

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2013-2015

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Renata Pokorná

**Analýza sportovně-turistického cestovního ruchu ve
vybrané oblasti**

Praha 2015

Vedoucí práce: Ing. Dana Šrámková

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

MASTER FULL-TIME STUDIES

2013- 2015

DIPLOMA THESIS

Renata Pokorná

The analysis of sport-touristic tourism in chosen area

Prague 2015

The Diploma Thesis Work Supervisor: Ing. Dana Šrámková

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne *Jméno autorky*

Poděkování

V této části diplomové práce bych ráda poděkovala Ing. Daně Šrámkové za trpělivost, rady a ochotu, organizaci Paintballgame, Vladanu Markovi a Jakubu Sochorovi za poskytnutou pomoc a informace od odborníků, Lukáši Mohauptovi za vyčerpávající rozhovor o analyzovaném tématu a v neposlední řadě děkuji své rodině.

Anotace

Diplomová práce se zabývá aktivními formami cestovního ruchu. Rozebírá sportovně-turistickou formu cestovního ruchu, zaměřuje se na adrenalinové sporty, zejména na paintball a motocross, respektive motoskiöring. Analyzuje cestovní ruch ve východní oblasti Středočeského kraje, konkrétně na území obce s rozšířenou působností Lysá nad Labem. Teoretické poznatky jsou využity při aplikaci SWOT analýzy. Na závěr jsou uvedeny vlastní názory a návrhy na zlepšení, na jejichž základě je vypracován produkt cestovního ruchu.

Klíčové pojmy

Adrenalinová dovolená na Milovicku, adrenalinové sporty, aktivní formy cestovního ruchu, analýza cestovního ruchu, formy cestovního ruchu, ORP Lysá nad Labem, sportovně-turistický cestovní ruch, Středočeský kraj, SWOT analýza.

Annotation

This diploma thesis deals with an active forms of tourism. The thesis occupied with sport-touristic form of tourism, specialises in adrenalin sports, especially paintball and motocross and motoskiöring. The diploma thesis analyses tourism in eastern Middleczech region, especially in township Lysá nad Labem. Theories are applied in SWOT analysis. In the end of thesis are conclusion and improvement assessment and worked out new product of tourism.

Key words

Adrenalin holiday in Milovice area, adrenalin sports, active forms of tourism, analysis of tourism, forms of tourism, Middleczech region, sport-touristic form of tourism, SWOT analysis, township Lysá nad Labem.

Obsah

ÚVOD	9
1 CESTOVNÍ RUCH	11
1.1 Druhy cestovního ruchu	13
1.2 Formy cestovního ruchu	14
1.3 Služby cestovního ruchu	15
2 SPORTOVNĚ-TURISTICKÝ CESTOVNÍ RUCH	16
2.1 Turistika a její typy	17
2.2 Kolektivní sporty	19
2.3 Dobrodružná turistika a adrenalinové sporty	20
2.3.1 Paintball	21
2.3.2 Motocross a motoskiing	23
2.3.3 Další adrenalinové sporty	24
2.4 Ostatní sporty	25
3 STŘEDOČESKÝ KRAJ	26
3.1 Vymezení a popis	28
3.2 Obec s rozšířenou působností Lysá nad Labem	29
3.2.1 Lysá nad Labem	31
3.2.2 Milovice	32
4 ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU VE VYBRANÉ OBLASTI	33
4.1 Zhodnocení selektivních faktorů	34
4.2 Zhodnocení lokalizačních a realizačních faktorů	36
4.3 Atraktivita cestovního ruchu	37
4.4 Infrastruktura a služby cestovního ruchu	39
4.4.1 Ubytování	42
4.4.2 Stravování	44
4.4.3 Doprava	46
4.5 Podpora rozvoje	47
5 SWOT ANALÝZA	48
5.1 Silné stránky	50
5.2 Slabé stránky	51
5.3 Příležitosti	52
5.4 Hrozby	53
5.5 Konfrontační matice	54

6	VLASTNÍ NÁVRHY A DOPORUČENÍ	56
7	NÁVRH NOVÉHO PRODUKTU CESTOVNÍHO RUCHU	58
7.1	Popis produktu	58
7.2	Targeting.....	62
7.3	Positioning	64
7.4	Kalkulace	65
7.5	Marketingový mix	67
	ZÁVĚR.....	71
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	73
	SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK.....	78
	SEZNAM ZKRATEK	79
	SEZNAM PŘÍLOH.....	80

ÚVOD

Téma diplomové práce se týká sportovně-turistického cestovního ruchu. Tato forma je mi velmi blízká, neboť stejně jako velké množství mladých lidí se aktivně věnuji sportovním činnostem, které dokonale vyplňují můj volný čas, který zbývá mezi studiem a zaměstnáním.

Forma cestovního ruchu zaměřená na sportovní aktivity má svá určitá specifika, z nichž však některá se mohou prolínat s dalšími formami typickými také pro odlišná odvětví cestovního ruchu. Obľiba aktivního života stále stoupá z důvodu zlepšujících se služeb a velkého rozvoje v této oblasti života. Aktivně už nežijí jen mladí energičtí lidé, ale také osoby středního věku, které potřebují určitý stupeň odreagování od každodenního stereotypu a kolotoče zvaného práce, povinnosti a rodina.

Sportovně-turistický cestovní ruch v sobě ukrývá obrovský potenciál využitelný nejen k rozvoji stávajících destinací a tvorbě destinací nových, ale mohl by určitou mírou přispět k zvětšení vlivu cestovního ruchu na národní hospodářství České republiky. Z důvodu rozsahu se praktická část diplomové práce zaměřuje na konkrétněji určený druh sportovně-turistických aktivit, čímž jsou adrenalinové sporty, především jeden konkrétní druh, paintball, jeho charakteristiku, historii, nabídku a potenciál v České republice, o čemž se rozpovídal v přiloženém rozhovoru jeden z nejlepších a nejdéle hrajících českých paintballových hráčů. Díky slíbené spolupráci s organizací Paintballgame obsahuje práce rozhovor, s jehož pomocí jsem mohla nahlédnout blíže na paintball a pohlédnout na celou analyzovanou problematiku očima profesionálů v tomto oboru. Dalším blíže analyzovaným sportem je motocross a motoskiöring, ohledně kterých poskytl rozhovor k této diplomové práci dvojnásobný mistr České republiky v motoskiöringu.

Jako zvolená oblast byla vybraná východní část Středočeského kraje, konkrétně oblast obce s rozšířenou působností Lysá nad Labem patřící do okresu Nymburk. Jedním z důvodů zvolení této lokality je zdejší působení organizace, která přislíbila spolupráci při tvorbě této diplomové práce. Dalším důvodem je nevyužitý potenciál, který by měl být využit k výstavbě chybějící infrastruktury a následné tvorbě nových produktů cestovního ruchu, které by přilákali další množství návštěvníků z jiných segmentů, než kteří oblast navštěvují nyní.

Pomocí sběru statistických dat, veřejně přístupných informací, poskytnutých rozhovorů od odborníků a mnoha dalších zdrojů analyzuje tato práce zvolenou oblast. Rozebírá celkový cestovní ruch, jeho potenciál, nabídku služeb a nabízený adrenalinový a dobrodružný cestovní ruch, jeho druhy, kterých je velký počet a stále se rozrůstají, materiálně technickou základnu a možnosti budoucí podpory a dalšího rozvoje.

Převážná teoretická část této diplomové práce byla zpracována především na základě odborné literatury a veřejně přístupných informací, zatímco praktická část vychází částečně z vlastních zkušeností se sportovní tematikou a ze spolupráce se subjekty cestovního ruchu. Praktická část diplomové práce orientuje na analýzu cestovního ruchu v ORP Lysá nad Labem a následně rozebírá případné nedostatky a možnosti, na jejichž základě je poté sestaven nový produkt cestovního ruchu.

Hypotézou této teoreticko-empirické práce je, zda by vůbec mělo smysl vytvářet ve zvolené oblasti produkt zaměřený na adrenalinové sporty. Je třeba důkladný průzkum trhu, analýza poptávky, zhodnocení stávající nabídky a případné konkurence. Další otázkou je, zda by byl produkt vhodný pro segmenty, které dosud cílovou oblast neobjevily. Popřípadě zda by pomohl svou existencí zvýšit celkovou návštěvnost regionu. Cílem této práce je tedy zanalyzovat celkový cestovní ruch, jeho vliv a vzájemnou interakci cestovního ruchu a sportovně-turistických aktivit ve zvolené oblasti Středočeského kraje. Na základě analýz je vytvořen vlastní pohled na zkoumanou problematiku, případné návrhy k možnému zlepšení a vlastní projekt, který by měl šanci být konkurenceschopný v rozvíjejícím se světě sportovně-turistického cestovního ruchu. Dílčím úkolem je odlišit se vytvořeným produktem od konkurence a pokusit se zvýšit návštěvnost vybrané oblasti návštěvníky, kteří se věnují sportovním aktivitám a zároveň snížit případné stížnosti stávajících návštěvníků.

Veškeré použité zdroje jsou citovány na základě normy ISO 690 a správně uvedeny v závěrečné části práce v kapitole Seznam použitých zdrojů.

1 CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch nelze pevně a naprosto přesně definovat, názory a pohledy mnohých odborníků se často úplně neshodují, nejčastěji je však uváděna definice dle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO, United Nations World Tourism Organization): „Činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“¹

Výše zmiňovaná definice tedy zcela jasně říká, že mezi základní rysy cestovního ruchu patří dočasná změna místa, kde má účastník cestovního ruchu trvalé bydliště a realizace cest obvykle ve volném čase účastníka, který však cestu a následný pobyt uskutečňuje za jiným než výdělečným účelem. Cestovní ruch se přímo i nepřímo dotýká mnohých procesů společnosti, jedná se tu nejen o ekonomické, geografické, ekologické, sociologické a psychologické aspekty, ale také o přímé vztahy mezi lidmi. Cestovní ruch však lze také vnímat jako nástroj, který zvyšuje konkurenceschopnost regionů, neboť může být realizován jen v určitých lokalitách a regionech, což uvádí dokument „Strategie regionálního rozvoje České republiky 2014-2020“.² Pozitivní vliv je zřejmý také v rozvoji malého a středního podnikání a určitým dílem se podílí i na zvyšování vzdělanosti rezidentů v destinacích, daných oblastech, kde je cestovní ruch uskutečňován a podporován. Například pomocí příjezdů domácích i zahraničních návštěvníků a jejich komunikace s rezidenty lze zvyšovat jejich úroveň jazyků, vědomostí o místě bydliště a okolí a komunikační schopnosti. Důležité je v tomto případě zapojení soukromého sektoru do cestovního ruchu.

Pohled na historii cestovního ruchu se z pohledu různých autorů v mnohém liší. Oproti pravěkým lidem, cestovali lidé ve starověkém Egyptě, Řecku a Římě z jiných důvodů, než kvůli přežití a obstarání potravy.³ Postupem času přibývalo důvodů a motivací proč cestovat, lidé začínali mít potřebu poznávat odlišné kultury a zvyky, objevily se počátky lázeňství, realizovaly se poutní výpravy a cesty za vzděláním. Již od počátku 17. století se začal turismus ještě více probouzet, o opravdovém rozvoji a vzniku cestovního ruchu však lze hovořit až od průběhu 19. století, kdy známý Angličan Thomas Cook uskutečnil historicky první zájezd. Po ukončení 2. světové války si celosvětová populace začínala více

¹ PALATKOVÁ, M. *Prolínání destinací a destinační partnerství*. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha, 2006. [online]. [cit. 2014-11-25]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/3869c784-9a21-41d7-aa4e-3ae736eccbe4/GetFile7_3.pdf

² MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *Strategie regionálního rozvoje ČR 2014-2020*. [online]. [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/08e2e8d8-4c18-4e15-a7e2-0fa481336016/SRR-2014-2020.pdf>

³ RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1.vyd. Praha: Grada, 2011, s. 26. Učební texty (Univerzita Karlova). ISBN 978-80-247-4039-3.

uvědomovat potřebu rekreace a rozvoje životní úrovně. Masovému rozvoji turismu velmi napomohlo budování potřebné infrastruktury a rozvoj kvalitní dopravy v oblasti železnic, silnic i letectví. Objevila se také potřeba obnovy a navázání nových styků s lidmi, potřeba poznání života ostatních vrstev obyvatel, potřeba vzdělávání pomocí cestování a tak pomocí dostatečné svobody pohybu, dopravy, dostatku finančních zdrojů a volného času, nebránilo nic v plném rozvoji cestovního ruchu. Důležitou událostí v oblasti rozvoje cestovního ruchu České republiky byl rok 1988, kdy vznikl Klub českých turistů.⁴

Cestovní ruch a jeho vývoj byl, je a vždy bude ovlivňován faktory, kterými jsou ekonomické, demografické, legislativní, politické, společenské, kulturní, technické a neopomenutelným ovlivňujícím faktorem je také životní prostředí. Odvětví služeb se člení do průmyslu a ekonomiky cestovního ruchu. Průmysl cestovního ruchu zahrnuje taková odvětví, která přímo souvisí s turismem, jsou to služby ubytování, stravování a dopravy. Širším pojmem je ekonomika cestovního ruchu, která v sobě zahrnuje nejen výše uvedený průmysl, ale také část navazujících a spojujících odvětví. Cestovní ruch souvisí, a tedy přímo nebo nepřímo ovlivňuje i taková odvětví, jakými jsou právě sport, kultura, stavebnictví, dopravní služby, obchodní a bankovní služby. Zřejmý je ze statistik i jeho vliv na zaměstnanost, v současné době zaměstnává cestovní ruch zhruba 4,5%⁵ z celkového počtu zaměstnanců České republiky, což není zanedbatelné procento z celku. V odvětvích cestovního ruchu je zaměstnáno přes 230 000 osob. Největší podíl zaměstnanců vykazují restaurace a další stravovací zařízení, hotely a ostatní ubytovací zařízení, dále doprava a cestovní kanceláře společně s cestovními agenturami. Sportovní a rekreační zařízení zaměstnávají v České republice zhruba 3000 osob.

Dle Evropské komise pro cestovní ruch⁶ bude čím dál větší množství osob ve středním a nižším věku upřednostňovat aktivní trávení svých dovolených a vybírat si budou především z dobrodružného cestovního ruchu, ekologických forem cestovního ruchu, zážitkové turistiky a individuálního cestování za poznáním a zážitky. Postupem času je velká pravděpodobnost úpadku dalších cestovních agentur a kancelářů, spoustu osob upřednostňuje raději již zmíněné individuální cesty před organizovaným cestováním. Samozřejmostí je a také bude požadovaná vysoká kvalita základních i doplňkových poskytovaných služeb. Snížení sezónnosti mohou pomoci kratší pobyty, které jsou realizované mimo hlavní sezónu.

⁴ KLUB ČESKÝCH TURISTŮ. *Historie KČT*. [online]. [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.kct.cz/cms/historie-kct>

⁵ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Modul zaměstnanosti cestovního ruchu. Souhrnné ukazatele zaměstnanosti v národním hospodářství a cestovním ruchu v ČR*. [online]. 14. 2. 2014. [cit. 2015-02-05]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/modul_zamestnanosti_cestovniho_ruchu

⁶ EVROPSKÁ KOMISE. *Evropská komise pro cestovní ruch*. [online]. [cit. 2015-01-19]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/regional_policy/activity/tourism/index_cs.cfm

1.1 Druhy cestovního ruchu

Cestovní ruch se dělí na jednotlivé druhy dle způsobu realizace v závislosti na ekonomických, společenských nebo geografických podmínkách. Všechny druhy se však mohou různě prolínat v závislosti na aspektech dle různého dělení. Dle místa realizace se cestovní ruch dělí na domácí, zahraniční, tranzitní, mezinárodní, světový a cestovní ruch světa. Při domácím cestovním ruchu nepřekračují účastníci hranice státu země, ve které trvale žijí. Zahraniční cestovní ruch se dále dělí na pasivní (outgoing) a aktivní (incoming), dochází při něm k překročení státních hranic a jedná se o výjezdy účastníků do zahraničí nebo naopak příjezdy zahraničních návštěvníků do daného státu. Tranzitní cestovní ruch zahrnuje pouhý průjezd určitým státem zahraničními účastníky, jejichž cíl cesty je jiný než země, přes kterou pouze projíždí. Mezinárodní cestovní ruch v sobě zahrnuje pohyb účastníků mezi různými státy, avšak bez konkrétního určení.⁷ Světový cestovní ruch představuje souhrn výjezdového a příjezdového cestovního ruchu všech států na světě a o cestovním ruchu světa se hovoří jako o veškerém cestovním ruchu, který je na celém světě realizován, je to domácí a zahraniční cestovní ruch všech světových států.⁸

Dle délky pobytu účastníka lze cestovní ruch dělit na krátkodobý a dlouhodobý, přičemž určená délka pobytu se odvíjí od již zmíněných druhů dle místa realizace. Dlouhodobým cestovním ruchem se ve většině případů rozumí více než dvě přenocování. Dle způsobu zabezpečení cesty a následného pobytu se cestovní ruch dělí na organizovaný, který zajišťují cestovní kanceláře nebo cestovní agentury a neorganizovaný, kdy si zajišťuje cestu a veškeré služby s ní spojené, účastník sám. Podle počtu účastníků probíhá dělení na cestovní ruch individuální, kdy účastník cestuje sám nebo s rodinou či přáteli a skupinový, kdy je uskutečněná cesta zajišťována hromadně pro skupinu osob. Cestovní ruch dle vztahu k platební bilanci státu se člení na aktivní a pasivní zahraniční cestovní ruch, přičemž aktivní představuje příliv deviz, příjezdy zahraničních účastníků společně se spotřebou zboží a služeb a oproti tomu pasivní zahrnuje výjezdy místních obyvatel a s tím spojený odliv deviz. Podle převažující motivace lze cestovní ruch rozčlenit na rekreační, kulturně-poznávací, zdravotní, cestovní ruch se vzdělávacími motivy, dále se společenskými motivy, s profesními motivy, s náboženskou orientací, orientovaný na poznávání přírody, sportovně-turistický a dobrodružný cestovní ruch a nakonec specificky orientovaný, který v sobě zahrnuje například vojenský, drogový a sexuálně orientovaný cestovní ruch.

⁷ HAMARNEH, I. *Mezinárodní cestovní ruch*. 1.vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2014, s. 9-10. ISBN 978-80-7452-040-2.

⁸ MALÁ, V. *Základy cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola ekonomická. Fakulta mezinárodních vztahů, 2002, s. 21. ISBN 80-245-0439-1.

1.2 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu určuje převažující motivace a specifické potřeby návštěvníků. U každé formy se upřednostňuje jeden určitý prvek, na který se pak daná forma orientuje. Díky tomuto rozlišení se lze zaměřit na určité segmenty zákazníků i přes určitý individualismus každého člověka. Nejzákladnější rozdělení forem cestovního ruchu je dělení na kulturně-poznávací, rekreační, lázeňsko-léčebný, sportovně-turistický a další specifické formy cestovního ruchu.⁹ Tato diplomová práce se blíže orientuje na sportovně-turistickou formu, která v sobě však zahrnuje jak samotné provozování sportovních aktivit, tak i sportovní diváctví. Více je uvedeno v nadcházejících kapitolách.

Kulturně-poznávací cestovní ruch se orientuje je poznávání historie, zvyků, tradic a kultur. Rozšiřuje kulturně společenský rozhled obyvatel a zároveň plní jistou vzdělávací funkci. V navštíveném místě se poznáváním výše zmíněných aspektů rozšiřují znalosti cestujících osob. Patří sem návštěvy zámků, hradů, galerií, muzeí a dalších významných míst, která jsou určitým způsobem spojena s historií státu.

Rekreační cestovní ruch slouží především pro relax a rekreaci účastníků, z tohoto důvodu je uskutečňován v oblastech a destinacích, kde je velmi důležitá fungující infrastruktura a dostatečně rozvinuté a kvalitní základní a doplňkové služby. Tato forma je velmi závislá na sezónnosti, patří sem horské oblasti, přímořská letoviska a další oblasti. Do rekreace se však může řadit také chataření a chalupaření, forma, která je zejména v České republice známá již z dob socialismu. Jedná se většinou o vícedenní pobyt ve vesnicích, malých městech a venkovských staveních, kde lidé pracují na vlastních rekreačních objektech. V dnešní době však již trend chataření mírně klesá na oblíbenosti.¹⁰

Lázeňsko-léčebný cestovní ruch je závislý na zajištění odborné péče lékařů a školených odborných pracovníků, motivem této formy je péče o vlastní zdraví, rehabilitace, rekonvalescence, wellness, fitness nebo například snižování nadváhy a odvykání kouření.

Dále existují tzv. specifické formy cestovního ruchu, mezi které se řadí cestovní ruch mládeže, seniorů a rodin s dětmi. Dále například kongresový cestovní ruch, který v sobě zahrnuje účast na kongresech, seminářích, výstavách a veletrzích, zatímco incentivní se zaměřuje spíše na teambuilding, motivaci zaměstnanců nebo odměnu stálých obchodních partnerů. Mezi specifické formy se řadí také mototuristický cestovní ruch a mnohé další.

⁹ RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. Učební texty (Univerzita Karlova), s. 20. ISBN 978-80-247-4039-3.

¹⁰ KUČERA, V. Utečeme na chalupu. Česká televize, 2008. [online]. [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/exkluzivne-na-ct24/osobnosti-na-ct24/5073-uteceme-na-chalupu/>

1.3 Služby cestovního ruchu

Dalo by se říci, že veškeré služby cestovního ruchu lze rozřadit do ekonomiky a průmyslu cestovního ruchu. Na rozdíl od pojmu ekonomika cestovního ruchu, kde jsou obsaženy kompletně všechny přímé, nepřímé a navazující služby cestovního ruchu, průmysl cestovního ruchu v sobě zahrnuje pouze ta odvětví, která návštěvník přímo využívá a spotřebovává.¹¹ Nejzákladnějšími službami, které účastník na svých cestách využívá, je stravování, ubytování a doprava.

Ubytovací služby zajišťují ubytovací zařízení, která podléhají klasifikaci, kategorizaci a popřípadě certifikaci. Kategorizace rozděluje tato zařízení na hotely, garni hotely, motely, penziony a ostatní ubytovací zařízení, jako jsou kempy, chatové osady, turistické ubytovny, botely. Klasifikaci zajišťuje profesní svaz Asociace hotelů a restaurací České republiky za podpory Ministerstva pro místní rozvoj České republiky a CzechTourismu¹². Klasifikace není závazným prvkem, v případě certifikace záleží pouze na rozhodnutí provozovatelů daných ubytovacích zařízení. Oficiální jednotná klasifikace HotelStars¹³ přináší provozovatelům a jejich provozovnám výhody, které ocení jejich návštěvníci. Dle vybavení, poskytovaných služeb a dalších aspektů jsou zařízením udělovány hvězdičky, po splnění určitých podmínek mohou provozovatelé na svá ubytovací zařízení získat certifikát a klasifikační znak.¹⁴

Stravování návštěvníků je uskutečňováno v podnicích veřejného stravování. Tyto podniky se rozdělují do různých forem, jakými jsou restaurace, jídelny, kavárny, bufety, vinárny, občerstvení, motoresty, bary a mnohá další.¹⁵ Do cílových destinací se účastníci cestovního ruchu dostanou díky dopravním službám, do nichž patří veškeré druhy dopravy, jmenovitě letecká, silniční, železniční, vodní, a ostatní druhy, které slouží k přepravě osob a věcí. Dalšími službami jsou činnosti cestovních kancelářů a cestovních agentur, které jsou zprostředkovatelem zájezdů a výletů. Neopomenutelnou složkou jsou služby poskytované turistickými informačními centry, ale také průvodcovské a finanční služby, využívání sportovně-rekreačních zařízení a další doprovodné služby.

¹¹ VANÍČEK, J. a V. KŘEŠŤAN. *Marketing cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha, 2007, s. 38. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/ba898846-3cc2-4274-9c8e-6bb974c08475/GetFile20.pdf>

¹² CZECH TOURISM. [online]. [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/>

¹³ ASOCIACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČR. *Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení ČR*. [online]. [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://www.hotelstars.cz/oficialni-klasifikace-v-cr>

¹⁴ ASOCIACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČR. *Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení ČR 2013-2015*. [online]. [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <file:///C:/Documents%20and%20Settings/Zden%C4%9Bk%20Pokorn%C3%BD/Dokumenty/Downloads/Metodika-2013-2015.pdf>

¹⁵ VANÍČEK, J. a V. KŘEŠŤAN. *Marketing cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha, 2007, s. 51. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/ba898846-3cc2-4274-9c8e-6bb974c08475/GetFile20.pdf>

2 SPORTOVNĚ-TURISTICKÝ CESTOVNÍ RUCH

Sportovně-turistický cestovní ruch je důležitým aspektem celkového cestovního ruchu, má obrovský potenciál a neustále se dynamicky rozvíjí. Vyznačuje se pobytem v prostředí vhodném k provozování sportu a aktivit, fyzickou námahou a zapojením do sportovních aktivit. Sportovně-turistická forma cestovního ruchu se dle nejzákladnějšího dělení člení na aktivní a pasivní.¹⁶ Pasivita je spojena především s „fanouškovstvím“, diváctvím a návštěvami různých sportovních utkání, soutěží nebo turnajů. Největšími a nejnavštěvovanějšími sportovními eventy jsou olympiády, běžecké maratony, závody motocyklistů, fotbalová a hokejová utkání. Při pořádání těchto velkých akcí se mnohdy buduje nebo inovuje infrastruktura a suprastruktura cílové destinace, počínaje dopravou, přes ubytovací služby a konče sportovní infrastrukturou. Aktivní formy cestovního ruchu jsou ty, při nichž se účastník aktivně zapojuje do sportovních, dobrodružných či přímo extrémních aktivit. Aktivní sportovně-turistický cestovní ruch se dělí na outdoorový, který je provozován ve vnějším prostředí a indoorový, který se provozuje ve vnitřních prostorech. Celosvětově nejnavštěvovanější indoorové sporty jsou basketball, hokej a boxerské zápasy. Je zřejmé, že z důvodu oblíbenosti fotbalu se právě tento sport řadí do nejnavštěvovanějších outdoorových aktivit. V České republice je oblíbenost mírně odlišná, i když také zde je fotbal na prvních příčkách v žebříčku návštěvnosti venkovních sportů.

V nynější době se pořádání dovolených a zájezdů orientovaných na sport a turistiku věnuje relativně velké množství cestovních agentur a kanceláří. Jejich přístup ke klientům bývá individuálnější než v případě ostatních druhů dovolených. Zprostředkovatelé zájezdů se věnují přáním a potřebám každého klienta a snaží se mu pomocí různých balíčků umožnit prožít dovolenou, na kterou bude ještě dlouhou dobu vzpomínat s úsměvem na rtech. Díky průzkumu trhu je však patrné, že české cestovní agentury a kanceláře orientují svou nabídku spíše na dovolené s klasickým sportovním vyžitím.

Členění sportovně-turistického cestovního ruchu je velmi obtížné. V této práci je uvedeno rozdělení do kategorií, ve kterých konkrétní sportovní aktivity spojují určité rysy a znaky. Některé druhy mohou být přímo propojené s udržitelným cestovním ruchem a tzv. „zeleným cestovním ruchem“. Další propojení forem lze spatřit mezi sporty, turistikou a fenoménem zvaným wellness, kdy se účastníci na pobytových zájezdech přímo zapojují do fyzických aktivit, se kterými mnohdy v běžném životě nepřijdou do styku.

¹⁶ SCHWARTZHOFFOVÁ, E. *Sportovní turismus*. Fakulta tělesné kultury, Univerzita Palackého, Olomouc, 2010. [online]. [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: <http://www.telesnakultura.upol.cz/index.php/telesnakultura/article/viewFile/58/115>

2.1 Turistika a její typy

Pojem turistika obecně představuje aktivní pohyb účastníka a jeho pobyt ve venkovním prostředí. Dle způsobu pohybu se turistika dělí na pěší turistiku, cykloturistiku, mototuristiku, vysokohorskou, lyžařskou a vodní turistiku a ostatní poddruhy.

