

Technická univerzita v Liberci  
FAKULTA PEDAGOGICKÁ

---

**Katedra:** Katedra tělesné výchovy  
**Studijní program:** B6208 Ekonomika a management  
**Studijní obor:** Management sportovní

CYKLOBUSY, JAKO ŘEŠENÍ  
VOLNOČASOVÝCH AKTIVIT PRO  
ZAMĚSTNANCE SPOLEČNOSTÍ.  
CYCLE-BUSES, AS A SOLUTION OF FREE  
TIME ACTIVITIES FOR COMPANY  
EMPLOYEES.

**Bakalářská práce:** 08-FP-KTV-229

**Autor:**

Marek Šípoš

**Podpis:**

**Adresa:**

Masarykova 347

468 22 Železný Brod

**Vedoucí práce:** PaedDr. Jindřich Martinec

**Konzultant:**

**Počet**

stran	slov	obrázků	tabulek	pramenů	příloh	diagramů
47	7605	5	2	7	13	2

V Liberci dne: 28. 4. 2008

### **Prohlášení**

Byl(a) jsem seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

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

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

Bakalářskou práci jsem vypracoval(a) samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

V Liberci dne: 28. 04. 2008.

Marek Šípoš

---

## Poděkování

Chtěl bych tímto způsobem poděkovat všem, kteří mi byli nápomocni při zpracování této bakalářské práce. Jmenovitě pak vedoucímu práce panu Jindřichu Martincovi za KTV, panu Zdeňkovi Radostovi za firmu One Sport, s.r.o. jako zadavateli za podnětné rady v počátcích tvorby projektu. Dále pak paní Libuši Petrákové – Šípošové za firmu ČSAD Semily, a.s. za doplnění informací při zpracování složek autobusové dopravy. A především pak Pavlíně Vodákové za její podporu při kompletaci mapových podkladů.

## **ANOTACE**

Hlavním cílem bakalářské práce je vypracování projektu pro zajištění volnočasových aktivit pro zaměstnance velkých společností. Tyto aktivity jsou zajištěny formou cykloturistiky.

První část práce obsahuje teoretické poznatky o marketingové činnosti ve sportu a strategických činnostech při realizaci sportovní akce.

Druhou část práce tvoří projekt konkrétního cyklozájezdu do oblasti Orava, Liptov na severu Slovenska. Při zpracovávání jsme kladli důraz na nabízenou kvalitu a cenu společností zapojených do tohoto projektu.

## **Klíčová slova**

Volnočasová aktivita, cykloturistika, marketing ve sportu, realizace sportovní akce, Orava, Liptov.

## **Annotation**

Principal aim of this bachelor labour is to elaborate proposals to secure free time activities for company employees. These activities are solved by cyclo – tourism.

The first part contains teoretically knowledge of marketing activities in sport industry and strategic activities by realising a sport contest.

The second part contains project of specific cycle – conducted tour to Orava's, Liptov's area in the north of Slovakia. By elaborating this labour, we have focused on supply quality and costs of companies involved in this project.

## **Key words**

Free time activities, cyclo – tourism, marketing activities in sport, realising a sport contest, Orava, Liptov.

## **Die Annotation**

Das Hauptziel dieser Bachelorarbeit ist die Verarbeitung des Projektes für die Versicherung der Freizeitsaktivitäten für grosse Firmen. Diese Aktivitäten sind in der Form Cyklotouristik gesichert. Erstes Teil dieser Arbeit enthält theoretische Erkenntnisse über marketing Aktivitäten in Sport und strategischen Verrichtungen bei der Realisation der Sportaktion.

Zweites Teil der Arbeit ist konkretes Projekt des Fahrradsonderfahrts in Orava im Nord der Slowakische Republik. Bei der Verarbeitung setzten wir den Schwerpunkt an die angebotene Qualität und Preis der Gesselschaften, die ins Projekt angestellten.

## **Die Schlüsselworte**

Die Freizeitsaktivitäten, die Cyklotouristik, marketing Aktivitäten in Sport, die Realisation der Sportaktion, Orava, Liptov.

## Seznam zkratek

- a. s . – Akciová společnost
- aj . – A jiné
- č. – Číslo
- důl. – Důležité
- FP – Fakulta pedagogická
- GPS – Global Positioning system
- h – Hodina
- HF – Hospodářská fakulta
- ICQ – I seek you
- NKP – Národní krajinná památka
- PP – Polopenze
- SMS – Short messaging service
- SNP – Slovenské národní povstání
- s. r. o. – Společnost s ručením omezeným
- VoIP – Voice over internet protocol

# Obsah

Úvod.....	10
Cíle bakalářské práce .....	11
1 Syntéza poznatků .....	12
1.1. Vymezení hlavních kritérií pro organizační strukturu společností s ručením omezeným – s.r.o. ....	12
1.2 Marketing ve sportovní činnosti .....	13
1.3 Strategický postup při realizaci sportovní akce .....	15
1.4 Analýza SWOT.....	17
2 Historie.....	20
2.1 Organizace, zabývající se outdoorovými aktivitami.....	20
3 Týmová spolupráce .....	21
3.1 Definice teambuildingu.....	21
3.2 Motivační složka.....	22
3.2.1 Motivace .....	22
3.2.2 Potřeby .....	24
3.3 Komunikační proces .....	25
4 Představení firem účastnících se projektu .....	27
4.1 One Sport, s. r. o. ....	27
4.2 Liptovské liečebné kúpele, a. s. ....	29
4.3 ČSAD Semily, a. s. ....	31
5.1 Informace pro účastníky cyklozájezdu .....	33
5.2 Podrobný program .....	36
5.2.1 Informace k oblasti .....	36
5.3 Itinerář trasy .....	39
5.3.1 Zajímavosti na trase .....	41
5.4 Bezpečnost na cyklozájezdu .....	43
5.5 Kalkulace ceny cyklozájezdu.....	44
5.5.1 Kalkulace nákladů.....	44
5.5.2 Kalkulace ceny cyklozájezdu pro klienta .....	44

