

38

Working Paper



**SILESIAN
UNIVERSITY**
SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION IN KARVINA

Institute of Interdisciplinary Research



**Working Papers in Interdisciplinary
Economics and Business Research**

Účastnický potenciál eventů – „Kolo pro život 2016“

Jiří Helešic

February 2017

Working Papers in Interdisciplinary Economics and Business Research

Silesian University in Opava
School of Business Administration in Karviná
Institute of Interdisciplinary Research
Univerzitní nám. 1934/3
733 40 Karviná
Czech Republic
<http://www.iivopf.cz/>
email: iiv@opf.slu.cz
+420 596 398 237

Citation

HELEŠIC, J., 2017. Účastnický potenciál eventů – „Kolo pro život 2016“. *Working Paper in Interdisciplinary Economics and Business Research no. 38*. Silesian University in Opava, School of Business Administration in Karviná.

Abstrakt

Jiří Helešic: Účastnický potenciál eventů – „ Kolo pro život 2016“

Sportovní akce a události jsou nedílnou součástí společenského života lidí a jsou také považovány za atraktivní z hlediska cestovního ruchu. V tomto článku jsem se zaměřil na konkrétní oblasti sportovních akcí. Závody MTB "Kolo pro život České spořitelny" získaly značnou oblibu mezi profesionálními i amatérskými cyklisty. Závody jsou úspěšně prezentovány v národních médiích a získaly značné množství sponzorství. Každý rok se závodů zúčastní až 25.000 aktivních cyklistů. Tentokrát, na základě předchozích analýz míst a jejich potenciálu atraktivity z hlediska cestovního ruchu, jsem se zaměřil na složení aktivních účastníků a snažil se posoudit jejich potenciál pro využití služeb cestovního ruchu v místě konání sledovaných akcí. Pro analýzu dat jsem použil metod deskriptivní statistiky a geografického informačního systému ArcGIS. Výsledky výzkumu naznačují, že přímé využití účastnického potenciálu cestovního ruchu v dané destinaci je velmi omezené.

Key words: cyklistické závody, sportovní událost, turismus

JEL: Z 9 C, 76 P

Abstract

Jiří Helešic: Participation potential of events – „ bike for life 2016“

Sports events and the events are an integral part of the social life of humans and are also considered attractive in terms of tourism. In our report, we focused on a specific area of sports events. Series of MTB races "Bike for Life of Česká spořitelna" has gained considerable popularity among both professional and amateur cyclists. It is successfully presented in the national media and has considerable sponsorship. Every year 25,000 active cyclists take part in it. This time, based on previous analyses of venues and their potential of attractiveness in terms of tourism, we focused on the composition of active participants and tried to assess their potential of use for the consumption of tourism services in the venue of the monitored events by us. For the data analysis we used descriptive statistics methods and the geographic information system ArcGIS. Our results suggest that the direct use of the participation potential for the consumption of tourism services in the given destination is very limited.

Key words: bicycle race, sports events, tourism

JEL: Z 9 C, 76 P

Contacts

Jiří Helešic, Department of Tourism and Leisure Activities School of Business Administration, Silesian University, Univerzitní nám. 1934/3, 733 40 Karviná, Czechia, e-mail: helesic@opf.slu.cz

Úvod

Pořadatelství událostí a akcí sportovního charakteru můžeme zařadit do širší oblasti tak zvaného „EVENT TOURISM“, který je chápán jako součást snah budujících image atraktivit v destinacích. Jeho účastníci cestují, aby přímo navštívili určitou událost, nebo mohou být motivováni k návštěvě určité destinace z důvodu konání nějaké události (Getz, 2008). Sportovní události a akce jsou specifické tím, že jsou jedinečné, dočasné, speciálně plánované, řízené a organizačně zabezpečené a kromě diváků mohou mít i značné množství přímých aktivních účastníků. To dělá ze sportovních akcí a událostí turistickou atrakci s možným dopadem na satelitní účet cestovního ruchu destinace potažmo státu (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Doposud jsme se věnovali prostorové distribuci seriálu závodů na horských kolech pro profesionály i amatérské jezdce. Tyto závody mají dlouholetou tradici a nezpochybnitelnou sportovní úroveň. Stali se událostmi – „EVENTS“, které do určité oblasti přivádějí aktivní účastníky, ale i diváky. Vzhledem k tomu, že se jedná o aktivitu konanou převážně mimo domov, lze jejich návštěvníky považovat za jistým způsobem specifické účastníky cestovního ruchu. Výsledky asociačních analýz ukazují, že strategie pořadatelů seriálů „AUTHOR MARATON TOUR“ a „KOLO PRO ŽIVOT ČESKÉ SPOŘITELNY“ jsou z hlediska využití krajiny rozdílné. Rozdílné je chování aktivních účastníků ve smyslu počtu přihlášených k závodům a vztahu k atraktivnosti prostředí, ve kterém je pořádán, dopravní obslužnosti a základním ukazatelům cestovního regionu.

1. Event tourism

1.1. Incentivní cestovní ruch a „Kolo pro život“

Seriál cyklistických závodů „Kolo pro život České spořitelny“ (dále jen KPŽ ČS) má již 16letou tradici. Postupně se od roku 2000 z jednotlivých MTB závodů pro profesionální cyklisty seriál rozrostl v celospolečenský fenomén, který láká celé rodiny amatérských cyklistů. V průběhu dubna až září je každoročně realizováno cca 12 - 16 závodů rozdělených podle délky tratí na jednotlivé trasy. Každého závodu se účastní 1.000 – 2.500 aktivních jezdců.

