvedeny jejich přínosy.

1 CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ:

Hlavním cílem bakalářské práce je provedení analýzy vybraného závodu.

K sestavení plánu navržení změn a doporučení je potřeba zhodnocení organizace vybraných ročníků Velké ceny města Kuřimi. V mé bakalářské práci budu analyzovat současnou situaci v pořádání cyklistických závodů a hledat budoucí trendy vývoje. Pro zhodnocení současného závodu budu využívat SWOT analýzu a budu zjišťovat silné a slabé stránky závodu a zvažovat jeho příležitosti a hroby. Další z hlavních stanovených cílů je navržení změn a doporučení pro zlepšení organizace a propagace závodu. Dalším cílem je vypracování marketingového mixu závodu za současného stavu. Pomocí finanční analýzy vyčísím předpokládané příjmy a výdaje na organizaci závodu.

2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

2.1 Management

Výraz „management“ vychází ze slova „*manage*“, které znamená v doslovném překladu z angličtiny: řídit, vést, spravovat, zvládnout, být manažerem. Tedy pojmu „management“ v českém znění odpovídá řízení, správa, vedení. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

Musíme si však uvědomit, že v současné světové literatuře lze najít mnoho způsobů vysvětlení a definic pojmu „management“. Autoři se snaží co nejpřesněji obsahově vymezit tento pojem. Například dle P. F. Druckera, je pojem „management“ obzvláště těžko přeložitelný do dalších cizích jazyků. Jedná se o výraz specificky americký a označuje funkci, ale také lidi, kteří ji provádějí. Označuje současně sociální postavení a jeho stupně i obory studia a odborné disciplíny. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

Management lze chápat ve třech významových rovinách jako procesy řízení, soubory poznatků o řízení a řídicí pracovníci.

2.1.1 Management jako proces řízení

Pojem řízení může být chápán v širokém rozsahu a může probíhat na několika různých systémech, jako jsou technické, tj. stroje, biologické, tj. společnosti a organismy. Z toho vyplývá, že management je specifickým případem řízení.

Koncept manažerských funkcí je v současné době definován jako:

- Plánování
- Organizování
- Personalistika
- Vedení
- Kontrolování

Koncept Kritických faktorů úspěchu se skládá z rozhodujících vlivů pro dlouhodobou prosperitu organizace.

Koncept „7S“ je složen z těchto navzájem propojených faktorů:

- strategie,
- struktura,
- spolupracovníci,
- systémy managementu,
- sdílené hodnoty,
- styl managementu,
- schopnosti. (BLAŽEK, 2011)

2.1.2 Management jako řídicí pracovníci

Jedná se o pracovníky, kteří management vykonávají. Existuje zde zdomácnělý výraz manažer, ke kterému je ekvivalentem např. vedoucí pracovník. Management lze rozčlenit do tří různých vrstev, jako jsou manažeři první linie, střední manažeři a vrcholoví manažeři. (BLAŽEK, 2011)

2.1.3 Management jako soubor poznatků o řízení

Management je věda poměrně mladá a je rozvíjena zhruba 100 let. Manažerská praxe jako věda o chování lidí a jejich vztahů vychází z psychologie, sociologie, ekonomiky a práva. V exaktních přístupech management čerpá z kybernetiky, logiky, matematiky a dalších věd. V širším slova smyslu můžeme považovat, že jsou zde zahrnuty poznatky z filosofie a etiky. (BLAŽEK, 2011)

2.1.4 Sportovní management

Tento pojem vznikl z nutnosti specifikace managementu pro sportovní prostředí. Zahrnuje způsoby řízení sportovních klubů, družstev apod., dále se zabývá sektorem výroby sportovního zboží a provozem sportovních služeb. Oblast diváctví jednou z důležitých částí sportovního managementu. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

Sportovní manažer - vedoucí pracovník, řeší obecné manažerské úkoly, současně má na starosti specifické sportovní činnosti. Tyto činnosti nejsou od sebe izolovány, ale naopak jsou integrovány a vytvářejí variabilní kombinace, které určují tři základní determinanty:

- prostředí,
- kvalifikace,
- specifikace.

Podle Čáslavové, je sportovní manažer:

- „manažer na úrovni vedení sportovní činnosti – vedoucí sportovních družstev či jednotlivců ve vyšších soutěžích, specialisté vyškolení pro sportovní akce - příprava mistrovství světa, Evropy, příprava OH apod., specialisté pro uplatnění sportu ve volném čase lidí, mezi zdravotně hendikepovanými lidmi atd.
- manažer na úrovni řízení určitého sportovního spolku – resp. organizace, členové výkonných výborů sportovních a tělovýchovných svazů nebo vedoucí sportovních středisek řízených armádou nebo policií.
- manažeři v podnikatelském sektoru – výroby sportovního zboží, provozování placených tělovýchovných služeb, vedoucí fitness pracovníci reklamních a marketingových agentur pro tělovýchovu a sport, vedoucí fitness nebo vedoucí výroby sportovního nářadí a náčiní.“ (JANSA, DOVALIL, 2009, s. 290)

Tab. 2: Činnosti manažera ve sportu

Základní činnosti manažera	Příklady aplikace základních činností manažera na činnosti sportovního manažera	Specifické činnosti
1. Plánování	Strategický plán rozvoje přísl. organizace (např. SK) Dlouhodobý, střednědobý, a aktuální program Strategický postup manažera při plánování akcí a podniků TVS	1. Sponzorská činnost
2. Organizování – postupy – metody – techniky	Postupy vyhodnocování výsledků Uplatnění metody CPM při organizování a zabezpečení tréninkových cyklů (např. OH, MS, ME atd.) Využití výpočetní techniky při (vrchol.) sportovních soutěžích Portfolio metoda při vyhodnocování činnosti sportovních klubů	2. Sportovní reklama
3. Vytváření organizačních struktur	Zdokonalování org. struktury TVS ČR (např. sport. svazů) Zdokonalování org. struktury sport. klubů (profesionální, amatérské) Zkvalitňování organ. Struktury placených TVS služeb	3. Transfer hráčů a trenérů
4. Výběr, rozmisťování a vedení lidí	Výběr a rozmisťování lidí při práci ve spolcích TVS (prof., dobrovol.) a jejich motivace Výběr a rozmisťování lidí v placených TVS službách (např. zařízení typu health and fitness)	4. Znalost uspořádání fungování norem vrcholných mezinárodních organizací TVS (MOV, Mezinárodní sport. federace)
5. Kontrola	Ukazatele finanční kontroly TVS organizací	5. Zabezpečení norem a náležitostí při uzavírání smluv (ad 3) v tuzemsku i v zahraničí
6. Marketing	Marketing v oblasti placených TVS služeb Marketing v podnicích vyrábějících TVS zboží Marketingová koncepce sport. klubů	6. Problematika ochrany zdraví, pojištění a soc. zabezpečení (z hlediska přísl. fyzických a právnických osob)
7. Finance	Přehled o aktuálních ekonom. trendech a opatřeních ve státní a podnikatelské sféře Reflexe v hospodaření spolků a org. TVS, zvl. jejich základních článků	7. Kontakty a spolupráce se zájmovými a odbornými organizacemi sportovců, trenérů, učitelů TVS apod
8. Právo	Reflexe daňových, živnostenských a dalších zákonů do podmínek organizací TVS Zákony o TVS, stanovy a další normy stát. a spol. organizací TVS	<p>Pozn.: Úspěšná realizace základních činností manažera v tělesné výchově a sportu je podmíněna průběžnými manažerskými funkcemi v pozici analytických, rozhodovacích a implementačních činností včetně komunikace.</p>
9. Komunikace	Ve vedení lidí v org. TVS (komunikace nadřízený – podřízený) Vyjednávání sponzorských kontaktů	

Obrázek 1: Činnosti manažera ve sportu (Zdroj: (JANSA, DOVALIL, 2009)

2.2 Projekt

Definicí pojmu projekt existuje velice mnoho a každý autor ho specifikuje rozdílně, např. (NĚMEC, 2002) uvádí doporučení na shodě s definicí: „Projekt je cílevědomý návrh na uskutečnění určité inovace v daných termínech zahájení a ukončení.“ (NĚMEC, 2002, s. 11)

Z toho vyplývá, že každý projekt je jedinečný, neopakovatelný (i podobné projekty jsou vždy jiné a specifické). Má určený začátek a konec a většinou se na něm podílí jiný tým projektantů. (NĚMEC, 2002)

2.2.1 Projektový management

Lze definovat několika způsoby, dle (NĚMCE, 2002) - se jedná o určitý přístup k řízení jednotlivých projektů v předem stanoveném čase. Musí být dodrženy a respektovány stanovené strategie, velikost nákladů a kvalita. Musí být dodrženy veškeré specifické postupy a nástroje technik.

Jedná se tedy o krátkodobě vynaložené úsilí společně se znalostmi a postupy za účelem dosažení předem stanovených cílů, kterým mohou být služby, předměty nebo vzájemné kombinace. (SVOZILOVÁ, 2006)

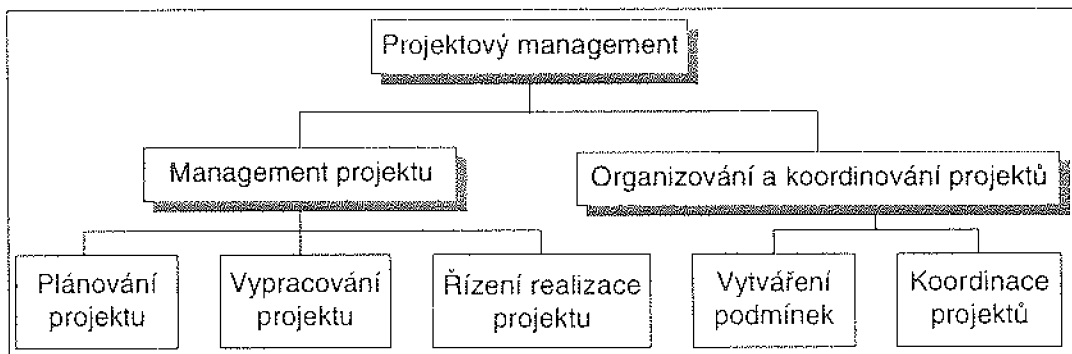
2.2.2 Manažer projektu

Na začátku každého projektu vrcholový manažer (ředitel, zástupce ředitele) jmenuje hlavního manažera projektu (HMP) a další členy projektového týmu.

Práce HMP je velmi zodpovědná a jsou na ni kladeny vysoké požadavky, proto je důležité tento výběr provádět velice důkladně. HMP musí znát problémy daného úkolu a musí ovládat všechny manažerské činnosti jako je *plánovač*, *organizátor*, *vedoucí*, *koordinátor*, *vyjednávač*, *kontrolor*.

Projektové manažery lze vybírat z různých oblastí:

- *odborníci* splňují požadavky na znalost v určitém oboru, ale nemají potřebné manažerské znalosti a často překračují hranice nákladů a časové termíny,
- *manažeri*, kteří již mají zkušenost z projektových týmů a odborné vzdělání, jsou většinou nejlepší,
- „*zasloužili*“ vedoucí pokud splňují požadavky na HPM a mají předchozí zkušenosti z obdobných projektů, mohou být na tuto pozici zvoleni, ovšem ne vždy bývá tato volba šťastným řešením. (NĚMEC, 2002)



Obr. 3.1 Projektový management a management projektu

Obrázek 2: Projektový management (Zdroj: NĚMEC, 2002)

2.2.3 Strategický postup pro realizaci sportovní akce

Podle Čáslavové (2009) se jedná o jednoduchý a standardizovaný způsob složený z deseti etap a měl by jej využívat každý organizátor sportovní nebo tělovýchovné akce, aby ušetřil čas na práci jeho náročným vymýšlením.