6 Závěr .....	46
7 Seznam literatury .....	47

**Přílohy:**

- Příloha č. 1: Nabídka dopravy ČSAD Semily, a. s. na Slovensko
- Příloha č. 2: Zasedací pořádek autobusu SOR C 10,5 KLIMA
- Příloha č. 3: Ceník nápojů v autobusech ČSAD Semily, s. r. o.
- Příloha č. 4: Informativní tabulka pracovního režimu řidičů v osobní dopravě
- Příloha č. 5: Mapa č. 1
- Příloha č. 6: Mapa č. 2
- Příloha č. 7: Mapa č. 3
- Příloha č. 8: Mapa č. 4
- Příloha č. 9: Mapa č. 5
- Příloha č. 10: Mapa č. 6
- Příloha č. 11: Mapa č. 7
- Příloha č. 12: Mapa č. 8
- Příloha č. 13: Vymezení oblasti cyklozájezdu „Orava Liptov 2008“



## Úvod

Díky studiu sportovního managementu na TUL jsem měl možnost spojit dva obory, jenž mne vždy zajímaly. A to sport, který jsem již od mládí aktivně provozoval a management, tento obor všeobecně získává na popularitě již několik let. Právě při studiu na TUL jsem měl možnost vyzkoušet si v praxi organizaci několika sportovních akcí, okamžitě jsem se pro tuto činnost nadchl, jelikož do té doby jsem měl možnost ke sportovním akcím přistupovat pouze v roli diváka nebo účastníka. Rozpoznal jsem jak je důležité, když skupina pracuje jako tým a uvědomil jsem si i značné nedostatky způsobené špatným rozhodováním, delegováním, či špatným řešením jednotlivých situací. Sám na sobě jsem poznal, jak je důležitá motivace při plnění rutinních úkolů a že i ty sebemenší detaily mohou hrát klíčovou roli při hodnocení úspěšnosti akce. Právě výše zmíněné prvky mne přiměly k tomu, abych jim věnoval pozornost v bakalářské práci a pomocí jejich detailnějšího studia zakončil své působení na FP TUL.

Pomocí návrhu projektu cyklozájezdu pro zaměstnance firem, jehož zadavatelem je firma One Sport, s. r. o. jsem se snažil vytvořit prospěšný, v praxi fungující a konkurence schopný produkt, který by se na trhu mohl uplatnit. Cykloturistika má svá specifika, není tak populární jako pobytové zájezdy u moře nebo na horách, provozuje ji specifická skupina lidí, kteří k ní mají vybudovaný vztah. I to byl jeden z důvodů, proč jsem si toto téma vybral. Mou snahou bylo ukázat možnosti aplikace cykloturistiky jako motivační složky pro zaměstnance firem pro zvýšení efektivity práce.

## **Cíle bakalářské práce**

Cílem této bakalářské práce je teoretické seznámení s přípravou a realizací outdoorového kurzu, v tomto případě cyklozájezdu. Vypracování komplexního návrhu řešení takového zájezdu, se kterým by mohla firma One Sport, s. r. o., jako zadavatel projektu vstoupit na trh.

# 1 Syntéza poznatků

## **1.1. Vymezení hlavních kritérií pro organizační strukturu společností s ručením omezeným – s.r.o.**

**Společnost s ručením omezeným** má vymezenou povinnost skládání základního kapitálu ve výši 200000 Kč. Může být založena 1 a více osobami, fyzickými i právnickými. Maximální počet zakladatelů je 50 společníků. Společnost odpovídá za své závazky celým svým majetkem, společník jen do výše svého nesplaceného vkladu. Společníci ručí do doby splacení svého vkladu vším svým soukromým majetkem.

Nejvyšším orgánem je valná hromada, statutárním orgánem je jednatel nebo jednatele, kontrolním orgánem je dozorčí rada.

**Valná hromada** společníků je **nejvyšším orgánem společnosti** do její kompetence patří:

- odmítnutí jednání učiněných zakladateli před vznikem společnosti;
- schvalování roční účetní závěrky, rozdělení zisku a úhrady ztrát;
- schvalování stanov a jejich změn;
- rozhodování o změně společenské smlouvy;
- jmenování, odvolávání a odměňování jednatelů;
- jmenování, odvolávání a odměňování členů dozorčí rady;
- vyloučení společníka;
- rozhodování o zrušení společnosti, jestliže to společenská smlouva připouští;
- další otázky, které do působení valné hromady svěřuje zákon, společenská smlouva nebo stanovy společnosti;

Pokud společenská smlouva případně stanovy neurčí jinak, rozhoduje valná hromada i o jmenování a odvolání prokuristy. Společník se zúčastňuje jednání valné hromady osobně anebo v zastoupení zmocněncem na základě písemné plné moci. Zmocněncem nesmí být jednatel nebo člen dozorčí rady společnosti. Valná hromada rozhoduje prostou většinou hlasů.

**Statutárním orgánem** společnosti je jeden nebo více **jednatelů**. Je-li jednatelů více, je oprávněn jednat jménem společnosti každý z nich samostatně. Jednatelé jsou povinni zajistit řádné vedení předepsané evidence a účetnictví, vést seznam společníků a informovat společníky o záležitostech společnosti.