Organizátoři námi sledovaného seriálu závodů svou marketingovou strategií neoslovují pouze individuální účastníky, ale zaměřují se i na firmy a společenské organizace. Do jednotlivých dílů seriálu se zařazují samostatné závody firemních týmů s vlastním vyhodnocením. Společné dresy firemních týmů a prezentace zúčastněných firem v místě závodu je charakteristikou „Kola pro život“. Tak se seriál stává součástí motivačního - incentivního cestovního ruchu. Incentivní cestovní ruch je dle Havla & Jánošky (2008, s. 30) pro hostitelská místa z hlediska jejich příjmů jednou z nejefektivnějších forem cestovního ruchu.

V posledních letech se organizátoři zaměřují na rodiny. Nabízejí doplňkové programy pro neaktivní účastníky v době závodu ale také bodování celých rodinných týmů. KPŽ ČS se stává eventem pro celou rodinu a cílem výletu v nepracovní dny.

1.2. Sportovní a kulturní eventy

Výzkum vlivu konání sportovních eventů a jejich vliv na cestovní ruch destinace místa konání se zaměřuje na sportovní akce celosvětového významu tzv. „MEGA EVENTS“ nebo také

„HALLMARK EVENTS“ (Roche, 2000, Dowse, Hughes a Wong, in: Shipway 2012, Hall, 1989, Ross, 2006). Mezi „Hallmark sport events“ řadíme divácky nejsledovanější události typu olympijských her, mistrovství světa v kopané, ragby, atletice apod. Efekty pořádání takovýchto sportovních událostí a akcí se projevují v nejrůznějších oblastech, mezi něž patří životní prostředí, ekonomika, sociokulturní sféra, pracovní trh, cestovní ruch atd. Z pohledu efektů konání sportovních akcí jsou zkoumány i některé akce nižší sportovní úrovně nebo sportovní události s menší diváckou sledovaností (např. Gibson at al, 2003, Giorgio & Spinelli, 2009).

Organizace sportovních i kulturních eventů se stává produktem i nástrojem destinačního managementu s cílem valorizace potenciálního využití destinace a přispívá ke zvýšení konkurenceschopnosti daného regionu na trhu cestovního ruchu. Dopadem pořádání sportovních událostí na cestovní ruch v tomto kontextu se zabývá např. Raabová (2012), Gratton, Shibli & Coleman (2006), Shipway & Fyall, (2012) a lze z nich vyvodit, že vhodně zvolenou strategií využití krajiny a jejího potenciálu pro pořádání událostí a akcí (EVENTS) lze ovlivnit cestovní ruch dané lokality.

Jsme si vědomi, že události a akce mají relativně krátkou dobu trvání, a i proto lze jejich přímý vliv na cestovní ruch hůře zaznamenat. Multiplikační efekt námi sledovaných pořadatelství eventů a jejich dopad na cestovní ruch destinace lze s jistou pravděpodobností předpokládat, ale prozatím se nám nepodařilo jej prokázat. Důvodů je několik a mezi ty hlavní bohužel patří sběr statistických dat. Český statistický úřad se zaměřuje na hromadná ubytovací zařízení a počty hostů v nich. Sběr dat je zpracováván pro obce, ale publikuje se kumulativně za kraje a celou ČR. Citlivost takto získaných dat, jejich struktura a účel je pro naše účely nevhodná. Proto jsme se zaměřili na podrobnější analýzu seriálu „Kolo pro život České spořitelny“ z pohledu jeho účastníků.

Monitoringem chování návštěvníků turistických destinací se dlouhodobě zabývá „Česká centrála cestovního ruchu – Czech Tourism“ příspěvková organizace Ministerstva pro místní rozvoj. V poslední době bylo zveřejněno několik studií týkající se naší problematiky např. analýzy dopadu pořadatelství běžeckých závodů „RunCzech“ a „Prague international maraton“ (Raabová, 2012), kulturních a sportovních akcí jako je „International film festival“ v Karlových Varech, „Barum Czech Rally“ ve Zlíně. Tyto studie zadala Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism soukromým agenturám (MMS Market Research, FOCUS Marketing & Social Research, ET Economic impacT). A ze všech zcela jasně vyplývá, že pořadatelství jmenovaných eventů přináší nezpochybnitelné tzv. „čisté příjmy“ ze startovného a prodeje diváckých vstupenek. Dále jsou kvantifikovány náklady na dopravu a další služby cestovního ruchu spotřebovávané v souvislosti s návštěvou eventů. Nezanedbatelné jsou i výdaje organizátorů na pořádání eventů, které se odráží na zvýšení obratu celé české ekonomiky. Kromě těchto ekonomických efektů jsou úspěšné eventy propagací jak celé České republiky, tak jejich jednotlivých turistických regionů.

2. CÍL, MATERIÁL A METODIKA ZKOUMÁNÍ

V našem sdělení analyzujeme dostupné informace o účastnících cyklistických závodů. Cílem analýz je kvantifikovat účastnický potenciál z pohledu spotřeby služeb cestovního ruchu. Předpokládáme, že alespoň polovina účastníků navštěvuje závody seriálu opakovaně. Předpokládáme, že zahraniční účastníci tvoří desetinu celkového počtu účastníků jednotlivých závodů. Předpokládáme, že hlavní skupinou účastníků jsou ženy a muži ve věku 30 – 45 let.