Nejrozšířenějším a nejstarším z nich je pěší turistika, jejíž počátky sahají do dávných dob, kdy lidé pořádali poutě do nábožensky významných míst, jakými jsou například Mekka a Jeruzalém. Rozšiřovala se během renesance a v 19. století zažila největší rozvoj. V České republice se jako oficiální počátky turistiky považuje rok 1888, kdy vznikl v Praze Klub českých turistů.¹⁷ Tato organizace měla již od svých počátků na starosti značení turistických stezek a zabývá se tím dodnes, od roku 1997 se věnuje také cykloznačení a lyžařskému značení. V současné době v sobě Klub českých turistů zahrnuje sekci pěší turistiky, cykloturistiky, vysokohorské, lyžařské a rodinné turistiky, mototuristiky, hipoturistiky, turistiky osob se zdravotním postižením a také ochranu přírody. Přestože Klub českých turistů funguje již mnoho let, navazuje na své tradice, ale také vychází vstříc trendům a módnosti, což dokazuje například propagace nové formy pěší turistiky zvané „Turistika na boso“.¹⁸

Cykloturistika, mnohdy zahrnovaná mezi ekoturistiku, je v současné době jednou z nejrozšířenějších aktivních outdoorových forem cestovního ruchu realizovaných na území České republiky. Počátky samotné cyklistiky jsou spjaté s vynálezem kola, které v roce 1818 vynalezl Karl Friedrich Christian Ludwig Freiherr. Postupem času získávala cyklistika na oblíbenosti, důkazem je i její zastoupení v Olympijských hrách. V České republice se této aktivitě věnuje již od roku 1883 Český svaz cyklistiky¹⁹, který se zabývá poskytováním informací a propagací. Mnohé české regiony se snaží o rozvoj cykloturistiky vybudováním nových cyklotras a cyklostezek, které mohou cyklisté najít na území téměř celého státu. Kraje mají možnost čerpat z různých fondů a dotací Evropské unie. Na podporu cykloturistiky fungují v České republice různé projekty, mezi nejznámější patří Cyklisté vítáni²⁰, což je certifikace ubytovacích, stravovacích zařízení a kempů, které nabízí své služby především cyklistům. Dalším projektem, který podporuje Ministerstvo pro místní rozvoj, je Greenways²¹. Jedná se o stezky, trasy a koridory, které slouží pro turistiku a sport v rámci ekologického zachování přírodního potenciálu.

¹⁷ KLUB ČESKÝCH TURISTŮ. *Historie KČT*. [online]. [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.kct.cz/cms/historie-kct>

¹⁸ SLOUKA, I. *Turistika naboso*. [online]. [cit. 2015-02-16]. Dostupné z: <http://www.turistikanaboso.cz/>.

¹⁹ ČESKÝ SVAZ CYKLISTIKY. *O nás. Historie Českého svazu cyklistiky*. [online]. [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: http://www.ceskysvazcyklistiky.cz/clanek/73_o_nas

²⁰ CYKLISTÉ VÍTÁNÍ. [online]. [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: <http://www.cyklistevitani.cz/Uvod.aspx>

²¹ GREENWAYS. [online]. [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.greenways.cz/Uvod.aspx>

Mototuristika je druhem turistiky, který je nejméně ohleduplný k životnímu prostředí. Touto negativní charakteristikou se vymyká ostatním druhům. Celosvětově se neustále zvyšuje výroba a používání dopravních prostředků a je zřejmé, že tento jev musí mít špatný vliv na životní prostředí. Do mototuristiky lze řadit autoturistiku, sportovní mototuristiku provozovanou na sériových cestovních motocyklech a na silničních motocyklech, do této sekce však lze počítat i motocross, supercross nebo freestyle motocross, které ač se provozují na motocyklech, patří spíše mezi dobrodružné a adrenalinové sporty, kam se řadí i speciální sport na pomezí motocrossu a lyžování zvaný motoskiöring.

Nejrozšířenější zimní variantou sportovního cestovního ruchu je lyžařská turistika, kam se v této práci řadí jak sjezdové lyžování, tak jízda na běžkách a chůze na sněžnicích²². Snowboarding, ač je uskutečňován ve stejných nebo podobných podmínkách, patří do dobrodružných a adrenalinových sportů. V České republice jsou díky pohraničním horským oblastem ideální podmínky pro provozování lyžování a běžkování. Značením lyžařských a běžkařských tras se zabývá Klub českých turistů. Méně uspokojivé podmínky jsou zde pro provozování jedné z nejnáročnějších turistik, vysokohorské turistiky, za kterou cestují lidé do zahraničních hor disponujících většími nadmořskými výškami.

Na horních příčkách žebříčku oblíbenosti letních sportů se objevuje vodní turistika, se kterou začali již v dávné minulosti Indiáni a Eskymáci. V České republice se však začala více objevovat až kolem roku 1880. Čeští obyvatelé mají nyní v oblíbě sjíždět řeky, nejčastěji Vltavu, Sázavu, Ohři, Otavu a Berounku a větší toky. Při vodáctví se používají různá plavidla, ať už kanoe, kajak, pramice nebo raft.²³

Ostatní druhy turistiky jsou většinou moderními druhy nebo kombinací druhů základních. V poslední době se rozšiřuje hipoturistika, při které se spojuje pobyt v přírodě a jízda na koni. Jedná se o relativně nový druh turistiky, který je nejrozšířenější na jihu České republiky, kde nejvíce vznikají jezdecké stezky. Opomenout by se neměly ani „zelené druhy“ turistiky, kterými je ekoturistika, agroturistika a ekoagroturistika. Při ekoturistice se návštěvy turistů orientují na chráněné krajinné oblasti, národní parky a přírodní rezervace a měly by přispívat k ochraně přírodního a kulturního dědictví. Při agroturistice se využívají jako ubytovací zařízení obydlí na venkově, nejčastěji farmy, kde návštěvníci mnohdy pomáhají při běžných denních povinnostech místním farmářům. Ekoagroturistika se odehrává na certifikovaných ekofarmách, které se věnují agroturistice. Výroba bioproduktů je zde spojena s absencí chemických hnojiv a syntetických přípravků při pěstování plodin a chovu zvířat.

²² JAKOUBKOVÁ, D. *Sněžnice-jak vybrat-tipy, triky, typologie*. Outdoor guide. [online]. [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.outdoorguide.cz/sneznice-jak-vybrat-tipy-triky-typologie-1061.html>

²³ PTÁČEK, P. *Bezpečně na tekoucí vodě*. Ústí nad Labem: Albis, 2006. S. 104. ISBN 80-86 971-147

2.2 Kolektivní sporty

Další sekci sportovních aktivit jsou kolektivní sporty. Tyto aktivity se vyznačují herními týmy, jejichž počet hráčů se mění v souvislosti s konkrétním druhem sportu. Nezáleží zde tedy pouze na individuálním přístupu, ale především na kolektivní spolupráci. K vykonávání těchto sportů je nutná potřebná infrastruktura a vybudovaná sportovně-rekreační zařízení, která se dělí na indoorové kryté haly a outdoorová hřiště a sportoviště. Některé sporty lze však provozovat ve vnějších i vnitřních prostorech.

Celosvětově jednoznačně nejoblíbenějším, nejznámějším a nejrozšířenějším sportem je fotbal. Sport pocházející z Anglie vznikl ve formě, jakou lidé znají dnes, na přelomu 18. a 19. století.²⁴ Postupem času si vydobyl své čestné místo v téměř každém státě světa a koncem 19. století se dostal do České republiky. Každoročně se pořádají Mistrovství světa, kontinentů, států i soutěže o poháry jednotlivých okresů a krajů a fotbal má své zastoupení na letních olympijských hrách. Vybraní fotbaloví hráči jsou jedni z nejlépe placených a také jedni z nejznámějších osob na světě. V téměř každé české obci se nachází fotbalové hřiště, ve větších městech jsou postaveny kryté haly.

Volejbal, nohejbal, basketbal, florbal, házená, americký fotbal, baseball, futsal, lakros, vybíjená a mnohé další, to je výčet dalších míčových her, jejichž historie se začala psát již ve starověkém Řecku, Římě a Egyptě. První míčová hra se jmenovala episkyros²⁵, byla podobná rugby a fotbalu a hráli ji egyptští muži a ženy, kteří se při hře vysvlékli zcela do naha. Také míčové sporty se dělí na halové a venkovní, záleží však na podmínkách, počasí a hráčích, kde bude sport provozován. Tenis, badminton, squash, stolní tenis a sporty těmto podobné spojuje hlavní prvek hraní. Účelem je raketou nebo speciální pálkou odrazit míček nebo košíček k protihráči. Tyto sporty se provozují v krytých halách, na kurtech nebo na venkovních hřištích.

Když se řekne Česká republika a sport, mnohým osobám se vybaví lední hokej, který proslavil stát díky dovednostem českých hokejistů. Tento kontaktní rychlý sport existuje od konce 19. století a vznikl na území Kanady. Hráči pohybující se na bruslích se snaží dostat pomocí hokejky puk do brány soupeřova týmu. Také tento zimní sport má své čestné místo na olympijských hrách, kde byl poprvé uveden v roce 1920, respektive v roce 1924, společně se vznikem zimních olympijských her. Z důvodu hraní hokeje na ledové ploše je nutná potřebná infrastruktura, kterou jsou v tomto případě stadiony s ledovou plochou.

²⁴ DENÍK. *Historie fotbalu*. 4. 6. 2014. [online]. [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.denik.cz/infografika/historie-fotbalu-20140604.html>

²⁵ PHANTIS. *History of football*. [online]. [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: http://wiki.phantis.com/index.php/History_of_Football

2.3 Dobrodružná turistika a adrenalinové sporty

Počátky dobrodružné turistiky se vážou k 1. dubnu 1979, kdy v anglickém městě Bristol pánové Geoff Tabin, americký horolezec, a David Kirk, člen Oxfordského klubu nebezpečných sportů, skočili první bungee-jump z Cliftonského visutého mostu.²⁶ Byli přivázaní na lanech, která se doposud používala pouze k zachycení přistávajících letadel u leteckých společností.

Obliba dobrodružné turistiky stále roste, a to obou jejích druhů, což jsou tvrdá (extrémní) a měkká (soft adventure tourism) turistika. Názory některých odborníků zní, že v dnešním až moc bezpečném světě vyhledává stále větší množství osob aktivity spojené s určitým vzrušením, dobrodružstvím a adrenalinovým zážitkem. Statistických údajů o tomto druhu cestovního ruchu je žalostně málo, možná právě z důvodu nepřesné identifikace a nemožnosti přesné definice.

Adrenalinový cestovní ruch vychází z dobrodružné turistiky a nelze jej přesně specifikovat, mohlo by se tedy říci, že za adrenalinový sport se považují sportovní aktivity, při nichž člověk překonává sám sebe, své hranice a zásady. Záleží však na individualitě každého, kam až sahají jeho hranice. Co pro někoho znamená zcela normální fyzická aktivita, může být pro ostatní celoživotním zážitkem a překonání svých osobních hranic. V mnoha odborných i laických publikacích a člancích se lidé mohou setkat s pojmem adrenalinové nebo extrémní sporty. Tyto dva pojmy se mohou vzájemně prolínat, záleží tedy zřejmě na úhlu pohledu každého člověka, jaký název zvolí.

Patří sem aktivity jako je například tandemový paragliding, vysokohorská turistika a horská cykloturistika, raftování na divoké řece, windsurfing, paragliding, airsoft, jízda na bobové dráze, jízda na motokárách. Opomenout by se však neměly ani sporty skateboarding a snowboarding, které dnes patří mezi nejoblíbenější a nejrozšířenější adrenalinové sporty, tudíž je mnoho lidí neřadí mezi adrenalinové ani extrémní sporty. Skateboarding figuruje na první příčce v celosvětovém žebříčku adrenalinových sportů a snowboarding si dokonce vybojoval své čestné místo na zimních olympijských hrách. V České republice se snowboardem zabývá Asociace Českého Snowboardingu (AČS)²⁷, která funguje již od roku 1990. Výčet a stručný popis několika zajímavých adrenalinových sportů je uveden dále v diplomové práci v kapitole „Další adrenalinové sporty“.

²⁶ DOBRODRUŽNÝ CESTOVNÍ RUCH. COT business, 2005, 3. 102 s.

²⁷ ASOCIACE ČESKÉHO SNOWBOARDINGU. [online]. [cit. 2015-02-29]. Dostupné z: <http://www.snowboarding.cz/>

2.3.1 Paintball

Paintball není jen „hra na vojáky“, jak zní názor některých lidí. Je to sport, je to adrenalin, je to zábavné využití volného času, překonávání svých hranic, je to všechno především o týmovém duchu všech zúčastněných hráčů, rychlém přemýšlení a následném rozhodnutí a o postřehu, ale svou mírou i o bolesti. Historie paintballu se začala psát na australských a amerických polích s ovce a dobyt看, kde bylo třeba označkovat stáda. Později využívaly želatinových kuliček naplněných potravinářským barvivem útvary armády ke svým výcvikům. První oficiální hra paintballu se uskutečnila v roce 1981 v americkém New Hampshiru a kolem roku 1990 se tento sport dostával do Evropy, kde získával na oblíbenosti a postupně se stal celosvětově třetím nejoblíbenějším adrenalinovým sportem, hned po inlineskatingu a skateboardingu. V roce 1992 byla založena Národní profesionální Paintballová liga²⁸ (NPPL – National Professional Paintball League) pořádající soutěže. V současnosti se tomuto, mnohdy řečeno, extrémnímu sportu věnuje přes 15 000 000 registrovaných hráčů na celém světě²⁹ a počet českých hráčů se pohybuje kolem čísla 10 000.³⁰ Do tohoto počtu se však nezapočítávají rekreační hráči, kteří hrají pouze několikrát do roka, například v rámci firemního teambuildingu.. V České republice se paintball začal více rozšiřovat po roce 1990, vznikaly plochy určené přímo k hraní scénářových her a sportovních utkání a tréninková místa. Přestože ani v dnešní době nemá spoustu lidí o hře s barevnými kuličkami ani ponětí, v České republice se provozováním tohoto sportu zabývá již téměř 60 organizací.³¹ Nejvíce organizací, hřišť a ploch pro hraní se nachází v kraji Jihomoravském, Moravskoslezském a Středočeském kraji, včetně Prahy.

Při tomto bezkontaktním sportu se používají různé typy zbraní (značkovačů), které jsou doplněny o lahve se stlačeným vzduchem nebo CO², který vystřelí kuličku z hlavně značkovače. Obal kuliček je vyroben z pevné želatinové skořápky na bázi celulódu a jejich obsah tvoří netoxické barvivo smíchané s vodou a olejem. Kulička vyletí z hlavně standardní povolenou ústřovou rychlostí, která je 324 km/h, což má za následek mnohdy bolestivý zásah hráčů, které to však může motivovat k neustálému zlepšování a větším výkonům v nadcházejících hrách. Z důvodu bezpečnosti je povinnost hráčů mít při hře vždy na obličeji paintballovou masku, která chrání celý obličej, včetně uší. Nepovinnými součástmi výbavy je oblečení, které tlumí nárazy, chránič krku, rukavice a samozřejmě je vhodná obuv.

²⁸ NATIONAL PROFESSIONAL PAINTBALL LEAGUE. [online]. [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: <http://nppl.com/>

²⁹ HRA BAREV. *O paintballu*. [online]. [cit. 2015-02-01]. Dostupné z: <http://www.hrabarev.cz/o-paintballu>

³⁰ PETR, M. Článek o DPZ Consulting. *Zájem o paintball v Česku roste*. Hospodářské noviny. [online]. [cit. 2015-01-30]. Dostupné z: <http://archiv.ihned.cz/c1-58206540-zajem-o-paintball-v-cesku-roste-firmy-uz-oteviraji-sva-hriste-i-v-pamatkovem-objektu>

³¹ FITWEB. *Přehled sportcenter nabízejících paintball*. [online]. [cit. 2015-01-28]. Dostupné z: <http://kdesportovat.fitweb.cz/paintball-ceska-republika-t18-r1.html>

Paintball se rozděluje na tři kategorie³², kterými jsou sportovní, military a komerční, přičemž sportovní paintball, verze zvaná též speedball, se hraje na hřištích o rovné ploše, kde jsou umístěny nafukovací překážky. Úkolem týmů, složených ze tří až deseti hráčů, je ukrást soupeřovu vlajku umístěnou na druhé straně hřiště, vyřadit ze hry co největší počet protihráčů a vyhnout se samotnému zastřelení. Celá hra trvá pouhých několik minut (cca 5 minut), i proto je velmi potřebná již zmíněná dobrá fyzická kondice.

Military, woodsball neboli vojenská verze tohoto sportu, je opravdu podobná „hraní na vojáky“, napodobují se při ní skutečné vojenské operace, taktiky a souboje. Odehrává se většinou v lesích nebo opuštěných prostorech bývalých vojenských základen, kde si neomezený počet hráčů stanoví svá základní pravidla.³³ Hraje se většinou do vystřílení jednoho ze dvou týmů nebo dobytí předem určeného místa. Tyto hry mohou trvat pár hodin až několik dnů, což mohou potvrdit nadšenci z řady military hráčů, kteří se zúčastňují nebo dokonce organizují celorepublikové akce. Tito hráči hojně využívají reálně vypadajících zbraní, granátů, dýmovnic, termozařízení a maskovacích pomůcek.

Poslední verzí je rekreační paintball, zvaný také komerční. V České republice se v posledních letech zvyšuje oblíbenost a návštěvnost právě této formy paintballu. Komerční paintball má v sobě prvky sportovní i vojenské verze, tudíž si v něm najde zalíbení velké množství osob. Hraje se na venkovních nebo vnitřních, přírodních i uměle vytvořených, komerčních hřištích, kde si hráči mohou půjčit veškeré vybavení včetně oblečení a k dispozici bývá i zázemí pro uložení věcí, odpočinek a stravování.

Jeden z nejlepších českých paintballových hráčů, sponzor hráčů a týmů, zakladatel a kapitán týmu Troja Praha, Vladan Marek, říká o paintballu: *„Ve hře plné adrenalinu, napětí a dobrodružství není důležitá pouze fyzická kondice, ale také schopnost rychle a správně se rozhodovat. Paintball je hra, ve které nezáleží jen na štěstí a schopnostech hráčů, ale i na týmové spolupráci.“* Rozhovor o paintballu a organizaci Paintballgame, jejíž vlastníkem je právě Vladan Marek, je součástí příloh diplomové práce.

³² TRČKA, J. *Neustále ve střehu*. Hospodářské noviny, 2003. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://archiv.ihned.cz/c1-12658310-paintball>

³³ LOYDL, E. *Paintball, dynamický adrenalinový sport*. Olomouc, 2010. S. 57. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/.../O_paintballu2.pdf

2.3.2 Motocross a motoskiöring

Na začátku všeho byl motocross (MX), jízda na speciálně konstruovaných motocyklech po terénních tratích, která se začala objevovat ve své téměř nynější verzi po konci Druhé světové války v roce 1945. Motocrossové tratě nyní křižují téměř celou republiku, ať už menší tréninkové nebo ty větší, určené k závodění. Nejhojnější výskyt tratí mohou jezdcí najít na Moravě, velké množství tratí je také ve Středočeském a Jihočeském kraji, stejně jako na východě a západě České republiky.³⁴

O mnoho riskantnější variantou motocrossu je freestyle motocross (FMX), který vznikl ve Spojených státech amerických. Na speciálně upravených tratích provádí jezdci mnohdy akrobatické skoky, jejichž provedení a styl hodnotí odborně sestavená porota. O jezdcích České republiky se právem mluví jako o špičce mezi mistry světového freestyle motocrossu. Mezi ty nejlepší a nejznámější patří Petr Kuchař, Libor Podmol a Petr Pilát.

Specifické sportovní odvětví zvané motoskiöring se zatím do podvědomí mnoha českých občanů nedostalo, přestože se zde mistrovství v tomto zimním sportu pořádalo poprvé již v roce 1998. Člověk na lyžích se drží tažného lana připoutaného k motocyklu určenému na motocross. Zvláštní název vznikl spojením dvou slov, z nichž první je odvozeno právě od motocrossu a druhé slovo pochází z norského pojmu „řízení na lyžích“. O počátcích tohoto sportu bohužel neexistují žádné oficiální ověřené záznamy. Domněnkou zůstává, že motocrossovým jezdcům chybělo v zimě trénování, proto vznikl právě motoskiöring. Pro závodění je nutné určité množství sněhu, na jehož kvalitě však příliš nezáleží. Z důvodu nevyzpytatelného počasí a krátkých zimních období, je pořádání závodů rok od roku větší problém. Mistrovství České republiky pořádá každoročně skupina organizátorů a sponzorů z organizací Orionracing³⁵, Shiva a KTM za podpory sponzorů a automoto klubů zúčastněných obcí. V roce 1997, kdy se motoskiöring poprvé objevil v České republice, se celorepublikové závody jmenovaly Český pohár a pořadateli byli Automoto kluby Dobřany, Klášterec nad Orlicí, Letohrad a Ústí nad Orlicí. Závodů Mistrovství České republiky v motoskiöringu se mohou zúčastnit pouze jezdci a lyžaři s platnou mezinárodní nebo národní licencí vydané Autoklubem České republiky (AČR).³⁶ Součástí příloh diplomové práce je rozhovor s dvojnásobným mistrem České republiky v motoskiöringu, Lukášem Mohauptem. Tento motocrossový jezdec se věnuje motocyklům od dětství, motoskiöringem se zabývá v zimním období, v pauze mezi motocrossovými sezonami, zhruba 8 let.

³⁴ MOTROCROSS. *Tratě v České republice*. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://motocross.wbs.cz/Trate-v-CR.html>

³⁵ ORIONRACING TEAM. [online]. [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.orionracing.cz/motoskioring/>

³⁶ AUTOKLUB ČESKÉ REPUBLIKY. *Motoskiöring*. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://www.autoklub.cz/disciplina/18-motoskioring.html>

2.3.3 Další adrenalinové sporty

Nabídku adrenalinových sportů a zážitků poskytuje spousta internetových serverů, do jejichž výčtu lze zařadit například zorbing, kdy se nechá člověk připoutat uvnitř nafouknuté průhledné koule z PVC, se kterou se kutálí dolů ze svahu, kde ho zachytí protisvah nebo zachytné síť. Naprostou klasikou adrenalinových zážitků je zcela jistě bungee jumping, skok na pružném laně prováděný většinou z mostů nebo jeho další varianta zvaná Kieneova houpačka³⁷, kdy člověk prolétá, připevněn na laně v sedacím postroji, kyvadlově nad zemí, a to rychlostí zhruba 100 kilometrů za hodinu. Mezi extrémní sporty se řadí také lyžování nebo snowboarding provozovaný ve volném terénu nebo ve speciálně upravených snowparcích, kde jsou umístěny překážky a rampy. Sporty, které lze provozovat pouze s pomocí tažného draka, zvaného kite, se těší vcelku velké oblibě, neboť v každém ročním období je možná jiná varianta. Kiteboarding a kitsurfing jsou provozovány na vodě, snowkiting je zimní varianta provozovaná výhradně na sněhu a landkiting se uskutečňuje na loukách a polích.

Hojně vyhledávanými sportovně-relaxačními zařízeními jsou lanová centra. Tato centra navštěvuje široká veřejnost, ale konají se zde mnohdy i firemní akce a teambuildingy a různé dětské školní nebo narozeninové akce. Programy vytvořené ve většině lanových center jsou vhodné již pro děti od věku 6 let. Lezení po stěnách se věnují spíše jiné věkové kategorii. K lezení je třeba určitá fyzická kondice a pro zdolání umělé lezecké stěny je nutné přemýšlet o každém dalším úchopu a kroku vzhůru. Lezecká centra nabízí školené instruktory, půjčení potřebného vybavení a různou obtížnost výuky. Ve střední části České republiky provozuje lezení přes 20 organizací a lezeckých center, z nichž se však více než polovina nachází v Praze. Bobové dráhy již dávno nejsou výsadou pouze horských oblastí. Ve Středočeském kraji ve městě Kutná Hora byla roku 2006 postavena nejdelší bobová dráha v České republice.³⁸ Svou délkou je dokonce na druhém místě mezi evropskými dráhami. Zcela krytou variantou jsou motokáry. Služeb motokárových drah využívají nejvíce mladí lidé a firmy ke svým teambuildingům a firemním akcím.

Dostatečnou dávku adrenalinu si užijí účastníci tandemových seskoků, kteří projdou krátkou instruktáží, poté vzlétnou vyhlídkovým letem do výše zhruba 4 kilometrů nad zem, odkud letí dvousetkilometrovou rychlostí volným pádem až do výše 1,5 kilometrů nad zem, kdy musí otevřít a použít padák. Středočeský kraj disponuje letišti, která nabízí tandemové seskoky.

³⁷ KINEOVA HOUPAČKA. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://www.kieneova-houpacka.cz/>

³⁸ BOBOVÁ DRÁHA KUTNÁ HORA. *Svezte se na nejdelší bobové dráze v ČR*. [online]. [cit. 2015-02-29]. Dostupné z: <http://www.bobovadrahakutnahora.cz/bobova-draha.php>

2.4 Ostatní sporty

Výčet ostatních sportů, které se nezařadily mezi turistiku, kolektivní ani adrenalinové sporty, je takřka nevyčísitelný. Téměř jakýkoliv cílený pohyb člověka se dá považovat za sportovní aktivitu. Je patrné, že odvětví sportovně-turistického cestovního ruchu podléhá trendům moderní doby. Zatímco v minulých letech byl na vrcholu aerobic, gymnastika a lehká atletika, v současné době se velké množství sportovců věnuje fitness cvičení, dále je v kurzu jóga a pilates, běh, plavání, bojová umění, jako například capoeira, krav maga, MMA, box, thai box a kick box, dále silové sporty a různé druhy tance.

Návštěvnost českých fitcenter v posledních letech zaznamenala zvýšenou návštěvnost. Zůstává však nezodpovězenou otázkou, zda lidé začali více pečovat o sebe a své zdraví nebo zda jde jen o výdobytek moderní doby. Fitcentra se nachází ve velkých i menších obcích a mnohdy nabízí širokou škálu služeb. Kromě klasického posilování na strojích zde lidé mohou využívat služby profesionálních trenérů. Pro ženy, které nemají zájem o klasické cviky a posilování, je tu například spinning, fitbox, jumping, heat, bosu, alpinning a mnohá další cvičení. Fitbox je něžnější variantou klasického tréninku bojových umění, provádí se zde údery a kopy do speciálních totemů pod vedením školeného personálu za doprovodu hudby. Jumping je rytmické skákání po vzoru lektora na speciálních malých trampolínách s rukojetí a při bosu se cvičí na balančních podložkách.

Jóga a pilates jsou relaxačními aktivitami, při kterých je velmi důležité správné dýchání, zapojují se téměř všechny svaly lidského těla. Jóga je forma meditace, která pochází z dávných dob před Kristem, a postupem času vznikají neustále její další druhy. Základním poddruhem je hathajóga, dynamičtější formou je powerjóga a dále existují speciální druhy jako bikramjóga, která se cvičí v sále vyhřátém na 42°C, gravidjóga určená pro těhotné ženy nebo dancejóga spojující taneční techniky, balet a prvky powerjógy. Oproti tomu pilates je vcelku nová metoda pocházející z Německa, která dbá především na dýchání, přesnost, soustředěnost a plynulost řízených pohybů, které vychází ze středu těla.

Běh, nejpřirozenější pohyb, který se dostává znovu do obliby mnoha českých občanů, kteří se zúčastňují maratonů a běžeckých závodů. Samotný běh je základem k vykonávání mnoha dalších fyzických aktivit, jako jsou kolektivní, konkrétněji míčové sporty.

Z klasických standardních a latinskoamerických tanců se přešlo postupem doby k moderním tancům. Taneční studia se setkávají s největší poptávkou zaměřenou na výuku tanečních stylů breakdance, streetdance, flirtdance, a v neposlední řadě twerk. Tento relativně nový taneční styl má kořeny v Americe, kde vznikl ze stylu dancehall kolem roku 1995. Jedná se o provokativní tanec, kde převažují pohyby prováděné pánví ve stoje i na zemi.

3 STŘEDOČESKÝ KRAJ

Středočeský kraj jako územně správní jednotka, kterou znají lidé dnes, existuje již od roku 1960. V dobách minulých se na tomto území psala bohatá historie českého národa, budovala se významná města a vznikaly atraktivity, které jsou dodnes navštěvovány turisty.