**Dozorčí rada je kontrolním orgánem** k její působnosti patří:

- dohlížení na činnost jednatelů;
- nahlížení do obchodních a účetních knih a jiných dokladů a kontrola tam obsažených údajů;
- přezkoumání roční účetní závěrky;
- podání zprávy valné hromadě ve lhůtě stanovené společenskou smlouvou, jinak jednou ročně;

Mimo orgány, stanovené obchodním jsou dále vytvářeny orgány profesionálního managementu, jehož forma je rozdílná [2].

## ***1.2 Marketing ve sportovní činnosti***

V posledních několika letech se v České Republice velmi zdůrazňuje pojem **marketing sportu**. Obchodní společnosti v oblasti sportu provozují komerční činnost se sportovními produkty jako svoji základní aktivitu a do oblasti sportu se tak dostává obchodní soutěžení o získání zákazníka.

Z této situace vyplývá, že marketing se svými nástroji začíná v oblasti sportu výrazně uplatňovat a obchodní společnosti si uvědomují, že zákazníci mohou velmi významně přispět k pozitivnímu rozvoji společnosti. Projevuje se zde nutnost analyzovat a identifikovat konkurenty a vyvíjet cenové strategie [7].

Z charakteru služeb ve sportovní činnosti vyplývají kromě jiného požadavky na marketing a management a je odvozen specifický marketingový mix – „8 P“ a to :

- Product (výrobek, produkt);
- Promotion (propagace);
- Place (místo);
- Price (cena);
- People (lidé);
- Partnership (spolupráce, kooperace);
- Packaging (sestavování balíků služeb);
- Programming (programová specifikace balíků služeb);

První čtyři nástroje marketingu – složky marketingového mixu – jsou uváděny jako soubor marketingových nástrojů, které firma používá k tomu, aby usilovala o dosažení svých marketingových cílů na cílovém trhu. Nás však zajímají jejich specifika v oblasti sportu. [3].

**Product** (výrobek, produkt) je v centru marketingového mixu. Zákazník hledá funkci a užitek produktu vzhledem ke svým potřebám a požadavkům. O sportovním produktu nelze mluvit jako o produktu homogenním. Zahnuje jak zboží, služby, osoby tak i myšlenky s hmotnými i nehmotnými atributy. V oblasti sportovní činnosti je výrobek tvořen podstatnou částí nehmotného charakteru – kvalita informace, způsob odbavení, návaznost jednotlivých částí programu atd., kterou zákazník přijímá jednorázově a také pouze on ji vysoce subjektivně hodnotí.

**Promotion** (propagace) informuje zákazníka o kvalitě a výhodách nákupu produktu. Propagací se rozumí **přesvědčivá** komunikace, prováděná za účelem prodeje produktů potencionálním zákazníkům. U outdoorových aktivit nelze předem předvést, velice významnou složkou propagace je osobní zkušenost (zkušenost známých). Typická je propagace dlouho před použitím výrobku.

**Place** (místo distribuce) účastník trhu musí zajistit cestu, jak dostat produkt k zákazníkovi. Musí promyslet povahu distribučních kanálů, vykalkulovat náklady na distribuci, promyslet distribuci specifických produktů a určit charakter a hustotu distribuční sítě. U outdoorových aktivit jde o využívání zprostředkovatelů služeb – vzdělávacích organizací, informačních kanceláří, cestovních kanceláří apod.

**Price** (cena) je mírou hodnoty výrobku. U outdoorových aktivit je cena výrazným faktorem, vyjadřujícím diferenciaci kvality (a kvantity) služeb, související se specifickými potřebami a požadavky zákazníka.

**People** (lidé) v „klasickém“ managementu je lidský faktor nejdynamičtější a současně nejproblematičtější složkou podniku. U outdoorových aktivit jsou bezpečnost, spokojenost zákazníků, úroveň služeb bezprostředně a kontinuálně ovlivňovány lidským faktorem.

**Partnership** (spolupráce, kooperace) je ve sportovní činnosti velice významná vzhledem k závislosti jednotlivých dodavatelů, kteří tvoří jeden produkt.

**Packaging** (sestavování balíků služeb) je u outdoorových aktivit přímou reakcí na odlišnosti v přáních zákazníků. Jde o trend v poslední době velmi významný, podpořený využíváním informační a komunikační techniky.

**Programming** (vytváření programové nabídky) je úzce propojen packagingem.

Balík služeb je často sestaven z programových částí (Minář, 1996)

### ***1.3 Strategický postup při realizaci sportovní akce***

Jde o jednoduchý standardizovaný soubor 10 na sebe navazujících etap, podle něhož se může orientovat každý koordinátor organizátor sportovních akcí, aniž by předem individuálně nebo kolektivně takovýto postup třeba i pracně vymýšlel.

### **1. etapa – Současná situace**

Přehled současného stavu umožní organizátorovi rozhodnout o cíli akce a cestě, která

k němu vede, i volbě prostředků a nástrojů k jeho uskutečnění. V případě, že cíl je předem pevně zadán, odhalí tato etapa, zda je v silách organizátora tuto akci opravdu uskutečnit.

### **2. etapa – Budoucí prostředí**

Je třeba mít jasnou představu o tom, jaká rizika akce skrývá. Předvídatelná rizika by

měl organizátor snížit na minimum a eventuálně počítat s časovými a hmotnými rezervami.

Při řešení nepředvídatelných rizik by měl dokázat svou pružnost a invenci.

### **3. etapa – Naše současné možnosti**

Předmětem této fáze postupu je reálné zhodnocení svých možností a nedostatků. Jen tak lze předvídat stupeň úspěšnosti.

### **4. etapa – Možné směry**

Záleží - li vymezení cílů na organizátorovi, může určit i několik cílů, o nichž se

posléze rozhodne, zda budou všechny vzhledem k předchozím etapám předmětem realizace a nebo si z nich stanoví výběr, který je adekvátní současným možnostem. Pozor – různé cíle však mohou vyžadovat i různé směry jejich dosažení, někdy i naprosto protichůdné.