Pořadatelem celého seriálu závodů byla společnost ČS MTB Team s.r.o., jež se po vstupu hlavního investora od roku 2014 jmenuje Petr Čech Sport s.r.o. Společnost se specializuje na

sportovní marketing a pořádání sportovních akcí. Vzhledem k úspěšnosti projektu KPŽ ČS jsou od roku 2011 pořádány obdobné seriály zimních běžeckých závodů „Stopa pro život“ a sjezdových MTB závodů „Enduro série“. Generálním partnerem je Česká spořitelna, hlavními partnery pak pojišťovna Kooperativa a Škoda auto, mediálními partnery Česká televize, Radiožurnál a cyklistické časopisy VELO atd. Společenský statut a vážnost dokladují institucionální partneři, jako je Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, Česká unie sportu a Asociace krajů České republiky.

Anonymní data o přihlášených a závod absolvujících účastnících nám poskytla pořadatelská společnost „Petr Čech sport s.r.o. a dále společnost SPORTSOFT Timing, specialisté na časomíru, GPS tracking a komplexní zajišťování sportovních akcí.

Za „počet účastníků“ je v našem případě považován oficiální záznam o počtu úspěšně absolvujících závodníků. V zájmu objektivitě jsme nezapočítávali přihlášené závodníky diskvalifikované, nenastoupivší na trať, či ty, jež trať neabsolvovali celou nebo v předepsaném časovém limitu. Podle našich zkušeností je to přibližně o 10 – 15 % méně než je počet přihlášených účastníků. Doplnující údaje o seriálech cyklistických závodů jsme získávali přímo od pořadatelů seriálu závodů „KPŽ ČS“ a srovnávali jsme je s údaji specialistů na sportovní časomíru „Sport Soft Timing“.

Kromě základních deskripčních a komparativních metod jsme použili jednoduché statistické metody. Pro analýzu dat to byla metoda deskriptivní statistiky, pro ověření linearit a normality rozdělení dat jsme použili dvojrozměrnou projekci dat. K vizualizaci interakčních dat jsme použili lokalizovaných kartodiagramů zpracovaných v geografické informačním systému ArcGIS.

3. VÝSLEDKY A DISKUSE

V roce 2016 bylo v rámci seriálu KPŽ ČS realizováno 16 závodů. S celkovou účastí 25.590 závodníků. Závody jsou lokalizovány téměř do všech krajů republiky, vyjma Ústeckého a Olomouckého kraje. Podrobnější údaje o lokalizaci uvádí Tabulka 1.

Tab. 1: Lokalizace závodů „Kolo pro život 2016“

Termín	Název závodu	kód	Obec	status	kód	Okres	kód	Kraj	kód	Region	P_Start
23.4.2016	Trans Brdy České spořitelny	539198	Dobříchovice	M	CZ020A	Praha-západ	CZ020	Středočeský kraj	CZ02	Střední Čechy	1886
21.5.2016	Jestřebí hory České spořitelny	579220	Havlovice	O	CZ0525	Trutnov	CZ052	Královéhradecký kraj	CZ05	Severovýchod	1116
25.6.2016	Bikemaraton Drásal České spořitelny	588458	Holešov	M	CZ0721	Kroměříž	CZ072	Zlínský kraj	CZ07	Střední Morava	1957
30.4.2016	Hustopeče AGROTEC Tour ŠKODA AUTO	584495	Hustopeče	M	CZ0644	Břeclav	CZ064	Jihomoravský kraj	CZ06	Jihovýchod	1167
20.8.2016	Manitou Železné hory České spořitelny	571164	Chrudim	M	CZ0531	Chrudim	CZ053	Pardubický kraj	CZ05	Severovýchod	1537
13.8.2016	Karlovarský AM bikemaraton České spořitelny	554961	Karlovy Vary	S	CZ0412	Karlovy Vary	CZ041	Karlovarský kraj	CZ04	Severozápad	1026
11.6.2016	Ještěd Tour Kooperativy	563889	Liberec	S	CZ0513	Liberec	CZ051	Liberecký kraj	CZ05	Severovýchod	1196
14.5.2016	Mladá Boleslav Tour ŠKODA AUTO	535419	Mladá Boleslav	S	CZ0207	Mladá Boleslav	CZ020	Středočeský kraj	CZ02	Střední Čechy	2007
1.10.2016	Vysočina Arena Tour České spořitelny	596230	Nové Město na Moravě	M	CZ0635	Žďár nad Sázavou	CZ063	Kraj Vysočina	CZ06	Jihovýchod	1931
21.9.2016	Oderská mlýnice České spořitelny	599701	Odry	M	CZ0804	Nový Jičín	CZ080	Moravskoslezský kraj	CZ08	Moravskoslezsko	1418
4.6.2016	Orlík Tour Kooperativy	549681	Orlík nad Vltavou	O	CZ0314	Písek	CZ031	Jihočeský kraj	CZ03	Jihozápad	1379
3.9.2016	Birell Plzeňská MTB 50	554791	Plzeň	S	CZ0323	Plzeň-město	CZ032	Plzeňský kraj	CZ03	Jihozápad	1776
23.7.2016	Praha - Karištejn Tour České spořitelny	554782	Praha	H	CZ0100	Praha	CZ010	Hlavní město Praha	CZ01	Praha	1983
30.7.2016	Šumavský MTB maraton České spořitelny	550515	Stachy	O	CZ0315	Prachatice	CZ031	Jihočeský kraj	CZ03	Jihozápad	1394
9.7.2016	Vrchlabí - Špindl Tour ŠKODA AUTO	579858	Vrchlabí	M	CZ0525	Trutnov	CZ052	Královéhradecký kraj	CZ05	Severovýchod	1515
10.9.2016	Znojmo Burčák Tour Kooperativy	593711	Znojmo	M	CZ0647	Znojmo	CZ064	Jihomoravský kraj	CZ06	Jihovýchod	2302