1. etapa - Současná situace

Před započítím realizace sportovní akce je důležité si udělat přehled aktuálního stavu a rozhodnout, jakou cestou se půjde a jaké cíle mají být dosaženy. Pokud jsou cíle předem zadány, je důležité zvážit, zda jde v možnostech organizátora danou akci uspořádat.

2. etapa - Budoucí prostředí

Organizátor musí počítat se všemi možnostmi rizik a ty, které jsou předvídatelné, se pokusit snížit na minimum. Důležité je neopomenout sledovat časové a hmotné rezervy. V případě nepředvídatelných rizik by měl organizátor jednat pohotově a flexibilně.

3. etapa - Naše současné možnosti

Cílem této fáze je reálné uvážení vlastních možností a nedostatků, z kterých můžeme částečně předpovědět úroveň úspěšnosti

4. etapa - Možné směry

Organizátor si může určit několik cílů, u kterých může dle aktuální situace rozhodnout, jestli budou realizovány popřípadě vybrat jen některé z nich.

5. etapa - Naše cíle

Navazuje na předchozí etapy a dle jejich strategií, posloupností a selekce určuje stanovené cíle.

6. etapa - Možné přístupové cesty

Některé cíle je možno dosáhnout více možnostmi, musíme zvážit všechny cesty, jak těchto cílů dosáhnout již při plánování akce.

7. etapa - Zvolená cesta strategie

Vybrat tu cestu, která je pro nás za daných okolností z komplexního hlediska nejvýhodnější.

8. etapa - Program akce

Když jsou určeny cíle a způsoby jejich realizace, musí organizátor přejít k detailnímu rozebrání plánu a rozdělit úkoly a činnosti konkrétním pracovníkům. Jedná se především o časový harmonogram, plán jednotlivých akcí a druh kontroly.

9. etapa - Rozpočet

V souvislosti s předchozím bodem je nutné nastavit velikost výdajů a příjmů z celé sportovní události. Do příjmů musí být zahrnuty veškeré finanční zdroje a jejich výše (např. startovné, vstupné, dotace, veškeré dary, sponzoring apod.). Ve výdajích musí být zahrnuty všechny činnosti související s organizací celé akce.

10. etapa - Přehled a kontrola

Abychom dokázali zamezit chybám, zpoždění a neúspěchu celé akce musíme průběžně kontrolovat veškeré činnosti a ve správnou dobu eliminovat možné výkyvy.

Zmíněný strategický postup je považován jako obsáhlé desatero etap. Předností tohoto systematického postupu je především návaznost jednotlivých etap. Samozřejmostí jsou i jeho individuální specializace a manažerské úpravy. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

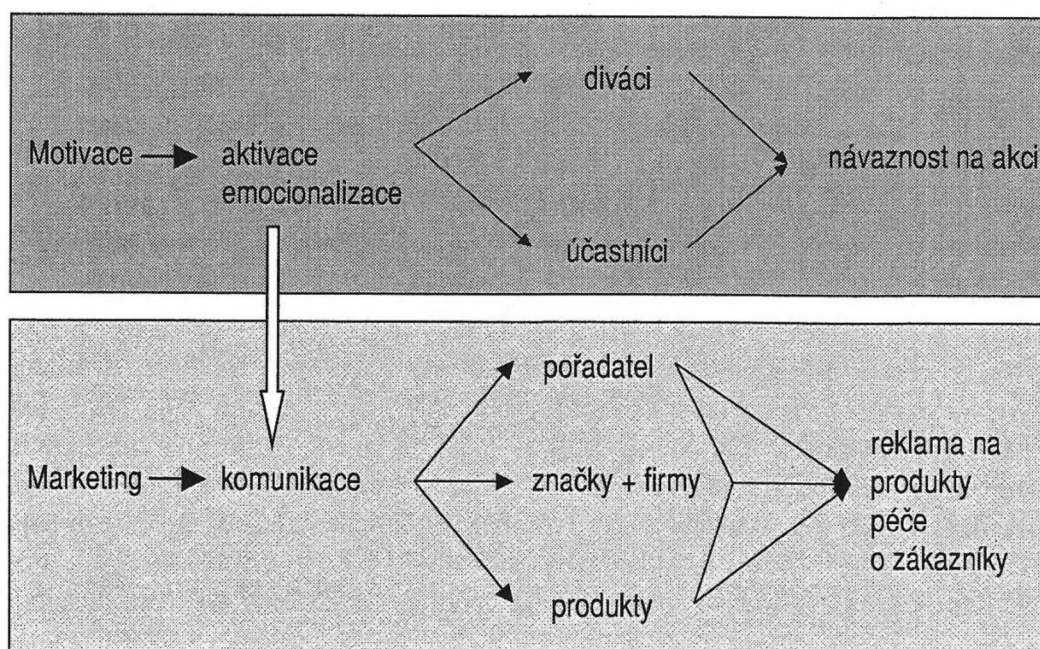
2.3 Marketing

Marketing se zaměřuje na hledání a uspokojování individuálních a společenských potřeb. American Marketing Association nabízí tuto formální definici: „Marketing je aktivitou, souborem institucí a procesů pro vytváření, komunikaci, dodání a směnu nabídek, které mají hodnotu pro zákazníky, klienty, partnery a celou širokou veřejnost.“ Marketing je významným faktorem většiny prosperujících firem 21. století v současném nehostinném ekonomickém prostředí. (KOTLER, KELLER, 2013, S. 35)

Marketing ve sportu

Sportovní marketing je v posledních desetiletích velice evidentní a účinný. Firmy a sportovní organizace se snaží zviditelnit podporováním sportovních osobností, samotných závodů a podobně. Firmy se snaží nabízet špičkové výrobky s vytříbeným designem a rozsáhlou marketingovou kampaní. Společnosti jsou si vědomy, že dobrý marketing jim přinese finanční zdroje a slouží k jejich pozitivnímu rozvoji. (ČÁSLAVOVÁ, 2009; DVOŘÁKOVÁ, 2005)

Obr. 5.6. – Motivace a marketing jako základní síle sportovních akcí



Obrázek 3: Motivace a marketing sportovní akce (Zdroj: ČÁSLAVOVÁ, 2009)

Tento specifický druh marketingu se zaměřuje především na získávání nových zákazníků, kterými mohou být účastníci, diváci, potenciální sponzoři a podobně. Využívá především motivace závodníků samotnými diváky. Motivace emocionálně ovlivňuje všechny zúčastněné a vzniká zde silné pouto na konkrétní sportovní akci. Vše dohromady má velkou marketingovou sílu díky komunikaci diváků, účastníků, zástupců značek a firem. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

2.3.1 Marketingový mix

Podle Kotlera se jedná o soubor marketingových nástrojů, které firma používá k tomu, aby dosáhla svých marketingových cílů na cíleném trhu.

Marketingový mix je základní marketingovou strategií, která se skládá ze 4 nástrojů marketingu, o kterých mluvíme jako 4P. Jedná se o product (produkt), price (cena), place (místo), promotion (propagace). (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

Produkt

Je základní strategií marketingového mixu. Označuje samotný výrobek nebo službu, ale i design, kvalitu, značku, záruky a další faktory, které jsou pro potřebitele rozhodující při výběru. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

Cena

Zobrazuje hodnotu výrobku v penězích, za kterou je produkt prodáván. Zahrnuje i slevy, termíny, náhrady, podmínky placení nebo možnosti úvěru. Cena ovlivňuje chování zákazníka, odbyt produktu i tržby podniku, proto je důležité její správné zvolení. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

Místo

Určuje, jak se produkt dostane k zákazníkovi, popřípadě kde jej zákazník nalezne. Zahrnuje i veškeré distribuční kanály, jako je doprava, zásobování apod. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

Propagace

Zahrnuje činnosti za účelem prodeje produktů možným zákazníkům. Jsou zde zahrnuty čtyři základní činnosti: reklama, publicita, osobní prodej a opatření podpory prodeje, které se nazývají propagační mix. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

2.3.2 Reklama

Je placená metoda prezentace výrobků, myšlenek nebo služeb určité firmy, instituce apod. Reklama využívá k šíření informací komunikační média, jako jsou: televize, tisk, rozhlas, rádio, plakáty a další. Reklama může zastávat funkce informační, přesvědčovací, upomínací. Důležitost na sebe upozornit je zejména při zavádění nového produktu (události) na trh, ale i při jeho zralosti, kdy je důležité na něj upozornit a připomenout. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

2.3.3 Sportovní reklama

Je zaměřena na specifická komunikační media z oblasti sportu. Patří sem například:

- reklama na sportovních oděvech a dresech
- reklama na mantinelu (forma banneru)
- reklama na startovních číslech, sportovních náradí, náčiní nebo na výsledkových tabulích a listinách. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

2.4 Finanční analýza

2.4.1 Sponzoring

Sponzorování je významný specifický prostředek k získání financí na pořádání sportovních, společenských, vědeckých a dalších událostí a aktivit. Pro sportovní kluby a organizace je tento příjem velmi důležitý, často rozhodující. K sponzorování se vážou určité benefity, výhody a provize jako jsou například:

- práva na využívání jména obchodní značky, loga apod. k reklamě, propagaci a jiné,
- právo na propojení jména s určitým produktem či událostí,
- právo možnosti podílet se na výrobě, reklamní kampani výrobku nebo služby. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

2.4.2 Rozpočet

Rozpočet projektu je vždy i v plánu projektu a nalezneme zde veškeré informace o tom, z jakých zdrojů čerpáme, a to jak v souhrnu, dle jednotlivých položek i z časového hlediska. Rozpočet je jednou z hlavních charakteristik daného projektu a je nedílnou součástí pro veškeré dílčí činnosti. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

2.4.3 Bod zvratu

Bod zvratu nebo anglicky „Break-Even Point“ znamená množství produkce, při kterém podnikatel dosahuje „nulového zisku“. Tedy stav kdy podniku daný objem prodeje nepřináší žádný zisk ani ztrátu. Jeho výpočet pomáhá identifikovat změny tržeb, variabilních a fixních nákladů na rentabilitu podnikání. Bod zvratu je jedním z hlavních prvků pro řízení a plánování firmy a finanční analýzu výsledovky. (HISRICH, PETERS, 1996)

Vzorec pro jeho výpočet:

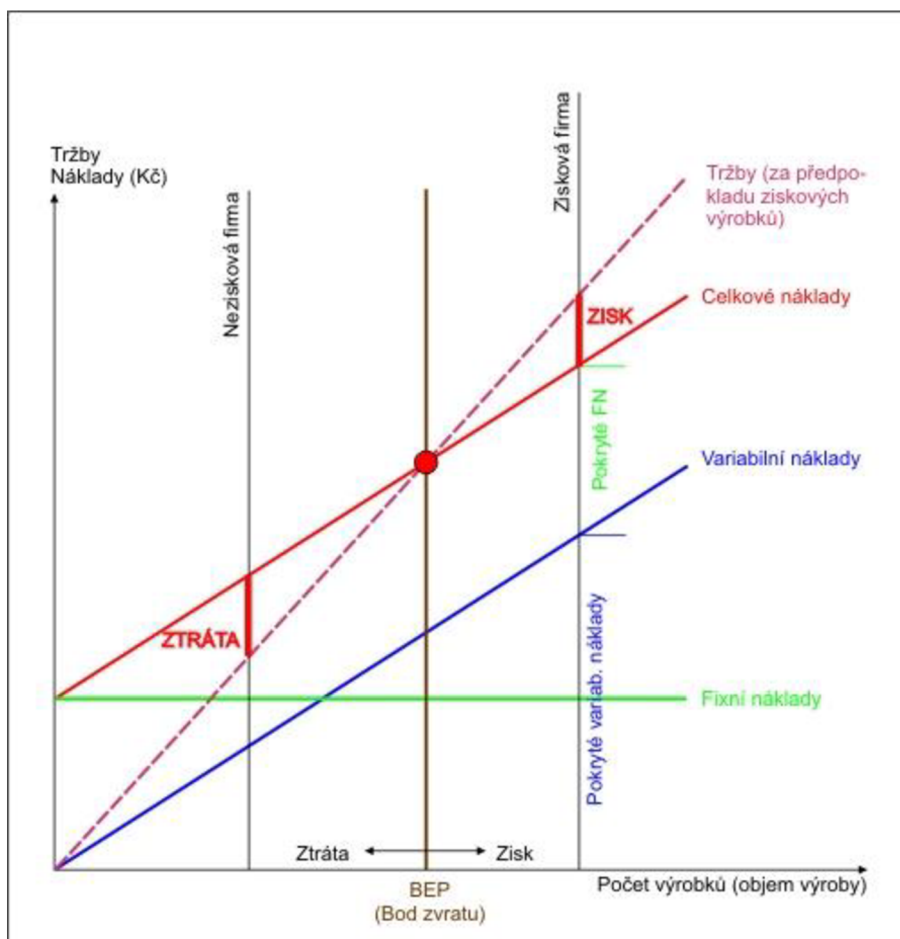
$$QBZ = \frac{F}{c-v}$$

QBZ: bod zvratu

F: fixní náklady

C: cena za jednotku

V: variabilní náklady na jednotku produkce (MELUZÍN, MELUZÍN, 2007)



Obrázek 4: Bod zvratu (Zdroj: Synext.cz, 2008)

2.5 Druhy nákladů

Obecný rozpočet obsahuje většinou tyto položky.

Přímé náklady, souvisejí přímo s určeným projektem a zobrazují zdroje potřebné na jeho realizaci, například:

- materiál
- náklady související s financováním projektu
- pojištění
- licence
- práce
- cestovné

Nepřímé náklady (režijní), souvisejí většinou s celým projektem a jsou vytvářeny nejčastěji na daných procentuálních koeficientech, například:

- náklady na provoz (elektřina, voda, úklid, zpráva budov apod.),
- podpůrné funkce (propagace, externí služby apod.),
- odměny, daně, apod.

Ostatní náklady. Zde spadají náklady, které nejsou uvedeny v již zmíněných kategoriích, například:

- rezervy na známá (složitě předvídatelná) i neznámá rizika,
- odměny obchodníkům, provize a další náklady, které nebyli již zmíněny.

(JANSA, DOVALIL, 2009)

2.6 SWOT analýza

Swot analýza je univerzální technika zhodnocení silných a slabých stránek společnosti a jejich příležitostí a ohrožení. Analyzuje vnitřní a vnější prostředí, které ovlivňují úspěšnost společnosti či nějakého konkrétního záměru. (KOTLER, KELLER, 2013)

2.6.1 Externí prostředí

Vnější prostředí se zaměřuje na hodnocení příležitostí a hrozeb. Společnost musí neustále sledovat významné makroekonomické síly a důležité faktory mikroprostředí, které jsou významným faktorem k dosahování zisku. Důležité je sledovat aktuální trendy a změny, které jsou pro náš konkrétní případ významné.

(KOTLER, KELLER, 2013)

2.6.2 Vnitřní prostředí

Pro společnost je důležité objevit na trhu atraktivní příležitosti. K tomu je nezbytné analyzovat svoje silné a slabé stránky. (KOTLER, KELLER, 2013)

2.6.3 SWOT analýza sportovní akce

SWOT analýza by měla být prvním a základním krokem k přípravě plánu sportovní akce. Při tvorbě analýzy je potřeba znát všechny detaily konkrétní akce, jako jsou rozpočty, data a místa pořádání, atraktivnost, zaměstnanci a dobrovolníci, cílové publikum a velikost organizátora či společnosti, která bude sportovní akci pořádat. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

Strengths - silné stránky:

Tyto interní dovednosti hodnotíme jako silné, průměrné nebo slabé.

Například:

- personální management - výběr pracovního týmu, dohled nad zaměstnanci a dobrovolníky, školení, flexibilita
- Finanční plánování - účetnictví, rozpočty
- Občerstvení a nápoje - kvalita, cena, obsluha, dostupnost
- Bezpečnost - závodní trať, diváci, účastníci, zaměstnanci, zdravotní zabezpečení
- Obchodní oddělení a marketing - prodej, služby, reklama
- Další dovednosti či silné stránky (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

Weaknesses - slabé stránky:

Parametry hodnotíme jako kritické, regulované nebo eliminované.

Například:

- Zjišťování problému za chodu akce
- Nedostatky sportoviště
- Nezkušenosti a konflikty mezi zaměstnanci či dobrovolníky
- Špatné časové rozvržení
- Další slabé stránky (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

Opportunities - příležitosti:

Jsou klasifikovány jako předpokládané, zlepšené nebo žádající kontrolu.

Příklady parametrů:

- Sportovní možnosti okolního prostředí
- Historická minulost
- Budoucí partneři, sponzoři a dobrovolníci
- Přátelské vztahy v oblasti businessu
- Další možné příležitosti (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

Threats - hrozby:

Externí faktory, které mohou ohrozit sportovní akci, hodnotíme jako vážné, dále kontrolované nebo žádající reference.

Příklady parametrů:

- Ekonomická nestálost
- Počasí a další neovlivnitelné faktory
- Nepokoje v zemi
- Vysoká kriminalita
- Stávky
- Další hrozby (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

2.7 Horské kolo

Typické kolo pro olympijskou disciplínu cross country má robustnější nejčastěji karbonový nebo hliníkový rám, který je pevnější než je rám silniční. Musí odolat nárazům i v náročném terénu. Kola jsou většinou osazeny přední odpruženou vidlicí a některá kola mají i odpružený rám. Zdvihy pro tuto kategorii se pohybují v rozmezí 80mm- 120mm. Kolo má širší pláště většinou v rozmezí 1,9 - 2,1 palce. Rozměr kol nesmí být větší než dnes již nejběžnějších 29“. Závodníci používají i kola o rozměrech 27,5“ a klasických 26“. Váha celého závodního kola se pohybuje v rozmezí 8 - 12kg. (HRUBÍŠEK, 1999; SIDWELLS, 2004)

2.7.1 Cross-Country (XCO)

Díky velkému rozmachu popularity horský kol v druhé polovině 90. let se dostala disciplína Cross-Country na Olympijské hry poprvé v roce 1996 konané v Atlantě. (MAKEŠ, KRÁL, 2002)

V jednorázových závodech cross - country jedou závodníci více kol dle věkových kategorií. Závod startuje hromadným startem všech závodníků určité kategorie. Závodí se na okruhu dlouhém 5-8km. Okruh musí být sjízdný za jakéhokoli počasí a vede převážně po lesních a polních cestách. Poměr asfaltových, či dlážděných cest nesmí přesáhnout 15% z celkové délky trati. (Poharmtb.cz, 2014)

2.7.2 Cross-Country Maraton – XCM

Tento druh závodů se jede se skupinovým startem na okruhu měřícím minimálně 80km s hlavními rysy soutěže horských kol. Časy vítězných závodníků můžou i žen musejí být v rozmezí 4 hodiny až 5 hodin. (Poharmtb.cz, 2014)

2.7.3 Cross-Country Eliminator (XCE)

Eliminator, neboli Sprint je společný vyřazovací závod. Jedná se o mladou, atraktivní disciplínu, kde dochází k napínavým zvrátům a pádům závodníků. Závodníci absolvují kvalifikaci a následně jsou rozřazeni do vylučovacích závodů, kde se nejčastěji utkají 4 závodníci a první dva postupují do dalších soubojů. Trať je kratšího charakteru, vytyčená v rozmezí 500 až 1000 metrů a mohou být na ní vytvořeny umělé pasáže, jako jsou například skoky, klopené zatáčky, technické sekce a další. Jedny z prvních celosvětových závodů ve sprintu byly organizovány v Novém Městě na Moravě v roce 2011, které je považováno za světového průkopníka této disciplíny. (Poharmtb.cz, 2014)

2.7.4 Pump track

Pump track je ojedinělý typ dráhy, kde jezdec používá tzv. „pumpování“ (pohyby těla nahoru a dolů) k pohonu jízdního kola namísto šlapání. Trať může být postavená nastálo, většinou z hlíny nebo existují i dráhy přenosné, které jsou nejčastěji z kombinace dřeva a dalších materiálů. Dráha slouží pro rozvoj rovnováhy, fyzické zdatnosti a ovládání jízdního kola. Je vhodný i k tréninku pro mladé závodníky. Pump track se stává velice moderní disciplínou a v dnešní době je vybudován ve většině bike parků. (Singletracks, 2012)

3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU

V následující části bakalářské práce se zaměřím na analýzu třech posledních ročníků (2006, 2008, 2010) cyklistického závodu Velká cena města Kuřimi. Hlavní část obsahuje SWOT analýzu a marketingový mix závodu společně s analýzou rozpočtu s grafickým zobrazením. V další části jsou uvedeny vlastní návrhy pro pořadatele na zvýšení atraktivnosti závodu a zaujmutí širšího spektra veřejnosti. Závody mají přilákat k účasti rodiny s dětmi, vrcholové závodníky i vyznavače adrenalinových disciplín. Zaměřil jsem se na organizaci netradičních závodů a jejich začlenění do programu Českého poháru.

3.1 Historie pořádání závodů v Kuřimi:

Historie cyklistických závodů sahá až do roku 1995, kdy závod pořádali David Holman a Jiří Rašovský. Závod se jel v prostoru pod Kuřimskou horou. Klub Hard Bikers Kuřim, se od roku 1998 spolupodílel na organizaci závodu a od roku 1999 již závod organizoval samostatně.

Prvním velkým testem bylo pořádání Českého poháru v roce 2006. Závod byl uspořádán za mezinárodní účasti závodníků a byl pořádán v rámci nejvyšší kategorie UCI C1. Trať se přesunula z Kuřimské hory do oblasti kopce „Záruba“ a sedla "U Boží muky". Počasí nadělilo pořadatelům tu nejhorší variantu. Vydatný déšť doslova změnil celou trať, která se stala jednou velkou bahenní lázní. Mnoho úseků museli cyklisté absolvovat s kolem na zádech. Pořadatelé byli dopředu připraveni a tak sprchy v areálu školy, hasičská cisterna a několik vysokotlakých čistících pump pomáhalo závodníkům po dojezdu v očištění. Závodu se zúčastnili světové hvězdy jako Španěl Jose Antonio Hermida Ramos či budoucí hvězda dnešní silniční cyklistiky Slovák Peter Sagan. Dalším testem byl rok 2008 kdy Kuřimský Pell's Hard bikers hostil finále Českého poháru. Podmínky byly obrácené o 180 stupňů, zimu vystřídalo neuvěřitelné horko a bláto zase všudypřítomný prach. Závod tentokrát proběhl za účasti hvězd, jako jsou Polská závodnice Maja Wloszczowska a Jaroslav Kulhavý. Pořadatelé připravili skvělou trať doplněnou o uměle vytvořené úseky, které zapadají do moderních trendů XC tratí. Reakce odborné i široké veřejnosti na závody byla opět velice pozitivní.