### **5. etapa – Naše cíle**

Představuje stanovení cílů na základě předchozí etapy, jejich strukturu, hierarchii či optimalizaci.

### **6. etapa – Možné přístupové cesty**

V některých situacích existuje více způsobů, jak dosáhnout vytyčeného cíle. Dříve, než uskutečníme akci, musíme zvážit ze všech hledisek všechny strategické varianty.

#### **7. etapa – Zvolená cesta strategie**

Zhodnocení účinků a důsledků různých možných strategií umožní zvolit tu, která je celkově nejvýhodnější.

#### **8. etapa – Program akce**

Když organizátor zvolil cíle i strategii jejich realizace, může se zabývat detaily plánu činnosti z hlediska co nejlepšího výsledku. Rozdělit role jednotlivých účastníků, stanovit plán akcí, časové rozpisy a termíny a způsoby kontroly.

#### **9. etapa – Rozpočet**

V návaznosti na předchozí etapu je nutné stanovit rozpočet příjmů a výdajů celé akce. Strana příjmů musí vyjadřovat typy finančních zdrojů, jejich výši. Strana výdajů musí účelově podle všech činností sportovní akce druhy výdajů a jejich výši.

#### **10. etapa – Přehled a kontrola**

Aby nedocházelo k nežádoucím a často nákladným omylům a zpožděním celé akce, je třeba kontrolovat průběh akce a ve vhodný okamžik zásah, který by eliminoval výkyvy [2].

### **1.4 Analýza SWOT**

Pokud chce jakákoli organizace úspěšně obstát v konkurenci, musí získat přehled o možnostech své organizace. Cestou k tomu je analýza jak vnitřního



prostředí, tak vnějšího prostředí. Výsledkem této analýzy musí být poznání výhod a nevýhod oproti konkurenci na trhu.

Sledujeme hlavně tyto faktory:

#### **SW- kvalifikace pracovníků**

- technologie výroby;
- kapacita výroby;
- rentabilita;
- management;
- organizace práce;

#### **OT – konkurence**

- dodavatelé;
- odběratelé;
- politická situace;
- legislativa;

Pokud tyto faktory vyhodnotíme kladně, je to naše konkurenční výhoda, pokud záporně je potřeba vzniklou situaci řešit.

**SW analýza** – jedná se o vymezení silných a slabých míst uvnitř podniku, které mohou sloužit jako vnitřní předpoklady ke zhodnocení příležitostí a odvrácení hrozeb vnějšího prostředí. Hodnocení by samozřejmě mělo být prováděno objektivně.

**S – síly (strengths)** neboli silné stránky organizace určují ty faktory, v nichž je firma výrazně lepší než je průměr v odvětví a které jsou využitelné. Mohou totiž poskytnout určitou výhodu a výrazně ovlivnit prosperitu firmy. Silnou stránkou může být např. kvalitní výrobek, tradice značky nebo kvalifikovaná pracovní síla.

W – slabiny (weaknesses) neboli slabé stránky jsou naopak ty faktory, v nichž je firma výrazně pod průměrem v odvětví. Určí se ty faktory, které firmu znevýhodňují – může jich využít konkurence a také vyvolávají rizika. Slabou stránkou je např. nekvalitní výrobek, špatná pověst podniku nebo vysoké náklady.

**OT analýza** – obsahuje příležitosti a ohrožení, které vyplývají z vnějšího prostředí a také výrazně ovlivňují jeho vnitřní procesy a organizační strukturu.

O – příležitosti (opportunities) znamenají šance pro firmu. Může to být nenasyčený trh, neexistence konkurence, snadný vstup na nové trhy nebo možnosti kooperace.

T – hrozby (threats) znamenají naopak vše, co může firmu ohrožit. Může to být klesající životní úroveň, volný příchod konkurence na domácí trhy, nepříznivé legislativní normy nebo měnící se potřeby a vkus zákazníků.

**Analýza SWOT** může být výchozím materiálem pro hledání marketingových cílů a adekvátních strategií, které mají tyto cíle dosáhnout. Dobrá strategie bude taková, která:

- vychází ze silných stránek a snaží se je plně využít;
- snaží se potlačit slabé stránky nebo je dokonce odstraní;
- využívá tržních příležitostí;
- směřuje ke zmírnění hrozeb nebo snížení rizika [4].

## 2 Historie

### 2.1 Organizace, zabývající se outdoorovými aktivitami

Český ekvivalent slova outdoor či outdoorový program dosud neexistuje, nicméně je v dnešní době již jen málo managerů, či dalších pracovníků firem, kteří by netušili co si pod tímto označením představit.

#### Některá data z vývoje po listopadu 1989

V roce 1989 – Slavnostní obnovení činnosti *Českého Junáka* – svazu skautů a skautek (2.12. 1989), obnovení všech organizací, které musely přerušit z politických důvodů svou činnost – YMCA, Orel aj.

V roce 1991 – ČR se prostřednictvím *Prázdninové školy Lipnice* stává členem mezinárodní organizace *Outward Bound*.

V roce 1991 – na FTVS UK byly schváleny osnovy specializace *Sporty v přírodě* – *Outdoor Leadership*, v jejichž rámci se dále rozvíjí výchovné a rekreační aplikace aktivit v přírodě.

V roce 1991 – vznik studijního směru rekreologie na FTK UP v Olomouci s výrazným akcentem na rozvoj rekreace a výchovy v přírodě.

V roce 1994 – první mezinárodní seminář věnovaný problematice *Outdoor Activities* (Praha – FTVS UK) [5].