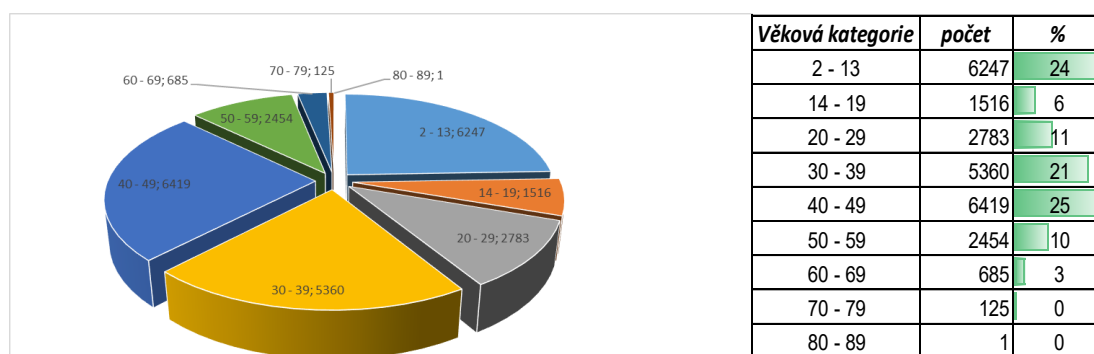
Zdroj: vlastní zpracování

3.1. Genderové a věkové složení účastníků

Z celkového počtu závodníků je 5.539 žen a 20.051 mužů. Pouze pětina žen a dívek je poněkud překvapivé. Zájem o cykloturistiku to nenaznačuje. Výsledek by snad šlo zdůvodnit tím, že ženy a dívky nemají takový zájem o veřejné závody a v našem případě

poskytují zázemí pro aktivní účastníky. V kategorii dětí a mládeže do 13 let jich je téměř 40%. V kategorii 14 – 19 let pak 25%, ve věku 20 – 29 už jen 19% a procento účastnic dále výrazně klesá. Pochopitelný je úbytek startujících žen v období mateřských a rodinných povinností. V ostatních případech zde nejspíš chybí marketingová strategie pořadatelů zaměřená na střední a starší generaci žen.

Rozdělení do věkových skupin jsme pro naše účely upravili. Organizátoři dělí dětské závody na dvouleté kategorie (12-13, 10-11, 8-9, 6-7, do 5let a závod „odstrkovadel“). Dále specificky vypisují závody pro 17 – 22 leté a 23 – 29 leté (tradiční kategorie užívaná ve všech cyklistických disciplínách). Následně jsou již používány desetileté kategorie 30, 40, 50 a nad 60 let. Z pohledu statistik užívaných v cestovním ruchu je toto rozdělení nepraktické. Nicméně, jak ukazuje Obrázek 1, téměř čtvrtinu všech účastníků představují děti ve věku 2 – 13 let. Takto mladí účastníci jsou doprovázeni dospělým doprovodem, a přivádí s sebou na jednotlivé závody i pasivní účastníky. Lze očekávat, že to jsou právě ženy, jež vytvářejí zázemí startujícím dětem a partnerům. Pro cestovní ruch však jsou potenciálními spotřebiteli služeb stejně jako aktivní účastníci.



Obr. 1: věková skladba účastníků
(Zdroj: vlastní zpracování)

Nejsilněji zastoupenou kategorií jsou účastníci ve věku 40 – 49 let, celkově 6419 závodníků, což představuje čtvrtinu všech zúčastněných v seriálu. To odpovídá i zájmu o cykloturistiku všeobecně¹. Ženy v této kategorii tvoří již pouze 15% účastníků a jejich podíl dále výrazně klesá. Podíl závodnic na celkovém počtu účastníků je u jednotlivých závodů vyrovnaný +/- 25 % s výjimkou velmi těžkého závodu se startem v Holešově a s příznačným názvem „BIKEMARATON DRÁSAL“

3.2. Lokalizace účastnického potenciálu

Registrace účastníků na závody KPŽ ČS probíhá na portále <http://www.kolopro.cz/>. Podmínkou registrace je i adresa bydliště odkud účastník přijíždí. Tyto informace byly základem pro analýzu účastnického potenciálu KPŽ ČS. Zjišťujeme, že téměř deset tisíc účastníků přijíždí na závody KPŽ ČS z hlavního města Prahy (17% - 4395 osob) a střeďočeského kraje (20,5% - 5250 účastníků). Tvoří tak základ celého startovního pole. Dále je výrazně zastoupen kraj Jihomoravský (9,1%). Podrobněji viz Tabulka 2 a Obrázek 2.