Obrázek 1: Mapa České republiky - zvýrazněn Středočeský kraj



Zdroj: ³⁹

Mezi nejvýznamnější středočeská města pocházející již z 13. století patří například Mšeno ležící v severní části Středočeského kraje ve správním obvodu obce s rozšířenou působností Mělník, dále samotné vinařské město Mělník a na západě jsou to města Slaný a Rakovník. Historie Mšena je spjata se středověkem a dodnes se zde dochovaly stavby maloměstské architektury, což je důvodem, proč je centrum města prohlášeno za městskou památkovou zónu⁴⁰. Mělník těžil odjakživa ze své výhodné polohy na soutoku řek Labe a Vltava, zdejší úrodná půda je přímo stvořená k pěstování vinné révy. Mělník obklopuje České středohoří, Kokořínsko a nedaleko se nachází památná hora spjatá s českou historií, hora Říp. Rakovnicko je pro turisty atraktivní především chráněnou krajinnou oblastí Křivoklátsko s gotickým hradem Křivoklát.

³⁹ STŘEDOČESKÝ KRAJ. *Mapa Středočeského kraje*. [online]. [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: http://wiki.rvp.cz/@api/deki/files/10481/=800px-Stredocesky_kraj.svg.png?size=webview

⁴⁰ MĚSTO MŠENO. *Městská památková zóna Mšeno*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.mestomseno.cz/index.php?cmd=page&id=228>

Největším městem Středočeského kraje je Kladno, se svými 72 tisíci obyvateli⁴¹. Kladno je rodištěm a bydlištěm známých osobností, z nichž nejvýznamnější jsou spisovatel Bohumil Hrabal, ilustrátor Zdeněk Miler a hokejista Jaromír Jágr. V blízkosti Kladna se nachází zřícenina hradu Okoř.⁴² Postupuje-li turista po Středočeském kraji jižním směrem, setká se zde s městy Beroun, Příbram a Dobříš. Město Dobříš je častým cílem výletníků díky velkému množství turistických stezek a cyklostezek a zdejší návštěvnost zvyšuje zejména památník Karla Čapka ležící ve Staré Huti. Ze středočeského jihu stojí za zmínku města Sedlčany, Votice a Vlašim. V okolí těchto obcí se nachází několik kvalitních motocrossových tratí, které sem od jara do podzimu přivádí sportovně založené nadšence. Tato část je však také zachovalou oblastí s krásnými přírodními parky, přírodními rezervacemi a nachází se zde nejmenší česká chráněná krajinná oblast Blaník⁴³.

Ve východní části Středočeského kraje leží města Čáslav, Kutná Hora, Poděbrady a Nymburk. Čáslav a její okolí je turisticky zajímavé především z důvodu návštěvy Železných hor, známé Žehušické obory s bílými jeleny a zámku Žleby. Jedno z nejkrásnějších českých měst, Kutná Hora, se vrylo do lidských pamětí díky středověké těžbě stříbra. Kutná Hora patří právem na seznam světového kulturního dědictví UNESCO, nachází se zde historické skvosty jako gotická katedrála sv. Barbory, Sedlecký klášter s Kostnicí, Jezuitská kolej a Vlašský dvůr.⁴⁴ Lázeňské město Poděbrady nabízí svým návštěvníkům příjemné prostředí, zachovalé historické památky a vyvinutou infrastrukturu provázenou kvalitně poskytovanými službami. Z Poděbrad vede do Nymburka podél řeky Labe cyklostezka hojně využívaná cyklisty, běžci a in-line bruslaři. Neopomenutelná jsou další dvě významná města, kterými je Mladá Boleslav a Mnichovo Hradiště, která se nachází na severovýchodě Středočeského kraje. Mladá Boleslav, město ležící na břehu řeky Jizery, vznikalo již v průběhu 10. století jako přemyslovské hradiště. Nejnavštěvovanější atraktivitou Mladoboleslavska je Muzeum Škoda Auto. Dominantním prvkem Mnichova Hradiště je zámecký komplex pocházející ze 17. století. Původně renesanční zámek, který se dočkal barokní přestavby, obklopuje francouzská zahrada a anglický park. Součástí komplexu je také fungující zámecké divadlo. Za návštěvu také stojí rodová knihovna rodu Valdštejnů a nedaleká vesnická památková rezervace Drábské světničky.⁴⁵

⁴¹ MIDDLE CZECH. *Kladno*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://middleczech.kr-stredocesky.cz/kladno/>.

⁴² HRAD OKOŘ. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.hrad-okor.cz/>

⁴³ AGENTURA OCHRANY PŘÍRODY A KRAJINY ČESKÉ REPUBLIKY. *Správa CHKO Blaník*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://blanik.ochranaprirody.cz/>

⁴⁴ KUTNÁ HORA. *Památky*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.kutnahora.cz/index.php?sec=3&cid=61>

⁴⁵ DRÁBSKÉ SVĚTNIČKY. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://drabske-svetnicky.ceskehory.cz/>

3.1 Vymezení a popis

Středočeský kraj zaujímá plochu 11 015 km², což je celých 14% území celé České republiky. Kraj leží na území Českého masivu, nejstarší části evropského kontinentu.⁴⁶ a rozprostírá se kolem Prahy, která se do Středočeského kraje neřadí. V červnu roku 2014 byl celkový počet obyvatel 1 308 521, tyto údaje vykazuje Český statistický úřad.⁴⁷ Jedná se o nejlidnatější kraj České republiky. Hejtmanem Středočeského kraje je Ing. Miloš Petera⁴⁸, který vykonává svou funkci od druhé poloviny roku 2014. Jedná se o jediný kraj v České republice,⁴⁹ který nemá své vlastní krajské město, a proto sídlí jeho krajský úřad v Praze. Pod tento kraj spadá 12 okresů obklopujících hlavní město. Nachází se zde 1 145 obcí a dělení kraje se provádí na 26 správních obvodů obcí s rozšířenou působností.⁵⁰ Středočeský kraj je největší z českých krajů a právě z důvodu velikosti se tato práce zaměřuje pouze na jeho určitou část, konkrétně na správní obvod obce s rozšířenou působností Lysá nad Labem.

Tabulka 1: Obce s rozšířenou působností

Benešov	Mělník	Kralupy nad Vltavou
Beroun	Mladá Boleslav	Kutná Hora
Kolín	Mnichovo Hradiště	Lysá nad Labem
Čáslav	Neratovice	Sedlčany
Černošice	Nymburk	Slaný
Český Brod	Poděbrady	Vlašim
Dobříš	Příbram	Votice
Hořovice	Rakovník	Brandýs nad Labem – Stará Boleslav
Kladno	Říčany	

Zdroj: autorka práce, 2014

⁴⁶ STŘEDOČESKÝ KRAJ. *Informace o Středočeském kraji*. [online]. [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: <http://www.kr-stredocesky.cz/web/kraj>

⁴⁷ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. [online]. [cit. 2015-02-19]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/obyvatelstvo-xs>

⁴⁸ STŘEDOČESKÝ KRAJ. *Samospráva. Hejtman*. [online]. [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: <http://www.kr-stredocesky.cz/web/14432/84>

⁴⁹ METODICKÝ PORTÁL INSPIRACE A ZKUŠENOSTI UČITELŮ. *Mapa ČR*. [online]. [cit. 2015-02-19]. Dostupné z: http://wiki.rvp.cz/Kabinet/Mapy/Mapa_%C4%8CR/Mapy_kraj%C5%AF_%C4%8CR/St%C5%99edo%C4%8Desk%C3%BD_kraj

⁵⁰ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Krajská správa ČSÚ pro Středočeský kraj*. [online]. [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: http://www.czso.cz/xs/redakce.nsf/i/spravni_obvody

3.2 Obec s rozšířenou působností Lysá nad Labem

Toto území obce s rozšířenou působností (dále ORP) patří do okresu Nymburk a spadá sem 7 obcí a 2 města. Menší obce jsou Jiřice, Ostrá, Přerov nad Labem, Semice, Stará Lysá, Starý Vestec a Stratov a status města má Lysá nad Labem a Milovice.⁵¹ Jedná se o jeden z nejmenších obvodů Středočeského kraje, který obývá zhruba 24 000 osob. I přes svou menší rozlohu v sobě ukrývá určitý potenciál především díky zmiňovaným městům.

Jiřice je malá obec o rozloze 840 hektarů, která sčítá přes 200 obyvatel. Poloha umístěná na okraji oblasti, kde v minulosti probíhaly vojenské výcviky, měla na obec odjakživa svůj negativní vliv. Zajímavostí může pro někoho být věznice umístěná v těsném sousedství Jiřic, která je určena pro muže ve výkonu trestu s ostrahou.⁵² V blízkosti Jiřic se nachází motocrossová trať, na kterou vede příjezdová cesta z Benátek nad Jizerou.

Ostrá je obec rozkládající se na 1106 hektarech, která se dělí na dvě části, jmenovitě Ostrá a Šnepov. Ve zdejším zachovalém prostředí se nachází přírodní rezervace Mydlovarský luh.⁵³ V obci nejsou žádné významnější historické památky, zajímavostí je pouze středověká vesnička vybudovaná místní organizací Botanicus⁵⁴, která se zabývá pěstováním, výrobou a prodejem přírodní kosmetiky a ekologickým pěstováním ovoce, zeleniny a rostlin.

Ač zaujímá Přerov nad Labem pouhých 1065 hektarů, nabízí svým návštěvníkům více zajímavostí, než mnoho větších obcí. V roce 1895 tu bylo založeno muzeum. Ve zdejším muzeu Moto-Velo mohou návštěvníci obdivovat expozici historických motocyklů a bicyklů. Jeden z mála skanzenů České republiky se nachází právě zde. Jedná se o Polabské národopisné muzeum v přírodě⁵⁵, kde jsou k vidění stavby lidové architektury. Za zmínku a návštěvu také stojí přerovský zámek, který byl vybudován místo gotické tvrze ve 14. století. Nyní má renesanční podobu s několika dochovanými gotickými prvky v zámeckém interiéru.

Obec Semice o výměře 943 hektarů nenabízí turistům kromě kostela sv. Máří Magdaleny téměř žádné zajímavější atraktivity. Stará Lysá se svou rozlohou 969 hektarů řadí mezi menší obce, ve kterých lze najít pouze takové atraktivity jako památné stromy, kapličku a několik vcelku zachovaných venkovských domů.

⁵¹ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *SO ORP, Středočeský kraj*. [online]. [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/kapitola/130054-14-r_2014-01000

⁵² VĚZEŇSKÁ SLUŽBA ČESKÉ REPUBLIKY. *Věznice Jiřice*. [online]. [cit. 2015-01-09]. Dostupné z: <http://www.vscr.cz/veznice-jirice-76/o-nas-1583/zakladni-informace-171/>

⁵³ OBEC OSTRÁ. *Přírodní rezervace Mydlovarský luh*. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: http://www.ostra.cz/prirodni_rezervace_ml.htm

⁵⁴ BOTANICUS. *Naše hodnoty*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.botanicus.cz/o-nas/nase-hodnoty>

⁵⁵ POLABSKÉ MUZEUM. *Přerov nad Labem*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.polabskemuzeum.cz/vystavy-prerov-nad-labem/historie-pnm-prerov-nad-labem>

Starý Vestec, nejmenší z obcí, se rozléhá na ploše pouhých 355 hektarů. V blízkosti obce směrem na jih se nachází zajímavá vyvýšenina, kde je zřícenina kaple Povýšení svatého Kříže, která tu byla postavena roku 1714. Také poslední ze jmenovaných obcí, Stratov, se svou výměrou 631 hektarů, neoplývá téměř žádnou atraktivitou lákající turisty.

Všechny výše uvedené obce se v roce 2013 sdružily do neziskové organizace Místní Akční Skupiny Polabí, o. p. s.⁵⁶ (dále jen MAS Polabí), která sídlí v Lysé nad Labem. Členy místní akční skupiny jsou svazky obcí, podnikatelské subjekty a neziskové organizace. MAS Polabí se snaží o rozvoj svého území, na toto téma zpracovává strategie na podporu rozvoje, které jsou přístupné veřejnosti na internetových stránkách skupiny⁵⁷. Mezi hlavní myšlenky strategie pro roky 2014 – 2020 pro rozvoj místní infrastruktury patří vybudování sportovní haly nebo plaveckého stadionu.

Obrázek 2: Logo MAS Polabí



Zdroj: ⁵⁸

Obrázek 3: Logo Zlatý pruh Polabí



Zdroj: ⁵⁹

Další místní organizací je Mikroregion Polabí⁶⁰, kde se sdružují obce Lysá nad Labem, Milovice, Dvorce, Jiříce, Bříství, Semice, Stará Lysá, Ostrá, Stratov, Starý Vestec a Kounice. V posledních letech nevykazuje Mikroregion Polabí žádné větší aktivity. Aktivnější organizací je Zlatý pruh Polabí⁶¹, který úzce spolupracuje s MAS Polabí, CzechTourismem a Krajským úřadem Středočeského kraje. Funguje od roku 2005 a podporuje cestovní ruch, jeho infrastrukturu, služby a rozvoj. V současné době má organizace 112 partnerů z řad ziskového i neziskového sektoru a samotných obcí. Věnuje se tvorbě produktů cestovního ruchu a novým projektům, které propagují napříč celým Polabím.

⁵⁶ MAS POLABÍ, O.P.S. *O nás*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.mapolabi.cz/o-nas>.

⁵⁷ Tamtéž. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.mapolabi.cz/strategie/integrovana-strategie-uzemi-2014-2020/57-koncept-strategie-uzemi-na-obdobi-2014-2020-verze-8-2014>

⁵⁸ Tamtéž. http://www.mapolabi.cz/images/loga_xlogo_mas_transparent2.png.pagespeed.ic.WJfXuCu5KY.png.

⁵⁹ ZLATÝ PRUH POLABÍ. *Logo*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: http://www.polabi.com/skins/polabi_pnk/images/logo.jpg

⁶⁰ MIKROREGION POLABÍ. *Členské obce*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.mikroregionpolabi.cz/clenske-obce/>

⁶¹ ZLATÝ PRUH POLABÍ. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.polabi.com/>

3.2.1 Lysá nad Labem

Lysá nad Labem se rozprostírá v nadmořské výšce 183 metrů nad mořem na území o ploše 3365 hektarů, kde žije zhruba 9000 obyvatel. Celé území se člení na 4 části, kterými je Lysá nad Labem, Lysá nad Labem – Litol, Byšičky a Dvorce. Městem protéká druhá nejdelší a nejvýznamnější česká řeka, Labe, která má pro město odjakživa velký význam.

Obrázek 4: Znak města Lysá nad Labem



Zdroj: ⁶²

Obrázek 5: Vlajka města Lysá nad Labem



Zdroj: ⁶³

Historie tohoto města se začala psát již v 11. století, k hospodářskému a kulturnímu rozvoji však došlo až během 18. století. Obdivuhodnou kulturně-historickou atraktivitou je městská památková zóna⁶⁴, kam spadá 12 objektů včetně budovy cukrovaru a cihelny. Barokní zámek s kaplí sv. Tří králů, který zde byl postaven roku 1729, je nyní využíván jako domov důchodců. Přístupný veřejnosti je pouze přilehlý zámecký park. Na náměstí se nachází kostel sv. Jana Křtitele s věží o výšce 55 metrů, který zde byl postaven v 18. století. Mezi turistické atraktivity lze zařadit ještě radnici pocházející z roku 1747. V Lysé má sídlo Státní okresní archiv⁶⁵. Muzeum Bedřicha Hrozného je nyní zavřeno z důvodu rekonstrukce. Místem v Lysé nad Labem, které je cílem největšího množství návštěvníků, je však závodistiště určené k pořádání koňských dostihů a místní výstaviště, o kterých je uvedeno více informací v praktické části diplomové práce.

⁶² WIKIMEDIA COMMONS. *Znak města Lysá nad Labem*. [online]. [cit. 2015-02-19]. Dostupné z: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/c/cb/Znak_m%C4%9Bsto_Lys%C3%A1_nad_Labem_color_bilapozadi.png

⁶³ VLAJKY MĚST ČESKÉ REPUBLIKY. *Vlajka města Lysá nad Labem*. [online]. [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: http://mesta.vlajky.org/nahled-velky/lysa_nad_labem.png

⁶⁴ MĚSTO LYSÁ NAD LABEM. *Městská památková zóna*. [online]. [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: <http://www.mestolysa.cz/cz/mesto/mestska-pamatkova-zona>

⁶⁵ STÁTNÍ OBLASTNÍ ARCHIV V PRAZE. *Státní okresní archiv Nymburk*. [online]. [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: <http://www.soapraha.cz/nymburk>

3.2.2 Milovice

První zmínky o existenci Milovic pochází z 13. století a během 14. století zde byla zbudována tvrz Milevice. Roku 1904 zde byl vybudován celorepublikově známý vojenský výcvikový prostor. Ten byl po roce 1968 zabrán sovětskou armádou, která zde setrvala až do roku 1991. Celé území bývalého vojenského prostoru bylo po mnoho let volně přístupné, tudíž bylo hojně využíváno k provozování her paintball a airsoft. Místní letiště bylo ideální pro provoz ultralehkých sportovních letadel. Zdejší rozlehlá plocha byla využívána k pořádání různých akcí, z nichž nejzajímavější jsou uvedeny v praktické části diplomové práce. Město Milovice prochází již několik let rozsáhlou rekonstrukcí, která zahrnuje výstavbu nových domů a bytů, s čímž je spojeno budování potřebné infrastruktury a suprastruktury.

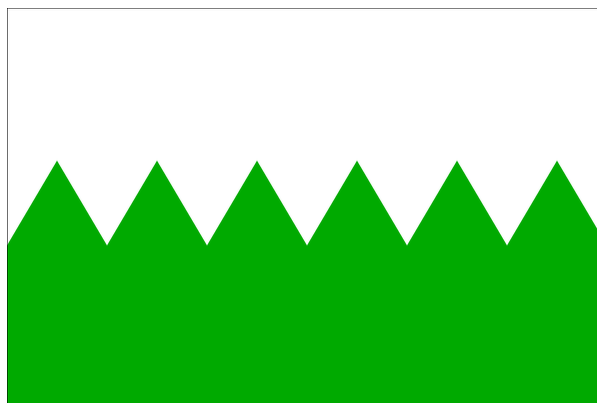
Také území Milovic se dělí na 4 části, kterými jsou Milovice, Benátská Vrutice, Mladá a Boží dar. Rozloha celku zaujímá plochu 3119 hektarů v nadmořské výšce 221 metrů nad mořem a celkový počet obyvatel zlehka přesahuje hodnotu 10 000. Počet obyvatel však rok od roku roste z důvodu neustálého přílivu mladých rodin do zrekonstruovaných nebo nově postavených bytů.

Obrázek 6: Znak města Milovice



Zdroj: ⁶⁶

Obrázek 7: Vlajka města Milovice



Zdroj: ⁶⁷

Nejzajímavějšími místy Milovic je mezinárodní vojenský hřbitov, kostel sv. Kateřiny Alexandrijské, památné platany stojící v aleji a několik pomníků. Z hlediska historie a jisté atraktivity ale zůstává nejpozoruhodnější a nejnavštěvovanější právě areál bývalého vojenského areálu s letištěm.

⁶⁶ WIKIMEDIA COMMONS. *Znak města Milovice*. [online]. [cit. 2015-02-19]. Dostupné z: <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Milovice-znak.svg>

⁶⁷ VLAJKY MĚST ČESKÉ REPUBLIKY. *Vlajka města Milovice*. [online]. [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: <http://mesta.vlajky.org/nahled-velky/milovice.png>

4 ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU VE VYBRANÉ OBLASTI

Do celkové analýzy cestovního ruchu patří zhodnocení selektivních, lokalizačních a realizačních faktorů vybrané oblasti. Při konkrétním průzkumu je třeba vyjmenovat ubytovací a stravovací zařízení a zhodnotit jejich kapacitu a úroveň. Dalším analyzovaným prvkem je doprava, infrastruktura a ostatní služby cestovního ruchu poskytované v oblasti Lysé nad Labem. Hlavní zaměření analýzy se orientuje na nabídku sportovního vyžití a především na nabídku adrenalinových sportů.

Mezi žádané specifické formy cestovního ruchu patří v posledních letech zábavní a atrakční cestovní ruch, čehož chytře využilo město Milovice. Tato forma cestovního ruchu nepotřebuje ke svému fungování kulturně-historické ani přírodní atraktivitu v destinaci, je však zcela závislá na vybudování speciální materiálně-technické základny. Je třeba neustále sledovat poptávku stávajících a potencionálních návštěvníků a Milovice přebily své nedostatky v oblasti selektivních, lokalizačních a realizačních faktorů cestovního ruchu výstavbou tematického parku Mirakulum.

Postupem času se zvětšuje také objem poptávky po adrenalinových sportech. Hlavním problémem k vybudování potřebné materiálně-technické základny jsou ve většině případů finanční a lidské zdroje. Nabídka zde nepokryje poptávku, proto lidé cestují za požadovanými službami do ostatních krajů České republiky nebo do zahraničí. Konkurenční výhodou nad ostatními destinacemi zde vynikají opět Milovice a jejich nabídka adrenalinového vyžití. Jak již bylo zmíněno v teoretické části, v České republice se provozováním paintballu zabývá téměř 60 organizací⁶⁸, z nichž osm je v Praze a Středočeském kraji. Největší firmou, která působí ve Středočeském kraji, je Paintballgame. Tato organizace funguje v České republice již od roku 1993 a provozuje přímo v areálu bývalé vojenské základny menší paintballové hřiště. Vybaveností, službami i velikostí plochy se toto hřiště řadí mezi průměrná hřiště. V nabídce Paintballgame vyniká areál vybudovaný též z bývalé vojenské základny, který se nachází v těsné blízkosti města Benešova. Již zmiňovaný bývalý vojenský areál v Milovicích je využíván k paintballu a airsoftu více provozovateli. Nezapomenutelnou akcí bylo Mistrovství České republiky v paintballu⁶⁹, které se tu konalo v roce 2010 pod vedením Paintballclubu Milovice.

⁶⁸ KDE SPORTOVAT. *Paintball Praha a Středočeský kraj*. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://kdesportovat.fitweb.cz/paintball-stredocesky-kraj-t18-r15.html>

⁶⁹ PAINTBALLCLUB MILOVICE. *Mistrovství ČR v paintballu*. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://www.paintballclubmilovice.cz/ms-cr-2010/>

4.1 Zhodnocení selektivních faktorů

Zhodnocení selektivních, neboli stimulačních faktorů, spočívá v analýze politických faktorů a politické situaci v dané zemi. Svůj vliv má na cestovní ruch také demografická struktura a životní úroveň místního obyvatelstva, životní prostředí a neopomenutelnými selektivními faktory jsou ty z řad subjektivních, do kterých se řadí vlastní zážitky, reklama a trendy.

I přes stále častější světové nepokoje, zůstává Česká republika nadále jednou z bezpečných zemí z hlediska politické situace. Problematika stability politické scény je zde však na velmi špatné úrovni. Časté střídání politiků způsobilo, že právě Česká republika je nejméně stabilní země ze všech zemí Evropské unie z hlediska politické stability.⁷⁰ Česká vláda je občany Středočeského kraje hodnocena jako nedůvěryhodná a nepříliš schopná. I přes tuto situaci zde však nemají podnikatelé větší problémy se zakládáním novým organizací a jejich budoucím fungováním.

Demografická struktura vykazuje počet a pohlaví obyvatel a vývoj populace. Pomocí demografické ročenky⁷¹ lze vidět, že ve správním obvodu ORP Lysá nad Labem počet obyvatel rok od roku stoupá, přičemž od roku 2004 do roku 2014 je zaznamenán průměrný nárůst zhruba 500 osob za rok. Celkově tu žije přes 24 000 osob, hustota zalidnění vykazuje hodnotu 193 osob na 1 km². Muži a ženy tu zaujímají téměř stejnou část obyvatelstva. Nejvíce osob je tu ve věku 15-64 let, tedy v takzvaném produktivním věku. Průměrný věk místních obyvatel se zde celou dobu sledování pohybuje kolem čísla 36.

Z hlediska nezaměstnanosti je na tom Středočeský kraj uspokojivě, ačkoliv kvůli oblasti Milovicka vykazuje mírně vyšší hodnoty nezaměstnaných osob, než je průměr v České republice.⁷² Životní úroveň místních obyvatel v roce 2014 mírně poklesla, dle Ministerstva financí by se však situace měla v roce 2015 zlepšit⁷³. Místní obyvatelé však považují ekonomickou situaci a na ni navazující životní úroveň za vcelku špatnou. Negativní hodnocení je v České republice obvyklé. Pozitivněji hodnotí situaci lidé s vyšším vzděláním a pracovníci ve vedoucích pozicích firem.

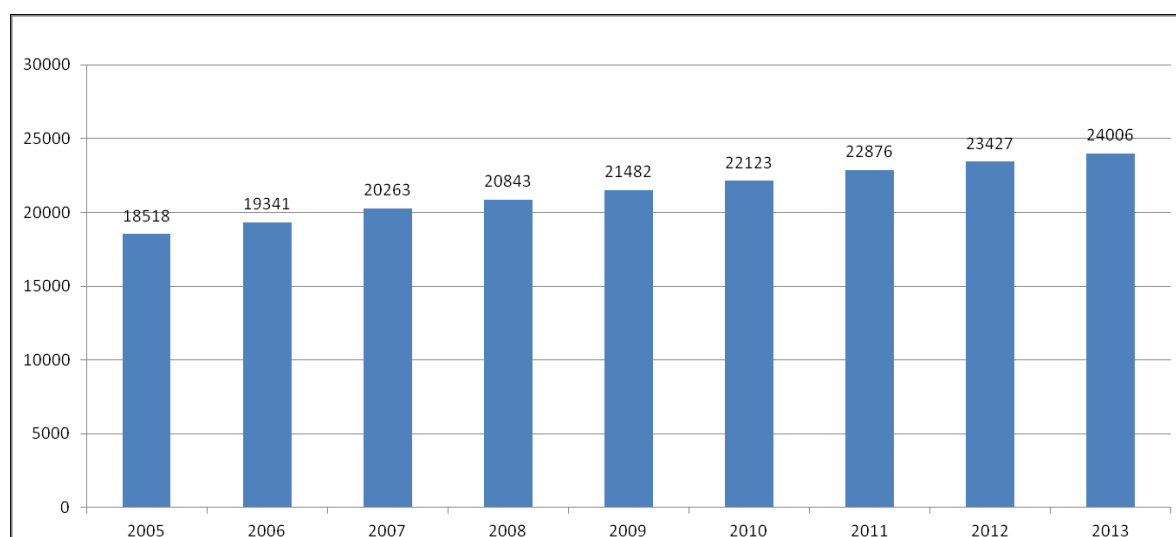
⁷⁰ MATOUŠEK, O. *Pohled zvenku. Politická stabilita v Česku je nejhorší z celé EU*. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://pohledzvenku.cz/politika/182-politicka-stabilita-v-cesku-je-nejhors-i-z-cele-eu>.

⁷¹ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Demografická ročenka správních obvodů obcí s pověřeným obecním úřadem*. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/2014edicniplan.nsf/kapitola/130057-14-r_2014-01.

⁷² Tamtéž. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/2004edicniplan.nsf/krajkapitola/13-2104-04--0290>.

⁷³ KRAJSKÉ LISTY. *Životní úroveň v Česku klesá*. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://www.krajskelisty.cz/zlinsky-kraj/6244-spatna-zprava-zivotni-uroven-v-cesku-klesa-prijmy-domacnosti-taktez-zapad-nam-utika-vic-a-vic.htm>

Graf 1 : Vývoj počtu obyvatel MAS Polabí



Zdroj: ⁷⁴

Subjektivní selektivní faktory záleží především na jednotlivcích, jejich názoru, pohledu a zkušenosti. Z výsledku pozorování a dotazování lze určit, že oblast ORP Lysé nad Labem je oblíbeným místem osob mířících především na místní výstaviště. Pokud se jedná o oblast Milovic, míří sem především lidé vyhledávající zábavu a organizované atraktivní cestovního ruchu, které se zde pořádají na území bývalého vojenského areálu. Většina příjezdějících výletníků míří do zdejšího parku Mirakulum. Zdejší návštěvníci hodnotí toto území kladně, avšak v každém případě by uvítali změny ve vybavenosti místa.