3.1.1 Pořadatel:

Klub Pell's Hard Bikers, dříve Hard Bikers Kuřim byl založen v roce 1998 a je již tradičním klubem na území České republiky. Je veden jako sportovní klub registrovaný u Ministerstva vnitra ČR. Předseda a hlavní iniciátor vzniku klubu, organizování závodů a dalších aktivit, je Ing. Lubomír Stříž. Klub se skládá asi z 35 členů. Klub má s pořádáním závodů dlouholeté zkušenosti a zaměřuje se především na horská kola. Jako závodník jsem se účastnil většiny ročníků tohoto závodu a v posledních ročnících jen jako pořadatel.

3.2 SWOT analýza:

Swot analýza je provedena za současného stavu z pohledu pořadatele.

	Přednosti	Nedostatky
Vnitřní	Silné stránky	Slabé stránky
	<ul style="list-style-type: none">• Tradice závodu• Zkušenosti organizátora• Podpora města• Patronát starosty• Česká Republika součástí světové elity	<ul style="list-style-type: none">• Pořadatelem je amatérský team• Prostor startu• Struktura organizace
Vnější	Příležitosti	Hrozby
	<ul style="list-style-type: none">• Horská kola jako současný trend• Sponzoring• Doplnkový program	<ul style="list-style-type: none">• Počasí• Široká sportovní nabídka• Ekonomická nestálost• Dotace od ČSTV

Tabulka 1: Swot analýza (Zdroj: Vlastní zpracování)

Strengths - silné stránky:

Tradice závodu

Závod je pořádán již od roku 1995 a má již vybudovanou tradici a patří mezi nejstarší na území České Republiky, s pravidelnými účastníky i diváky.

Zkušenosti organizátora

Vedení klubu má již dlouholeté zkušenosti s pořádáním závodů. Z předchozích chyb a nedostatků se poučili a závod tak nyní probíhá na vrcholné úrovni bez znatelných chyb. Znamost týmu je na celorepublikové úrovni a silná členská základna zaručuje jistoty při organizaci závodu s mezinárodní účastí.

Podpora města Kuřim

Finanční podpora a medializace od města Kuřim je pro závod základním stavebním pilířem. Dlouhodobé dobré vztahy mezi pořádajícím klubem a vedením města zajišťují základní jistoty důležité pro organizaci závodu. Vedení města si je vědomo důležitosti sportovního vyžití svých obyvatel všech věkových skupin a proto tuto a podobné akce podporuje.

Patronát starosty

Nad kuřimským závodem si vzal patronát starosta města Ing. Oldřich Štarha.

Česká Republika součástí světové elity

Česká republika se stává cyklistickou velmocí ve světě horských kol. Jezdci jako Jaroslav Kulhavý, Ondřej Cink, Jan Škarnitzl, Kateřina Nash a Tereza Huříková tvoří absolutní světovou špičku. Horská cyklistika se dostává do významných mass medií v České Republice a zájem o sport jako takový má velice vzestupnou tendenci.

Weaknesses - slabé stránky:

Pořadatelem je amatérský team

Pells Hard Bikers je amatérský team a nedisponuje tak velkým rozpočtem a zázemím jako týmy profesionální, které jsou z finančního hlediska lépe zajištěny.

Prostor startu

Především kvůli prostoru startu byl závod přesunut z prostoru pod Kuřimskou horou do areálu základní školy Komenského. Prostor současného startu je daleko větší a vyhovující. V případě rozšíření akce by bylo nutné prostor startu upravit.

Opportunities - příležitosti:

Horská kola jako současný trend

Horská kola a cyklistika všeobecně v posledních letech zaznamenává nárůst počtu uživatelů. Světoví lídři ve výrobě kol stále zdokonalují technologie a kola jsou již dostupnější široké veřejnosti společně se zvýšenou kvalitou.

Sponzoring

Závod má potenciál oslovit další velké firmy především z oblasti Kuřimi.

Doplňkový program

Současná akce je pořádána pro vybranou skupinu závodníků. Závodu by prospělo rozšíření pro širokou veřejnost. Rodiny s dětmi by měli být další cílovou skupinou. Na tuto kategorii příležitostí jsem se zaměřil a vytvořil vlastní návrh.

Threats - hrozby:

Počasí

Cyklistické závody se odehrávají na otevřeném prostoru a počasí zde hraje významnou roli. Při špatném počasí stoupá atraktivita a náročnost závodu, ovšem diváků přichází méně a stoupají tak náklady na eliminaci hrozeb závodu (mycí linky pro kola, oprava zničené trati, vyšší riziko úrazu a další).

Široká sportovní nabídka

Dnešní rozmanitost sportovních disciplín je obrovská a je velice obtížné zaujmout neznalého diváka, kterému cyklistika nic neříká.

Ekonomická nestálost

Ekonomická krize z roku 2008 způsobila, že lidé více šetří a důkladněji vybírají události, kterých se zúčastní. Jejich program je také užší a počítá s nižšími náklady.

Struktura organizace

Ředitelem závodu a předsedou klubu je Ing. Lubomír Stříž. Závody na úrovni Českého poháru jsou v Kuřimi pořádány především díky jeho práci. Celý projekt závodu, detaily, kontakty a další podrobnosti o závodu zařizuje právě ředitel závodu Ing. Lubomír Stříž, díky kterým je nejsilnější stránkou závodu. Ovšem v případě neočekávané nemoci nebo úrazu by se závod dostal do značně komplikované situace. Struktura závisí především jen na hlavním řediteli a bylo by vhodné ji rozvětvit na více členů.

Dotace od ČSTV

V případě snížení dotací od Českého svazu tělesné výchovy pro Český svaz cyklistiky by došlo k poklesu dotací pro závody Českého poháru. V horším případě by seriál Českého poháru mohl opustit prestižní kategorii C1. Tento scénář by rozhodně neprospěl celému cyklistickému dění na území České republiky.

3.3 Marketingový mix

Předmětem marketingového mixu je závod Velká cena města Kuřimi.

Product (Produkt)

Produkt našeho marketingového mixu je závod samotný. Základem toho je trať, která musí přilákat co nejvíce závodníků. Trať v Kuřimi tyto faktory splňuje a společně s atraktivními uměle vytvořenými překážkami zaručuje i diváckou atraktivitu. Důležitost je i v zařazení seriálu závodů. Český pohár zaručuje účast nejlepších českých závodníků, kteří se snaží absolvovat kompletní seriál a sbírat body do celkového hodnocení poháru.

Price (Cena)

Cenou je v našem případě startovné. To je stanoveno dle rozpisu Českého poháru mtb cross country pro danou sezónu. Jedinou vážnou konkurencí jsou další závody Českého poháru, u kterých je cena stejná. Veškeré příjmy ze startovného náleží pořadateli závodu. U vložených závodů si může organizátor nastavit cenu vlastní.

Startovné:

Žáci II, Žákyně II - 50,-Kč

Muži Open, Masters - 200,-Kč

Kadeti, Junioři - 150,-Kč

Elita/Pod 23, Ženy - 300,-Kč

Place (Místo)

Závod je pořádán v městě Kuřimi, které je s 10 632 obyvateli největším průmyslovým centrem okresu Bmo-venkov. Kuřim leží 15km severně od Brna, které je druhé největší město České republiky. Město žije kulturním i sportovním životem a snaží se vytvářet prostor pro tyto aktivity. Například v roce 2009 vznikla cyklostezka, která propojuje Kuřim s Malhostovicemi. Město s přilehlými obcemi stačí bez problému pokrýt ubytovací nároky závodu sportovců. Po dobu celého roku využívá atraktivitu cyklistických tratí v okolí Kuřimi mnoho sportovců nejen z okolí Brna.

Promotion (Propagace)

Propagace závodu byla vedena předsedou klubu Ing. Lubomírem Střížem. Dle mého názoru a v rámci rozpočtu byla vždy úspěšná. Povedlo se umístit akci do podvědomí široké veřejnosti, účast diváků byla opakovaně početná. Pouze v roce 2006 z důvodů velké nepříznivé počasí přišlo podpořit závodníky o něco méně fanoušků. Přijela i spousta zahraničních hvězd a kompletní Česká špička.

Propagace probíhala vybranými způsoby:

TV:

Místní Kuřimská televize natočila spot s organizátory, který byl opakovaně vysílán na místním TV kanálu. Dále byla oslovena Česká televize, která závod natáčela přímo na místě a později odvysílala záznam na kanálu Čt4 sport a na Čt 2 v regionálním zpravodajství.

Rozhlas a rádio:

V Kuřimském rozhlasu zněla denně audio pozvánka na Velkou cenu města Kuřimi. Osloveny byly také brněnské rádia Kiss hády a Hey, která zvala na akci všechny posluchače.

Plakáty a letáky:

Plakáty byly umístěny v městě Kuřimi, Brně a přilehlých obcích na místech tomu určených. Zaměřili jsme se na zastávky, školy, reklamní stojany, cyklistické prodejny.

Tisk:

Pozvánka a článek o průběhu závodu byly otisknuty v deníku Rovnost, Mladá Fronta Dnes a Sport. Redakce byly předem osloveny.

Web:

Jako primární zdroj informací sloužily webové stránky pořadatelského týmu (<http://www.hardbikers.cz/>). Na domácí webové stránce byli veškeré informace o závodu jako mapy, fotogalerie, délka trati s převýšením, způsob registrace, ceny a další. Podrobnosti o závodu byly uvedeny na serverech Mtbs.cz, Peloton.cz, Cyklomaraton.cz, Bicy.cz a další. Pozvánka a rozsáhlý článek s fotogalerií byl vyvěšen na největším českém mountain bike webu Mtbs.cz.

Bannery:

Dva velké bannery byli umístěny u hlavní silnice na trase Brno-Tišnov již měsíc před konáním závodu.

3.4 Popis závodu

3.4.1 Cílová skupina:

Cílovou skupinu tvoří závodníci s licenci ČSC od kategorie starší žáci po masters. K těmto kategoriím je již tradičně přiřazena otevřená kategorie muži Open pro nelicencované závodníky.

3.4.2 Finanční odměny:

Pro kategorie Kadeti, Kadetky, Muži Open, Masters, Junioři a Juniorky zajišťuje finanční, či věcné ceny pořadatel. Ostatní kategorie dotuje Český svaz cyklistiky. Celkem se jednalo o částku 62 500,- v roce 2010.