¹ <http://www.nakole.cz/clanky/cykloturistika/>

Tab. 2: Počty účastníků dle krajů

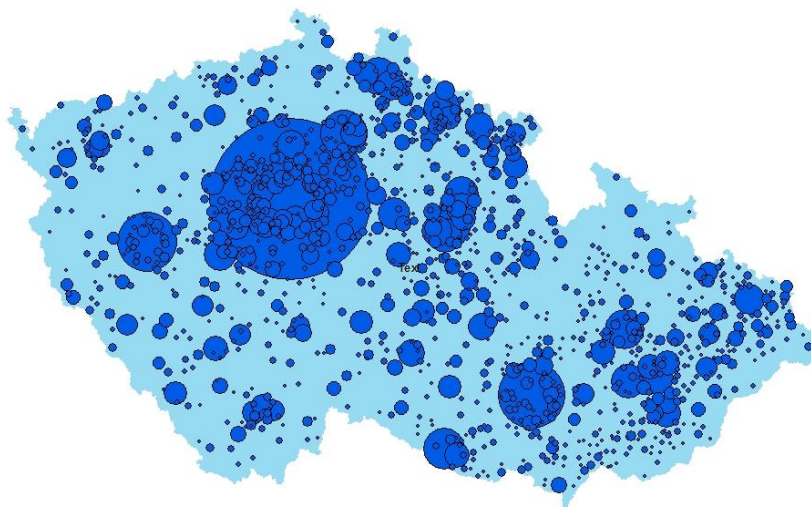
Počet účastníků		
Kraj	Celkem	%
Hlavní město Praha	4395	17,2
Jihočeský kraj	1279	5,0
Jihomoravský kraj	2327	9,1
Karlovarský kraj	499	1,9
Královéhradecký kraj	1819	7,1
Liberecký kraj	1236	4,8
Moravskoslezský kraj	1137	4,4
Olomoucký kraj	1032	4,0
Pardubický kraj	1813	7,1
Plzeňský kraj	1382	5,4
Středočeský kraj	5250	20,5
Ústecký kraj	574	2,2
Vysočina	1241	4,8
Zlínský kraj	1412	5,5
CIZINCI	194	0,8
Celkový součet	25590	

Zdroj: vlastní zpracování



Obr. 2: Lokalizace závodů „Kolo pro život 2016“
(Zdroj: vlastní zpracování)

Přehlednější je pro vizualizaci interakčních dat „účastník - místo konání“ použít kartodiagram. Použili jsme nástroje programu ArcGIS firmy ESRI. Je zřejmé již zmíněné výrazné zastoupení účastníků z Prahy a Středních Čech. Nicméně vidíme vyrovnané zastoupení krajů Moravy a překvapivě značný účastnický zájem na Plzeňsku, Liberecku a v severním pohraničí. Účastnický zájem ne zcela odráží hustotu obyvatel krajů s výjimkou Prahy. Dále zjišťujeme, že celkové rozložení zájmu o seriál závodů Kolo pro život nevykazuje výraznější asymetrii rozložení v rámci České republiky. Dominance Prahy je pochopitelná.

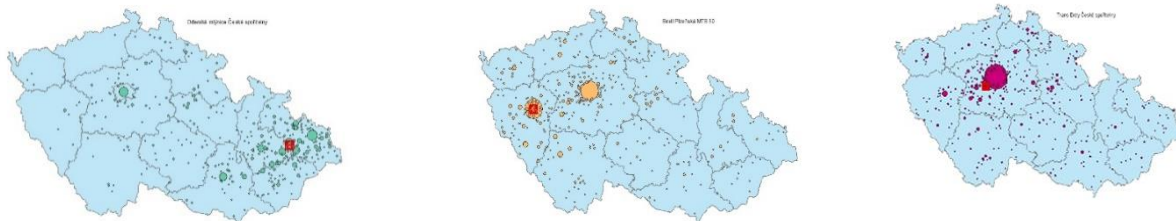


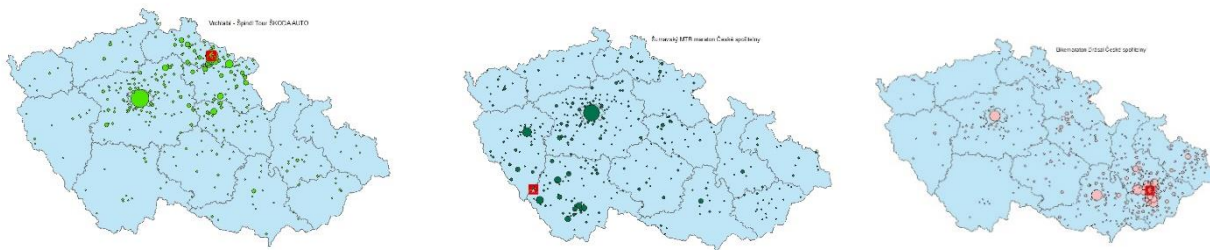
Obr. 3: Celkový zájem účastníků o seriál Kolo pro život
(Zdroj: vlastní zpracování)

Výraznou regionální disparitu zjišťujeme v lokalizaci zájmu o jednotlivé závody seriálu. To co se jevílo jako prostorově neasymetrický vztah, kdy na jednotlivé závody seriálu KPŽ ČS přijíždí, bez ohledu na místo konání, účastníci ze všech koutů republiky, je v tomto pohledu nutno revidovat.

Příkladem nám mohou namátkou být závody „Oderská mlýnice České spořitelny“, „Birell Plzeňská MTB 50“, „Praha - Karlštejn Tour České spořitelny“. Účastníci z kraje místa konání a jeho nejbližších sousedů představují v absolutních číslech až 2/3 všech účastníků.