Ohledně trendů a módnosti se zde lze orientovat na dark tourism a asketickou formu dovolených, k čemuž je ideální prostředí v bývalém vojenském areálu, který je opředen sovětskou historií. Tato oblast je více než vhodná pro stále vyhledávanější trend, kterým je zážitková turistika. Ve světě tato forma turistiky známá již mnoho let. Vznikla ve skotských palírnách whisky, kde si návštěvníci mohli zkusit vyrobit svůj vlastní nápoj. Ona zážitková turistika⁷⁵ zahrnuje nejen gastronomické zážitky a emotivně prožité chvíle, ale také dobrodružný a adrenalinový cestovní ruch. Pro provozování dalšího z trendů, zelených forem cestovního ruchu, je vhodná zdejší příroda, vesničky se zachovalými přírodními zákoutími a místní krajinné oblasti.

⁷⁴ MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *Strategie MAS Polabí*. S. 6. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/7b9d3667-a814-4f45-a4c1-e6da16232cdb/STRATEGIE_MAS_-POLABI_pracovni_verze.pdf.

⁷⁵ SKALICKÁ, J. *Zážitková turistika zaměstnává všech pět smyslů*. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: http://www.cestovni-ruch.cz/results/zobraz_prispevek.php?id_prispevek=5658.

4.2 Zhodnocení lokalizačních a realizačních faktorů

O lokalizačních faktorech, které se dále dělí na společenské a přírodní, lze v některých případech hovořit také jako o atraktivitách cestovního ruchu. Kromě atraktivit však v sobě lokalizační předpoklady zahrnují také podnebí, hydrosféra, geologii, faunu a flóru a přírodní reliéf. V této části diplomové práce je atraktivitám cestovního ruchu věnována samostatná podkapitola. Reliéf Středočeského kraje není příliš členitý, přičemž právě analyzovaná východní část je převážně rovinatého rázu. Polabí vykazuje ze Středočeského kraje nejteplejší podnebí, a právě z tohoto důvodu a z důvodu většího množství srážek se zde daří zemědělství. Zobecnělo zde slovní spojení „Zahrada Čech“⁷⁶, kterými je vyjádřena ona úrodnost a teplotně nadprůměrná oblast. Územím protéká řeka Labe, která je jednou z nejdůležitějších řek evropského kontinentu. Jedná se o jednu z mála českých řek, kde je provozována již od 18. století vodní doprava. Právě s pomocí mezinárodní vodní dopravy na Labi, především díky exportu a importu přispívá Labe k lepší konkurenceschopnosti hospodářství České republiky. V oblasti geologie⁷⁷ nevyniká východní část Středočeského kraje nikterak výjimečným bohatstvím. Napříč kraje se v současné době těží pouze vápenec, jílovec, keramický jíl, stavební a dekorační kámen a štěrkopísky. Zemědělsky využívaná půda v povodí Labe je doplněna o borové a listnaté lesy. Orná a zemědělská půda tu převažuje svými 53 % nad zalesněným územím. Konkrétně okres Nymburk je se svými 18 % zalesnění⁷⁸ středočeským okresem s nejmenším podílem lesnatosti. Z hlediska ochrany přírody a krajiny se v blízkosti obce Ostrá nachází Mydlovarský luh, který byl prohlášen za evropsky významnou lokalitu NATURA 2000⁷⁹. Území Mydlovarského luhu je lokalitou vhodnou k existenci populace zvláštního druhu ryby, kterým je hořavka duhová⁸⁰.

Hlavními součástmi realizačních faktorů je doprava, telekomunikační spojení, dosah internetového připojení a materiálně-technická základna zahrnující nejen ubytovací a stravovací zařízení, ale také další infrastrukturu, mezi kterou se řadí sportovně-rekreační zařízení včetně venkovních hřišť, dále cestovní kanceláře a cestovní agentury, turistická informační centra a půjčovny automobilů a bicyklů. Analýze infrastruktury se věnuje jedna z nadcházejících podkapitol.

⁷⁶ PRÁZDNINY NA VENKOVĚ. *Střední Čechy – Polabí*. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://www.prazdninynavenkově.cz/lokalita/12/cms/159/>.

⁷⁷ STŘEDOČESKÝ KRAJ. *Geologie a těžba nerostných surovin*. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://www.kr-stredocesky.cz/web/zivotni-prostredi/geologie>.

⁷⁸ Tamtéž. *Lesnictví ve Středočeském kraji*. [online]. [cit. 2015-04-05]. Dostupné z: <http://www.kr-stredocesky.cz/web/zivotni-prostredi/lesnictvi>.

⁷⁹ NATURA2000. *Seznam lokalit*. [online]. [cit. 2015-04-05]. Dostupné z: http://www.nature.cz/natura2000-design3/web_lokality.php?cast=1805&akce=karta&id=1000101838

⁸⁰ ČESKÉ RYBY. *Hořavka duhová*. [online]. [cit. 2015-04-05]. Dostupné z: <http://ceskeryby.info/druhy-nasich-ryb/horavka-duhova/>

4.3 Atraktivita cestovního ruchu

Atraktivita cestovního ruchu bývají mnohdy hlavním důvodem návštěvy cílové destinace. Návštěvnost je tedy silně závislá na množství a významu atraktivit. Na ploše ORP Lysá nad Labem s celkovou rozlohou 12 110 hektarů se nachází několik kulturně-historických atraktivit. Více než to však území těží z pořádání organizovaných atraktivit cestovního ruchu. Kulturně-historické atraktivita zahrnují architektonické památky jako zámky, hrady a kláštery, užitkové a sakrální stavby, historická jádra měst, památníky, ale také muzea, galerie, divadla, kina a podobná zařízení. Analyzovaná oblast není příliš bohatá na kulturně-historické památky, proto je třeba vykompenzovat tyto nedostatky pomocí jiných lákavých atraktivit. Zámek a zámecký park v Lysé nad Labem je zřejmě nejvýraznější dominantou města. Barokní zámek však není zpřístupněn návštěvám široké veřejnosti z důvodu sídla domova důchodců. Naproti zámku byl v 18. století postaven augustiniánský klášter, v jehož prostorách je nyní umístěno sídlo Státního okresního archivu Nymburk⁸¹. V současnosti se rekonstruuje komplex staveb Bon Repos⁸². Areál vybudovaný uprostřed lesa na žádost hraběte Antonína Františka Šporka, zahrnuje ermitáž sv. Jeronýma, čtvercovou kapličku s kopulí, lovecký zámeček a Čínský pavilon, který je zdobený čínskými motivy. Sám hrabě řekl o tomto zámeckém komplexu: „*Tady je Bonrepos, kde si klid najdeš rád a tíhu starostí pod zámek můžeš dát. Nic víc tu nehledej, jen radost z ptáčích loví a rozkoš srdce zde prožiješ stále znovu.*“, což zcela jistě vystihuje charakteristiku areálu. V Lysé nad Labem mohou lidé navštívit Muzeum Bedřicha Hrozného, kde je vystavena stálá expozice o životě profesora Bedřicha Hrozného. Muzeum je však v současné době uzavřené z důvodu rekonstrukce, která bude probíhat do podzimu roku 2015. Další muzeum se nachází v Přerově nad Labem⁸³ a jedná se o skanzen založený roku 1967, kdy se pracovníci z krajské památkové péče rozhodli, že je třeba zachovat alespoň několik ukázek typické polabské lidové architektury. Od května do září bývá veřejnosti zpřístupněné muzeum v Milovicích, které představuje historii města. Na území ORP Lysá nad Labem se dále nachází několik menších vesnických kostelů a církevních památek.

Přírodní atraktivita se zde omezují na několik oblastí. Kromě již výše jmenovaného Mydlovarského luhu patří do evropsky významné lokality NATURA 2000 ještě oblast

⁸¹ STÁTNÍ OBLASTNÍ ARCHIV V PRAZE. *Státní okresní archiv Nymburk*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://www.soapraha.cz/nymburk>

⁸² ZÁMEK BON REPOS. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: http://www.zamekbonrepos.cz/?lang=1&page=historie_zamku.

⁸³ POLABSKÉ MUZEUM. *Přerov nad Labem*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://www.polabskemuzeum.cz/vystavy-prerov-nad-labem/historie-pnm-prerov-nad-labem>.

Polabské hůry⁸⁴. Jedná se o trojici svědeckých vrchů, osamocených vyvýšenin vytvořených erozní činností. Přerovská, Semická a Břístevská hůra byly do těchto chráněných oblastí zařazeny z důvodu výskytu ohrožených druhů rostlin a existence vzácných druhů některých bezobratlých živočichů. Další oblastí NATURA 2000 je Písnična u Byšiček, lesostepní komplex Milovice – Mladá. Na sever od Lysé nad Labem se rozkládá Národní přírodní rezervace Hrabanovská černava⁸⁵, území o rozloze téměř 28 hektarů s mokřady, slatinnými loukami a ohroženými druhy rostlin.

Sociální a organizované atraktivity jsou v oblasti ORP Lysá nad Labem rozšířeným pojmem. Město Lysá nad Labem, město Milovice a MAS Polabí se snaží o příliv návštěvníků právě prostřednictvím sociálních a organizovaných atraktivit. V Lysé nad Labem patří mezi každoročně konané akce Květinová slavnost, Lyský Montmartre, Dostihy, Romský festival, Dny evropského dědictví, Polabské variace, Zimní setkání v zámeckém parku, Vánoční zpívání a živý Betlém a výstavy uskutečňované v areálu výstaviště. Nejnavštěvovanější výstavy jsou „Kůň“, „Zemědělec“, který se koná na jaře a na podzim, listopadová „Rychlá kola“, „Chovatel“ a proslulé „Polabské vánoční trhy“. Jelikož do organizovaných kulturních atraktivit spadají také hudební, taneční a divadelní festivaly, podstatnou akcí, která sem každoročně láká tisíce návštěvníků, je hudební festival Votvírák⁸⁶. Tento festival každý rok na počátku měsíce června oficiálně otevírá proslulou českou festivalovou sezonu. Mezi organizované atraktivity se řadí také sportovní akce, například dostihové závody konané na závodisti v Lysé nad Labem, které funguje již od roku 1963⁸⁷. Velkou událostí byl pro území Milovicka konání 20. ročníku Mistrovství České republiky ve sportovním paintballu v roce 2010. Na otázku, proč se tato velkolepá sportovní akce odehrávala zrovna zde, odpovídá organizace Paintballclub Milovice zcela jednoznačně argumentem: „*Milovice jsou díky své historii mekou pro všechny hráče paintballu a airsoftu. Pokud bychom tedy měli najít místo, kde uspořádat největší paintball sportovní událost roku 2010, tak jsou to jednoznačně Milovice.*“⁸⁸ Pořadateli této akce jsou dlouholetí mistři české ligy Paintballclub Troja, organizátor komerčních paintballových her a sportovních turnajů Paintballgame, distributor a prodejce paintballového vybavení a jedna osoba, která se vším souvisí, Vladan Marek.

⁸⁴ MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ. *Polabské hůry*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://www.mzp.cz/natura/karty/CZ0210713.html>

⁸⁵ OCHRANA PŘÍRODY A KRAJINY V ČESKÉ REPUBLICE. *Národní přírodní rezervace Hrabanovská černava*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z:

http://www.cittadella.cz/europarc/index.php?p=index&site=NPR_hrabanovska_cernava_cz

⁸⁶ VOTVÍRÁK. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://www.votvirak.cz/index.php>

⁸⁷ DOSTIHY LYSÁ NAD LABEM. *Historie závodisti*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://www.dostihylysa.cz/historie-zavodiste>

⁸⁸ PAINTBALLCLUB MILOVICE. *MS ČR v paintballu 2010*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://www.paintballclubmilovice.cz/products/proc-prave-ms-cr-v-paintballe/>

4.4 Infrastruktura a služby cestovního ruchu

Z hlediska infrastruktury má Lysá nad Labem a obce spadající do vybraného území jisté rezervy. Obrovskou konkurenční výhodou z hlediska návštěvnosti přináší již zmiňované výstaviště. Výstaviště Lysá nad Labem, s. r. o.⁸⁹, je zprovozněno již od roku 1994. Na vnitřní i venkovní ploše s celkovou rozlohou více než 24 000 m² probíhá každoročně přes 30 výstav, na které míří návštěvníci z celé České republiky i ze zahraničí. Nejoblíbenějšími výstavami jsou kromě mikulášských a vánočních trhů především výstavy koní, květin, módy a motocyklů a automobilů.

Je třeba vybudovat a zkvalitnit infrastrukturu v oblasti sportu a rekreace, čímž se zlepší podmínky pro rozvoj aktivních forem cestovního ruchu. Dalším cílem je zkvalitnit služby cestovního ruchu a žádoucí by bylo vytvořit regionu jméno a image, které si budou návštěvníci pamatovat. V dokumentu „Koncepce rozvoje 2014 - 2020“⁹⁰ je uveden návrh na výstavbu plaveckého bazénu a velké víceúčelové sportovní haly v Lysé nad Labem, z nichž oboje by zcela jistě uvítali jak místní obyvatelé, tak návštěvníci přijíždějící do této lokality. Největším zdrojem příjmů pro sportovně-rekreační zařízení je však stále domácí cestovní ruch. Ačkoliv v ORP Lysá nad Labem působí 43 sportovních klubů a organizací, stále je co zlepšovat. Nachází se zde 13 dětských hřišť, 5 fotbalových hřišť, 4 sportovní plochy, 3 tělocvičny, tenisové kurty, skateboardové hřiště a skatepark, horolezecká stěna, dráha pro bikros⁹¹ a 2 soukromé sportovní haly. Na kopci Šibák, který vyčnívá těsně za Lysou nad Labem, je freeride trať pro horskou cyklistiku. Nejbližší místo pro golfovou turistiku je v Benátkách nad Jizerou, kde je ve výstavbě hřiště s 18 jamkami. Podmínky pro zřízení více golfových hřišť jsou v tomto regionu takřka ideální, problémem však jsou vysoké zřizovací náklady. V Lysé nad Labem je návštěvníkům k dispozici kino a budova divadla.

Nachází se zde omezená nabídka cyklostezek⁹² a naučných stezek, jejich hustota tu dosahuje nejmenší hodnoty z téměř celé České republiky. Pro pěší turistiku⁹³ zde není zřízen dostatek stezek. Z Lysé nad Labem do Čelákovic vede naučná stezka o délce 16,5 km. Na stezce se nachází 23 zastávek s informačními tabulemi o místní historii, botanice, geologii a paleontologii. Územím nevede žádná cyklostezka I. třídy, okrajově zde prochází

⁸⁹ VÝSTAVIŠTĚ LYSÁ NAD LABEM. *O nás*. [online]. [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: <http://www.vll.cz/p15/11/o-nas>

⁹⁰ MĚSTO LYSÁ NAD LABEM. *Územní plán*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://www.mestolysa.cz/cz/uzemni-planovani/uzemni-plan-lysa-nad-labem>

⁹¹ MĚSTO MILOVICE. *Přehled sportovních zařízení*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://www.mesto-milovice.cz/sportovni-zarizeni/d-3486/p1=3273>

⁹² CYKLOSERVER. *Značené cyklotrasy v ČR*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://www.cykloserver.cz/zpravy-prilohy/4trida.pdf>

⁹³ NAUČNÉ STEZKY STŘEDOČESKÉHO KRAJE. *Lysá nad Labem-Čelákovice*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: http://www.naucne-stezky.eu/v/doku.php/stezky/lysa_nad_labem_celakovice

cyklostezka II. třídy, která má číselné označení 24 a vede přes Ostrou, Byšičky, Nymburk a Poděbrady do Liblic nad Cidlinou. Její celková délka je 37 kilometrů. Dále zde vedou cyklostezky IV. třídy, konkrétně ta s číselným označením 0037 vedoucí přes Milovice, Starou Lysou, Lysou nad Labem do obce Káraný. Cyklostezka 0019 vedoucí z Kostelce nad Labem přes Brandýs nad Labem, končící v Přerově nad Labem, má délku 17 kilometrů. Cyklostezka číslo 0041 o délce 18 kilometrů vede z obce Káraný přes Starou Lysou do obce Kochánky. Pojmem v oblasti cyklotras je Labská stezka⁹⁴, která prochází 5 kraji České republiky a vede podél řeky Labe. Občanské sdružení sídlící v Nymburce dalo Labské stezce motto „Labská cyklotrasa – od pramene k moři – napříč Evropou – bez bariér“ a tato slova se snaží dodržet díky spolupráci s partnery, kterými jsou kraje, obce, podnikatelé, místní akční skupiny, neziskové organizace a destinační společnosti.

Tabulka 2: Cyklostezky

Označení	Průběh cyklostezky	Délka
24	„Labská stezka“ Vysoká n. L. – Poděbrady – Ostrá – Mělník	152 km
0019	Kostelec n. L. – Brandýs n. L. – Přerov n. L.	17 km
0037	Milovice – Stará Lysá – Lysá n. L. - Káraný	22, 5 km
0041	Káraný – Stará Lysá - Kochánky	18 km

Zdroj: autorka práce, 2015

Tematické parky⁹⁵ se stávají vyhledávaným místem turistů, kteří využívají nabízené zábavy společně s mnoha doprovodnými službami jako je ubytování, stravování a další doplňkové služby. Zábavné aktivity tu bývají spojené mnohdy s vzděláním a historií. Park Mirakulum⁹⁶ využívá milovické polohy a všech jejích výhod, z nichž největší je klidné venkovské prostředí v Polabí a blízkost Prahy, Liberce a Hradce Králové, měst tvořících kolem Milovic pomyslný trojúhelník. Park nabízí takové atrakce, jakými jsou lanové centrum, minizoo, trampolína, hradová prolézačka, obří houpačky, podzemní bludiště, lesní naučná stezka nebo oáza s vodním světem. Zajímavostí je, že při výstavbě areálu pomáhali vězni z nedaleké věznice Jiřice.

⁹⁴ LABSKÁ STEZKA. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://www.labskastezka.cz/cz/smeps/stredocesky-kraj/lysa-n.-l.>

⁹⁵ PÁSKOVÁ, M. a J. ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 1. vyd. MMR, 2002. S. 289. ISBN 80-239-0152-4.

⁹⁶ MIRAKULUM. *O parku*. [online]. [cit. 2015-03-06]. <http://www.mirakulum.cz/o-parku.html>

Vymezená oblast nenabízí nabídku příliš kvalitních služeb, ať už z hlediska ubytování nebo stravování. Na relativně dobré úrovni je tu však i přes jistou přetíženost doprava. Dopravní spojení je zde více než uspokojivé především z důvodu železničního uzlu, přilehlých pozemních komunikací a zajištěné autobusové dopravě. Vcelku uspokojivou kvalitou se pyšní také některé ostatní služby jako například turistická informační centra.

Turistická informační centra (dále také TIC) poskytují návštěvníkům destinace souhrnné informace o samotném místě a jeho okolí, o atraktivitách cílové destinace, o zajímavostech z historie i současnosti. Doporučují hostům možnosti ke stravování, ubytování a k návštěvě společenských, kulturních a sportovních akcí. Dále informují o dopravních spojích vlaků a autobusů a o činnostech místních institucí. Kromě informačních služeb dále nabízí služby průvodce, kopírování, směnárství a inzerci. V Lysé nad Labem na Husově náměstí v budově městského úřadu sídlí turistické informační centrum⁹⁷, jehož otevírací doba je celý týden kromě úterků a nedělí od 8⁰⁰ do 18⁰⁰. Nabízí zde komentované prohlídky města, které si však zájemci musí předem objednat. Turistické informační centrum⁹⁸ je také v Milovicích na Náměstí 30. června. Otevírací doba je od pondělí do pátku od 9⁰⁰ do 12⁰⁰, v letních měsících je otevřeno od 9⁰⁰ do 17⁰⁰. Ve Staré Lysé se nenachází přímo turistické informační centrum, v budově místního úřadu však pracovníci podají mnohdy lepší informace než v mnohých oficiálních TIC.

Tabulka 3: Infocentra

Název	Adresa	Otevírací doba
IC Lysá nad Labem	Husovo náměstí 23	Po, St, Čt, Pá 8 ⁰⁰ - 18 ⁰⁰
	Lysá nad Labem	So (duben-září) 9 ⁰⁰ - 13 ⁰⁰
TIC Milovicka	Náměstí 30. června 507	Září-červen 9 ⁰⁰ - 12 ⁰⁰
	Milovice - Mladá	Červenec-srpen 9 ⁰⁰ - 17 ⁰⁰
OÚ Stará Lysá	Stará Lysá 56	Po, St 7 ³⁰ - 17 ⁰⁰
		Út, Čt 7 ³⁰ - 16 ⁰⁰
		Pá 7 ³⁰ - 14 ⁰⁰

Zdroj: autorka práce, 2015

⁹⁷ TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM LYSÁ NAD LABEM. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://iclysa.cz/>

⁹⁸ INFO ČESKO. *Turistické informační centrum Milovice*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://sluzby.infocesko.cz/content/stredni-cechy-severovychod-polabi-obchod-sluzby-informacni-centra-informacni-centrum-milovice.aspx>

4.4.1 Ubytování

Středočeský kraj nabízí přes 900 ubytovacích zařízení s počtem pokojů přesahující 16 000, což je celkem téměř 46 000 lůžek⁹⁹. Z těchto hodnot disponuje relativně malé území ORP Lysá nad Labem 11 hromadnými ubytovacími zařízeními¹⁰⁰ a 3 ostatními ubytovacími zařízeními s celkovým počtem 306 lůžek. Názory některých odborníků říkají, že by bylo třeba vybudovat na tomto území nová ubytovací zařízení, která budou poskytovat kvalitní základní i doplňkové služby. Otázkou ale zůstává, zda je to nyní vhodné při využití ubytovacích kapacit pouhými 13 %. Nejdříve je žádoucí zapracovat na celkové infrastruktuře, která přiláká návštěvníky.

Tabulka 4: Ubytovací zařízení

Název	Sídlo	Kapacita
Penzion Kotvas	Milovice	10 pokojů (27 lůžek)
Hostel U Jelínků	Milovice	4 pokoje (10 lůžek)
Penzion Milovice	Milovice	6 pokojů (12 lůžek)
Penzion Na statku	Starý Vestec	6 pokojů (18 lůžek)
Penzion Bomber	Přerov nad Labem	13 pokojů (33 lůžek)
Penzion Polabí****	Přerov nad Labem	11 pokojů (28 lůžek)
Apartmá Diana	Ostrá	2 pokoje (8 lůžek)
Penzion Pohoda	Ostrá	4 pokoje (12 lůžek)
Ubytování p. Špačková	Lysá nad Labem	2 pokoje (9 lůžek)
Penzion Alfa	Lysá nad Labem	16 pokojů (42 lůžek)
Ubytovna	Lysá nad Labem	12 pokojů (40 lůžek)
Penzion Přemyslova	Lysá nad Labem	14 pokojů (42 lůžek)
Penzion U háje	Lysá nad Labem	5 pokojů (12 lůžek)
Penzion U vinné révy***	Lysá nad Labem	4 pokoje (13 lůžek)

Zdroj: autorka práce, 2015

⁹⁹ MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. *Ročenka cestovního ruchu 2013*. [online]. [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: <http://webview.triobo.com/cestovnuruch/rocenka-2013>

¹⁰⁰ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Hromadná ubytovací zařízení ČR*. [online]. [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/huz/okres.jsp?k=CZ0208>

Téměř všechna nabízená ubytovací zařízení spadají do kategorie průměrných zařízení, jejich nabídka služeb je dostačující a cena přiměřená. V ceně ubytování je v některých případech zahrnuta snídaně. Ze zajímavostí však možno zveřejnit, že penzion Bomber v Přerově nad Labem otevřel roku 1993 otec fotbalisty Tomáše Skuhravého, se kterým je spjaté jméno tohoto ubytovacího zařízení. Hosté si zde mohou prohlédnout trofeje z fotbalových zápasů. Z ubytovacích zařízení však vyniká kvalitou nově zrekonstruovaný Penzion Polabí****, kde mají hosté k dispozici restauraci s nabídkou kvalitního občerstvení a malé wellness centrum. K 10 hromadným ubytovacím zařízením se řadí ještě apartmá, ubytovna a ubytování v soukromí. Obec Ostrá disponuje pouze dvěma menšími zařízeními určenými k ubytování.

Milovický penzion Kotvas nabízí svým hostům ubytování v pokojích s vlastním sociálním zařízením, televizí a Wifi připojením. Stravování je zde možné vlastní, k čemuž je k dispozici kuchyňský kout na společné chodbě. Další možností stravování je nedaleká restaurace u Farkačů. Cena za noc na osobu je 300,- bez stravy při 2 a více osobách na pokoji. Malý rodinný Penzion Milovice disponuje 6 pokoji vybavenými televizí, telefonem, Wifi a klimatizací. Tento penzion je vyhlášený tím, že poskytuje azyl především milencům, proto jsou ceny vyšší. Za noc návštěvníci zaplatí za dvoulůžkový pokoj 1150,- bez stravy. Rekonstruovaný penzion Na Statku nabízí kromě ubytování svým hostům také stravování v příjemné atmosféře místní restaurace. Ubytování je zde umožněno v 6 pokojích, cena dvoulůžkového pokoje za noc činí 800,-.

Již zmiňovaný penzion Bomber nabízí ubytování především návštěvníkům přerovského skanzenu, ale v posledních letech se zvyšuje návštěvnost fotbalovými fanoušky. Součástí penzionu je restaurace ve fotbalovém italském stylu o celkové kapacitě 64 míst. Přerovský Penzion Polabí vyniká kvalitou a poskytovanými službami. Cena za noc ve dvoulůžkovém pokoji je 1060,- včetně bohaté kontinentální snídaně, parkování a připojení k internetu.

Penzion Alfa se nachází na hlavní příjezdové komunikaci v Lysé nad Labem. Nabízí svým hostům ubytování ve vybavených nadstandardních pokojích a apartmánech s výhledem na pěší zónu. V přízemí penzionu je prostorná jídelna, která zajišťuje snídaně místních ubytovaných hostů. Další stravování je zajištěno v restauraci, která je v těsném sousedství penzionu. V chatové oblasti u řeky Labe byla postavena ubytovna, která náleží Veslařskému klubu. Zdejší pokoje nemají vlastní sociální zařízení, návštěvníci využívají společných prostor. Cena za osobu za noc je 220,-. V blízkosti lesoparku je penzion U Háje s vlastní restaurací. Zdejší pokoje jsou se společným sociálním zařízením a malou kuchyní. Svou cenou 250,- za osobu za noc se řadí mezi nejlevnější ubytovací zařízení svého druhu v ORP Lysá nad Labem. A nakonec rodinný penzion U vinné révy nabízí k ubytování útulné pokoje s příjemnou domácí atmosférou, za které si účtuje 500,- za osobu za noc.

4.4.2 Stravování

Stravovacích zařízení je v oblasti ORP Lysá nad Labem dostatek. V téměř všech zařízeních dbají na čistotu, ochotný personál a kvalitní pokrmy. Ceny jsou také v oblasti stravování odpovídající. V Lysé nad Labem a Milovicích je množství příjemných restaurací, v menších obcích se nachází menší pivnice a hostince, které navštěvují především místní obyvatelé.

Tabulka 5: Stravovací zařízení

Sídlo	Názvy stravovacích zařízení
Lysá nad Labem	Pizzeria Matylda Pizzeria Dallas Restaurace Na sídlišti Restaurace a pizzeria Gurmán U bílé labutě U krále Václava
Milovice	U Farkačů Pizzeria Pat-Mat Pizzeria Piacenza U Jáchyma Restaurace U Jelínků Restaurace Milten Restaurace Mladá
Přerov nad Labem	Restaurace u skanzenu Penzion Polabí****

Zdroj: autorka práce, 2015

Město Lysá nad Labem disponuje několika kvalitními stravovacími zařízeními. Pizzeria Matylda¹⁰¹ je v provozu každý den a přichází s nabídkou italských specialit, především těstovin, salátů, mas a pizzy. Oproti tomu pizzeria Dallas má ve své nabídce pokrmů pouze pizzy, kterých však vyrábí přes 40 druhů. Restaurace a pizzeria Gurmán uvádí možnost rozvozů objednaných pokrmů. Jídelní lístek je vcelku obsáhlý, některým hostům by se nemusela zamlouvat přílišná rozmanitost jídel. Chybí zde určité zaměření na vybraný druh gastronomie. Restaurace U bílé labutě¹⁰² poskytuje své prostory, jak vinárnu, formanku, salonek či letní zahradu, také ke konání různých speciálních akcí, které si však hosté musí

¹⁰¹ PIZZERIA MATYLDA. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://luco.cz/jom/>.