	Elita	Muži Pod 23	Ženy	Muži/Open	Masters	Kadeti / Kadetky	Junioři / Juniorky
1. místo	9.000,-	3.000,-	5.000,-	1.500,-	1.500,-	1.500,-	1.500,-
2. místo	6.000,-	2.000,-	4.000,-	1.000,-	1.000,-	1.000,-	1.000,-
3. místo	4.000,-	1.500,-	3.000,-	500,-	500,-	500,-	500,-
4. místo	3.000,-		1.500,-				
5. místo	1.500,-		1.000,-				

Tabulka 2: Finanční odměny (Zdroj: Poharmtb.cz, 2014)

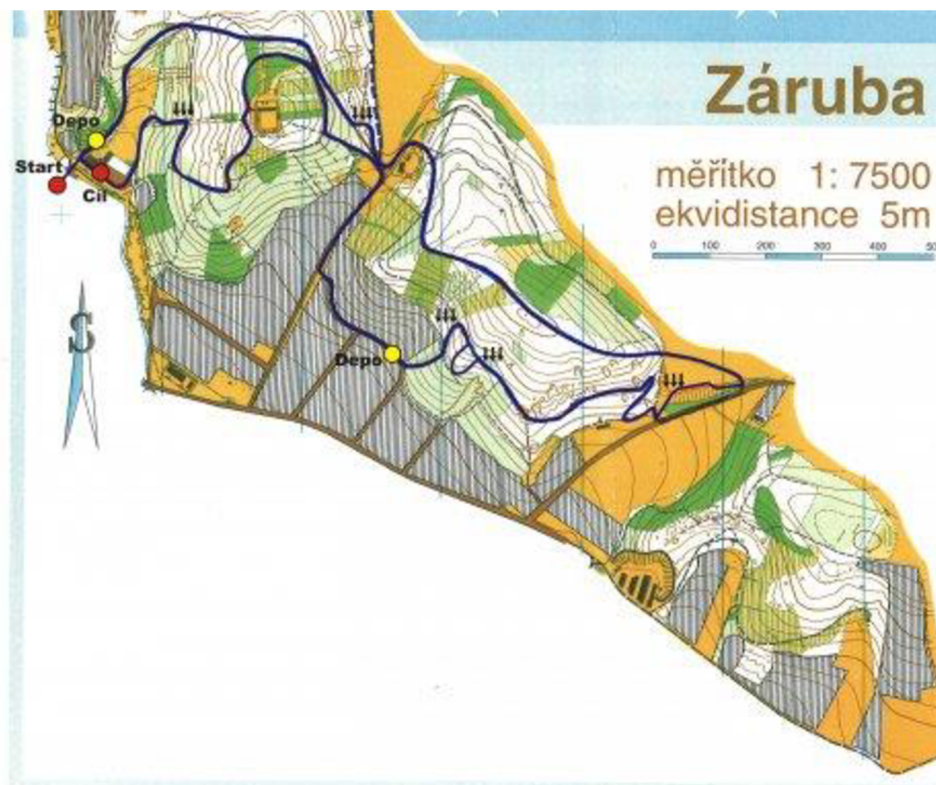
3.4.3 Pořadatelé - dobrovolníci:

Celkem 53 pořadatelů se podílelo na přípravě a průběhu závodů. Většinu pořadatelů tvořili členové klubu Pell's Hard Bikers a rodinní příslušníci. Pořadatelé byli řádně proškoleni ředitelem závodu. Všichni pořadatelé se na akci podíleli jako dobrovolníci a smlouva byla uzavřena dle zákona o dobrovolnické službě. Každý dobrovolník je

pojištěn proti škodám, které vzniknou jemu osobně a které by mohl způsobit dalším osobám. Každý z nich obdržel triko s logem závodu a v den konání akce byla zajištěna strava a pitný režim pro všechny dobrovolníky.

3.4.4 Trať:

Trať byla kompletně uzavřená a vyznačená již na páteční trénink. Nehrozilo, že by se závodníci ztratili. Všem traťovým pořadatelům chodili z centra závodu průběžné informační sms na mobilní telefony s vývojem závodu, či případným zpožděním. Zaváděcí a ukončovací motorka upozorňovala pořadatele o aktuálním dění na trati. Na frekventovaných a nebezpečných místech trati byli pořadatelé spojeni vysílačkami.



Obrázek 5: Mapa trati (Zdroj: L. Stříž, 2013)

3.4.5 Časomíra a starty:

Časomíra je řešena pomocí digitálních čipů umístěných u závodníků a je zajištěna licencovanými rozhodčími, kteří zajišťují kompletní Český pohár. Výsledky byli téměř okamžitě po skončení závodu k nahlédnutí v kanceláři závodu.

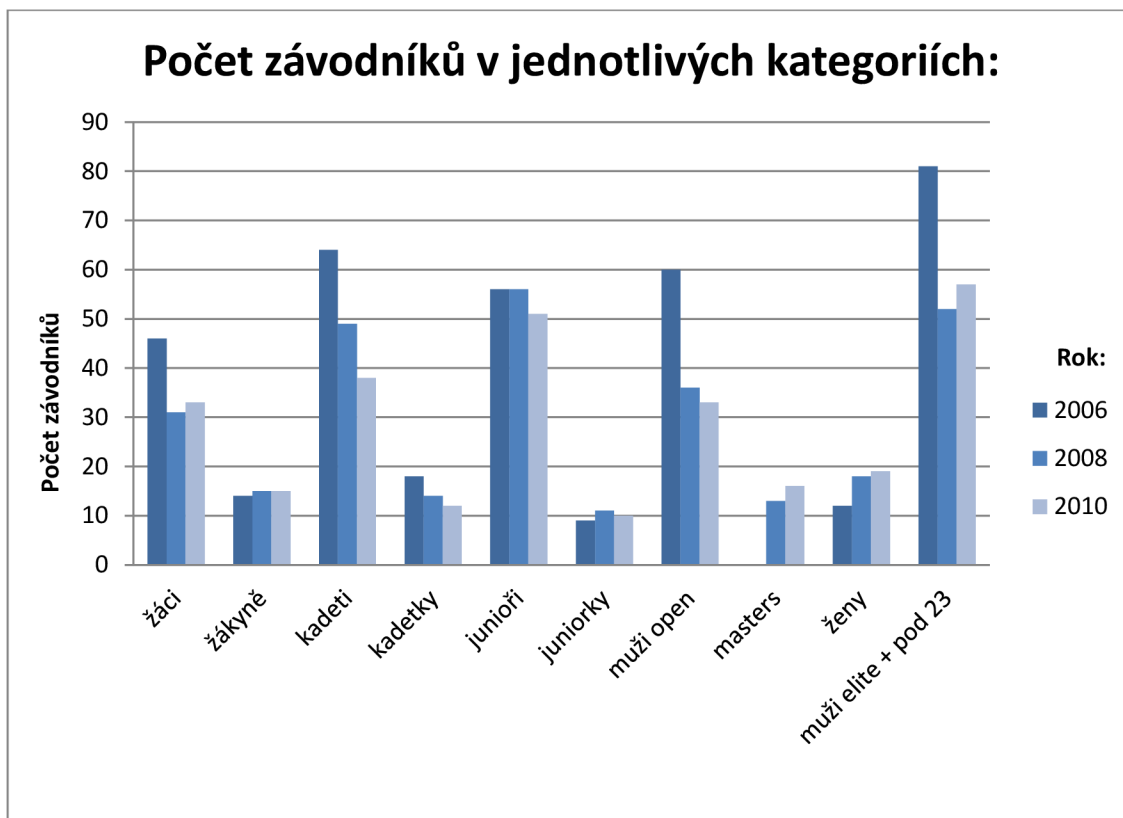
3.4.6 Pojištění

Všichni závodníci s licenci Českého svazu cyklistiky jsou pojištěni proti úrazu. Pojištění jsou také dobrovolníci - pořadatelé. Zde bych doporučil organizátorovi pojistit celou akci. Zejména Pojištění finančních ztrát v důsledku nekonání akce a pojištění majetku.

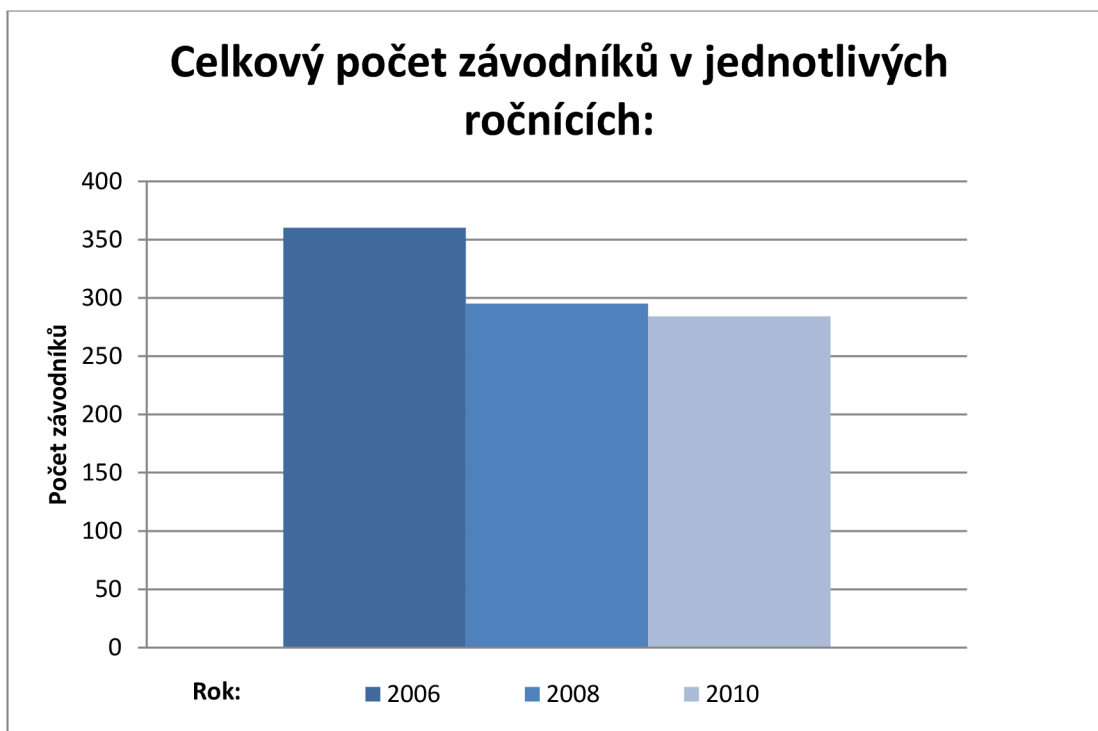
3.4.7 Zdravotní zabezpečení:

O zdravotní zabezpečení se staraly dvě sanitky s doktory z ambulance Konsox Brno s.r.o. souladu s pravidly MTB pro daný rok. Jedna sanitka stála v prostoru startu a cíle, druhá u technicky náročných pasáží s pracovním názvem kolébka. Tímto byly pokryty dva hlavní a nejvzdálenější body trati. Všichni pořadatelé měli kontakt na lékaře a v případě jakékoli nehody byl lékař okamžitě přivolán na konkrétní místo.

3.5 Účast:



Graf 1: Vývoj počtu závodníků v jednotlivých kategoriích v letech 2006, 2008 a 2010
(Zdroj: Poharmtb.cz, 2010)



Graf 2: Celkový počet závodníků v jednotlivých ročnících (Zdroj: Poharmtb.cz, 2010)

Dle přiložených grafů vidíme, že počet závodníků má klesající tendenci. To může být ovlivněno několika faktory. V letech 1993 - 1995 nastal rapidní pokles porodnosti v České Republice. To způsobilo především nižší účast v mládežnických kategoriích. V současné době vzniká nepřeborné množství nových sportovních disciplín, je tedy možné, že určité procento mladistvých se rozhodlo zvolit alternativní sportovní disciplíny. Dalším faktorem byl termín závodu.