Ani závody pořádané v místech s nejvyšším potenciálem pro cestovní ruch a potažmo i cykloturistiku nezměnily tuto regionální podmíněnost. Příkladem nám mohou být závody: „Vrchlabí - Špindl Tour ŠKODA AUTO“, „Šumavský MTB maraton České spořitelny“ anebo „Bikemaraton Drásal České spořitelny“ v Holešově.





Obr. 4: Regionální účast v seriálu
(Zdroj: vlastní zpracování)

V případě závodu v Krkonoších je až zarážející, že téměř 1/3 účastníků tvoří startující z Královehradeckého kraje. Z velkých měst Brna a Prahy přijelo pouze 260 účastníků což není ani 15% startujících. Také Šumavský MTB maraton láká nejvíce domácí účastníky z Jihočeského kraje a sousedních krajů Plzeňský a Středočeský. Účastníci z Prahy tvoří opět ani ne 15%. Závod v Hostýnských vrších (Drásal v Holešově) kopíruje již zjištěné skutečnosti a hlavní masu účastníků tvoří cyklisté ze Zlínského kraje (40%) a společně s účastníky z Olomouckého, Moravskoslezského a Jihomoravského kraje tvoří 80% závodníků.

Při podrobnějším prostudování účastnického zájmu o jednotlivé závody seriálu KPŽ ČS zaznamenáváme výraznou regionální závislost. Pochopitelné to je při účasti mladých závodníků. Tam lze očekávat, že rodiny s menšími dětmi budou preferovat účast na závodech v místě bydliště, či jeho blízkém okolí. Nicméně tento trend zaznamenáváme i u dospělých účastníků. Převážně u těch, kteří se přihlásili na tzv. Fitness jízdy a kratší trasy závodů.

3.3. Kvantifikace ekonomického přínosu

Kvantifikací ekonomického přínosu pořádání eventů se v poslední době zabývalo několik studií iniciovaných agenturou CzechTourism nebo například Svazem ledního hokeje. Ve všech se deklaruje kladný výsledek a nezanedbatelný finanční přínos místním samosprávám, podnikatelům, organizátorům eventů i celé české ekonomice. Společným prvkem těchto analyzovaných eventů je jejich mezinárodní rozsah. Ať se jedná o Mistrovství světa v ledním hokeji, Světový pohár v biatlonu, běžecké závody zařazené do RunCzech, BarumRelly a podobně. Vyčíslovány jsou náklady na ubytování, stravu, dopravu a ostatní služby v řádech stovek milionů. Zmiňován je efekt na celou produkci české ekonomiky a na HDP či pracovní místa vzniklá v souvislosti s pořadatelstvím těchto HALMARK EVENTŮ.

Námi sledovaný seriál závodů KPŽ ČS se jeví jako úspěšný produkt s dlouhou tradicí, dobrou marketingovou strategií a s přesahem do oblasti cestovního ruchu. Kládeme si však otázku jaký je jeho potenciální přínos pro cestovní ruch místa pořádání závodu.

Při vyčíslování nákladů spojených s pobytem účastníků jsme vycházeli z dat Českého statistického úřadu², studií zadaných agenturou Czech Tourism (Raabová, 2011, Řípa, 2016³). Vyčíslení nákladů zahraničních turistů v souvislosti s pobytem v České republice je

² Statistika&My 5/2014 (Měsíčník Českého statistického úřadu)

³ http://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Analyzy/Efektivita-vybranych-eventu/eventy_161125.pdf.aspx?ext=.pdf

propracováno do úrovně jednotlivých zemí původu návštěvníka. Daleko složitější je situace v případě vyčíslení domácích hostů. Neexistuje jednotná metodika zkoumání a tak se vyčíslené náklady značně liší dle jednotlivých studií⁴. CzechTourism potažmo Český statistický úřad poskytuje málo podrobné informace o výši a struktuře výdajů tuzemských návštěvníků v ČR. Využili jsme data publikovaná společností Economic impact (Raabová, 2011) která odpovídají rámcovým údajům CzechTourismu o domácím cestovním ruchu.

Celkový počet zahraničních účastníků na závodech KPŽ ČR byl 198. Nejvíce byla zastoupena Slovenská republika (109 účastníků), Rakousko (66), dále Rumunsko, Německo, Polsko a Maďarsko. Účastníci ze zahraničí tvoří 0,8% všech účastníků. Vyčíslené náklady dle této metodiky (dva plné dny pobytu na každý závod) jsou nižší než 0,5 mil Kč (433.602,- Kč) za rok. V přepočtu na jednotlivý závod je potencionální přínos pro cestovní ruch destinace místa konání zanedbatelných cca 30.000,- Kč ročně. Navíc se místně velmi liší. Nejvíce mohli těžit z účasti zahraničních závodníků v Jihomoravském kraji na závodech ve Znojmě a Hustopečích. I toto jistým způsobem podtrhuje jistou regionalitu závodů KPŽ ČS. Blízkost místa pořádání a hranic Rakouska, Maďarska a Slovenska přilákalo více než 25% všech zahraničních účastníků seriálu KPŽ ČS.