Velkého rozmachu dosáhla zážitková pedagogika v 70. letech, kdy *Prázdninová škola Lipnice institut pro vzdělávání v přírodě* začal využívat hru jako hlavní nástroj pro výchovu a rozvoj člověka a stala se tak ojedinělou v celosvětovém měřítku. Je zde názorně potvrzená skutečnost, že nejlépe si v paměti uchováváme a posléze vybavujeme poznatky, které jsme získali na základě prožitého osobního zážitku.

Dnes je Prázdninová škola Lipnice mateřskou organizací agentury *Outward Bound – Česká cesta*, která už není zdaleka tak osamocená ani v pohledu celorepublikovém, natožpak celosvětovém. *Outward Bound – Česká cesta* vychází ze zkušeností získaných při odborných stážích a praxe Prázdninové školy Lipnice. Je výchovnou a vzdělávací organizací zaměřenou na diagnostiku a rozvoj pracovních skupin v oblasti komunikace a týmové spolupráce.

Další agenturou působící na českém trhu je středisko *Adventura teambuilding s.r.o.*, která pořádá kurzy pro uzavřené skupiny či týmy, jejichž náplň je přizpůsobena požadavkům konkrétních skupin. Mimo to pracuje také s dospívající mládeží na komerčních poznávacích kurzech nazvaných „Po stopách země“.

## **3 Týmová spolupráce**

### **3.1 Definice teambuildingu**

*Motto: „Týmy nemohou být jen vytvořeny, musejí být vybudovány.*

Pojem teambuilding se v šedesátých letech dvacátého století stal základním kamenem managementu. Přestože hodnota teambuildingu byla rozpoznána již před více než půlstoletím, během let se měnila.

V nejširším slova smyslu je teambuilding prostředek pro zajištění harmonické, produktivní a efektivní spolupráce jednotlivců a maximalizace provedení úkolů a dosažení cíle.

Team building je hodnotný i pro jednotlivé členy týmu. Pomáhá skupině jedinců maximalizovat jejich kolektivní příspěvek organizaci a spojit jejich osobní cíle s cíli organizace.

Teambuilding se vždy děje v kontextu specifického účelu a je navržen ke splnění specifických cílů. Čím více měřitelné tyto cíle jsou, tím lépe, protože to týmu pomůže ohodnotit efektivitu teambuildingu. Teambuilding může být jediná

událost nebo sled událostí, které probíhají v delším časovém úseku. V každém případě teambuilding musíme považovat za neustále probíhající proces [6].

## **3.2 Motivační složka**

### **3.2.1 Motivace**

Motiv, neboli pohnutka, příčina činnosti, jednání člověka zaměřené na uspokojení určité potřeby

- Motiv má cíl, směr, intenzitu, trvalost, pramení z podnětů vnitřních i vnějších, vědomých i bezděčných;
- Klasifikace motivů je různorodá (primární – sekundární);
- Druhy motivů: hojnosti – moci – nedostatku – úspěchu – výkonu;

**Sportovní motivace** má 4 stádia:

1. Stádium generalizace
  - důležité je udržet motivaci na takovém stupni, aby byl vytvořen kladný vztah ke sportovní činnosti i z vlastního zájmu bez udržování motivace vnějším činitelem;
2. Stádium diferenciacie
  - utvrzení tendencí k určité činnosti
  - do popředí vystupují motivy sebeuplatnění, sebeúcty; společenského ohodnocení, soutěživosti;
3. Stádium stabilizace
  - charakteristické je dosažení sportovního mistrovství, motivů soutěživosti, potřeby výkonů, dosažení cílů sportovních, osobních i společenských;

#### 4. Stádium involuce

- motivy udržení zdraví, postavy, kondice;

Mnozí manažeři si stěžují, že jejich lidé jsou málo motivovaní. Motivování pracovníků řeší řadu důležitých problémů, které před manažery stojí:

- jak získat a udržet pracovní úsilí a zájem pracovníků o prospěch firmy?
- Jak podnítit lidi k hledání úspor a zlepšení v pracovním procesu?
- Jakým způsobem přesvědčit pracovníky, aby setrvali ve firmě i těžkých dobách?
- Jak získat do firmy schopné odborníky?

Současně **teorie motivace** vysvětluje různé negativní stránky pracovního života – příčiny absencí, podvodů, odbývání práce.

Klíčovým pojmem motivační teorie je „motiv“. Mluvíme o motivech určitého rozhodnutí neboli aktivity. Motivy jsou důvody, pohnutky jednání. [1]

Podstatným přínosem pro manažerskou praxi je zjištění, že neustálé uspokojování základních hodnot (zvyšování hmotné odměny, odstraňování nedostatků pracovního prostředí) nemůže být zdrojem trvalým zdrojem motivace pracovníků. Účinným motivačním nástrojem v rukou manažera se stává uspokojování dalších lidských potřeb – zejména potřeb sociálních a potřeb růstu (sebeaktualizace). Na tento způsob motivování však většinou nejsou připraveni ani manažeři a mnohdy ani pracovníci. Přitom výdaje na uspokojování méně konkrétních potřeb bývají nižší než výdaje na uspokojování potřeb materiálních.