Ročník 2006 byl otvíracím závodem do celé sezóny, většina cyklistů se již nemůže po zimní závodní pauze dočkat srovnání v novém roce a z tohoto důvodu bývá účast vysoká.

Ročník 2008 byl naopak finálový závod Českého poháru. Závodníci, kteří nebojují o přední příčky celkového pořadí, často tento závod vynechávají. Je zde i možnost vynechání kvůli zranění či únavě z dlouhé závodní sezóny.

Ročník 2010 byl specifický díky zařazení závodu jako mistrovství České republiky. Tohoto závodu se mohou účastnit pouze domácí jezdci. To může znamenat celkový pokles v počtu závodníků. Na druhou stranu jde o nejdůležitější závod pro České závodníky, kteří bojují a titul mistra České republiky. Mistrovský dres je pro všechny

závodníky i sponzory velmi cenný, proto se dá počítat s účastí absolutní České elity, která momentálně patří mezi tu nejlepší ve světě.

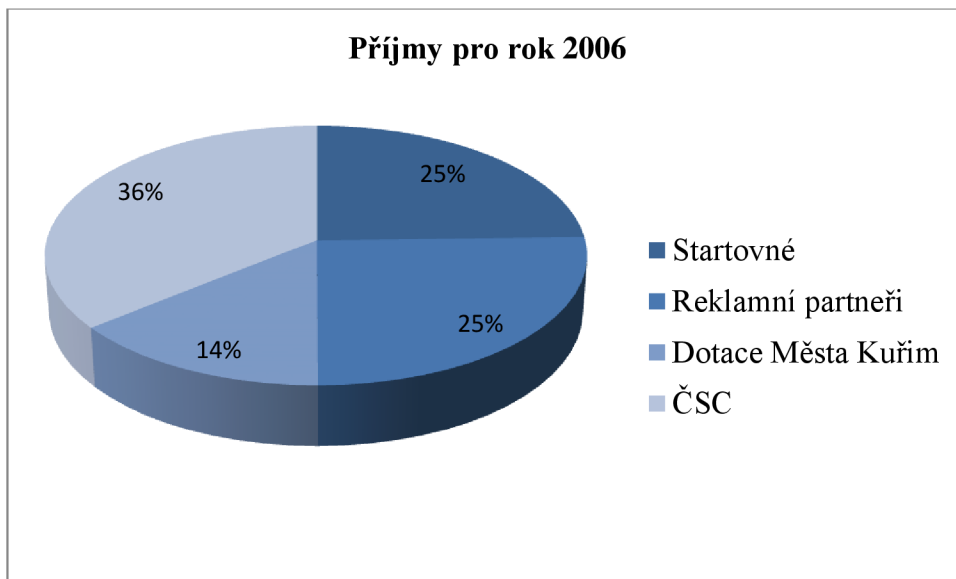
Z dlouhodobého hlediska počty závodníků klesly především v mužských kategoriích. Naopak v ženských kategoriích se počet závodnic držel na stejné úrovni nebo se dokonce zvýšil. (Czso.cz, 2013)

3.6 Rozpočet:

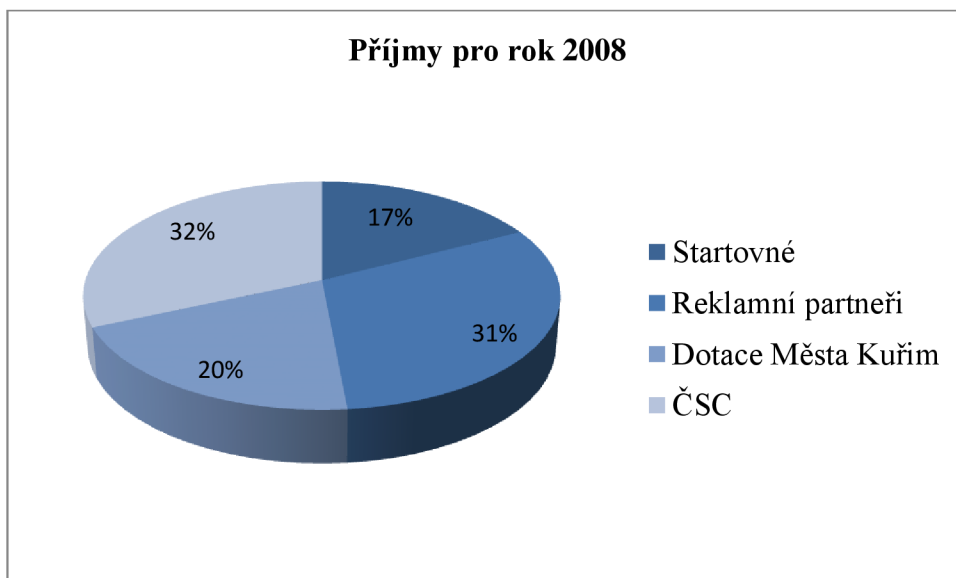
3.6.1 Příjmy a výdaje:

Příjmy:			
Rok	2006	2008	2010
Položky:			
Startovné závodníků XC	64 950 Kč	52 600 Kč	51 650 Kč
Startovné závodníků 1/2 MX	22 250 Kč		
Generální reklamní partner závodu Velká cena města Kuřimi	30 000 Kč	26 000 Kč	25 000 Kč
Hlavní reklamní partneři závodu	60 000 Kč	67 500 Kč	53 000 Kč
Reklamní partneři ostatní - věcné ceny	9 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč
Dotace Města Kuřimi	50 000 Kč	60 000 Kč	70 000 Kč
ČSC dotace XC	108 000 Kč	95 000 Kč	95 000 Kč
ČSC dotace 1/2 MX	19 500 Kč		
Příjmy celkem	363 700 Kč	316 100 Kč	309 650 Kč

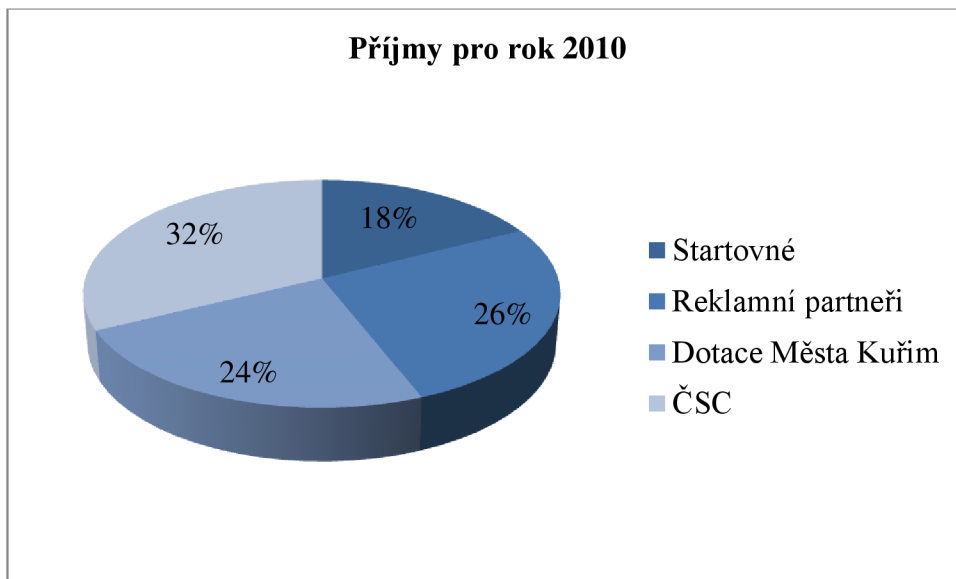
Tabulka 3: Příjmy (Zdroj: Vlastní zpracování)



Graf 3: Příjmy za rok 2006 (Zdroj: L. Stříž, 2014)



Graf 4: Příjmy za rok 2008 (Zdroj: L. Stříž, 2014)



Graf 5: Příjmy za rok 2010 (Zdroj: L. Stříž, 2014)

Výdaje:			
Rok	2006	2008	2010
Položky:			
Registrační poplatky, povolení závodu, projekty	1 100 Kč	1 700 Kč	1 700 Kč
Propagace závodu, transparenty, plakáty, inzerce v médiích, internetová propagace	8 540 Kč	9 120 Kč	9 450 Kč
Fotodokumentace	2 500 Kč	2 500 Kč	2 000 Kč
Pronájem startovní a cílové brány	2 000 Kč	2 000 Kč	2 000 Kč
Pronájem chodníkových zábran	4 900 Kč	5 900 Kč	9 500 Kč
Pronájem technických zařízení - stany, stoly	5 712 Kč	7 500 Kč	10 000 Kč
Pronájem dopravního značení	1 500 Kč	1 500 Kč	2 000 Kč
Pronájem mobilních WC+ sanitární koše	16 870 Kč	15 980 Kč	12 540 Kč
Technické potřeby a materiál (vytyčovací páska, info cedule, vytyčovací kolky, nářadí a další)	10 400 Kč	11 760 Kč	10 320 Kč
Technické záležitosti (radiové zajištění, zdroje el. proudu a další)	5 300 Kč	4 850 Kč	4 430 Kč
Technické záležitosti (měření časů + zpracování výsledků)	6 000 Kč	8 000 Kč	8 000 Kč
Technické záležitosti (mytí kol)	5 500 Kč	3 000 Kč	3 000 Kč
Doprava technických zařízení (brána, ozvučení a další)	2 000 Kč	3 000 Kč	3 000 Kč
Ostraha areálu	2 500 Kč	3 000 Kč	3 000 Kč
Ozvučení akce, speaker	4 000 Kč	4 000 Kč	4 000 Kč
Zdravotní zajištění, sanitka 2-3x, lékař	8 200 Kč	8 000 Kč	10 000 Kč
Ceny věcné od sponzorů	9 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč
Ceny finanční ČSC XC	108 000 Kč	95 000 Kč	95 000 Kč
Ceny finanční ČSC 1/2MX	19 500 Kč		
Ceny finanční HB XC	13 500 Kč	30 000 Kč	30 000 Kč
Ceny finanční HB 1/2MX	18 000 Kč		
Rozhodčí náhrada, cestovné	16 000 Kč	17 200 Kč	16 700 Kč
Pořadatelé diety, občerstvení	13 520 Kč	13 500 Kč	16 000 Kč
Pojištění dobrovolníků	6 500 Kč	7 000 Kč	5 900 Kč
Občerstvení závodníkům na trati MX	4 950 Kč		
Občerstvení závodníkům v cíli MX	9 100 Kč		
Doprovodný program - živá hudba, sportovní vystoupení, mažoretky a další	4 890 Kč	6 500 Kč	11 490 Kč
Reserva	10 000 Kč	5 000 Kč	5 000 Kč
Výdaje celkem	319 982 Kč	281 010 Kč	290 030 Kč
Zisk/ztráta	43 718 Kč	35 090 Kč	19 620 Kč

Tabulka 4: Výdaje (Zdroj: vlastní zpracování)

Finanční stránku Velké ceny města Kuřimi musím hodnotit pozitivně. Zejména první ročník organizace Českého poháru, kdy se v Kuřimi poprvé pořádali závody takového formátu s mezinárodní účastí. Organizátorům nepřálo počasí a klub dokázal zůstat v plusových částkách. Jako nepříliš povedený nápad považuji začlenění Českého poháru v 1/2 maratonu k závodům Českého poháru v disciplíně cross-country. Tento nově vzniklý seriál si nezískal přílišnou oblibu závodníků a účast byla slabá. V rozpočtu lze zaznamenat pokleslou tendenci účasti závodníků. Když porovnáme jednotlivé ročníky tak nejlépe hodnocen může být rok 2006. Zejména kvůli nejvyšší dotaci od Českého svazu cyklistiky, nejvyšším počtem účastníků. V následujících ročnících si můžeme všimnout zdražování služeb a materiálu především důsledkem inflace.