U domácích závodníků je situace poněkud složitější. Jak jsme zjistili, značná část přihlášených účastníků jednotlivých závodů přijíždí z nejbližšího okolí. Jejich dopravní náklady jsou minimální, nevynakládají náklady na ubytování. Raabová je označuje za výletníky a vyčísluje jejich náklady na 270,- Kč. Pro návštěvníky z jiných krajů předpokládá náklady na ubytování ve výši cca 300,- Kč a celkové náklady na den 915,- Kč. Z našich zkušeností můžeme říci, že účastníci seriálu závodů KPŽ ČS minimálně využívají ubytovacích služeb v místě startu závodů a pořadatelé již před 10 lety ustoupili od zprostředkovávání této služby zájemcům. Proto jsme započítali náklady na ubytování jen u 1/3 účastníků. Odhadujeme, že celkové výdaje na služby cestovního ruchu (stravovací, ubytovací, dopravní, nákupu zboží a ostatní) představují v průběhu roku pouze cca 9044632,- Kč. Z toho připadá 3 miliony na náklady místních účastníků a 5,5 mil. na účastníky z nesusousedních krajů. Domníváme se, že průměrné náklady dosahují cca 350,-Kč na osobu a závod.

Tab. 3: Potenciální náklady účastníků v místě konání

Potenciální příjem dle krajů	Název závodu	Zahraniční_Kč	Místní_Kč	Ostatní_Kč	Celkem
Hlavní město Praha	Praha - Karlštejn Tour České spořitelny	26 232	325 890	245 912	598 034
Středočeský kraj	Trans Brdy České spořitelny	43 591	676 890	662 995	1 383 476
	Mladá Boleslav Tour ŠKODA AUTO				
Jihočeský kraj	Šumavský MTB maraton České spořitelny	24 079	211 140	960 300	1 195 519
	Orlík Tour Kooperativy				
Plzeňský kraj	Birell Plzeňská MTB 50	17 512	251 910	404 975	674 397
Karlovarský kraj	Karlovarský AM bikemaraton České spořitelny	17 512	93 960	196 710	308 182
Královéhradecký kraj	Jestřebí hory České spořitelny	15 323	290 520	491 150	796 993
	Vrchlabí - Špindl Tour ŠKODA AUTO				
Jihomoravský kraj	Znojmo Burčák Tour Kooperativy	118 206	302 130	948 660	1 368 996
	Hustopeče AGROTEC Tour ŠKODA AUTO				
Kraj Vysočina	Vysočina Arena Tour České spořitelny	78 804	154 980	64 865	298 649
Pardubický kraj	Manitou Železné hory České spořitelny	13 134	172 260	433 105	618 499
Liberecký kraj	Ještěd Tour Kooperativy	15 323	102 330	392 850	510 503
Moravskoslezský kraj	Oderská mlýnice České spořitelny	41 591	205 470	309 430	556 491
Zlínský kraj	Bikemaraton Drásal České spořitelny	15 323	284 040	435 530	734 893
	SUMA KPŽ ČS 2016	426 630	3 071 520	5 546 482	9 044 632

Zdroj: vlastní zpracování

⁴ Například Analýza návštěvnosti Lednicko – valtického areálu 2015, Lokality Litovelsko pro sdružení cestovního ruchu Střední Morava (file:///C:/Users/helesic/Downloads/litovelsko_analyza_2014.pdf)

Potenciální přínos všem místním podnikatelům v cestovním ruchu a municipalitám je ve srovnání s jinými studii velmi malý. Skladba účastníků a celkový zájem přináší nejvíce peněz do krajů Jihomoravský a Středočeský. Překvapivé je zjištění, že jinak velmi úspěšný hostitel sportovních eventů (kraj Vysočina – Biatlon, horská kola apod.) na tomto potenciálním zisku participuje jen velmi málo (viz. Tabulka 3).

Musíme však připomenout, že výše poplatku za závod činí průměrně 500,- Kč. Účastnické poplatky tak generují pořadatelům 12.795.000,- Kč. V ceně je zahrnuta strava (výběr z 6 jídel v depu závodu), servis kol, sprchy a prádelna, odpočinková zóna a tombola pro účastníky. Všechny tyto služby poskytuje přímo pořadatel. Bohužel je do místa startu přiváží na vlastní náklady a tak pro místní podnikatele zůstává velmi malý prostor jak těchto eventů využít ve prospěch prodeje vlastních služeb cestovního ruchu. Také náklady pořadatelů v místě konání závodů jsou minimální a omezují se na poplatky za pronájem prostor, přípravu závodů a některé činnosti pořadatelské služby.

ZÁVĚR

Seriál závodů kolo pro život má dlouholetou tradici, značný účastnický i mediální zájem. Je moderním konceptem, který je následován pořadatelem seriálů závodů v jiných sportovních disciplínách. Za všechny uvedme RunCzech, Mizuno run tour, Stopa pro život a S ČT 4 na vrchol anebo stále se rozšiřující SpartanRace. Pořadatelství eventů je prezentováno jako snaha o podporu zdravé populace ale i jako snaha o podporu cestovního ruchu.

Zpracovávání dat pořízených pořadatelem se potýká s nemalými problémy hlavně ve vztahu ke konverzi dat do geodatabází a jejich následným zpracováním. Nicméně právě využití geografických informačních systémů umožňuje velmi podrobné zpracování těchto informací do úrovně relativně malých územních celků. Tradičně je využívána informace o místě pobytu účastníka ve formě adresy a PSČ. Převod těchto územních celků spravovaných Českou poštou pro účely doručování zásilek do geodatabáze se setkává se značnými ztrátami informace. Navíc je problematická jejich kumulace do statistických jednotek užívaných Českým statistickým úřadem. Moderní nástroje GPS Trackingu využívaných ve výzkumech komerčních agentur jsou pro nás nedostupné. I přes tyto problémy přináší analýza vztahu lokalizace místa bydliště účastníka a místa konání závodu zajímavé informace.