¹⁰² U BÍLÉ LABUTĚ. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://www.labut.info/>.

předem objednat. Jako jedna z mála místních restaurací provozuje také cateringové služby. Nedaleko výstaviště se nachází také restaurace U krále Václava¹⁰³, která se pyšní spoluprací s nedalekým penzionem Alfa. Toto stravovací zařízení pořádá v letní sezoně akce spojené s grilováním.

Stravování v Milovicích zajišťuje také několik kvalitních stravovacích zařízení. Nově zrekonstruovaná restaurace U Farkačů¹⁰⁴ se chlubí bohatou historií z dob začátku minulého století. Stejně jako většina ostatních zařízení poskytuje své prostory k pronájmu a pořádání oslav, svateb, rautů a firemních školení. Pizzeria Pat-Mat je zřejmě nejlepším podnikem v ORP Lysá nad Labem. Personál je tu velmi ochotný, prostory oplývají příjemnou atmosférou a pokrmy vynikají výtečnou chutí. Italské speciality tu zaměstnanci připravují z čerstvých surovin a ke grilování kvalitního masa využívají lávový gril. Od pondělí do pátku je v nabídce také polední menu, tuto službu však poskytují téměř všechny místní restaurace. Také pizzeria Pat-Mat nabízí služby cateringu. Také pizzeria Piacenza s venkovní zahrádkou se orientuje na italskou kuchyni. V menší míře nabízí svým hostům pokrmy z české kuchyně. Milovická restaurace U Jelínků¹⁰⁵ se může pyšnit pravou domácí kuchyní a především svou vlastní cukrárnou. Nad prostory restaurace a cukrárny byl vybudován hostel určený ke krátkodobému i dlouhodobému ubytování. Restaurace Milten¹⁰⁶ se pyšní certifikační značkou, které uděluje známý český šéfkuchař Zdeněk Pohlreich. Tuto restauraci odměnil ve svém hodnocení 3 hvězdami, což znamená excelentní pokrmy podávané v odpovídajícím prostředí a samozřejmě je školený a zkušený personál. Zaměstnanci i hosté se zde řídí heslem: „Dobře vařit a sdílet potěšení z dobrého jídla a pití s přáteli, patří k radosti ze života.“ Restaurace Milten je součástí sportovního areálu, který se orientuje na tenis a v březnu roku 2015 zde začíná výuka i samotné hry badmintonu. Restaurace Mladá se nachází v klidné lokalitě na okraji Milovic. Na novém jídelním lístku si mohou hosté vybrat z tradiční české kuchyně, výtečných steaků a domácích burgerů. Ve všední dny rozváží externí zaměstnanci restaurace pokrmy z poledního menu.

Hostinec U skanzenu v Přerově nad Labem je zaměřen na klasickou českou a staročeskou kuchyni, tomu je přizpůsoben také interiér hostince. Také zde je možnost objednání a následného pořádání společenské akce. Restauraci má ve svých prostorech také Penzion Polabí. Tato restaurace se orientuje za kulinářský zážitek v podobě špičkově vyrobených pokrmů z kvalitních surovin.

¹⁰³ U KRÁLE VÁCLAVA. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://www.restauracelysa.cz/>.

¹⁰⁴ U FARKAČŮ. [online]. [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: http://www.restauraceufarkacu.cz/index.php?option=com_phocagallery&view=category&id=1&Itemid=7.

¹⁰⁵ U JELÍNKŮ. [online]. [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <http://www.ujelinku.cz/cz/uvodni-stranka>.

¹⁰⁶ MILTEN. [online]. [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <http://www.milten.cz/index.php/restaurace-milten>.

4.4.3 Doprava

Oblast Lysolabska disponuje výhodnou polohou a velmi dobrou dopravní dostupností. Území je obklopeno Prahou, Kolínem a Mladou Boleslaví, kterou vymezují silnice D11 vedoucí z Prahy do Hradce Králové, rychlostní komunikace R10 vedoucí z Prahy do Liberce a silnice první třídy I/38 z Nymburka do Mladé Boleslavi. Středočeský kraj vlastní jednu z nejhustších dopravních sítí, která je však také sítí nejzatíženější. Vlastníkem dálnic, rychlostních silnic a pozemních komunikací I. třídy je stát a správu vykonává Ředitelství silnic a dálnic ČR¹⁰⁷. Vlastníkem pozemních komunikací II. a III. třídy je Středočeský kraj. Tyto komunikace spravuje příspěvková organizace Krajská správa a údržba silnic Středočeského kraje (KSÚS SK). Území Lysé nad Labem se spolu s celým okresem Nymburk řadí do oblasti Správy a údržby silnic Kutná Hora¹⁰⁸. Milovice a Jiřice protíná silnice druhé třídy II/272, která vede z Českého Brodu, přes Lysou nad Labem do Benátek nad Jizerou, dále II/331 Poděbrady - Lysá nad Labem - Nymburk a komunikace II/332 z Lysé nad Labem na Straky. Silnice II/611 vede z Prahy do Hradce Králové přes Poděbrady. Dále protínají území místní komunikace III. třídy, konkrétně například pozemní komunikace III/3314 a III/2727 vedoucí přes Starou Lysou.

Tabulka 6: Seznam pozemních komunikací II. třídy

Silnice II: třídy	272 (Benátky nad Jizerou – Lysá nad Labem – Český Brod) 331 (Lysá nad Labem – Nymburk – Poděbrady) 332 (Lysá nad Labem – Milovice) 611 (Praha – Hradec Králové)
--------------------------	--

Zdroj: autorka práce, 2015

Od roku 1874 patří mezi hlavní prvky místní dopravy železnice. Konkrétně se jedná o dvoukolejnou elektrizovanou celostátní železniční trať 231, kde z Lysé nad Labem jezdí vlaková spojení Praha – Nymburk – Kolín v půlhodinovém časovém úseku. Prochází zde také železniční trať 072 z Lysé nad Labem do Ústí nad Labem. Z Lysé nad Labem do Milovic vede jednokolejná regionální vlaková trať s číselným označením 232. Jízdní řády jsou uvedeny na internetových stránkách.¹⁰⁹ Autobusová doprava je tu na dobré úrovni, dostatek spojů dopravuje osoby do zaměstnání a škol v Lysé nad Labem nebo na nádraží Českých drah. Provozovatelem autobusových linek je společnost ČSAP Nymburk a ČSAD Střední Čechy.

¹⁰⁷ ŘEDITELSTVÍ SILNIC A DÁLNIC ČR. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://www.rsd.cz/>.

¹⁰⁸ STŘEDOČESKÝ KRAJ. *Cestmistrovství správ a údržeb silnic*. [online]. [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: <http://gis.kr-stredocesky.cz/dokumenty/doprava/cestmistrovstvi/cestmistrovstvi.html>.

¹⁰⁹ ČESKÉ DRÁHY. *Detail vyhledané stanice*. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://www.cd.cz/cd-online/staniceinfo.php?nazev=53114>.

4.5 Podpora rozvoje

Česká republika má jako celek dobré předpoklady pro rozvoj sportovně-turistického cestovního ruchu. Regionální politika rozvoje této aktivní formy cestovního ruchu se rozvíjí vcelku pomalým tempem a dodnes není uspokojivě zpracována a rozvinuta. Zahraniční návštěvníci však nepovažují Českou republiku z hlediska sportů za příliš zajímavou a rozvinutou, přestože každý z českých krajů nabízí velké množství rozličných kvalitně poskytovaných služeb. Každá obec, která se snaží o příliv financí z cestovního ruchu přílivem nových návštěvníků, by měla dostatečně využít nabízené dotace a podporu. Dotace lze čerpat například ze strukturálních fondů Evropské unie¹¹⁰. Podpoře Středočeského kraje se věnuje Centrum pro regionální rozvoj České republiky¹¹¹, které se zaměřuje na informování subjektů ohledně jejich plánovaných projektů, sleduje vývojové trendy a poskytuje informace, které neuvádí Český statistický úřad. Ministerstvo pro místní rozvoj podporuje obnovu a rozvoj venkovských obcí. Ve svém programu „Podpora obnovy a rozvoje venkova 2014“¹¹² se snaží zapojit mladé lidi do komunitního života obcí, dále usiluje o obnovu drobných sakrálních staveb a v neposlední řadě podporuje spolupráci obcí vedoucí k jejich rozvoji. Podpora cestovního ruchu je hlavním tématem v dokumentu „Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014 – 2020“. Kromě Ministerstva pro místní rozvoj České republiky se o podporu rozvoje domácího cestovního ruchu snaží také Česká centrála cestovního ruchu, CzechTourism, se svým programem „Kudy z nudy“. Aktuálně láká sportovní příznivce do areálu výstaviště v Lysé nad Labem na Rock Point Český pohár v boulderingu¹¹³. Jedná se o první ročník, záleží tedy na návštěvnosti a úspěšnosti, jak se tato událost bude vyvíjet do budoucích let. Podporu a propagaci sportovně-turistického cestovního ruchu zajišťuje tedy především CzechTourism, vydává každoročně brožuru s nabídkou aktivně strávené dovolené na území České republiky. Velmi však v této sféře záleží na spolupráci veřejného a soukromého sektoru.

Tvorba rozvojových opatření a jejich realizace na území ORP Lysá nad Labem záleží na spolupráci všech zainteresovaných subjektů. Největší zásluhu má na rozvoji cestovního ruchu již zmiňovaná MAS Polabí. Ohledně adrenalinových sportů, zejména paintballu a motocrossu, je podpora rozvoje téměř zanedbatelná i přes dostupný potenciál.

¹¹⁰ MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *Strukturální fondy EU*. [online]. [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020>

¹¹¹ REGIONÁLNÍ INFORMAČNÍ SERVIS. *Středočeský kraj*. [online]. [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/stredocesky-kraj>

¹¹² MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *Podpora rozvoje a obnovy venkova 2014*. [online]. [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Regionalni-politika/Programy-Dotace/Podpora-rozvoje-a-obnovy-venkova-2014>

¹¹³ KUDY Z NUDY. *Český pohár v boulderingu*. [online]. [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/akce/rock-point-cesky-pohar-v-boulderingu.aspx>

5 SWOT ANALÝZA

Sestavení SWOT analýzy je jednou z klíčových oblastí marketingového řízení. A její pomocí lze snadno zjistit rozbor vnějšího okolí a vnitřních aspektů. SWOT analýza byla použita na zhodnocení vybrané oblasti Středočeského kraje, zdejší služby a analýzu cestovního ruchu.

Tabulka 7: SWOT analýza ORP Lysá nad Labem

SILNÉ STRÁNKY (Strengths)	SLABÉ STRÁNKY (Weakness)
1. Dopravní dostupnost a výhodná poloha 2. Železniční uzel 3. Řeka Labe 4. Úrodnost 5. Cyklostezky 6. Atraktivita (Výstaviště Lysá nad Labem, Mirakulum a bývalý vojenský areál Milovice, Skanzen v Přerově nad Labem) 7. Snaha MAS Polabí a Zlatého pruhu Polabí 8. Turistická informační centra 9. Dostatek stravovacích zařízení	1. Nedostatečně vyvinutá infrastruktura (bazén a koupaliště, sportovní hala) 2. Nedostatek kvalitních ubytovacích zařízení 3. Malá návštěvnost 4. Nevyužitý potenciál 5. Nedostatečná propagace 6. Malá spolupráce soukromého a veřejného sektoru 7. Téměř žádné informační tabule, směrovky 8. Nedostatek parkovacích míst
PŘÍLEŽITOSTI (Opportunity)	HROZBY (Threat)
1. Tvorba jména a image destinace 2. Tvorba nových produktů CR 3. Zlepšení infrastruktury 4. Růst zaměstnanosti v oblasti služeb 5. Vodní doprava na Labi 6. Vybudování nových cyklostezek 7. Nový segment návštěvníků 8. Příjezdy zahraničních návštěvníků 9. Podpora sportovně-turistického CR 10. Podpora místních podnikatelů 11. Ekoturistika, agroturistika 12. Blízkost Prahy a Mladé Boleslavi	1. Ekonomika a politika státu 2. Zadluženost a finanční nedostatky 3. Blízkost Prahy a Mladé Boleslavi 4. Nezrealizované silniční obchvaty 5. Ostatní regiony 6. Nespolupráce subjektů 7. Zhoršení kvality životního prostředí 8. Znečištění ovzduší

Zdroj: autorka práce, 2015

V souvislosti se zpracováním SWOT analýzy se jako návaznost na ni zpracovávají další, z ní vycházející, strategie. Strategie využití (SO) je porovnáním silných stránek a příležitostí. Strategie hledání (WO) je komparací slabých stránek a příležitostí. Strategie konfrontace (ST) je souhrnem silných stránek a možných hrozeb. Strategie vyhýbání (WT) je nejhorší možné riziko pro porovnávání slabých stránek a hrozeb. Výsledkem SWOT analýzy je konfrontační matice, kde se porovnávají silné stránky s příležitostmi a hrozbami a naopak slabé stránky s příležitostmi a hrozbami. Výsledky těchto vztahů poté mohou pomoci k dalším směrům, kam by se měla organizace, v tomto případě destinace ubírat.

Pokud se ORP Lysá nad Labem zaměří na strategii využití, prvními částmi komparace je výhodná poloha a dobrá dopravní dostupnost společně s příležitostí tvorbou image destinace a jejího jména. Tato silná stránka by mohla příležitosti v určitých případech být nápomocná. Nejlepší výsledek však vychází ze silné stránky, kterou je řeka Labe a místní atraktivita cestovního ruchu, které by mohly v mnohém podpořit případné příležitosti, ať už tvorbu image destinace, tvorbu nových produktů cestovního ruchu, tak samozřejmě příliv nového segmentu návštěvníků a příjezdy zahraničních návštěvníků.

Při strategii hledání by se mohlo velké množství slabých stránek rázem proměnit v příležitosti pro vybranou oblast. Nedostatečně vyvinutá infrastruktura by se podporou místních podnikatelů a podporou některých forem cestovního ruchu mohla zlepšit, poté by se vytvořily nové produkty, díky kterým by bylo možné zaměřit se na nové segmenty návštěvníků také z řad zahraničních hostů. Nedostatek kvalitních ubytovacích zařízení by vyřešilo pouze zlepšení stávajících, popřípadě výstavba nových zařízení. Malou míru návštěvnosti by zcela jistě pomohlo vyřešit dobré jméno destinace společně s již zmíněným zaměřením na nové segmenty návštěvníků. V tomto případě by mohla pomoci také příležitost, kterou je blízkost velkých měst, Prahy a Mladé Boleslavi. Tranzitní cestující by se mohli v určitém případě stát příjezďáky a jejich cílové místo by se změnilo.

Strategií konfrontace lze zjistit, že i přes dobrou dopravní dostupnost a železniční trať je tu stále velké ohrožení většími atraktivnějšími městy. Řeku Labe by mohlo ohrozit znečištění životního prostředí společně se znečištěním samotné vody. Existující cyklostezky a atraktivita cestovního ruchu mohou být vážně ohroženy nabídkou mnohdy lepších cyklotras a aktivit v ostatních regionech. A práci turistických informačních center by mohla znesnadnit malá spolupráce subjektů v obcích.

Ze strategie vyhýbání je nejhorší kombinací vyjmenování téměř všech slabých stránek, především nevyvinuté infrastruktury, nevyužitého potenciálu a nedostatečné propagace společně s hrozbou nedostatku finančních prostředků a konkurencí v ostatních regionech.

5.1 Silné stránky

Polabí je považováno za místo s teplejším podnebím než okolní oblasti. Na severovýchodě Středočeského kraje se tedy daří pěstování pšenice, cukrové řepy, ječmenu, ovoce a zeleniny. Zemědělská a průmyslová výroba zůstává i v průběhu let silnou stránkou. Z průmyslu je tu nejvýraznější strojírenství, chemická výroba, potravinářství, keramika a polygrafie. Úrodnost a teplé podnebí má za následky řeka Labe, která je nejen silnou stránkou oblasti, ale skrývá se v ní velké množství dosud nevyužitých příležitostí. Labská vodní cesta je však nadále jedinou českou možností námořní dopravy. Podél Labe skrz město Lysá nad Labem a podél obce Ostrá prochází část Labské stezky, nejdelší cyklostezky na tomto území. Je zde ještě několik cyklostezek, oblast by si jich však zasloužila více. Obvod obce s rozšířenou působností Lysá nad Labem má hustou dopravní síť, jsou zde silnice II. a III. tříd, které má ve svém vlastnictví kraj, zatímco místní komunikace jsou ve vlastnictví obcí. Velkou výhodou jsou místní železniční tratě, které denně přepraví mnoho cestujících. Veřejná doprava celkově vykazuje ve Středočeském kraji přes 700 autobusových linek a 1700 vlakových spojů na 50 železničních tratích.

Ačkoliv území Lysolabska neoplývá mnoha kulturně-historickými památkami, má zcela určitě svým návštěvníkům co nabídnout. Ať už jsou to atraktivity v podobě muzeí, organizovaných akcí na výstavišti v Lysé nad Labem nebo atrakce pro děti i rodiče v milovickém parku Mirakulum. Organizací věnujících se pořádání volnočasových aktivit tu působí vcelku velké množství, což je určitou konkurenční výhodou. Silnou stránkou je zdejší příroda, kde se nachází množství chráněných oblastí, z nichž některé spadají do území evropsky významné lokality NATURA 2000. Zachovalá přírodní zákoutí by mohla být počátečním impulsem k tvorbě a následné realizaci nových produktů cestovního ruchu.

Obce spadající do okresu Nymburk vykazují vcelku vysokou míru využití dostupných dotací, například z fondů Evropské unie. Tyto obce jsou hodnoceny jako hospodárné z důvodu dobrého nakládání s veřejnými finančními prostředky. Silnou stránkou je také snaha o propagaci regionu, o kterou se zaslouhuje MAS Polabí a Zlatý pruh Polabí. Vydávají brožury s informacemi o cestovním ruchu, zajímavých místech regionu, poskytovaných službách. Jedna z velmi zdařilých brožur je „70 tipů na výlet v Polabí“¹¹⁴. Bez těchto organizací by byla propagace takřka nulová. Turistických informačních center je tu dostatek, i když jejich služby by mohly být na lepší úrovni. Dostatek je také stravovacích zařízení, která poskytují kvalitní pokrmy.

¹¹⁴ ZLATÝ PRUH POLABÍ. *Tištěné materiály*. [online]. [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <http://www.polabi.com/turisticke-cile/tistene-materialy/>

5.2 Slabé stránky

Nejslabší stránkou je zřejmě nevyužitý místní potenciál a nedostatečně vyvinutá infrastruktura cestovního ruchu a suprastruktura. S tímto souvisí nedostatek přírodních koupališť a úplná absence krytých plaveckých areálů nebo aquaparků, sportovních víceúčelových hal nebo motocrossových tratí. I přes velké množství působících organizací, které se věnují sportovně-turistickým aktivitám, zde chybí nabídka volnočasových aktivit pro dospělé osoby, popřípadě seniory. Z cykloturistiky zde vyniká takřka jen Polabská stezka, bylo by ale jistě třeba vybudovat větší množství cyklistických tratí a cyklostezek, jakožto i doplňující infrastrukturu právě pro potřeby cykloturistů. Pěší turistika zde strádá, chybí tu více naučných stezek. Jediná naučná stezka je dlouhá 16,5 km a vede z Lysé nad Labem do Čelákovic. Další slabou stránkou je málo míst k parkování. Parkovací plochy jsou potřebné a již nyní například při konání výstav v Lysé nad Labem je s parkováním většího množství automobilů problém. Stávajícím problémem je také stav některých místních pozemních komunikací. Špatný stav dle názorů místních lidí brání rozvoji malého a středního podnikání. Ohledně dopravy bývá ještě mnohdy problém s průjezdností v centrech měst Lysá nad Labem a Milovice. Se špatnou infrastrukturou úzce souvisí také nedostatek kvalitních ubytovacích prostor. Je však v rozporu, zda při nynější návštěvnosti a nízkém procentu obsazenosti ubytovacích kapacit, je žádoucí budovat další hromadná ubytovací zařízení. Je však zřejmé, že návštěvníci zde nenajdou žádný hotel, popřípadě téměř žádné místo k ubytování, které by disponovalo vyššími standardy. Zřejmě poslední, avšak neopomenutelnou slabou stránkou místní infrastruktury je nedostatečný bezbariérový přístup.

Nevelká návštěvnost je důsledkem nedostatečné propagace regionu. Zdejší návštěvnost zvyšuje takřka jen výstaviště v Lysé nad Labem, milovické Mirakulum a bývalý vojenský areál. Propagaci se věnuje malé množství organizací. Žádoucí by zde byla větší spolupráce soukromého a veřejného sektoru, protože dosavadní míra spolupráce je vcelku nízká. Do rozvoje cestovního ruchu se musí zapojit veškeré organizace i samotné obce, aby se situace zlepšila. Zřejmá je také úplná absence tvorby regionálních produktů. ORP Lysá nad Labem je územím s velkým potenciálem, který by si zasloužil své místní produkty. Na ploše celého území chybí informační cedula, směrovky a popřípadě mapy oblasti s místními atraktivitami. Milovice zaznamenaly v posledních letech svého budovatelského rozvoje velký příliv přistěhovaných obyvatel do nově zrekonstruovaných a vybudovaných bytů. To je však důvodem malého množství pracovních příležitostí. Místní lidé musí do zaměstnání cestovat do Prahy, Mladé Boleslavi nebo v nejlepším případě do Lysé nad Labem.

5.3 Příležitosti

Jak již bylo několikrát uvedeno, ORP Lysá nad Labem a celé její území má obrovský, avšak nevyužitý potenciál. Pokud by byly využity alespoň některá z mnoha míst, zcela jistě by to byl první krok, který může regionu pomoci ke zvýšení své návštěvnosti. Je patrné, že nedostatek finančních prostředků je hlavním problémem. Příležitostí zde však je využití většího množství financí z různých dotací. Výstavbou nových zařízení cestovního ruchu by se vyřešil problém s nedostatkem pracovních příležitostí. Došlo by k růstu zaměstnanosti v oblasti služeb, tudíž k náboru nových zaměstnanců. Lidských zdrojů je zde dostatek z důvodu přistěhování velkého množství nových obyvatel. Výstavba a restrukturalizace technické a sociální infrastruktury, zvýšení propagace území a zlepšení marketingu destinace a případné doplnění chybějících informačních tabulí by mohlo znamenat příliv zahraničních návštěvníků. Turistická informační centra by měla spolupracovat s některými cestovními kancelářemi a agenturami, které by pomohly propagaci a nabídce regionu. I přestože jsou dopravní služby celkem v pořádku, další příležitostí ke zlepšení je oprava místních pozemních komunikací II. a III. třídy.

Příležitostí je nejen vznik nových projektů cestovního ruchu, ale také tvorba již zmíněných regionálních produktů. Ve strategických plánech oblasti je již plánovaná výstavba víceúčelové sportovní haly a krytého plaveckého areálu. Vhodné by bylo také nechat postavit zimní stadion. Důležitá je podpora rozvoje sportovního cestovního ruchu, především pak podpora vzniku dalších značených cyklostezek a cyklotras a potřebné doplňující cykloturistické infrastruktury. Polabská stezka plánuje využít příležitosti bezbariérového přístupu. Rozšířil by se tím segment jejích uživatelů o handicapované osoby. Sledování trendů je v oblasti cestovního ruchu důležité stejně jako neustálý průzkum tržního prostředí, analýza poptávky a následné zaměření na určité segmenty návštěvníků. Dále je žádoucí rozvoj dopravy na Labi, s řekou spojená vodní turistika a rybaření, což by také mohlo přilákat nový segment návštěvníků, stejně jako ekoturistika, ekoagroturistika a agroturistika, ke kterým tu jsou ideální podmínky díky zachované přírodě, teplému podnebí a úrodné půdě. Ekologické značky mohou na spoustu návštěvníků udělat dobrý dojem a prostřednictvím pořádání farmářských trhů by se podporovali místní malí podnikatelé. Je zřejmé, že více pořádaných organizovaných a sociálních aktivit by regionu mohlo zvýšit návštěvnost. Blízkost velkých měst je příležitostí z důvodu možného příjezdu návštěvníků. Výhodná poloha oblasti by mohla znamenat tranzitní návštěvníky, ze kterých by se však mohli rázem stát právě návštěvníci domácího příjezdového cestovního ruchu. Ona blízkost Prahy a Mladé Boleslavi však může být ze stejného důvodu také hrozbou. Nejdůležitější příležitostí tedy zůstává tvorba jména a image destinace, která se návštěvníkům takzvaně „vryje“ do paměti.

5.4 Hrozby

Již výše zmíněnou hrozbou je lokalita ORP Lysá nad Labem a její blízkost k velkým městům jako je Praha a Mladá Boleslav. Samotná Praha je výhodou i nevýhodou pro Středočeský kraj, jeho ekonomiku i návštěvnost. Právě tato větší města mohou odlákat návštěvníky za větším množstvím známých atraktivit s lepší a viditelnější reklamou. Jistou hrozbou jsou také odjezdy místních obyvatel do zaměstnání a škol to těchto větších měst. Je patrný také odliv místních obyvatel za kvalitnějšími službami.

Hrozbou by mohla být dosud nezrealizovaná výstavba obchvatu¹¹⁵ z obcí Lysá nad Labem, Milovice, Starý Vestec a Semice. Již roky se o tomto obchvatu diskutuje, ale až do dnešní doby se zatím s výstavbou nezačalo. Také již zmiňovaný zhoršující se technický stav místních pozemních komunikací by mohl ohrozit nejen celkovou image území, ale také bezpečnost projíždějících návštěvníků. Zhoršováním životního prostředí a ovzduší by mohly být zničeny nebo porušeny zdejší přírodní památky a chráněné krajinné lokality, kterými se nymburský okres pyšní. Tyto lokality jsou atraktivitou, která může být konkurenční výhodou, je tedy třeba provozovat cestovní ruch v rámci udržitelného rozvoje, dbát o ochranu životního prostředí a ovzduší. Kvůli stále se zvyšujícímu počtu motorových vozidel a jejich každodennímu používání a kvůli dalším znečišťujícím aktivitám, jako je například topení tuhými palivy, by se situace ohledně ochrany životního prostředí mohla rapidně zhoršovat. Ekologie je v dnešních dobách stále diskutovanějším pojmem.

Ekonomika a politika státu je v současnosti sice malou, ale zato neustálou hrozbou. Ačkoliv je Česká republika bezpečný demokratický stát, v dnešním světě plném teroristických útoků, nepokojů a válek mezi jednotlivými státy, se může stát téměř cokoliv. Česká ekonomika je zadluženým státem, vykazuje státní zadluženost ve výši téměř 1,7 bilionu korun českých¹¹⁶. S financemi souvisí také hrozba v podobě nedostatku finančních prostředků na výstavbu potřebné materiálně-technické základny.

Určitou hrozbou mohou být z nějakých důvodů zajímavější, mnohdy větší regiony s větší nabídkou atraktivit cestovního ruchu. Tyto regiony jsou více vyhledávané turisty, jelikož mají lépe propracovaný marketing destinace, mnohdy mají již svou vytvořenou image a samotné jméno může být logem destinace. S tímto souvisí také místní nespolečné mezi veřejným a soukromým sektorem. Nízká úroveň integrace a koordinace zdejších subjektů, jak už ziskových nebo neziskových organizací, opravdu není příliš uspokojivá.

¹¹⁵ ODS LYSÁ NAD LABEM. *Obchvat města*. [online]. [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.odslysa.cz/2014/08/27/jak-postavit-obchvat-mesta/>.

¹¹⁶ VEŘEJNÝ DLUH. [online]. [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.verejnydluh.cz/>.