4 VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ

Z výsledků analýzy jsme zjistili, že závod je specifikován na úzkou skupinu závodníků. Vytvořením závodů pro nelicencované závodníky zvýšíme nabídku závodu na trhu. Vložené závody pro širokou veřejnost mají za cíl propojit vrcholovou cyklistiku s cyklistikou amatérskou. Přínosy vzájemného spojení dvou akcí mají obě strany. Pro veřejnost je to jedinečná příležitost setkat se s nejlepšími českými, ale i zahraničními závodníky světa a zároveň si vyzkoušet závody v pohodovém tempu a duchu fair play. Pro účastníky Českého poháru bude zajištěna vynikající atmosféra podporujících fanoušků, kteří budou povzbuzovat k nejvyšším výsledkům nejen domácí závodníky. Záměrem je vytvořit řadu atraktivních závodů pro širokou veřejnost, které kromě rozšíření nabídky pohybových aktivit pro širokou populaci znamená zvýšení příjmu organizátora.

4.1.1 Eliminátor XCE (Sprint)

Současným trendem je organizace závodů na více dní. Vložením atraktivního závodu ve sprintu dosáhneme rozvolnění programu a zaujmeme širší spektrum závodníků a přilákáme větší množství diváků. Hlavním cílem je zaměřit program na celý víkend a zrušení pátečního oficiálního tréninku na trati, který se přesune na sobotní dopoledne. Páteční trénink byl pro mnohé týmy časově problematický. Dalším přínosem je zvýšení příjmu do rozpočtu z vybraného startovného.

Kategorie:

Žáci/ Žákyně 11 - 14 let

Kadeti/ Kadetky 15 - 16 let

Junioři/ Juniorky 17 - 18 let

Elita/U23 19 – 29 let

Muži masters 30 – a více let

Startovné XCE:

Kategorie:	Výše startovného:
Žáci, Žákyně	60 Kč
Kadeti, Junioři	150 Kč
Elita/U23, Ženy/U23, Masters	200 Kč

Tabulka 5: Startovné XCE (Zdroj: Poharmtb.cz, 2014)

4.1.2 Závod dětí a rodin

Český pohár XCO je vypsán od kategorie žáci/žákyně starší ve které mohou startovat závodníci ve věku 13-14 let. Je zde tedy obrovský prostor pro cyklisty nejmladších kategorií. Mnoho rodin, které se účastní kompletního Českého poháru XCO má děti více z různých věkových skupin. Děti mladší než 13 let se nemohou účastnit právě kvůli jejich nízkému věku. Tento závod vyplní časovou mezeru v programu závodu a přiláká mnoho mladých závodníků, z kterých se možná později stanou profesionálové. Tento závod je vytvořen především pro zaujetí nejmladších jezdců a vytvoření pohodové atmosféry. Nejde zde o vrcholné výsledky, ale především o podporu a rozvoj mládežnické cyklistiky, která v posledních letech mírně klesá. Z organizačních důvodů a dodržení časového harmonogramu je omezena kapacita na 40 závodníků v jednotlivých kategoriích.

Závod se bude konat v těchto kategoriích:

Kategorie:	Čas startu:
Děti do 3-4 let (odrážedla, kola, s doprovodem rodičů)	12:10
Děti 5-6 let (s doprovodem rodičů)	12:20
Děti 7-8 let	12:30
Děti 9-10 let	12:50
Mládež 11-12 let	12:45
Rodinné týmy	13:15

Tabulka 6: Startovní časy dětského závodu (Zdroj: Vlastní zpracování)

Startovné dětských cyklo závodů:

Kategorie:	Výše startovného:
Děti a mládež do 12 let	50 Kč
Rodinné týmy	200 Kč

Tabulka 7: Startovné pro dětský závod (Zdroj: Vlastní zpracování)

4.1.3 Pump track

Vzniknul v Kuřimi na jaře roku 2014 za účasti mistra světa ve fourcrosu Tomáše Slavíka. Trať je vybudována v prostoru pod kopcem Horka v blízkosti ulice Hybešova. Závod bude pořádán pro širokou veřejnost v podvečerních hodinách. Závod bude začínat kvalifikací, která rozčlení závodníky do jednotlivých skupin.

Kategorie	Výše startovného:
Mládež do 18 let	50 Kč
Muži, ženy	100 Kč

Tabulka 8: Startovné Pump track (Zdroj: Vlastní zpracování)

Návrh programu:

Sobota:

10:00 - 11:30 registrace do vloženého závodu

10:00 - 12:00 trénink na trati XCO

12:10 - 14:00 Dětské závody

14:00 - 15:00 trénink na trati XCE

13:00 - 14:00 kancelář pro XCE

14:30 porada pro XCE

15:00 - 19:00 kancelář pro XCO

15:00 - 17:30 ČP MTB XCE

17:30 - 18:00 vyhlášení ČP MTB XCE

18:30 - 20:00 Pump track závod

20:00 - 20:30 porada k ČP MTB XCO

Neděle:

08:00 otevření kanceláře

09:00 žáci, žákyně

09:45 expert, masters I a II,

11:00 kadeti

11:45 junioři,

13:30 ženy/U23, juniorky, kadetky

15:30 muži elita /U23

17:30 vyhlášení výsledků

Rozpočet:

V případě účasti jednoho závodníka v každé kategorii bude činit příjem ze startovného 2270 Kč. Když porovnáme podobné druhy závodů s konkurencí, tak průměrná účast v mužských a chlapeckých kategoriích se pohybuje v rozmezí 10-25 závodníků.

V ženských a dívčích kategoriích bývá účast nižší, nejčastěji 5-10 závodnic. Průměrná celková účast by se měla pohybovat dle odhadů mezi 10 - 14 závodníky na kategorii.

Zisk by v tomto případě byl 15 000 Kč až 25 000 Kč.

Příjmy	Cena
Město Kuřim	10 000 Kč
Sponzoři	11 000 Kč
Celkem	21 000 Kč

Tabulka 9: Příjmy pro vložené závody (Zdroj: Vlastní zpracování)

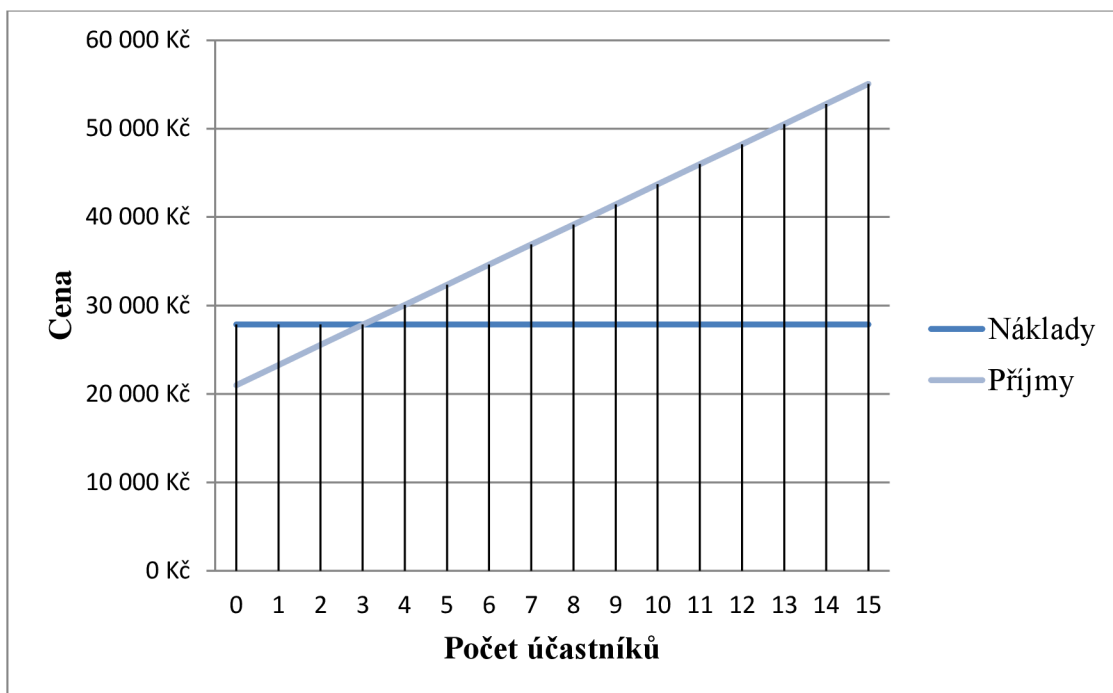
Náklady	Cena
Materiál, energie	7500 Kč
Propagace	2000 Kč
Lékař	2000 Kč
Ceny pro vítěze	11350 Kč
Dobrovolníci	1500 Kč
Další náklady	3500 Kč
Celkem	27850 Kč

Tabulka 10: Náklady vložených závodů (Zdroj: Vlastní zpracování)

4.1.4 Bod zvratu:

Počet závodníků	Náklady	Příjmy	Zisk
0	27 850 Kč	21 000	-6 850 Kč
1	27 850 Kč	23 270	-4 580 Kč
2	27 850 Kč	25 540	-2 310 Kč
3	27 850 Kč	27 810	-40 Kč
4	27 850 Kč	30 080	2 230 Kč
5	27 850 Kč	32 350	4 500 Kč
6	27 850 Kč	34 620	6 770 Kč
7	27 850 Kč	36 890	9 040 Kč
8	27 850 Kč	39 160	11 310 Kč
9	27 850 Kč	41 430	13 580 Kč
10	27 850 Kč	43 700	15 850 Kč
11	27 850 Kč	45 970	18 120 Kč
12	27 850 Kč	48 240	20 390 Kč
13	27 850 Kč	50 510	22 660 Kč
14	27 850 Kč	52 780	24 930 Kč
15	27 850 Kč	55 050	27 200 Kč

Tabulka 11: Bod zvratu (Zdroj: Vlastní zpracování)



Graf 6: Bod zvratu (Zdroj: Vlastní zpracování)

Z tabulky i grafu je patrné, že zvolené závody se vyplatí pořádat již při účasti 4 závodníků v každé kategorii. Příjmy by mohli teoreticky být i daleko vyšší při získání více sponzorů. Na druhou stranu musíme vzít na úvahu faktor, že v kategorii žen i dívek bude počet závodnic rapidně nižší než v mužských a chlapeckých kategoriích.