Z našich zjištění vyplývá, že potenciální zisky z prodeje služeb cestovního ruchu v místě konání závodů seriálu KPŽ ČS jsou velmi malé a celkově dosahují ani ne 75% příjmu pořadatelů ze startovného. Marketingová strategie pořadatelů je primárně zaměřena na domácí účastníky a jak jsme zjistili má i výrazný regionální dopad. Přilákat zahraniční účastníky se daří pouze v Jihomoravském kraji, avšak i tam jsou potenciální příjmy ve statisících Kč.

Z poskytnutých dat nebylo možno spolehlivě odpovědět na otázku, kolika závodů se účastní jednotliví účastníci. Z návazných analýz vyplývá, že naši hypotézu o tom, že alespoň polovina účastníků navštěvuje závody opakovaně, není možné přijmout.

Zahraníční účastníci tvoří zanedbatelné procento závodníků seriálu (0,8%) a přináší velmi malý finanční efekt. Navíc se projevuje značná regionální disparita. Taktéž tuto hypotézu musíme odmítnout.

V otázce genderového složení a věkových skupin účastníků se nám ukázali některá zajímavá zjištění. Podíl dívek a žen na celkovém počtu účastníků z původních čtyřiceti procent ve věku 2 – 13 let neustále klesá a již v kategorii 40 – 50 let je méně než 15%. Tento typ eventů

tedy láká ženy jen okrajově a tak se ztrácí jejich možný ekonomický přínos. U mužů je dominantní věkovou kategorií (30 – 39let: %21% a 40 -49 let: 25%) tedy právě předpokládaný věk 30 - 45 let, které představují téměř polovinu všech účastníků.

Koncept přilákat do různých míst republiky zájemce o veřejné závody je prokazatelně úspěšný. Jeho využití pro cestovní ruch je díky skladbě účastníků omezené. Přináší finanční efekty místním subjektům podnikajícím v cestovním ruchu avšak v řádech deseti miliónů za celý seriál a rok. Podíl zahraničních účastníků je velmi malý a díky značné konkurenci lze jen velmi málo předpokládat, že se výrazně zvýší. Proto je potřeba se zamyslet nad tím jaké služby nabídnout a jak prodloužit pobyt v místě konání jednotlivých závodů seriálu KPŽ. Další setou je pak využití předchozí zkušenosti a přilákat účastníky opakovaně a na základě jiného konceptu atraktivit tak aby zisky z prodeje služeb zůstali v místě pobytu.

Použitá literatura

- [1] GETZ, D., 2008. Event tourism: Definition, evolution and Research. *Tourism Management* 29, s. 403 – 428 [online]. [vid. 19. duben 2016] Dostupné z: www.science.direct.com
- [2] GIBSON, H. J., C. WILLMING and A. HOLDNAK, 2003. Small-scale event sport tourism: fans as tourist. *Tourism Management* 24, s. 181-190. [online]. [vid. 19. duben 2016] Dostupné z: www.science.direct.com
- [3] GIORGIO, A. and G. SPINELLI, 2009. Sport tourism role in IRT theory. A conceptual framework, In: *3rd IRT International Scientific Conference*. Helwan – Egypt.
- [4] GIBSON, H., 2013. *Sport tourism: concepts and theories*. New York, London: Routledge. ISBN: 0415348099
- [5] GRATTON, Ch., S. SHIBLI and R. COLEMAN, 2006. The economic impact of major sports events: a review of events in the UK. *The Sociological Review, Wiley Online Library* [online] [vid. 27. září 2016]. Dostupné z: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-954X.2006.00652.x/abstract>
- [6] HALL, C. M., 1989. The definition and analysis of hallmark tourist events. *GeoJournal*, 19(3), 263-268.
- [7] HAVEL, Milan a Kazimír JÁNOŠKA. Vádemékum pro profesionály ve světě MICE: 1. díl "Průvodce světem MICE". Praha: Management Consulting Group, s.r.o., 2008. 8
- [8] HENDL, J., 2008. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 408 s. ISBN 978-80-7367-485-4.
- [9] KOTÍKOVÁ, H. a E. SCHWARTZHOFOVÁ, 2008. *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. Praha: MMR ČR, 99 s. ISBN 978-80-87147-05-4.
- [10] RAABOVÁ, T. a kol., 2012. *Ekonomický dopad mezinárodních běžeckých závodů RunCzech.com 2011*. Praha: EconomicImpact v.o.s
- [11] ROCHE, M., 2000. *Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture*. London: Routledge. ISBN 0 7619 5560 3
- [12] RYGLOVÁ, K., M. BURIAN, I. VAJČNEROVÁ et al., 2011. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN 978-80-247-4039-3
- [13] SHIPWAY, R. and A. FYALL, 2012. *International Sports Events – Impact, experience and identities*. New York, London: Routledge. ISBN 80-978-0-203-13123-7.

- [14] Destinační management ČR 2016. Závěrečná zpráva z marketingového výzkumu, [online].[vid. 20. září 2016]. Brno: FOCUS Marketing & Social Research. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/institut-turismu/marketingovy-vyzkum/analyzy/turisticky-potencial-kraju-cr/>
- [15] Efektivita vybraných eventů (2016). Závěrečná zpráva od NMS Market Research Listopad, 2016 [online].[vid. 10. ledna 2017]. Dostupné z: http://www.czechtourism.cz/getattachment/Institut-turismu/Marketingovy-vyzkum/Analyzy/Efektivita-vybranych-eventu/eventy_161125.pdf.aspx?ext=.pdf