5.5 Konfrontační matice

Konfrontační matice pomůže určit hlavní příležitosti, které by se daly za určitých podmínek využít. Je nápomocným vodítkem pro další směr vývoje. Konfrontační matice vychází ze shrnutí SWOT analýzy, je jakýmsi jejím vyhodnocením. Pro každou z dvojice na sebe působících parametrů se musí uvést jejich kladný nebo záporný, popřípadě žádný, vztah. Konečný výsledek poté určí nejlepší a nejhorší možná řešení.¹¹⁷

Tabulka 8: Komponenty SWOT analýzy

SILNÉ STRÁNKY (STRENGTHS)	SLABÉ STRÁNKY (WEAKNESS)
S1 Dopravní dostupnost a výhodná poloha S2 Železniční uzel S3 Řeka Labe S4 Úrodnost kraje S5 Cyklostezky S6 Atraktivita CR S7 Snaha MAS a Zlatého pruhu Polabí S8 Turistická informační centra S9 Dostatek stravovacích zařízení	W1 Nedostatečně vyvinutá infrastruktura W2 Nedostatek kvalitních HUZ W3 Nízká návštěvnost W4 Nevyužitý potenciál W5 Nedostatečná propagace W6 Nespolupracující soukromý a veřejný sektor W7 Absence informačních tabulí a směrovek W8 Nedostatek parkovacích míst
PŘÍLEŽITOSTI (OPPORTUNITY)	HROZBY (THREATS)
O1 Tvorba image destinace O2 Tvorba nových produktů CR O3 Zlepšení infrastruktury O4 Růst zaměstnanosti ve službách O5 Vodní doprava na Labi O6 Vybudování nových cyklostezek O7 Nový segment návštěvníků O8 Příjezdy zahraničních návštěvníků O9 Podpora sportovně-turistického CR O10 Podpora místních podnikatelů O11 Ekoturistika, agroturistika O12 Blízkost Prahy a Mladé Boleslavi	T1 Ekonomika a politika státu T2 Zadluženost a finanční nedostatky T3 Blízkost Prahy a Mladé Boleslavi T4 Nezrealizované silniční obchvaty T5 Ostatní regiony T6 Nespolupráce subjektů T7 Zhoršená kvalita životního prostředí T8 Znečištění ovzduší

Zdroj: autorka práce, 2015

¹¹⁷ KRATOCHVÍL, P. a R. PAŽOUT. *Destinační management - Tvorba destinačních produktů cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj. S. 19. [online]. [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/55dfa8f3-a995-4739-8e8a-7a397fa1635c/GetFile5_3.pdf

Tabulka 9: Konfrontační matice

	SILNÉ STRÁNKY									SLABÉ STRÁNKY								
PŘÍLEŽITOSTI	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8	
O1	+	0	++	+	+	++	++	+	0	--	-	-	-	--	-	0	0	9+
O2	++	++	++	+	+	++	+	+	+	0	--	-	-	--	-	--	-	13+
O3	+	+	+	0	+	0	+	+	0	+	-	0	+	-	--	-	-	8+
O4	+	++	+	-	+	++	0	+	+	-	-	0	-	0	-	0	-	9+
O5	+	-	++	+	+	+	0	0	+	0	-	-	-	0	0	-	-	7+
O6	++	+	+	-	+	+	+	+	++	--	-	-	0	0	-	--	0	10+
O7	++	+	+	0	+	++	+	+	+	-	-	+	-	--	-	-	-	11+
O8	+	+	+	0	+	+	+	+	+	-	-	+	-	--	-	-	-	9+
O9	0	0	+	-	++	0	+	+	+	--	-	-	-	0	-	-	0	6+
O10	0	0	0	++	0	0	+	0	+	0	0	0	0	0	0	0	0	4+
O11	0	+	+	++	+	+	+	0	0	-	0	0	-	0	0	0	0	7+
O12	++	+	0	0	0	-	0	0	-	--	-	--	0	-	0	0	0	8-
HROZBY																		
T1	0	0	0	0	0	-	-	0	-	-	-	0	-	-	0	-	0	8-
T2	0	0	0	-	-	-	-	-	-	--	--	-	--	--	0	--	--	19-
T3	-	-	0	0	-	--	0	0	-	0	--	--	0	-	0	-	0	12-
T4	-	+	-	-	-	-	0	0	0	0	0	-	0	0	-	0	-	8-
T5	0	0	0	0	-	-	-	-	0	0	-	--	-	--	0	-	-	12-
T6	0	0	0	0	-	0	--	--	0	-	-	-	-	--	--	-	-	15-
T7	0	0	--	--	-	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	6-
T8	0	0	-	-	-	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0	0	4-
	12+	9+	13+	8-	11+	12+	10+	8+	9+	16-	16-	16-	12-	18-	12-	14-	10-	

Zdroj: autorka práce, 2015 (vlastní zpracování)

Z výsledků konfrontační matice vyplývá, že jedna ze silných stránek, řeka Labe by mohla být účelně využita při tvorbě nových produktů cestovního ruchu. Této šance by se mohli ujmout noví podnikatelé, kteří by se orientovali na zelené formy cestovního ruchu. Toto řešení vychází jako nejlepší ze všech možností. Velmi účelné by bylo k tvorbě nových produktů také využití stávajících atraktivit, jako je výstaviště, park Mirakulum a především milovický bývalý vojenský areál. Velkou příležitostí je také vybudování nových cyklostezek, které by se mohly nacházet v blízkosti řeky Labe. Velmi dobře vychází také zaměření se na nový segment návštěvníků, kteří by zcela jistě uvítali výbornou dopravní dostupnost, výhodnou polohu ORP Lysá nad Labem a zdejší atraktivitu cestovního ruchu. Oproti tomu jako nejhorší možná varianta vyplynula nedostatečná propagace regionu společně s hrozbou zadluženosti státu a vlastním nedostatkem finančních prostředků, ať už na rekonstrukce nebo na výstavbu zcela nové infrastruktury. Jako nejhorší nedostatky vyšly z konfrontační matice nedostatečně vyvinutá infrastruktura společně s absencí informačních tabulí a ukazatelů, nedostatek kvalitních hromadných ubytovacích zařízení a na to zcela jistě navazující nízká návštěvnost.

6 VLASTNÍ NÁVRHY A DOPORUČENÍ

Na základě vyhodnocení konfrontační matice lze snáze vymezit vlastní návrhy, které mohou pomoci k vytyčeným cílům. Zvýšení návštěvnosti by pomohlo v první řadě vybudování tolik potřebné materiálně-technické základny pro veškeré komponenty cestovního ruchu. Zlepšení v oblasti ubytovacích služeb je počátečním krokem, dalším, zřejmě nejdůležitějším, je výstavba nebo restrukturalizace místní infrastruktury. Neméně důležitá je rekonstrukce místních pozemních komunikací a výstavba obchvatu. Řeka Labe nabízí obrovské možnosti, které je třeba využít. Nový segment zákazníků by mohl být právě ten, který přiláká vodní turistika. Vybudování nových cyklostezek by přilákalo více cykloturistů a tvorba naučných stezek s dostatečným množstvím umístěných informačních tabulí by podpořila návštěvnost pěších turistů. Příroda je tu naštěstí stále celkem v dobrém stavu, tudíž není potřebná rekultivace narušené krajiny jako v jiných českých regionech. Byla by škoda nevyužít místních přírodních atraktivit ke zvýšení návštěvnosti. Tvorbou nových produktů a regionálních projektů, zvýšenou snahou o marketing destinace a propagováním místa, by se dala vytvořit image ORP Lysá nad Labem, která by přitahovala nové návštěvníky právě pomocí svých nejsilnějších aspektů.

Je zřejmé, že v dnešní době vysoké státní zadluženosti nebudou ve zcela nejlepší finanční situaci ani subjekty, které jsou zainteresovány do cestovního ruchu. Počáteční pomocí by se mohlo stát čerpání dotací z fondů vymezených pro rozvoj cestovního ruchu. Strukturální fondy Evropské unie napomáhají rozvoji cestovního ruchu v České republice. Podpora cestovního ruchu se v mnoha krajích neseťká s velkými úspěchy, jde však o spolupráci již zmíněných subjektů a jejich snahu o celkové zlepšení situace.

Z hlediska sportovně-turistického cestovního ruchu, který má velký potenciál, se vlastní návrhy zaměřují na stále oblíbenější a vyhledávanější adrenalinové sporty. Jelikož adrenalinových zážitků se ve velkém množství případů zúčastňují spíše osoby s vyšším dosaženým vzděláním a vyššími příjmy, je zřejmé, že s potěšením využít kvalitní služby a alternativní přístup k zákazníkovi. Spoluprací zákazníků a cestovních agentur a kanceláří by vznikly produkty, o které bude zájem. Na základě analýzy nabídky cestovních agentur a kanceláří bylo zjištěno, že na území České republiky jsou většinou pořádány a nabízeny jen jednodenní výlety a balíčky služeb s adrenalinovou tematikou. Vícedenní pobyty jsou realizovány na území jiných států. Tuto mezeru na trhu je třeba vyplnit novým produktem. Česká republika má co nabídnout i zájemcům adrenalinových sportů a není nutné ujet vzdálenost tisíce kilometrů k prožití dovolené, na kterou účastník jen tak nezapomene.

Konkrétním návrhem je například tvorba cyklostezky. Cyklostezka by mohla být vedená přes Přerov nad Labem, k tomu by v její blízkosti bylo vybudováno ubytovací nebo stravovací zařízení, které by bylo zaměřené na potřeby a přání právě cykloturistů. V Přerově nad Labem by cykloturisté navštívili místní skanzen a občerstvili se, popřípadě by se ubytovali v zařízeních pro ně určených a jim přizpůsobených. Část projektu by mohla být financována z dotací z fondů Evropské unie na rozvoj cyklostezek a cyklotras. Dalšími možnostmi projektového financování jsou vlastní zdroje a bankovní financování České republiky. Další využití dotací z fondů na rozvoj cestovního ruchu ve Středočeském kraji by bylo vhodné také na výrobu a následné umístění informačních tabulí. Na tabulích by byly mapy s označením atraktivit cestovního ruchu, některá hromadná ubytovací zařízení a stravovací zařízení v lokalitě. K této akci je však zapotřebí zlepšit nízkou míru spolupráce všech subjektů.

Využití řeky Labe by bylo rovněž vhodné k provozování vodní turistiky, což by mohlo mírně pozvednout zdejší návštěvnost. Řeka je ideální k provozování šlapadel, které zaznamenávají na českých řekách úspěch. Ohledně zlepšení vodní dopravy by bylo též možné využít dotací, konkrétně například dotací z „Operačního programu Doprava 2014 - 2020“¹¹⁸. Dotace se nabízí také ohledně rybaření v programu „Rybářství 2014 - 2020“. Tento program dbá o rozvoj udržitelného chovu sladkovodních ryb a jejich dodávky na trh České republiky.

Ohledně zelených forem cestovního ruchu by mohla být v přírodních lokalitách někde na území mezi jednotlivými obcemi, například v blízkosti Mydlovarského luhu, vybudována ekofarma, kde by byla provozována ekoagroturistika. Díky úrodnosti a blízkosti řeky Labe by se zde jistě dařilo pěstování plodin. Přímo na farmě by se pak mohly vyrábět také bioprodukty ze surovin pocházejících od místních farmářů. Bioprodukty by se prodávaly prostřednictvím internetových stránek nebo na farmářských trzích, které by podpořily aktivity místních malých podnikatelů. Farmářské trhy by se mohly pořádat ve venkovním areálu výstaviště v Lysé nad Labem. Tato forma cestovního ruchu by zcela určitě napomohla blížící se hrozbě, kterou je znečištění životního prostředí a ovzduší.

Posledním konkrétním návrhem je tvorba produktu cestovního ruchu, jehož popisem se zabývá nadcházející kapitola. Produkt využívá silných stránek a příležitostí a napomohl by odvrátit hrozby a pokusil se minimalizovat slabé stránky daného území. Jediným ohrožením potencionálního produktu je nedostatek finančních prostředků a případný nezájem místních obyvatel o tento produkt. Je tedy třeba podpořit produkt a zviditelnit ho také v jiných regionech, ze kterých by přijížděli noví návštěvníci.

¹¹⁸ DOTAČNÍ INFO. *Operační program Doprava 2014-2020*. [online]. [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.dotacni.info/operacni-program-doprava-2014-2020/>

7 NÁVRH NOVÉHO PRODUKTU CESTOVNÍHO RUCHU

Z důvodu ústupu organizovaných zájezdů je třeba vše důkladně promyslet a vytvořit produkt, který by byl konkurenceschopný a měl možnost uchytit se na trhu cestovního ruchu. Nejlepší možností je tvorba produktu vytvořeného podle nových forem, které zákazníci požadují. Jedná se o zájezdy, které se přímo zaměřují na určitý typ zákaznickových zálib, zájmů a koníčků.¹¹⁹ Mnohé osoby však může naopak přitahovat potřeba poznat něco nového a nepoznaného. V některých případech hraje svou roli móda a trendy, v jiných případech může jít pouze o zákaznickovo přesycení dosavadní nabídkou stále stejných produktů a rozbití stereotypu. Důležité je provést analýzu trhu a sestavit balíček takových služeb, o které bude zájem. Výhodou je použití obchodní značky a loga.

7.1 Popis produktu

Na základě vlastních návrhů byl sestaven nový produkt s názvem „Adrenalinová dovolená na Milovicku“, který je zaměřen na adrenalinové zážitky společně s relaxem a návštěvou místních atraktivit, neboť přesně takový druh dovolených chybí v nabídce českých cestovních kanceláří a agentur. V dnešní uspěchané době by zřejmě nemělo smysl pořádat sáhodlouhé dovolené, neboť na delší pobyty si čeští občané volí zájezdy do přímořských států nebo do ostatních zahraničních destinací. Ideální délka je tedy zhruba do 6 dnů, byla by však možnost pouze tří denní varianty ve formě prodlouženého víkendu. V této variantě pojmenované „Adrenalinový víkend na Milovicku“ by byl zúžený výběr aktivit. Součástí příloh je vytvořený propagační leták, který by byl podkladem také k výrobě billboardů. Balíček služeb „Adrenalinová dovolená na Milovicku“ obsahuje ubytování a stravování v penzionu Polabí v obci Přerov nad Labem a vstupy na vybrané atraktivity cestovního ruchu. Penzion Polabí nabízí jednolůžkové pokoje, dvoulůžkové pokoje a apartmány. V klasické ceně nabízeného ubytování je zahrnuta snídaně. Pro tento pobyt by však bylo vhodné stravování formou polopenze, což by zcela jistě uvítali jak návštěvníci, tak i vedení penzionu. Hlavní náplní zájezdu je adrenalinové vyžití, které obsahuje lezení na umělé, popřípadě boulderingové stěně, návštěvu tankodromu Milovice s možností výběru military nebo vojenských aktivit, dvoudenní paintballovou scénářovou akci a jízdu na čtyřkolkách namotocrossové trati. Po adrenalinovém vyžití si tělo vyžaduje regeneraci, proto je v ceně jedna masáž a možnost využít hydromasážní vanu a saunu, která je součástí wellness penzionu Polabí. Součástí balíčku je také úrazové připojištění rizikových rekreačních sportů.

¹¹⁹ HORNER, S. a J. SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada publishing, 2003, s. 85. ISBN 80-247-0202-9.

Ačkoliv je dbáno na maximální bezpečnost prostřednictvím použití ochranných pomůcek a školených instruktorů, při provozování těchto aktivit je i tak zřejmé vysoké riziko zranění.

První den zahrnuje příjezd vlastní dopravou v dopoledních hodinách a ubytování v penzionu, po kterém následuje uvítací oběd v prostorách restaurace. Hosté si budou moci vybrat ze dvou jídel z nabídky poledního menu. V odpoledních hodinách je naplánovaná speciální akce v přerovském skanzenu, kde místní zaměstnanci předvedou vystoupení se staročeskou sportovní tematikou, které zahrnuje také středověké souboje a rytířské turnaje, jakési předchůdce dnešních sportovních utkání. Stylová večeře je zajištěná ve zdejší restauraci, kde by byl objednána speciální program zaměřený na staročeské sportovní vyžití. Po večeři se hosté odeberou zpět do penzionu Polabí.

Druhý den je odstartován bohatou kontinentální snídaní podávanou v prostorách zdejší restaurace. V dopoledních hodinách jsou hosté dopraveni zajištěným minibusem do Milovic, kde mohou navštívit zdarma zdejší muzeum, které nastíní návštěvníkům historii Milovicka spjatou s rakousko-uherskou armádou. Oběd není zajištěn, v Milovicích je však mnoho stravovacích zařízení, kde se mohou hosté sami občerstvit. Na odpoledne je objednána program v lezeckém komplexu, jehož provoz zajišťuje horolezecký oddíl Alpici, o. s.¹²⁰. V areálu se nachází umělá horolezecká stěna, boulderingová stěna a lanové překážky, které jsou však určeny především pro děti. Pro návštěvníky je zajištěn školený personál, který jim bude k dispozici po celé zde strávené odpoledne. Po skončení programu jsou hosté odvezeni zpět do penzionu, kde mohou před nebo po večeři využít wellness v podobě hydromasážní vany nebo sauny.

Třetí den začíná snídaní a v dopoledních hodinách se návštěvníci opět přesunou do nedalekých Milovic, kde se uprostřed hezké přírody nachází místní military a adrenalin park Tankodrom Milovice. Pro všechny je kolektivně objednaná akce „Komando – S.W.A.T.“, při které zažijí návštěvníci zadržení nebezpečných pachatelů, vysvobození rukojmích a ukázkou street fightingu, neboli pouličního souboje. Školení instruktoři, z nichž někteří prošli profesionální vojenskou praxí v Iráku a Afghánistánu, naučí účastníky používat zbraně a ubránit se případným útokům každodenního života. Hosté si zde dále mohou vybrat z bohaté nabídky aktivit¹²¹, které si však hradí individuálně. Nejoblíbenější z nabízených aktivit je jízda na BVP, bojovém vozidle pěchoty. Tato bojová vozidla pojmu 10 osob a adrenalinová jízda trvá maximálně do 30 minut. Za příplatek je také možnost zkusit si BVP

¹²⁰ LEZENÍ MILOVICE. *Lezecká stěna*. [online]. [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://www.lezenimilovice.eu/lezecka-stena>

¹²¹ TANKODROM MILOVICE. *Aktivita*. [online]. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.tankodrommilovice.cz/aktivita/>

řídít. K dispozici jsou tu vojenské nákladní vozy Tatra 813, Hummer H1, AM General M923 a legendární ruský KRAZ. Záleží jen na vkusu a výběru jednotlivců, ve kterém vozidle se budou chtít svést. Další oblíbenou aktivitou je tankový pluk. Jízda v tanku T-54 nebo T-55, jehož váha dosahuje bezmála 40 tun, je opravdový zážitek. Z důvodu vysoké ceny však není možné zařadit tankový pluk přímo do balíčku služeb nabízeného produktu. Přímě v areálu tankodromu je možnost oběda. Odpoledne začíná paintballová akce, která trvá do dalšího dne. Součástí této scénářové hry je použití vojenské techniky a zvláštních efektů, z nichž samozřejmostí jsou dýmavnice a speciální paintballové granáty. Zájemci dostanou potřebné vybavení a po krátké instruktáži je odstartována scénářová hra s military tematikou. Večeře a snídane je řešena opět přímě v areálu bývalého vojenského prostoru. Pro osoby, které se nechtějí zúčastnit noční hry, je zajištěno ubytování ve zdejších čtyřlůžkových pokojích¹²². Dále je zajištěn stylový oběd a v odpoledních hodinách odjezd zpět do penzionu. Na večer se mohou hosté těšit na bohatou tříchodovou večeři a před večeří si může každý host vybrat z klasické relaxační, sportovní, Hot stones masáže nebo manuální lymfodrenáže¹²³. Masáže je třeba si předem objednat, nejlépe při objednávání dovolené, popřípadě v den příjezdu do penzionu. Po večeři mohou hosté využít hydromasážní vanu a saunu, které jsou třeba objednat alespoň 2 hodiny předem.

Pátý den pobytu začíná opět kontinentální snídane a pokračuje vlastním programem. Hostům je doporučeno město Lysá nad Labem, kde se nachází zámecká zahrada vhodná k procházkám, výstaviště s nabídkou mnoha pořádaných výstav, dostihové závodiště a mnoho dalších atraktivit. Na odpoledne je zajištěn odvoz z penzionu na nedalekou motocrossovou trať směrem na Benátky nad Jizerou. Hostům je poskytnuto potřebné vybavení a ochranné oděvy a po důležité instruktáži od místních odborníků následuje odpoledne prožití na čtyřkolkách. Nezapomenutelná atmosféra řinčících strojů a přátelské prostředí motocrossových jezdců budou jistě pro každého ze zúčastněných velkým zážitkem. Po svezení se hosté mohou odebrat zpět do penzionu, kde je objednána večeře.

Poslední, šestý den už je hostům poskytnuta jen snídane a během dopoledních hodin musí hosté vyklidit pokoje a opustit penzion. Stále však trvá zvýhodněné vstupné do lysolabského výstaviště, které mohou odjíždějící hosté navštívit při průjezdem města Lysá nad Labem nebo mohou využít vstup zdarma do milovického muzea.

¹²² TANKODROM MILOVICE. *Ubytování*. [online]. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.tankodrommilovice.cz/pro-firmy/>

¹²³ PENZION POLABÍ. *Wellness*. [online]. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.penzionpolabi.cz/wellness.html>

Tabulka 10: Harmonogram "Adrenalinové dovolené na Milovicku"

Adrenalinová dovolená na Milovicku	
1. den	Příjezd, ubytování v penzionu, uvítací oběd Skanzen v Přerově nad Labem – speciální akce a tematická večere Návrat do penzionu
2. den	Snídaně, odjezd do Milovic Milovice – možnost návštěvy muzea, volný program, lezení na horolezecké stěně Příjezd zpět do penzionu, večere, možnost využití wellness služeb
3. den a 4. den	Snídaně, odjezd do bývalého vojenského areálu Milovice – Mladá Tankodrom Milovice – akce „Komando – S.W.A.T.“, možnost oběda Dvoudenní paintballová akce, tematicky zajištěná strava, možnost ubytování Příjezd zpět do penzionu, večere, masáže, wellness
5. den	Snídaně, vlastní program, možnost návštěvy Lysé n. L., možnost půjčení bicyklů Motocrossová trať u Benátek nad Jizerou – jízda na čtyřkolkách Příjezd zpět do penzionu, večere, možnost využití wellness služeb
6. den	Snídaně Vyklizení pokojů a opuštění penzionu Možnost návštěvy výstaviště v Lysé nad Labem nebo muzea v Milovicích (zajištěné volné nebo zvýhodněné vstupy)

Zdroj: autorka práce, 2015 (vlastní zpracování)

7.2 Targeting

Metoda marketingu zvaná targeting znamená přímé zacílení nabídky potenciálního produktu na vybraný cílový segment na trhu. Důležité je určit velikost segmentu a typ nových návštěvníků. Při výběru je důležité zhodnotit finanční možnosti zvoleného segmentu. Záleží, zda budou právě tito potenciální návštěvníci ochotni zaplatit za službu požadovanou částku. Při plánování je také nutné určit prognózu vývoje budoucího počtu potenciálních zákazníků, k čemuž pomůže právě targeting. Poslední, avšak neopomenutelnou součástí této marketingové metody, je zhodnocení hrozící konkurence.

Vytvořený produkt „Adrenalinová dovolená na Milovicku“ je zacílený především na segment mladších lidí, kteří očekávají vzrušení z nových zážitků a pro osoby, na které mají velký vliv současné módní trendy, kteří vyžadují určité postavení v sociální skupině a zároveň chtějí mít možnost předvést se jako přímý účastník módních trendů. Hlavním segmentem jsou tedy mladé páry, party přátel dychtících po dobrodružství a stále narůstající skupina nezadaných lidí, takzvaní „singles“. V neposlední řadě se produkt zaměřuje na firemní akce, neboť jsou to právě adrenalinové sporty, které podporují motivaci a teambuilding zaměstnanců. Z hlediska druhu trhu je produkt zaměřen na český trh, avšak postupem času by bylo více než vhodné zaměřit se také na zahraniční turisty, kteří adrenalinové sporty nezdědka vyhledávají a provozují.

V dnešní době, kdy se 50 % všech manželských párů do 5-10 let rozvádí¹²⁴, přibývá lidí, kteří se v některých případech nechtějí vůbec ženit nebo vdávat, natož zakládat rodinu a plodit potomky. Budují svou vlastní kariéru, bydlí sami, užívají si života a dá se říci, že jim nic nechybí. Většina „singles“ osob vydělává dostatečné peníze k tomu, aby si mohli zakoupit nabízený produkt. Je to fenomén moderní doby, který se neustále rozšiřuje na úkor fungujících manželství. Tito lidé se dokonce sdružují na různých internetových portálech¹²⁵. Některým totiž být „single“ nevyhovuje, proto prostřednictvím internetu hledají vztah, popřípadě stejně založené přátele k pořádání různých akcí a výletů.

Mladé páry žijící většinou ve společné domácnosti, mohou postupem vztahu zažívat určitou míru stereotypu. Pomohla by jim tedy dovolená, kde se odreagují, zrelaxují a formou aktivního cestovního ruchu si odpočinou od každodenních povinností. Zároveň se mohou v některých aktivitách přesvědčit, jak se jeden na druhého může spolehnout. Společné finance by mohly dosáhnout na tuto formu dovolené.

¹²⁴ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Rozvodovost. [online]. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/rozvodovost>

¹²⁵ AKTIVNÍ SINGLES. [online]. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.aktivni-singles.cz/#>

Party přátel vyhledávající dobrodružné a adrenalinové zážitky jsou dalším segmentem zákazníků. Tyto party se skládají jak se „singles“, tak z mladých párů, jejichž charakteristika je popsána výše. Výhodou skupinových zájezdů je zaměření osob na stejné nebo podobné aktivity, neboť přátelé mívají většinou podobající se zájmy.

Posledním, avšak neméně důležitým segmentem, na který se produkt „Adrenalinová dovolená na Milovicku“ zaměřuje, jsou zaměstnanci různých firem. Pracovníci větších i menších organizací si mohou odpočinout aktivní formou, při které se sblíží prostřednictvím teambuildingových aktivit. Organizování firemních teambuildingů se stalo obrovským trendem, stejně jako provozování incentivního cestovního ruchu. O teambuildingu se často hovoří jako o povinném sdružování zaměstnanců. Vhodné je to především pro firmy, které mají pracovní prostředí v uzavřených prostorech a jejich činnost je monotónní kancelářská práce. V českých firmách se v posledních letech teambuilding často využívá. Zaměstnavatelé své zaměstnance touto dovolenou motivují k větším výkonům, tudíž se jim vložená investice zcela jistě vrátí.

V dnešním světě přesyceném nabídkou veškerých služeb je skutečně obtížné uspět. Ohledně konkurence by se měl nejdříve důkladně zmapovat trh, veškeré stávající nabídky by se měly zvážit a porovnat a následně by bylo třeba vytvořit konkurenční výhody, které ostatní firmy nenabízí. Středočeský kraj, jak již bylo psáno, je největší z krajů České republiky. Je tedy zřejmé, že také nabídka zde bude větší než v jiných krajích. Většina konkurenčních firem však nabízí adrenalinové vyžití pouze ve formě samotného zážitku nebo výletu. Na adrenalinové dovolené se nezaměřuje téměř žádná firma. Bylo by tedy pouze výsadou některých cestovních agentur a kanceláří, zda by byly ochotné vytvořit turistům individuální balíčky s adrenalinovou tematikou.

Z důvodu spolupráce s místními organizacemi Paintballgame a Tankodrom Milovice společně s včasným podchycením cílových zákazníků by neměl být produkt ohrožen žádnými podobnými nabídkami. V případě konkurenčních firem poskytujících adrenalinové zážitky by tu byla možnost spolupracovat s nimi a zapojit jejich nabídku do balíčku služeb připravovaného produktu. Jako přímá konkurence se jeví pouze internetové portály a další organizace, které nabízí již zmiňované adrenalinové zážitky. Je však třeba sledovat také budoucí vývoj a vznik nových organizací a nových produktů na trhu, neboť může zcela nečekaně kdykoliv přijít někdo s podobnou nebo lepší nabídkou. Jako nepřímá konkurence, která by v oblasti ORP Lysá nad Labem mohla odlákat návštěvníky, se jeví milovické Mirakulum, které se však zaměřuje především na rodiny s dětmi a školní výlety.