ZÁVĚR:

Cílem bakalářské práce bylo vypracovat analýzu současného stavu cyklistického závodu Velká cena města Kuřimi. Z výsledků SWOT analýzy a provedených průzkumů jsme zjistili, že závod je organizován důsledně a pořadatel Pell's Hard Bikers má již dlouholeté zkušenosti s pořádáním cyklistických závodů. Většina chyb a nedostatků byla již nalezena a odstraněna v ročnících předchozích. Počet závodníků se v průběhu jednotlivých ročníků snížil, ale musíme si uvědomit, že stoupla kvalita složení startovního pole a Čeští závodníci se dokázali poprvé v historii prosadit do absolutní světové špičky. Vzhledem k neustále stoupající popularitě horské cyklistiky nejen v České republice, ale i v celosvětovém měřítku má smysl závod v budoucnosti vyvíjet a posouvat stále na vyšší úroveň. Z přiložených rozpočtů vidíme, že závod dosahuje zisku. Mým cílem bylo navrhnout pořadateli možnosti, jak dosáhnout vyššího zisku a udělat závod zajímavější a zpřístupnit ho i pro širší veřejnost. Navrhnul jsem trojici závodů s širokým zaměřením. Přínos těchto závodů má i kromě zvýšení příjmů do rozpočtu další důležité významy. Cross country Eliminator zajišťuje vysokou diváckou atraktivitu a je již standardním doplňkem Cross country závodů nejvyšší úrovně. Vložený dětský a rodinný závod má za cíl přilákat co nejvíce mladých závodníků a zpříjemnit aktivní cestou víkend rodinám s dětmi. V současné době sílí trend celosvětového zdravotního stylu, projevuje se jak v oblasti nabídky tak i poptávky po sportovních aktivitách. Roste zájem orientovat děti už v poměrně raném věku na to, aby aktivně provozovali sportovní životní styl. Tento závod má vysoký potenciál především v rámci podpory mládežnického sportu, prevenci proti drogám či obezitě. Třetím vloženým závodem je Pump track. Tato relativně nová cyklistická disciplína si našla velikou oblibu u vyznavačů horských kol. Závod má za cíl přilákat jak jezdce z mládežnických kategorií, tak i vyznavače adrenalinových sportů.

Za největší výhodu celé akce považuji vysoké zvýšení atraktivity a nabídky Kuřimského závodu. Reálnost a jednoduchost realizace projektu patří mezi jeho základní prvky. Prostorem pro zvýšení příjmu je vyšší nabídka pro sponzory. Příjmy z této činnosti však nelze přesně odhadovat. Dalším pozitivním faktorem je znatelné zvýšení příjmů ze startovního při minimálním zvýšení nákladů. Výhodou je využití materiálu a dobrovolníků, kteří se podílejí již na zavedeném závodě Cross country.

Navržením řad doporučení, která povedou k zvýšení atraktivity, nabídky na trhu a zlepšení ekonomické stránky závodu byly splněny cíle této bakalářské práce. Zároveň jsem si uvědomil, jak je důležité, aby organizování vrcholových závodu nebylo jen v rukou dobrovolníků a nadšených sportovců, ale aby se na akci podílel i člověk se znalostmi ekonomickými i sportovními.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ:

Administrativa - Pravidla. ČESKÝ SVAZ CYKLISTIKY [online]. 2012 [cit. 2013-04-22]. Dostupné z:

http://www.ceskysvazcyklistiky.cz/pdf.php?file=files/administrativa/111_pravidla-promtb-v-cr-2012.pdf

BLAŽEK, L., 2011. *Management: Organizování, rozhodování, ovlivňování*.

Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3275-6.

ČÁSLAVOVÁ, E., 2009. *Management a marketing sportu*. 1. vyd. Praha: Olympia, 225 s. ISBN 978-80-7376-150-9.

DVOŘÁKOVÁ, Š., 2005. *Sportovní marketing*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 72 s. ISBN 80-210-3901-9.

HISRICH, Robert D a Michael P PETERS., 1996. *Založení a řízení nového podniku*. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 501 s. ISBN 80-85865-07-6.

How to Ride a Pump Track. In: *Singletracks* [online]. 2012. [cit. 2013-05-02]. Dostupné z: <http://www.singletracks.com/blog/mtb-training/how-to-ride-a-pump-track/>

HRUBÍŠEK, Ivo., 1999. *Horské kolo od A do Z*. 4. aktualiz. vyd. Praha: Sobotáles, 296 s. ISBN 80-85920-55-7.

JANSA, P., DOVALIL, J. ET AL., 2009. *Sportovní příprava*. 2. vyd. Praha: Q-art. ISBN 978-80-903280-9-9.

Ke stažení - Český pohár MTB - MTB Czech. *Český pohár MTB - MTB Czech* [online]. 17. 7. 2010 [cit. 2014-04-26]. Dostupné z: <http://www.poharmtb.cz/download.php>

KOTLER, P. & KELLER, K. L., 2013. *Marketing management*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4150-5.

Krycí příspěvky a bod zvratu. *Synext* [online]. 2008 [cit. 2014-06-01]. Dostupné z:
<http://www.synext.cz/kryci-prispevky-a-bod-zvratu.html>

MAKEŠ, Pavel a Luboš KRÁL., 2002. *Velká kniha cyklistiky*. Vyd. 1. Praha: Computer Press, 142 s. ISBN 80-7226-815-5.

MELUZÍN, Tomáš a Václav MELUZÍN., 2007. *Základy ekonomiky podniku*. Vyd. 2., přeprac. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 119 s. ISBN 978-80-214-3472-1.

NĚMEC, Vladimír., 2002. *Projektový management*. 1. vyd. Praha: Grada, 182 s. ISBN 80-247-0392-0.

Obyvatelstvo. *Český statistický úřad* [online]. 31.05.2013 [cit. 2014-06-01]. Dostupné z:
http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/obyvatelstvo_hu

Pravidla ČP XCO. In: *Český pohár MTB - MTB Czech* [online]. 2014 [cit. 2014-05-31]. Dostupné z:
http://www.poharmtb.cz/e107_files/downloads/Pravidla%20pro%20MTB%20v%20CR.pdf

Rozpis ČP XCE. In: *Český pohár MTB - MTB Czech* [online]. 2014 [cit. 2014-05-31]. Dostupné z:
http://www.poharmtb.cz/e107_files/downloads/Dokumenty2014/Rozpis_CP_XCE_2014.pdf

SIDWELLS, Chris., 2004. *Velká kniha o cyklistice*. Vyd. 1. Praha: Slovart, 239 s. ISBN 80-7209-585-4.

SVOZILOVÁ, Alena., 2006. *Projektový management*. 1. vyd. Praha: Grada, 353 s. ISBN 80-247-1501-5.

SEZNAM ZKRATEK:

UCI - V anglickém znění: International Cycling Union. V Českém překladu
Mezinárodní cyklistická unie.

ČSC - Český svaz cyklistiky

ČSTV - Český svaz tělesné výchovy

Class 1 events (C1) - závody 1. Třídy

Class 2 events (C2) - závody 2. třídy

SEZNAM GRAFŮ:

Graf 1: Vývoj počtu závodníků v jednotlivých kategoriích v letech 2006, 2008 a 2010 (Zdroj: Poharmtb.cz, 2010).....	42
Graf 2: Celkový počet závodníků v jednotlivých ročnících (Zdroj: Poharmtb.cz, 2010)	43
Graf 3: Příjmy za rok 2006 (Zdroj: L. Stříž, 2014).....	45
Graf 4: Příjmy za rok 2008 (Zdroj: L. Stříž, 2014).....	45
Graf 5: Příjmy za rok 2010 (Zdroj: L. Stříž, 2014).....	46
Graf 6: Bod zvratu (Zdroj: Vlastní zpracování).....	54

SEZNAM OBRÁZKŮ:

Obrázek 1: Činnosti manažera ve sportu (Zdroj: (JANSA, DOVALIL, 2009).....	16
Obrázek 2: Projektový management (Zdroj: NĚMEC, 2002).....	18
Obrázek 3: Motivace a marketing sportovní akce (Zdroj: ČÁSLAVOVÁ, 2009).....	21
Obrázek 4: Bod zvratu (Zdroj: Synext.cz, 2008).....	25
Obrázek 5: Mapa trati (Zdroj: L. Stříž, 2013).....	40

SEZNAM TABULEK:

Tabulka 1: Swot analýza (Zdroj: Vlastní zpracování)	33
Tabulka 2: Finanční odměny (Zdroj: Poharmtb.cz, 2014).....	39
Tabulka 3: Příjmy (Zdroj: Vlastní zpracování).....	44
Tabulka 4: Výdaje (Zdroj: vlastní zpracování).....	47
Tabulka 5: Startovné XCE (Zdroj: Poharmtb.cz, 2014)	50
Tabulka 6: Startovní časy dětského závodu (Zdroj: Vlastní zpracování)	50
Tabulka 7: Startovné pro dětský závod (Zdroj: Vlastní zpracování).....	51
Tabulka 8: Startovné Pump track (Zdroj: Vlastní zpracování).....	51
Tabulka 9: Příjmy pro vložené závody (Zdroj: Vlastní zpracování)	52
Tabulka 10: Náklady vložených závodů (Zdroj: Vlastní zpracování).....	53
Tabulka 11: Bod zvratu (Zdroj: Vlastní zpracování).....	53

SEZNAM PŘÍLOH:

Příloha 1: Mapa startu a cíle závodu (zdroj: L. Stříž).....	61
Příloha 2: Mapa trati (zdroj: L. Stříž)	61
Příloha 3: Výškový profil trati (zdroj: L. Stříž)	62
Příloha 4: Plakát závodu (zdroj: L. Stříž)	63

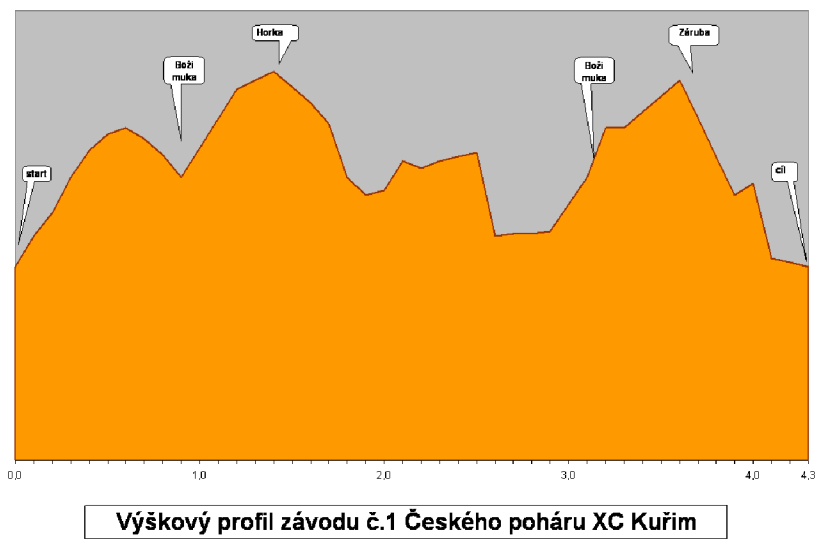
Příloha 1: Mapa startu a cíle závodu (zdroj: L. Stříž)



Příloha 2: Mapa trati (zdroj: L. Stříž)



Příloha 3: Výškový profil trati (zdroj: L. Stříž)



Příloha 4: Plakát závodu (zdroj: L. Stříž)

Kuřim, 16. - 17. července

MISTROVSTVÍ ČR CROSS COUNTRY 2010

ČASOVÝ PROGRAM:
pátek 16. července
17:00 start závodu štafet

sobota 17. července
9:00 start žáci a žákyně starší
9:45 start kadeti,
muži open a masters
11:00 start junioři
13:00 start ženy, juniorky, kadetky
15:15 start mužů Elite
17:00 dojezd závodu
17:30 vyhlášení vítězů

START A CÍL:
hřiště ZŠ Komenského

TRÁŤ:
v prostoru lesoparku Záruba
a Horka, 4,7 km, převýšení
210 m/kolo

ZÁVODNÍ KANCELÁŘ:
ZŠ Komenského 511

www.hardbikers.cz
www.mtbs.cz