Neuspokojování potřeb vyvolává frustraci. Motivační energie zůstává nahromaděna a nevybita. Lidé pak reagují na frustraci různým způsobem:

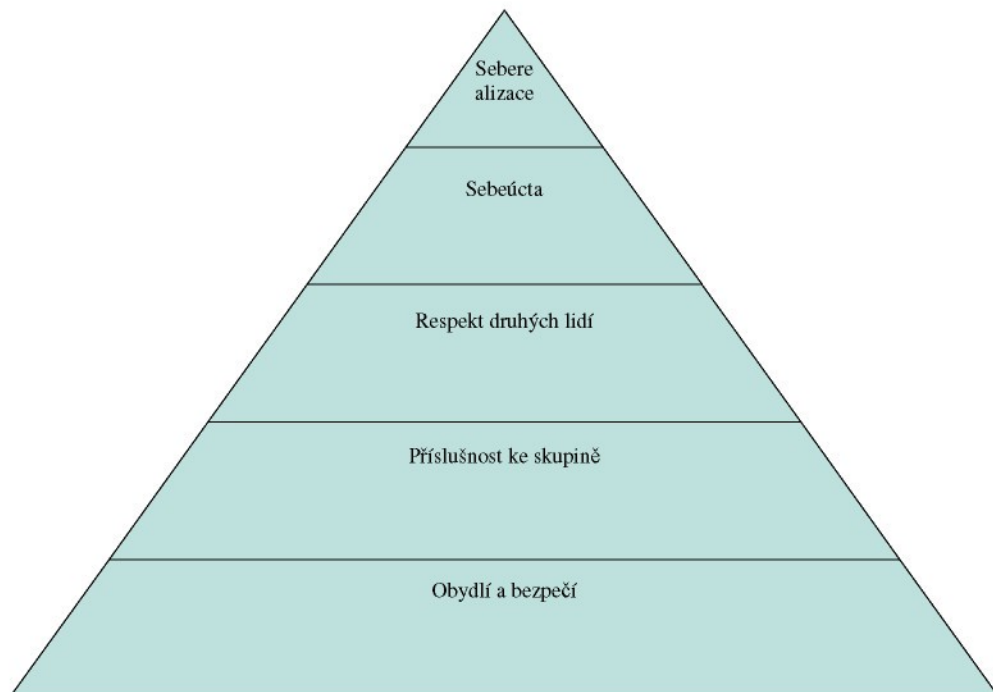
- zesilují své úsilí, aby překážku překonali (energizace);
- vzdávají se svého záměru (únik);
- vybíjejí potlačenou energii násilím (agrese);
- hledají náhradní cíle (sublimace);

- sami sebe přesvědčují, že cíl, o který usilovali, nestojí za to a že je vlastně dobře, že ho nedosáhli (racionalizace);
- vracejí se k vývojově nižším způsobům uspokojování potřeb (regrese) [1]

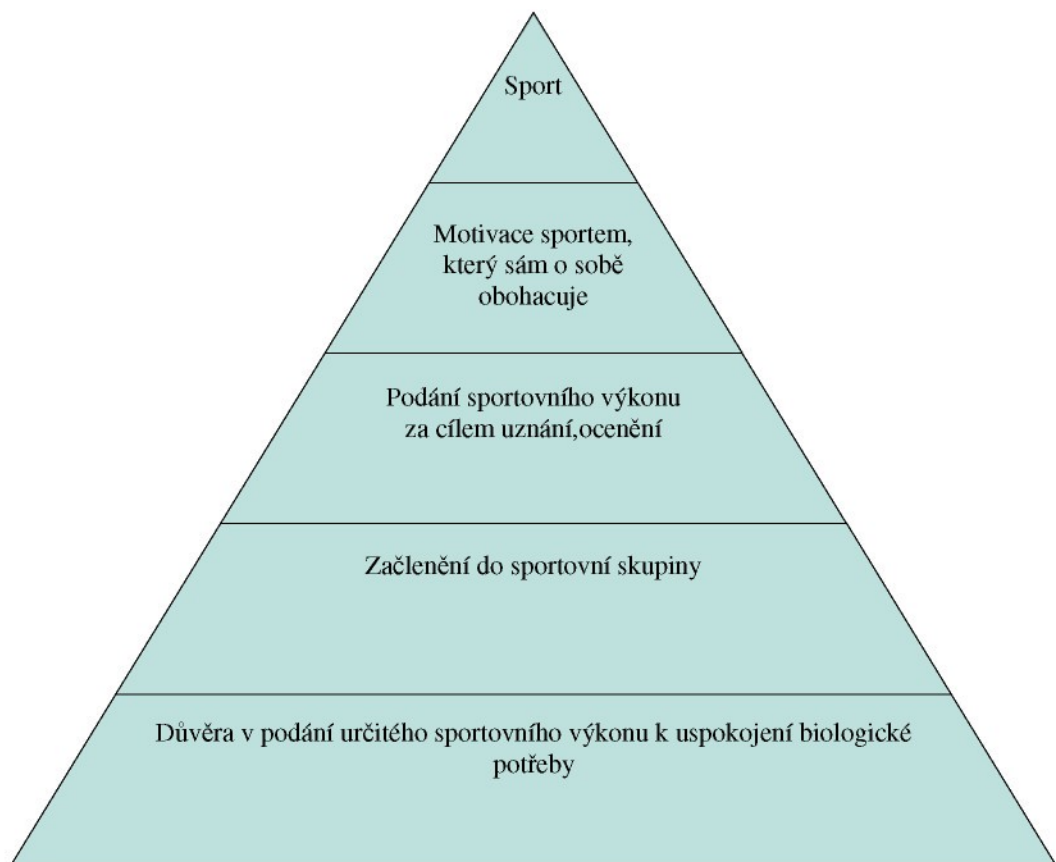
### 3.2.2 Potřeby

V psychologii se rozlišují formy motivů, které jsou vyjadřovány termíny jako potřeby, zájmy, ideály, za základní formy motivů jsou pokládány potřeby. Základní lidské potřeby mají biologický původ. Jednou ze základních potřeb mimo potřebu jídla, tekutin, atd. je potřeba aktivity - jejím cílem je činnost (z hlediska sportu se jedná především o potřebu pohybu). Tato potřeba má různou intenzitu v závislosti na věku, aktuálnímu zdravotnímu stavu člověka i preferovaném způsobu života dané společnosti (největší intenzitu má u dětí a s narůstajícím věkem se snižuje). Sportovní aktivity dávají naplnění potřeb podle A.H.Maslowa.