7.3 Positioning

Cílové segmenty na trhu byly vybrány, nabídka produktu byla zacílena a nyní je třeba umístit produkt do podvědomí jeho budoucích uživatelů. K tomu byla vyvinuta marketingová metoda positioning¹²⁶. Jde o způsob, jak bude organizace nebo destinace vnímána koncovým uživatelem produktu. Jde především o to odlišit se od konkurence, oplývat alespoň několika konkurenčními výhodami a vydobýt si své místo v tržním prostředí. Jelikož jsou targeting i positioning funkcemi trhu, je třeba neustále sledovat trh a v případě změn je zapotřebí tyto marketingové metody přehodnotit, upravit popřípadě zcela předělat jejich původní záměr.

Positioning je následující operace po targetingu, ke které je třeba využít public relations a dobrou reklamní strategii, stejně jako image, kvalitu a odpovídající cenu produktu, který pokryje veškeré náklady, zajistí ziskovost a zákazníci budou ochotni si jej zakoupit. Komunikační složky jsou reklama, public relations a popřípadě nějaké druhy věrnostních programů. Reklama musí být v souladu s životním stylem vybraných subjektů potencionálních uživatelů. Styl života totiž odráží aktivity a zájmy uživatelů, jejich názory a pohled na svět i určité preference jejich hodnot. Produkt „Adrenalinová dovolená na Milovicku“ oslovuje své potencionální zákazníky kvalitou, image a dobrou spoluprací všech zainteresovaných subjektů. Vybrané segmenty zákazníků přitahuje reklama založená právě na image a mívají sklon k bulvárním článkům. Proto by bylo dobrým tahem dostat se do jejich podvědomí právě touto formou. Je také třeba zohlednit obrovský vliv internetu. Samozřejmostí je tedy umístění reklamy na internetových stránkách a sociálních sítích. Nejlepším výběrem by byla nejmodernější marketingová technika zvaná virální marketing.¹²⁷

Positioning se provádí lépe, pokud si produkt dokáže vytvořit svou značku a image, díky které se diferencuje od ostatních. Produkt „Adrenalinová dovolená na Milovicku“ by byl umístěn do podvědomí zákazníků dobře zvolenou reklamou. Je třeba řídit se heslem, že nejlepší reklamou je spokojený zákazník. Nový produkt se však k zákazníkům musí nějakým způsobem nejdříve dostat. V těchto případech by byla využita spolupráce s turistickými informačními centry, kam by se pravidelně umísťovaly letáky a propagační předměty s nabídkou produktu. Reklamní leták, který byl vytvořen pro potřeby positioningu nového produktu je umístěn v přílohách diplomové práce. V případě malého nebo sníženého zájmu zákazníků jsou tu ještě spolupráce se slevovými portály. Za zvýhodněnou cenu by si zde zákazníci mohli zakoupit klasickou šestidenní, popřípadě zkrácenou třídenní verzi dovolené.

¹²⁶ BUSINESS DICTIONARY. *Positioning*. [online]. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.businessdictionary.com/definition/positioning.html>.

¹²⁷ MLADÝ PODNIKATEL. Virální marketing. [online]. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://mladypodnikatel.cz/co-to-je-viralni-marketing-t892>

7.4 Kalkulace

Kalkulace byla propočítána na šestidenní dovolenou zaměřenou na adrenalinové zážitky. Tento balíček služeb obsahuje ubytování, stravování, vstupy a zajištění atraktivit a adrenalinového vyžití, pojištění rizikových sportů a relax v podobě masáže a wellness poskytované v penzionu.

Ubytování a stravování je zajištěno v penzionu Polabí**** v obci Přerov nad Labem. Noc v jednolůžkovém pokoji je vyčíslena na 750,- včetně polopenze. Za dvoulůžkový pokoj dají hosté 1260,- za jednu noc včetně snídaně a večeře. Za apartmán poté hosté zaplatí 1930,- za noc, také v této ceně je zahrnuta polopenze. Penzion umožňuje dát na kterýkoliv pokoj přistýlku za cenu 300,- za noc. Snídaně jsou podávány ve formě bufetu v prostorách místní restaurace, kde jsou podávány také večeře.

Hosté stráví v penzionu 4 noci, jednu noc stráví v milovickém bývalém vojenském areálu. Kalkulace stravování obsahuje 4 snídaně, 1 uvítací oběd a 3 večeře v prostorách penzionu Polabí. Večeře poskytnutá první den pobytu je zajištěna ve stylové restauraci u skanzenu v Přerově nad Labem. Při paintballovém pobytu v milovickém vojenském areálu je hostům poskytnuta snídaně, oběd a večeře, cena pokrmů je připočítána k celkové ceně za paintballovou akci.

Kalkulace využívaných aktivit a adrenalinových zážitků není zrovna příliš lacinou položkou. Toto se musí zohlednit v celkové ceně produktu. Lezení v milovickém lezeckém areálu vyjde návštěvníky na 80,- za hodinu. Za půjčení veškerého potřebného vybavení obsahujícího lano, speciální boty lezečky, sedák a další potřeby si zde účtují 100,-. Další položkou v kalkulačních propočtech je návštěva milovického tankodromu. Za zajištěnou dvouhodinovou akci „Komando - S.W.A.T.“ je účtována suma 1200,- na osobu. Tato cena je zvýhodněna, v ostatních případech bývá vyšší. Z již jmenovaného důvodu, příliš vysoké ceny, nemohou být do balíčku služeb zahrnuty například jízdy v tancích či vozidlech BVP. Tyto atrakce si však mohou hosté dokoupit přímo na místě. Paintball také není zrovna levnou aktivitou. Pro tuto akci je poskytnut zvýhodněný vstup do areálu a celková cena činí 1400,- na osobu. Tato cena zahrnuje půjčení veškerého paintballového vybavení, což jsou ochranné oděvy, maska, rukavice, značkovač a vzduchová lahev. Dále je součástí ceny 1500 kusů paintballových kuliček. Při jejich vystřílení je samozřejmě možnost dokoupit si další munici přímo na místě pořádání paintballové hry. Posledním aspektem ceny je snídaně, oběd a večeře poskytnutá v areálu bývalé vojenské základny a případné přespání. Do celkové ceny patří také jízda na čtyřkolkách, kterou se podařilo získat za velmi výhodnou cenu, 1000,- na osobu.

V penzionu Polabí je možnost půjčení kol za poplatek 250,- na 4 hodiny. Tato položka však do kalkulace započítána není, neboť cyklistika není součástí balíčku služeb produktu. Doprava také není v ceně kalkulace zahrnuta, předpokládá se totiž, že hosté budou využívat vlastní dopravu. Zajištěn je pouze odvoz do Milovic minibusem, který není v kalkulaci vyčíslen, jedná se o formu dárku klientům. Wellness zahrnuje použití sauny a hydromasážní vany a každý ubytovaný člověk si může vybrat jednu masáž z varianty klasické relaxační, sportovní, Hot stones masáže lávovými kameny nebo manuální lymfodrenáže. Wellness včetně masáže je účtováno 250,- na jednoho člověka. Připojištění rizikových sportů činí 75,- za jeden den. Souhrn kalkulačních položek je uveden níže v přehledné tabulce.

Tabulka 11: Kalkulace

Položka	Výpočet	Cena
Doprava	Vlastní + zprostředkovaná	0,-
Ubytování a stravování	750,- x 4	3000,-
Paintball (včetně stravy)	1400,-	1400,-
Čtyřkolky	1000,-	1000,-
Tankodrom Milovice	1200,-	1200,-
Skanzen (včetně večeře)	200,-	200,-
Lezení Milovice	80,-/hod. + 100,- vybavení	180,-
Masáž a wellness	250,-	250,-
Připojištění	75,- x 6	450,-
CELKEM	7680,-	

Zdroj: autorka práce, 2015 (vlastní zpracování)

Výsledkem kalkulace je prodejní cena zájezdu pro 1 osobu, která činí 7680,-. Cena by se možná některým mohla zdát příliš vysoká, nesmí se však nechat mýlit. Při zakoupení jednotlivých adrenalinových zážitků by zákazníci zaplatili mnohem vyšší cenu. Ačkoliv se jedná o tuzemskou dovolenou, vyniká přepychovou kvalitou poskytovaných služeb. Právě zážitek z dovolené je totiž nejvíc, co si člověk může přivést.

7.5 Marketingový mix

Marketingový mix je vytvořený na vlastní produkt cestovního ruchu a využívá marketingu cestovního ruchu, jehož rozšířený marketingový mix obsahuje „8 P“¹²⁸. Product, Price, Place, Promotion, People, Packaging, Programming a Partnership. Tvorba marketingového mixu je důležitým krokem organizace, neboť je využíván k ovlivňování budoucích zákazníků a možnou převahou nad konkurencí. Správně vytvořených „8 P“ může pozdvihnout přednosti nabízeného produktu a určitou mírou zakrýt drobné nedostatky. Také k vytvoření marketingového mixu je však důležitý předchozí průzkum tržního prostředí¹²⁹. Zohledňovat se samozřejmě musí předem zvolené segmenty cílových zákazníků.

„Product“ neboli samotný produkt cestovního ruchu je vytvořená „Adrenalinová dovolená na Milovicku“. Komplexní pojetí produktu a jeho celková užitná hodnota obsahuje základní i doplňkové služby.¹³⁰ Samotné jádro produktu je dovolená. Celkový produkt musí však být chápán z hlediska všech svých vlastností. V komplexním pojetí se tedy jedná o dovolenou s kvalitním ubytováním a stravováním zaměřenou na aktivní vyžití formou adrenalinových sportů a následné relaxace. Dopravu si zajišťují koncoví zákazníci sami, ubytování a stravování v penzionu Polabí je zahrnuto v ceně výsledného produktu. Ono komplexní pojetí zahrnuje v sobě také image produktu. Tvorba image destinace nebo produktu je dlouhodobý proces, lze však říct, že „Adrenalinová dovolená na Milovicku“ by se snažila vytvořit si image na základě velmi kvalitních služeb, uspokojivé ceny a přizpůsobení se svým zákazníkům. Byla by zde tedy možnost balíček služeb jakkoliv poupravit k výsledné spokojenosti cílových návštěvníků. V nabídce je kromě šestidenní dovolené ještě její zkrácená varianta ve formě tří denní dovolené neboli prodlouženého adrenalinového víkendu pro zaneprázdněné osoby.

„Price“ neboli cena vychází z vyčíslené kalkulace a jedná se o celkovou částku ve výši 7680,-. Cenu ovlivňují vynaložené náklady, nabízená cena konkurenčních firem, životní cyklus produktu, podnikové cíle, objem prodeje a ostatní faktory. Celková cena nabízená zákazníkům obsahuje veškeré služby, které balíček obsahuje. Jmenovitě tedy produkt „Adrenalinová dovolená na Milovicku“ obsahuje ubytování, stravování, sportovní aktivity ve formě adrenalinového vyžití, následnou relaxaci ve formě wellness, úrazové připojištění a zajištěné nebo popřípadě zvýhodněné vstupy do areálu přerovského skanzenu a lysolabského výstaviště. Většina zákazníků v tomto ohledu upřednostňuje co možná

¹²⁸ MORRISON, A. M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995. 523 s. ISBN 80-85605-90-2.

¹²⁹ KOTLER, P. *Marketing management*. 4. Vyd. Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5.

¹³⁰ JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. S. 222. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-3247-3.

nejnižší nabízenou cenu. Je však třeba zohlednit nejen koncovou cenu, ale také užitou hodnotu produktu. Pokud by zákazníci kupovali každou součást z produktu zvlášť, celková cena by potom vyšla na mnohem více, než je vyčíslena cena balíčku služeb. U ceny je výhodou, že jejím prostřednictvím lze zvýšit atraktivitu produktu. K tomuto slouží například poskytování různých druhů slev, ať už sezónních, mimosezónních, hromadných nebo slev pro stálé zákazníky. Výhodnou prodejní cenovou strategií je také již zmíněná spolupráce se slevovými portály, které se těší velké oblibě. V dnešní době jsou upřednostňovány nákupy přes internet před nákupy v kamenných obchodech, v tomto případě v cestovních kancelářích a agenturách.

„Place“, místo, je třetím „P“ základního marketingového mixu. Může se jednat o kamennou prodejnu, tudíž v oblasti prodeje zájezdů se jedná o cestovní kanceláře a cestovní agentury. Dále může být produkt nabízen na internetovém obchodě nebo na slevových portálech, které spolupracují s určitými organizacemi. Produkt se ke konečnému zákazníkovi může dostat přímou či nepřímou cestou. Přímá cesta je uskutečňována přímo od organizace cestovního ruchu k návštěvníkovi. To však v tomto případě nelze, proto je vytvořený produkt „Adrenalinová dovolená na Milovicku“ distribuován nepřímou cestou, přes jednoho nebo více zprostředkovatelů. Nabízen je na internetových stránkách a ve vybraných cestovních kancelářích a agenturách. Nabízen a podporován je také místními turistickými informačními centry.

„Promotion“, neboli propagační a komunikační mix, obsahuje pojmy jako je reklama, podpora prodeje, publicita, public relations sponzoring, osobní prodej, přímý marketing a product placement. Reklama, placená forma neosobní komunikace, může být ve formě televizní, rozhlasové, tiskové, venkovní, interiérové nebo internetové¹³¹. „Adrenalinová dovolená na Milovicku“ by využívala formu tiskové reklamy, v místním periodiku v oddělení inzerce by byly uveřejněny reklamní propagační letáky. Dále je vhodná forma venkovní a interiérové reklamy, venkovní formou billboardů, informačních tabulí a vývěsek a interiérovou formou tabulí umístěných v atraktivitách regionu. Podpora prodeje probíhá prostřednictvím dárkových a upomínkových předmětů, které jsou k dispozici k penzionu Polabí, přerovském skanzenu, v zázemí milovického bývalého vojenského areálu a v turistických informačních centrech. Ke zviditelnění by bylo využíváno výstaviště v Lysé nad Labem, kam by se pravidelně umísťovaly propagační letáky a informační tabule. Nejlepším možným řešením by však byl virální marketing, vcelku nenákladná, avšak kreativní forma marketingu využívající především šíření po internetu.

¹³¹ JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. S. 240. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-3247-3.

Forma osobního prodeje je využívána ve firmách, kterým se produkt nabízí k teambuildingu. Školený profesionální pracovník obchází větší firmy v okolí nymburského okresu a snaží se o prezentaci produktu. Stále využívanější forma komunikačního mixu je product placement, což je zaplacené záměrné umístění jména, image, loga nebo samotného produktu do filmů, televizních nebo internetových pořadů a podobných inscenací. Při dostatku finančních prostředků by tato metoda byla velkým pomocníkem v propagaci produktu. Pomocí marketingové komunikace přesvědčují organizace své stávající i potenciální zákazníky, aby si zakoupili jejich produkt. Rozpočet na marketingovou komunikaci je však velmi nákladnou záležitostí. Vložené investice se však mohou vrátit prostřednictvím spokojených zákazníků, kteří se rádi vrací a doporučují produkt ostatním potenciálním zákazníkům. Na základě koupěschopnosti produktu vzniká ziskovost.

„People“, lidský faktor, je prvním rozšířením základního marketingového mixu¹³². Jelikož je cestovní ruch přímo závislý na kvalitních lidských zdrojích, je výběr marketingového prvku „people“ velmi složitý. Do lidských faktorů se řadí nejen výběr zaměstnanců, ale také správný výběr cílového segmentu zákazníků a následný targeting a positioning. Součástí tohoto rozšířeného marketingového mixu jsou zaměstnanci ubytovacího zařízení, penzionu Polabí, dále zaměstnanci skanzenu v Přerově nad Labem, provozovatelé a pracovníci lezecké stěny v Milovicích, milovického tankodromu a organizace Paintballgame. Největší požadavky jsou kladeny na zaměstnance, kteří přichází do přímého styku se zákazníky a uživateli produktu. Tito pracovníci musí mít příslušnou kvalifikaci, musí být komunikativní, zdvořilí, reprezentativní, důvěryhodní a spolehliví.

„Packaging“ znamená tvorbu balíčků z různých základních a doplňkových druhů služeb, jejichž souhrn tvoří komplexní nabídku výsledného produktu. Součástí balíčku jsou ubytovací, stravovací a ostatní služby cestovního ruchu, jako v tomto případě sportovně-turistické vyžití, pojištění a kulturní vyžití. Balíček služeb „Adrenalinová dovolená na Milovicku“ obsahuje ubytování a stravování v penzionu Polabí v obci Přerov nad Labem a vstupy na vybrané atraktivitu cestovního ruchu. Jádrem produktu je adrenalinové vyžití, které obsahuje lezení na stěně, návštěvu milovického tankodromu, kde je možnost výběru military aktivit, paintballovou scénářovou hru a jízdu na čtyřkolkách, která se uskutečňuje na motocrossové trati v blízkosti obce Benátky nad Jizerou.

¹³² MENDELOVA UNIVERZITA V BRNĚ. *Marketingový mix pro cestovní ruch*. [online]. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: https://is.mendelu.cz/eknihovna/opory/zobraz_cast.pl?cast=2755

Součástí balíčku je jedna masáž a možnost využití hydromasážní vany a sauny, jenž jsou součástí wellness v penzionu Polabí. Poslední částí vytvořeného balíčku je připojištění rizikových rekreačních sportů. Také při tvorbě „package“ je důležité dbát na klasifikaci cílového trhu a samotná tvorba balíčku úzce souvisí s dalším „P“, kterým je programování. Neopomenutelným faktem zůstává, že hlavním důvodem tvorby a realizace „package“ je získání zisku.

„Programming“ neboli programování v sobě zahrnuje veškeré činnosti, které pomohou službu nabídnout cílovému zákazníkovi. Jsou zde časové rozvrhy, postupy a úkoly, které využívají segmentační strategii. Nabídka se tedy v praxi musí rozdělit dle jednotlivých segmentů, na které je zaměřen produkt. Segment mladých párů může mít odlišné potřeby a přání, než segment z řad homosexuálních jedinců, „singles“ nebo zaměstnanců, kteří využívají produkt ke sblížení s ostatními spolupracovníky a k sjednocení kolektivu. Zaměření programování zvyšuje přitažlivost produktu, je však třeba neustále sledovat trendy, aby nedošlo k zevšednění nebo zastarání.

„Partnership“, kooperace a spolupráce veškerých zúčastněných subjektů cestovního ruchu, má v produktu „Adrenalinová dovolená na Milovicku“ důležitou funkci, neboť na tomto projektu spolupracuje velké množství organizací a v nich zaměstnaných osob. Konkrétně se jedná o spolupráci penzionů, stravovacích zařízení, cestovních kanceláří a cestovních agentur, dopravců, turistických informačních center, provozovatelů výstaviště Lysá nad Labem, provozovatelů lezecké stěny v Milovicích, milovického tankodromu a provozovatelů paintballových her. Záleží však také na spolupráci s výše postavenými subjekty, jako jsou obce, kraje, ministerstva a v neposlední řadě sem patří také samotný stát. Tato marketingová metoda sdružuje fyzické i právnické osoby, ziskové i neziskové organizace a tím vytváří ideální prostředí pro tvorbu produktu a následnou tvorbu zisku. Tato činnost je nutná k výslednému zabezpečení komplexnosti nabídky konečného produktu, obsahujícího balíček služeb. Důsledkem kooperace může být nejen zlepšení vztahů, které se promítne v celkovém fungování organizací, ale také snížení nákladů a zvýšení poptávky.

ZÁVĚR

Diplomová práce zaměřená na sportovně-turistický cestovní ruch napomohla nastínit problematiku této aktivní formy cestovního ruchu. Zatímco v teoretické části bylo důkladně popsáno vše, co se týká interakce cestovního ruchu a sportovní tematiky, v praktické části bylo oproti tomu využito poskytnutých rozhovorů a průzkumu trhu ke zjištění aktuální situace. Bylo zjištěno, že cestovní ruch a sportovní aktivity spolu úzce souvisí a oba pojmy mají na sebe navzájem nezanedbatelný vliv.

Všechny části Středočeského kraje v sobě skrývají obrovský potenciál pro ještě větší rozvoj nejen sportovního cestovního ruchu, který jen čeká, až ho jeho potencionální návštěvníci objeví. ORP Lysá nad Labem v sobě také skrývá určitý, dosud neobjevený, potenciál. K jeho objevení a následnému využití je však zapotřebí účelně využít nabízených příležitostí a dát možnost vstupu novým produktům na trh České republiky s cestovním ruchem. Jak je patrné z provedených průzkumů, zasloužila by si řeka Labe větší využití v oblasti cestovního ruchu. Další rozvojovým tématem je zde pěší turistika a cykloturistika, která zde má ideální podmínky k provozování, avšak pouze za splnění určitých předpokladů.

Analýzou cestovního ruchu v ORP Lysá nad Labem bylo zjištěno, že region má spoustu nedostatků, které je třeba napravit. S finančními nedostatky by se dalo bojovat pomocí dotací a také mnoha úspornými opatřeními zdejších obcí a celého kraje. Nedostatečně vyvinutou je zde jak existující materiálně-technická základna, tak nabídka služeb a dosud nevyužitý potenciál. Celý nymburský okres nabízí svým návštěvníkům velké množství atraktivit, proto je nutné být lepší než konkurenční regiony. Zcela jistě by bylo třeba zlepšit již tolikrát jmenovanou infrastrukturu cestovního ruchu, která zde má velké nedostatky.

I přes slabé stránky a možná ohrožení vyplývající ze SWOT analýzy je zřejmé, že území ORP čeká na svou příležitost. Místní infrastruktura čeká na svou rekonstrukci a výstavbu nových objektů. Realizace vytvořeného produktu „Adrenalinová dovolená na Milovicku“ by mohla být účelným krokem vedoucím k dalším postupným zdokonalováním a tvorbě image destinace. Na základě poskytnutých rozhovorů je zřetelné, že oba diskutované sporty, paintball a motocross, mají již svou stálou klientelu, ale je také třeba najít nový segment stávajících sportovců, kteří budou v odkazu těchto sportů pokračovat do budoucích let. Projekt by měl velkou šanci dosáhnout úspěšnosti z důvodu své jedinečnosti, kvalitě poskytovaných služeb a marketingových metod použitých při tvorbě produktu.

V této diplomové práci byl vytvořen produkt zaměřený na adrenalinové vyžití. Na základě výzkumů je očividné, že by však mohly na zdejším trhu uspět také mnohé další produkty s jiným zaměřením. Díky zachovalé přírodě by zde měly šance uspět „zelené formy cestovního ruchu“ jako ekoturistika, agroturistika a ekoagroturistika. Tyto šetrné typy turistiky by přispěly k zachování životního prostředí a mohly by pomoci odvrátit hrozbu znečištění ovzduší a životního prostředí. Úspěch by zde také zajisté mělo vybudování nové cyklostezky, stejně jako větší a účelnější využití řeky Labe, ať už k vodní dopravě, vodní turistice nebo k rybaření.

Jako cílový segment zákazníků bylo vybráno více skupin, které by však mohly mít podobné preference, požadavky a přání. Produkt byl zaměřen na mladé páry, „singles“, party přátel a firemní teambuilding. Všechny tyto segmenty by jistě uvítaly odpočinek ve formě aktivní dovolené, která by jim byla nabídnuta moderními prostředky, především přes internetové portály a sociální sítě. Jelikož obliba aktivního života stoupá, poskytované služby by měly neustále zlepšovat svou kvalitu a rozsah.

Počáteční hypotéza znějící, zdali by mělo smysl vytvářet ve zvolené oblasti produkt zaměřený na adrenalinové sporty, se prostřednictvím diplomové práce potvrdila. Tvorba konkurenceschopného produktu, který by byl zaměřen na příhodné segmenty zákazníků, by jistě přinesla očekávané výsledky a také možné zlepšení návštěvnosti. Adrenalinového vyžití se tu nabízí dostatek, bylo však třeba nabídku řádně porovnat a začlenit do balíčku vytvořeného produktu. Zdejší konkurence není příliš velká, tudíž by výsledný produkt nebyl z příliš velké míry ohrožen. Ohrozit by jej mohly pouze nabídky jednotlivých adrenalinových zážitků, které v regionu nabízí několik organizací.

Další hypotéza se vyvinula také v pozitivním směru. ORP Lysá nad Labem navštěvují především rodiny s dětmi mířící do milovického parku Mirakulum a čeští občané ve středním věku, kteří jsou pravidelnými návštěvníky výstaviště v Lysé nad Labem. Nový produkt by tedy přilákal potenciální návštěvníky ze zcela odlišných segmentů, než jsou ty stávající. Tento krok je potřebný k celkovému zvýšení návštěvnosti. Touto větou se potvrzuje i poslední dílčí hypotéza, tedy že by mohl nový produkt „Adrenalinová dovolená na Milovicku“, popřípadě jeho zkrácená varianta „Adrenalinový víkend na Milovicku“, pomoci ke zvýšení návštěvnosti. Počet stávajících návštěvníků nedosahuje závratných výšek, největší zásluhu na nynější návštěvnosti má především již zmiňované lysolabské výstaviště, milovický bývalý vojenský areál a park Mirakulum v Milovicích. Těchto již hojně navštěvovaných atraktivit je třeba jen dál účelně využít ke strategiím rozvoje cestovního ruchu.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

České tištěné zdroje

DOBRODRUŽNÝ CESTOVNÍ RUCH. COT business, 2005, 3. 102 s.

EDICE TURISTICKÝ PRŮVODCE, STŘEDOČESKÝ KRAJ. Freytag a Berndt vydavatelství, 2006. 224 s. ISBN 978-807-316-2610.

HAMARNEH, I. Mezinárodní cestovní ruch. 1.vyd. Praha:Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2014, s. 9-10. ISBN 978-80-7452-040-2.

HARTMANOVÁ, V. *Pravidla českého pravopisu*. Nakladatelství Olomouc, 2001. 351 s. ISBN 80-7182-073-3.

HESKOVÁ, M. et al. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3.

HORNER S. a J. SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. ISBN 80-247-0202-9.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. 288 s. ISBN 978-80-247-3247-3.

KORVAS, P. *Aktivní formy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, 2007. ISBN 978-80-210-4361-9.

KOTLER, P. *Marketing management*. 4. vyd. Grada, 2013. 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5.

MALÁ, V. *Základy cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002. 97 s. ISBN 80-245-0439-1.

MORRISON, A. M. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Praha: Victoria Publishing, 1995. 523 s. ISBN 80-85605-90-2.

PALATKOVÁ, M. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.

PÁSKOVÁ, M. a J. ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 1. vyd. MMR, 2002. 448 s. ISBN 80-239-0152-4.

PTÁČEK, P. *Bezpečně na tekoucí vodě*. Ústí nad Labem: Albis, 2006. S. 104. ISBN 80-86 971-147.

RYGLOVÁ, K., M. BURIAN a I. VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1.vyd. Praha: Grada, 2011. Učební texty (Univerzita Karlova). 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

SOUKUP, V. *Velká turistická encyklopedie Středočeský kraj*. Knižní klub, 2011. 344 s. ISBN 80-242-1932-8.

Zahraniční tištěné zdroje

HIGHAM, J. and T. HINCH. *Sport tourism development*. Clevedon. UK Cromwell Press, 2004. ISBN 1873150628.

STANDEVEN, J. and P. DE KNOP. *Sport tourism*. Champaign, USA. Human Kinetics, 1999. ISBN 0873228537.

České internetové zdroje

AGENTURA OCHRANY PŘÍRODY A KRAJINY ČESKÉ REPUBLIKY. *Správa CHKO Blaník*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://blanik.ochranaprirody.cz/>

ASOCIACE ČESKÉHO SNOWBOARDINGU. [online]. [cit. 2015-02-29]. Dostupné z: <http://www.snowboarding.cz/>

ASOCIACE HOTELŮ A RESTAURACÍ ČR. *Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení ČR*. [online]. [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://www.hotelstars.cz/oficialni-klasifikace-v-cr>

AUTOKLUB ČESKÉ REPUBLIKY. *Motoskijöring*. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://www.autoklub.cz/disciplina/18-motoskijoring.html>

BOBOVÁ DRÁHA KUTNÁ HORA. *Svezte se na nejdelší bobové dráze v ČR*. [online]. [cit. 2015-02-29]. Dostupné z: <http://www.bobovadrahakutnahora.cz/bobova-draha.php>

BOTANICUS. *Naše hodnoty*. [online]. [cit. 2015-02-07]. Dostupné z: <http://www.botanicus.cz/o-nas/nase-hodnoty>

CYKLISTÉ VÍTÁNI. [online]. [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: <http://www.cyklistevitani.cz/Uvod.aspx>

CZECH TOURISM. [online]. [cit. 2015-02-15]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/>

ČESKÝ AMATÉRSKÝ MOTOSPORT. *IMBA*. [online]. [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://www.imba-cam-sefl.cz/soubory/imba_2015.pdf

ČESKÉ DRÁHY. *Detail vyhledané stanice*. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://www.cd.cz/cd-online/staniceinfo.php?nazev=53114>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Modul zaměstnanosti cestovního ruchu. Souhrnné ukazatele zaměstnanosti v národním hospodářství a cestovním ruchu v ČR*. [online]. 14. 2. 2014. [cit. 2015-02-05]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/modul_zamestnanosti_cestovniho_ruchu

ČESKÝ SVAZ CYKLISTIKY. *O nás. Historie Českého svazu cyklistiky*. [online]. [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: http://www.ceskysvazcyklistiky.cz/clanek/73_o_nas

DENÍK. *Historie fotbalu*. 4. 6. 2014. [online]. [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.denik.cz/infografika/historie-fotbalu-20140604.html>

DOSTIHY LYSÁ NAD LABEM. *Historie závodíště*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://www.dostihylisa.cz/historie-zavodiste>

DOTAČNÍ INFO. *Operační program Doprava 2014-2020*. [online]. [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.dotacni.info/operacni-program-doprava-2014-2020/>

DRÁBSKÉ SVĚTNIČKY. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://drabske-svetnicky.ceskehory.cz/>

EVROPSKÁ KOMISE. *Evropská komise pro cestovní ruch*. [online]. [cit. 2015-01-19]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/regional_policy/activity/tourism/index_cs.cfm

FITWEB. *Přehled sportcenter nabízejících paintball*. [online]. [cit. 2015-01-28]. Dostupné z: <http://kdesportovat.fitweb.cz/paintball-ceska-republika-t18-r1.html>

GREENWAYS. [online]. [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.greenways.cz/Uvod.aspx>

HRA BAREV. *O paintballu*. [online]. [cit. 2015-02-01]. Dostupné z: <http://www.hrabarev.cz/o-paintballu>

HRAD OKOŘ. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.hrad-okor.cz/>

INFO ČESKO. *Turistické informační centrum Milovice*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://sluzby.infocesko.cz/content/stredni-cechy-severovychod-polabi-obchod-sluzby-informacni-centra-informacni-centrum-milovice.aspx>

JAKOUBKOVÁ, D. *Sněžnice-jak vybrat-tipy, triky, typologie. Outdoor guide*. [online]. [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: <http://www.outdoorguide.cz/sneznice-jak-vybrat-tipy-triky-typologie-1061.html>

KINEOVA HOUPAČKA. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://www.kieneova-houpacka.cz/>

KLUB ČESKÝCH TURISTŮ. *Historie KČT*. [online]. [cit. 2015-02-10]. Dostupné z: <http://www.kct.cz/cms/historie-kct>

KRATOCHVÍL, P. a R. PAŽOUT. *Destinační management - Tvorba destinačních produktů cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj. S. 19. [online]. [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/55dfa8f3-a995-4739-8e8a-7a397fa1635c/GetFile5_3.pdf

KUČERA, V. *Utečeme na chalupu*. Česká televize, 2008. [online]. [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/exkluzivne-na-ct24/osobnosti-na-ct24/5073-uteceme-na-chalupu/>

KUDY Z NUDY. *Český pohár v boulderingu*. [online]. [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/akce/rock-point-cesky-pohar-v-boulderingu.aspx>

KUTNÁ HORA. *Památky*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.kutnahora.cz/index.php?sec=3&cid=61>

LOYDL, E. *Paintball, dynamický adrenalinový sport*. Olomouc, 2010. S. 57. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/.../O_paintballu2.pdf

MAS POLABÍ, O.P.S. *O nás*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.maspolabi.cz/o-nas>

MENDELOVA UNIVERZITA V BRNĚ. *Marketingový mix pro cestovní ruch*. [online]. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: https://is.mendelu.cz/eknihovna/opory/zobraz_cast.pl?cast=2755

MĚSTO LYSÁ NAD LABEM. *Městská památková zóna*. [online]. [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: <http://www.mestolysa.cz/cz/mesto/mestska-pamatkova-zona>

MĚSTO MŠENO. *Městská památková zóna Mšeno*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.mestomseno.cz/index.php?cmd=page&id=228>

MIDDLE CZECH. *Kladno*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://middleczech.kr-stredocesky.cz/kladno/>

MIKROREGION POLABÍ. *Členské obce*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.mikroregionpolabi.cz/clenske-obce/>

MILTEN. [online]. [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <http://www.milten.cz/index.php/restaurace-milten>

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ. *Strategie regionálního rozvoje ČR 2014-2020*. [online]. [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/08e2e8d8-4c18-4e15-a7e2-0fa481336016/SRR-2014-2020.pdf>

MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ. *Polabské hůry*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://www.mzp.cz/natura/karty/CZ0210713.html>

MENDELOVA UNIVERZITA V BRNĚ. *Marketingový mix pro cestovní ruch*. [online]. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: https://is.mendelu.cz/eknihovna/opory/zobraz_cast.pl?cast=2755

MOTROCROSS. *Tratě v České republice*. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://motocross.wbs.cz/Trate-v-CR.html>

NATURA2000. *Seznam lokalit*. [online]. [cit. 2015-04-05]. Dostupné z: http://www.nature.cz/natura2000-design3/web_lokality.php?cast=1805&akce=karta&id=1000101838

OBEC OSTŘÁ. *Přírodní rezervace Mydlovarský luh*. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: http://www.ostra.cz/prirodni-rezervace_ml.htm.

OCHRANA PŘÍRODY A KRAJINY V ČESKÉ REPUBLICE. *Národní přírodní rezervace Hrabanovská černava*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: http://www.cittadella.cz/euoparc/index.php?p=index&site=NPR_hrabanovska_cernava_cz

ORIONRACING TEAM. [online]. [cit. 2015-02-22]. Dostupné z: <http://www.orionracing.cz/motoskijoring/>

PALATKOVÁ, M. *Prolínání destinací a destinační partnerství*. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha, 2006. [online]. [cit. 2014-11-25]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/3869c784-9a21-41d7-aa4e-3ae736eccbe4/GetFile7_3.pdf

PAINTBALLCLUB MILOVICE. *MS ČR v paintballu 2010*. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://www.paintballclubmilovice.cz/products/proc-prave-ms-cr-v-paintballe-/>

PAINTBALLGAME.CZ [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <https://www.paintballgame.cz/cs/paintball-milovice/>

PETR, M. Článek o DPZ Consulting. *Zájem o paintball v Česku roste*. Hospodářské noviny. [online]. [cit. 2015-01-30]. Dostupné z: <http://archiv.ihned.cz/c1-58206540-zajem-o-paintball-v-cesku-roste-firmy-uz-oteviraji-sva-hriste-i-v-pamatkovem-objektu>

PIZZERIA MATYLDA. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://luco.cz/jom/>

POLABSKÉ MUZEUM. *Prerov nad Labem*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.polabskemuzeum.cz/vystavy-prerov-nad-labem/historie-pnm-prerov-nad-labem>

PTÁČEK, P. *Bezpečně na tekoucí vodě*. Ústí nad Labem: Albis, 2006. S. 104. ISBN 80-86 971-147

REGIONÁLNÍ INFORMAČNÍ SERVIS. *Středočeský kraj*. [online]. [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/stredocesky-kraj>.

ŘEDITELSTVÍ SILNIC A DÁLNIC ČR. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://www.rsd.cz/>

SLOUKA, I. *Turistika naboso*. [online]. [cit. 2015-02-16]. Dostupné z: <http://www.turistikanaboso.cz/>

SCHWARTZHOFFOVÁ, E. *Sportovní turismus*. Fakulta tělesné kultury, Univerzita Palackého, Olomouc, 2010. [online]. [cit. 2015-02-02]. Dostupné z: <http://www.telesnakultura.upol.cz/index.php/telesnakultura/article/viewFile/58/115>

STÁTNÍ OBLASTNÍ ARCHIV V PRAZE. *Státní okresní archiv Nymburk*. [online]. [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: <http://www.soapraha.cz/nymburk>

STŘEDOČESKÝ KRAJ. *Informace o Středočeském kraji*. [online]. [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: <http://www.kr-stredocesky.cz/web/kraj>.

STŘEDOČESKÝ KRAJ. *Mapa Středočeského kraje*. [online]. [cit. 2014-11-19]. Dostupné z: http://wiki.rvp.cz/@api/deki/files/10481/=800px-Stredocesky_kraj.svg.png?size=webview

TRČKA, J. *Neustále ve střehu*. Hospodářské noviny, 2003. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://archiv.ihned.cz/c1-12658310-paintball>

TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM LYSÁ NAD LABEM. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://iclysa.cz/>

U BÍLÉ LABUTĚ. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://www.labut.info/>.

U KRÁLE VÁCLAVA. [online]. [cit. 2015-03-05]. Dostupné z: <http://www.restauracelysa.cz/>.

U FARKAČŮ. [online]. [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: http://www.restauraceufarkacu.cz/index.php?option=com_phocagallery&view=category&id=1&Itemid=7.

U JELÍNKŮ. [online]. [cit. 2015-03-07]. Dostupné z: <http://www.ujelinku.cz/cz/uvodni-stranka>.

VANÍČEK, J. a V. KŘEŠŤAN. *Marketing cestovního ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha, 2007. 55 s. [online]. [cit. 2015-02-09]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/ba898846-3cc2-4274-9c8e-6bb974c08475/GetFile20.pdf>

VĚZEŇSKÁ SLUŽBA ČESKÉ REPUBLIKY. *Věznice Jiřice*. [online]. [cit. 2015-01-09]. Dostupné z: <http://www.vscr.cz/veznice-jirice-76/o-nas-1583/zakladni-informace-171/>

VLAJKY MĚST ČESKÉ REPUBLIKY. *Vlajka města Lysá nad Labem*. [online]. [cit. 2015-03-01]. Dostupné z: http://mesta.vlajky.org/nahled-velky/lysa_nad_labem.png

VOTVÍRÁK. [online]. [cit. 2015-03-06]. Dostupné z: <http://www.votvirak.cz/index.php>

WOLFOVÁ, P. Reflex. *Duhová turistika*. [online]. [cit. 2015-03-11]. Dostupné z: <http://www.reflex.cz/clanek/zivot-a-styl/42895/czech-tourism-se-veze-na-medialni-vlne-laka-do-ceska-gaye-na-duhovou-turistiku.html>

ZLATÝ PRUH POLABÍ. *Logo*. [online]. [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: http://www.polabi.com/skins/polabi_pnk/images/logo.jpg

Zahraniční internetové zdroje

NATIONAL PROFESSIONAL PAINTBALL LEAGUE. [online]. [cit. 2015-02-17]. Dostupné z: <http://nppl.com/>

PHANTIS. *History of football*. [online]. [cit. 2015-02-20]. Dostupné z: http://wiki.phantis.com/index.php/History_of_Football

BUSINESS DICTIONARY. *Positioning*. [online]. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: <http://www.businessdictionary.com/definition/positioning.html>.

SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK

Seznam obrázků

Obrázek 1: Mapa České republiky - zvýrazněn Středočeský kraj	26
Obrázek 2: Logo MAS Polabí	30
Obrázek 3: Logo Zlatý pruh Polabí	30
Obrázek 4: Znak města Lysá nad Labem	31
Obrázek 5: Vlajka města Lysá nad Labem	31
Obrázek 6: Znak města Milovice	32
Obrázek 7: Vlajka města Milovice	32
Obrázek 8: Mapa Středočeského kraje.....	V
Obrázek 9: Správní obvod ORP Lysá nad Labem	VI
Obrázek 10: Propagační leták	VII

Seznam tabulek

Tabulka 1: Obce s rozšířenou působností	28
Tabulka 2: Cyklostezky.....	40
Tabulka 3: Infocentra.....	41
Tabulka 4: Ubytovací zařízení	42
Tabulka 5: Stravovací zařízení	44
Tabulka 6: Seznam pozemních komunikací II. třídy.....	46
Tabulka 7: SWOT analýza ORP Lysá nad Labem	48
Tabulka 8: Komponenty SWOT analýzy	54
Tabulka 9: Konfrontační matice	55
Tabulka 10: Harmonogram "Adrenalinové dovolené na Milovicku"	61
Tabulka 11: Kalkulace	66

SEZNAM ZKRATEK

CO² – Oxid uhličitý

CR - Cestovní ruch

EU – Evropská unie

FMX – Freestyle motocross

HUZ - Hromadná ubytovací zařízení

KSÚS SK - Krajská správa a údržba silnic Středočeského kraje

MAS - Místní akční skupina

MMA – Mixed Martial Arts, smíšená bojová umění

MX - Motocross

ORP - Obec s rozšířenou působností

TIC - Turistické informační centrum

UNWTO – United Nations World Tourism Organization

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A - Rozhovor s Vladanem Markem	I
Příloha B – Rozhovor s Lukášem Mohauptem	III
Příloha C – Obrázky.....	V

PŘÍLOHY

Příloha A - Rozhovor s Vladanem Markem

Nejúspěšnější, nejdéle hrající hráč paintballu v České republice, zakladatel a zároveň kapitán paintballového týmu Troja Praha, sponzor týmů a hráčů a majitel PAINTBALLGAME poskytl 31. 1. 2015 rozhovor, který probíhal tematicky v Benešově na scénářové akci STALINGRAD VOL. 2 - KOTEL.

-Kdy se dostal paintball do České republiky?

Do Čech se paintball dostával postupně z ciziny po roce 1990. Již od roku 1993 tu provozuji Paintballgame a sám jsem aktivním hráčem.

-Jak se český paintball podle vás vyvíjí v čase?

Od roku 1993 to šlo strmě nahoru až do krize. My jsme díky nabídkám na slevomatu oddálili krizi o celý rok, takže mezi roky 2013 a 2014 nastal pád, zmenšil se přírůstek nových hráčů, ale během roku 2014 se vývoj stabilizoval a v současnosti zaznamenáváme zase mírný nárůst.

-Takže se slevovými portály spolupracujete. Má to vůbec nějaký význam?

Samozřejmě, získáváme díky slevomatu nové zákazníky a z řad zákazníků se mohou zrodit noví hráči.

-Je provozování paintballu náročné na lidské a finanční zdroje?

Vůbec ne, mám jen 3 stálé zaměstnance a v sezóně doplňuji potřebnou pracovní sílu brigádníky. Spokojenost je, myslím, na obou stranách a s financemi to také není nijak extra náročné. Náročnější na finance je samotné hraní, ne však provoz.

-Je paintball hodně závislý na sezónnosti? Snažíte se nějak vyrovnat mimosezónní návštěvnost?

Hlavní sezóna je jaro a podzim, to je návštěvnost nejvyšší. V létě k nám hodně jezdí cizinci, místní odjíždí na dovolené, tak jejich návštěvnost mírně klesá. A zima je špatná, ale pořádáme i přes zimu otevřené a scénářové hry, kam se někteří hráči sjíždí bez ohledu na počasí.

-Cizinci jezdí za paintballem do České republiky?

Z celkové návštěvnosti máme zhruba 30% cizinců, nejvíce z Německa, Anglie, Ruska a ostatních zemí.

-Co je třeba dělat proto, aby byla Paintballgame vidět? Proč jste úspěšnější než konkurence?

Máme dobrou reklamu, na internetových stránkách a různých sportovních serverech, billboardech, slevomatu. Dříve jsme nabízeli paintballovou akademii ve školách, ale to už nyní nemá smysl, nepřináší to nic nám ani zákazníkům. Snažíme se poskytovat kvalitní služby a zlepšovat se. Nabízíme minitanky jako doprovodný program k paintballu a v červnu začínáme s airsoftem.

-Jaká věková kategorie hraje nejčastěji paintball?

Je to sport pro všechny věkové kategorie. Pro děti děláme různé akce, při junior paintballu i méně bolí zásahy, aby to děti neodradilo. Dříve byl průměrný věk hráčů mezi 25 a 30 lety, to už ale teď neplatí. Kleslo to a věkový průměr našich hráčů se teď pohybuje zhruba mezi 15 a 25 lety. Výjimkou ale nejsou ani malé děti, ale ani lidé věkově přesahující padesátku.

-Je asi zbytečné ptát se na pohlaví hráčů?

Asi ano, převážně hrají chlapci a muži, ženy jen minimálně.

-Má paintball a obecně adrenalinové sporty vliv na cestovní ruch České republiky?

My se orientujeme vyloženě jen na Středočeský kraj a Prahu, ale řekl bych, že sportovní paintball tu má veliký potenciál a také obliba rekreačního paintballu neustále stoupá, takže nějaký vliv je určitě znát.

-Neplánuje se rozšíření i do dalších krajů?

Určitě ne, nám stačí tohle, máme dost práce tady, kde máme hřiště, krytou halu a shop.

-Kde mohou lidé najít vaše provozovny a hřiště?

Největší a nejnavštěvovanější hřiště je v Benešově, kde se mohou vyřádit jak sportovní a rekreační hráči, tak hráči military paintballu. Díky velikosti hřiště tu pořádáme velké scénářové hry. Další hřiště je máme v Milovicích, jedná se o menší, samozřejmě méně propracované hřiště. A potom Praha, kde máme venkovní hřiště v Krči, které mají v oblíbě spíše sportovní hráči. Dále máme krytou halu na Synkáči, kde probíhají třeba i tréninky našeho projektu „paintballová akademie“, kdy získáváme nové hráče.

-Nabízíte ještě nějaké služby kromě zajištění paintballových her?

V Praze na Chodově máme obchod s vybavením, kde funguje skvěle jak objednávání přes internet, tak osobní prodej. Žádné další služby nepotřebujeme, tudíž ani neplánujeme. Kdo si nechce vybavení půjčovat, může si zde všechno koupit.

-Děkuji za rozhovor a přeji mnoho úspěchů a nových hráčů.

Příloha B – Rozhovor s Lukášem Mohauptem

Úspěšný středočeský motocrossový jezdec, dvojnásobný vítěz Mistrovství České republiky v motoskijøringu poskytl 26. 2. 2015 rozhovor k diplomové práci na téma motocrossu a motoskijøringu ve Středočeském kraji. Poskytl informace o vývoji, úrovni, kvalitě infrastruktury a podpory rozvoje těchto sportů.

-Jak se vyvíjí motocross a motoskijøring v České republice?

Motocross je na stále stejné úrovni už několik let a upřímně žádná sláva to tady není. Oproti tomu skijøring se docela zlepšuje. Dostává se do podvědomí většího množství lidí, více se o něm mluví, na závody jezdí více fanoušků, akorát počasí hraje stále proti nám.

-Kolik let se oběma sportům věnujete?

Motocrossu se věnuji již 16 let a skijøringu zhruba 8 let.

-Patří dle Vašeho názoru motoskijøring mezi adrenalinové sporty?

Určitě ano, já tedy moc nerozlišuji cross a skijøring, i když se jedno jede na hlíně a druhé na sněhu, stále sedím na motorce a snažím se ze sebe dostat maximum.

-Co zažíváte Vy sám při trénování a při samotných závodech?

Na skijøring se bohužel v našich podmínkách trénovat vůbec nedá, takže tam je to bez přípravy rovnou do závodů a proto je to vždy o štěstí, náhodě, sebranosti motorkáře a lyžaře a dobré fyzické kondici. Na motocross teď pojeďu trénovat na týden do Itálie, kde jsou tratě na nesrovnatelně lepší úrovni než u nás. Při závodech zažívám nervozitu, ale strach téměř žádný. Na strach prostě není v těchto sportech prostor. Kdo se bojí, nemá tu co dělat. Jasně že pády občas bolí, ale mezi námi se říká, že kdo nepadá, nezrychlí.

-Liší se v tomto motocross a motoskijøring? Při motocrossu se spoléháte jen sám na sebe, má to v něčem výhody/nevýhody?

Jak jsem říkal, já tohle nerozlišuji, neliší se to. Samozřejmě v crossu jedu pouze sám za sebe, nemůžu spoléhat na nikoho jiného a pády jsou o mnoho bolestivější. Oproti tomu skijøring se jede ve dvou, je to strašně o spolupráci a sebranosti, ale to bývá mnohdy i nevýhodou, protože si neustále musím hlídat svého lyžaře a ohlížet se.

-Nepřemýšlel jste o freestyle motocrossu?

Přemýšlel, ale to nedám. (smích) Zabil bych se. Je to úplně něco jiného, úplně jiný level, je to strašně nebezpečný.

-Mají tyto sporty podporu rozvoje v České republice nebo dochází spíše k úpadku a rušení tratí?

Je tady spousta lidí, kteří se to snaží zachránit, ale stále je tady to větší množství lidí, kteří by raději všude měli fotbalová hřiště místo tratí. Ty největší závodní tratě zůstávají, jinak to jde docela z kopce. Menší tratě se často ruší kvůli nepochopení občanů a kvůli jejich neochotě a nulové toleranci.

-Kde v cizině je motocross na lepší úrovni?

Všude. (smích) Jmenovitě třeba právě ta Itálie, odkud pochází mnoho skvělých jezdců. Potom Německo, Švýcarsko, kde jsem jezdil IMBU (pozn. IMBA, neboli International Motor Bike Association¹³³). V Belgii jsou tratě také na skvělé úrovni a nejlepší je samozřejmě kolébka motocrossu USA.

-Přitahují tyto sporty diváky a fanoušky?

No jasně, například teď na posledním závodě Mistrovství České republiky v motoskiöringu, které se konalo v Dobřanech v Orlických horách, bylo 500 platících návštěvníků, celkově i se závodníky, technikou a jejich rodinami bylo kolem 600 lidí, takže účast i návštěvnost skvělá.

-Zvyšuje se například díky pořádaným závodům návštěvnost některých destinací?

Určitě ano. Když se konají menší krajská kola závodů, tak se návštěvnost pohybuje ve stovkách. Pokud se ale jede mistrák, to je například trať v Pacově, Jiníně, Kramolíně nebo v Kaplici, je návštěvnost velká, pohybuje se v tisících návštěvníků, kteří jezdí fandit mnohdy z druhého konce Čech.

-V jaké části republiky je nejvíce míst pro trénování a kde se pořádá nejvíce závodů?

U nás je to docela rovnoměrně rozložené, jenom Středočeský kraj trochu pokulhává. A sever na tom není nejlíp. Jinak je to tak nastejno, hezké tratě jsou jak u nás, tak na jihu, východě a na Moravě na tom také nejsou špatně.

-Je v České republice dostatečně vyvinutá infrastruktura pro provozování těchto sportů?

Jak už jsem řekl, tak v cizině je to lepší, proto jezdí čeští jezdci trénovat za hranice.

-Dají se v současné době sehnat sponzoři?

Těžko, hlavně musí být vidět nějaké pořádné výsledky, aby byli sponzoři ochotni investovat. A je tady docela velká konkurence.

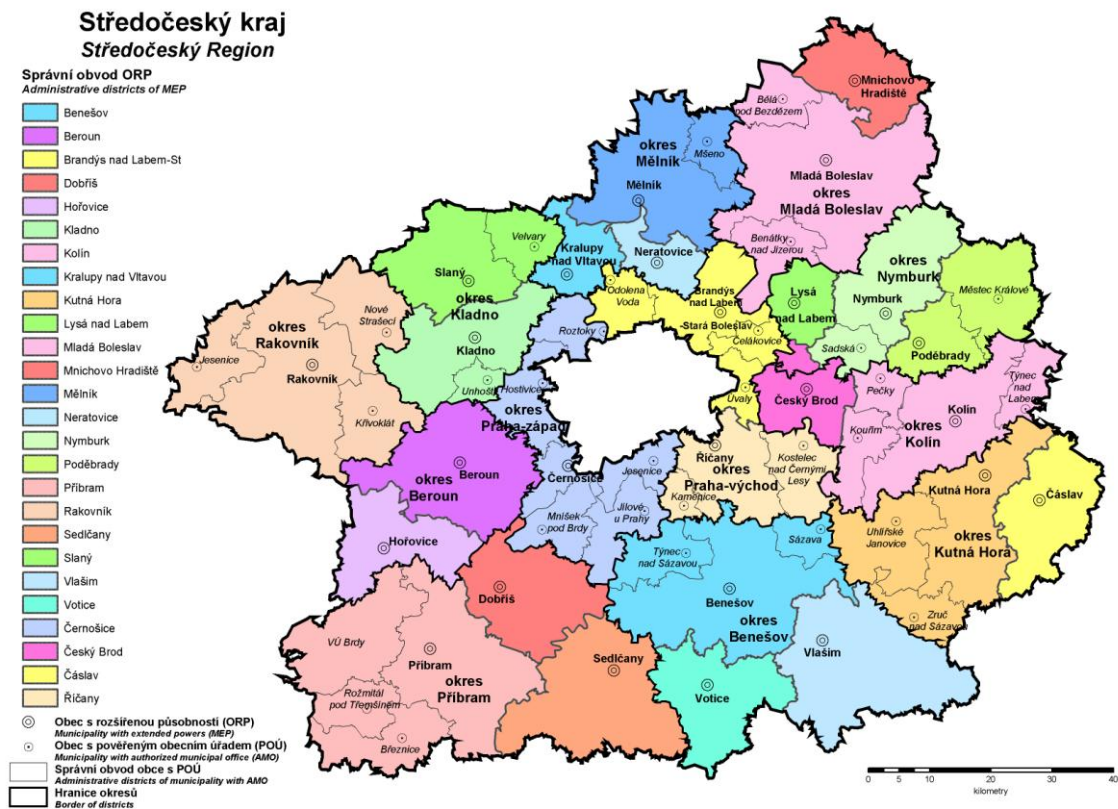
-Jedná se o finančně a časově náročné záliby?

Strašně náročné, hlavně když má člověk normální zaměstnání, tak je to složité. A o financích ani nemluví, každá sranda něco stojí a tohle je ohledně financí hodně velká sranda.

¹³³ ČESKÝ AMATÉRSKÝ MOTOSPORT. IMBA. [online]. [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://www.imba-cam-sefl.cz/soubory/imba_2015.pdf

Příloha C – Obrázky

Obrázek 8: Mapa Středočeského kraje



Zdroj: ¹³⁴

¹³⁴ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Mapa Středočeského kraje*. [online]. [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/D00034E6FA/\\$File/130212m03.jpg](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/D00034E6FA/$File/130212m03.jpg)

Obrázek 9: Správní obvod ORP Lysá nad Labem

SO ORP LYSÁ NAD LABEM

Správní obvod obce
s pověřeným obecním úřadem
Lysá nad Labem

obce
katastrální území



Zdroj: ¹³⁵

¹³⁵ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. SO ORP *Lysá nad Labem*. [online]. [cit. 2015-03-08]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/xs/redakce.nsf/bce41ad0daa3aad1c1256c6e00499152/5cf5ce49232b4b84c12573d8002e8e3f/\\$FILE/adm_orp_2113.jpg](http://www.czso.cz/xs/redakce.nsf/bce41ad0daa3aad1c1256c6e00499152/5cf5ce49232b4b84c12573d8002e8e3f/$FILE/adm_orp_2113.jpg).

Obrázek 10: Propagační leták

ADRENALINOVÁ DOVOLENÁ NA MILOVICKU

www.adrenalinovadovolenamilovicko.cz

6 dní plných adrenalinu, zážitků a příjemného prostředí
Středočeského kraje

Ubytování a stravování v penzionu Polabí**** v Přerově nad Labem

- * Lezení na umělé nebo boulderingové stěně *
- * Tankodrom Milovice - S.W.A.T. Komando *
(možnost jízdy v BVP nebo tanku)
- * Noční scénářová hra paintballu v bývalé vojenské základně *
- * Jízda na čtyřkolkách na motocrossové trati *
- * Relax ve formě wellness *
- ...a mnohé další.

7680,-



Ve spolupráci s: Paintballgame.cz Tankodrommilovice.cz
PenzionPolabi.cz Lezenimilovice.cz

Zdroj: autorka práce, 2015 (vlastní zpracování)

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Renata Pokorná

Obor: Management cestovního ruchu

Forma studia: Denní

Název práce: Analýza sportovně-turistického cestovního ruchu
ve vybrané oblasti

Rok: 2015

Počet stran textu bez příloh: 64

Celkový počet stran příloh: 7

Počet titulů českých použitých zdrojů: 16

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 2

Počet internetových zdrojů: 74

Vedoucí práce: Ing. Dana Šrámková