*Diagram 1: Maslowova hierarchie potřeb*



*Diagram 2: Aplikace Maslowovy pyramidy potřeb na sportovní praxi*



### **3.3 Komunikační proces**

Komunikace je velmi důležitým prvkem nejenom v profesním životě mezi členy pracovního týmu, ale i soukromém životě.

Rozdělení komunikace:

- verbální komunikace - slovní komunikace, tedy komunikace slovem či písmem;



- neverbální komunikace neboli nonverbální komunikace - tedy komunikace beze slov;

Ta zahrnuje osobní mimosmyslové projevy a postoje, pomocí kterých předáváme informace o tom, jak vnímáme okolí. Většinou je tvořena mimosmyslově a také mimosmyslově bývá vnímána (poznáme lháře, agresivní postoje, ustrašený postoj, smutek v duši apod.). Lidskou mimikou se jako první zabýval Charles Darwin, který tvrdil, že emoce se u lidí projevují v obličejí. Později to bylo potvrzeno předními antropology a etology, kteří náhodně vybraným lidem z primitivních společenství postupně předkládali všelijaké fotografie rozličných lidí z různých vyspělých zemí celého světa. Tito primitivní lidé t těchto fotografií prakticky okamžitě poznali náladu a emoce, které lidé zobrazení na fotografiích cítili v okamžiku, kdy byli fotografováni. Pro nonverbální komunikaci se také vžil nový odborný termín řeč těla.

- Elektronická komunikace bývala označována také slovem telekomunikace - přes např. telefon, telegraf, dálkopis či nejmoderněji též po Internetu přes ICQ, Skype, e-mail, SMS...

Svět Internetu nám nabízí synchronní a asynchronní způsoby komunikace. Synchronní komunikaci umožňují různé nástroje, např. chat, VoIP telefonie případně Skype. Za asynchronní považujeme takové způsoby komunikace, při kterých není nutná okamžitá reakce, např. diskusní fóra a e-mail.

Další rozdělení:

- interpersonální komunikace - jeden člověk sděluje něco druhému člověku a střídají se role vyprávěče a posluchače;
- skupinová komunikace - při skupinové komunikaci hovoří každý s každým a projevují se tam role jednotlivých členů. Mohou být formovány komunikační sítě – příkladem mohou být obrazce, které naznačují tok informací: hvězda, kruh, řetěz, či vidlice;

- masová komunikace - jsou to např. televize, rozhlas, Internet, tisk.... Tato moderní informační média pak umožňují, aby komunikace zasáhla v krátké době velké množství lidí;

## 4 Představení firem účastnících se projektu

### 4.1 One Sport, s. r. o.



Obrázek 1 : Logo firmy One Sport, s. r. o.

Společnost s ručením omezeným One Sport, je marketingovou a servisní agenturou v oblasti sportu.

Společnost One Sport, s. r. o. je zaměřena na poskytování komplexních služeb v oblasti marketingu, sponzoringu a reklamy ve spojení se špičkovými sportovními projekty, převážně zaměřenými na mládež. I díky spolupráci s významnými tuzemskými a zahraničními subjekty jsme schopni tento servis realizovat nejen pro tuzemské, ale i pro evropské partnery.

Profesionální tým společnosti je našim obchodním partnerům připraven nabídnout komplexní služby, návrhy prezentace akcí a produktů, oslovit konkrétní cílové skupiny, realizovat akce, zabezpečit právní, grantové, propagační, reklamní a další služby ve sportovní oblasti. Součástí řešení projektů je celkové zpracování

a vyhodnocení realizovaných projektů. Našimi partnery jsou vesměs sportovní organizace, sportovní svazy, ale i skupiny zájemců o sportovní vyžití.

Hlavním cílem společnosti One Sport, s. r. o. je vytvořit komplexní realizace pro své partnery, realizované na zásadách dodržování poslání sportu a uspokojování partnerů ve všech směrech. Společnost vystupuje jako servisní organizace, která kromě profesionální péče o partnery vytváří cílenou propagaci a reklamu jednotlivých realizovaných akcí. Společnost zabezpečuje organizačně jednotlivé akce dle vytvořených plánů, při nichž spolupracuje s partnery i na organizačním zabezpečení na konkrétním sportovišti.

One Sport, s. r. o. se výrazně spolupodílí i na organizaci řady významných sportovních, kulturních a společenských událostí.

Společnost One Sport, s. r. o. zajišťuje pro partnery celou řadu činností spojených s realizací projektů v nejrůznějších stupních zpracování. Realizace projektů lze rozpracovat podrobně tak, aby klient mohl projekt okamžitě posuzovat a hodnotit, případně se aktivně spolupodílet na realizaci a výsledku celého projektu.

Společnost One Sport, s. r. o. nabízí tyto služby a činnosti :

- vytváření projektů
- zajišťování projektů
- realizace projektů
- zajišťování prostředků na realizaci projektů
- zajišťování grantů a příspěvků
- zajišťování právních služeb
- poradenská činnost
- reklamní činnost
- marketingová činnost
- propagační činnost

- prezentace (mediální, tiskové, internetové)
- vytváření image a prestige projektu
- komplexní zajištění projektů

## **4.2 Liptovské liečebné kúpele, a. s.**

Ubytování v Liptovské liečebné kúpele, a. s. situovaných v horské, na jih otevřené dolině pod úbočím Chočských vrchů na rozhraní Oravy a Liptova, asi 15 km od Ružomberoku. Přímo ve středu městečka se nachází krásný kaskádový travertinový vodopád. Lázně patří mezi nejstarší na Slovensku, první lázeňská budova byla postavena již kolem roku 1761. Rozhodující úlohu při poskytování komplexní lázeňské péče sehraává přirozeně teplá, minerální voda, která dosahuje teploty 32° C. Voda se využívá pro vanové koupele a v bazénu. Lázně mají dlouhodobou tradici především v léčbě ženských chorob, při regeneraci po gynekologických operacích, urologická onemocnění, poruchy metabolismu a poruchy trávicího ústrojí. Kromě léčebných a preventivních pobytů poskytují lázně i řadu speciálních programů pro ženy a muže.

### **LD Choč\*\*\***

- 59 dvoulůžkových pokojů
- 56 dvoulůžkových pokojů s možností přistýlky
- 4 apartmány

### **Vybavení pokojů:**

- lůžko, noční stolek, polička, konferenční stolek, křesla, šatníková skříň, zrcadlo, koš;
- telefony na pokoji (přes ústřednu);
- satelitní televizní rozvod;
- rozhlas po drátě;

- každý pokoj má samostatné sociální zařízení;

**V objektu se dále nachází:**

- jídelna;
- zdravotnické oddělení - vyšetřovna, první pomoc, laboratoř;
- víceúčelový společenský sál;
- denní bar;
- espresso;
- kadeřník;
- knihovna;
- internet;
- prodejna suvenýrů, kosmetiky;
- na každém poschodí společná kuchyňka a prádelna;
- přechod spojovací chodbou přímo do bazénu, na vanové oddělení a elektroléčbu;
- objekt je 4 – poschodový s výtahy;

**V rámci doplňkových služeb je klientům k dispozici:**

- sauna, masáže, fitness, bazén;
- internetová kavárna;
- telefon, fax;
- TV;
- minigolf;
- služby denního baru, restaurace a espressa;
- ozdravné procedury po vyšetření lékařem podle zdravotního stavu klienta ;



*Obrázek 2 : LD Choč \*\*\**

#### **4.3 ČSAD Semily, a. s.**



*Obrázek 3 : Logo ČSAD Semily, a. s.*

Jako dopravce byla po konzultaci zvolena firma ČSAD Semily, a. s. Jako jediná se dokázala zaručit za dostupnost svých autobusů i termínech během hlavní letní sezóny v cestovním ruchu. Nebyl problém domluvit zapůjčení vleku na kola. Jako konkurenční výhodu firmy ČSAD Semily, a. s. jsem vzal v potaz i fakt, že oproti jiným osloveným dopravcům má tato firma několik středisek v celém okolí výchozího bodu našeho cyklozájezdu, kterým je město Liberec.

A i přes naúčtovanou mírně vyšší cenu za ujetý km oproti konkurenci, jsem vybral právě tohoto dopravce.

ČSAD Semily, a.s. vznikla vyčleněním autobusové dopravy ze státního podniku ČSAD Hradec Králové ke dni 1. 1. 1994.

V roce 2004 jsme získali certifikát ISO 9001:2000

Firma se od roku 1997 snaží budovat nový image co se týče pozitivního přístupu k celé cestující veřejnosti a jejím obchodním partnerům. Od roku 2003 společnost prochází velmi dynamickým vývojem, který lze vnímat hlavně v nově pořizovaných autobusech a v nárůstu celkových výnosů za posledních 10 let ze 180 mil. Kč na 400 mil. Kč.

V současné době se ČSAD Semily řadí na 8. místo v TOP10 autobusových společnostech v České republice.

Kromě Semil má společnost další střediska ve městech Hořice, Lázně Bělohrad, Jičín, Jilemnice, Rokytnice nad Jizerou, Turnov a Varnsdorf.



*Obrázek 4 : SOR C 10, 5 KLIMA*





*Obrázek 5: Vlek na kola*

## **5 Realizace cyklozájezdu**

### ***5.1 Informace pro účastníky cyklozájezdu***

**Zájezd: Orava Liptov 2008**

Termín: 18. – 23.8. 2008

**Odjezdy** : 18.8. 2008(pondělí)

Jablonec n. N.:            hlavní vlakové nádraží  
22:00 h



Liberec: ulice Na Rybníčku naproti obuvi  
22:20 h  
Praha: z autobusové zastávky pro zájezdové autobusy  
24:00 h mezi Litochlebským náměstím a autobusovými  
zastávkami metra „C“, stanice Opatov (výstup z  
metra směr Šeberov, Kunratice a projít cca. 150 m  
směrem k Litochlebskému náměstí = proti směru  
jízdy přilehlého silničního pruhu)

Prosíme o dochvilnost. S ohledem na ostatní účastníky nemůžeme čekat na opozdilce.

Vzhledem k nakládání kol může dojít ke zdržení autobusu, děkujeme za pochopení.

**Příjezdy:** 23.8. 2008 (úterý)  
Praha: v cca. 24:00 h do Prahy (bez záruky) a dále zásadně jen na místa odjezdů.

**Doprava:** zájezdovým autobusem SOR 10,5 s vlekem na kola.  
Před odjezdem bude připraven zasedací pořádek, který zohlední vaše případné požadavky (nahlášené předem) a věk jednotlivých účastníků. Dodržujte nástupní místo, které jste uvedli na cestovní smlouvě a u nás nahlásili.

**Zavazadla:** každý účastník může s sebou mít 1 kolo. Nosič, necht' je bez namontovaného košíku. Nepřiměřeně objemná a těžká zavazadla vč. Kartónů nápojů není možné přepravit. Každý účastník osobně asistuje při nakládání a vykládání zavazadel a kol, firma One Sport, s.r.o. nenese zodpovědnost za jejich poškození.

**Ubytování:** LD Choč \*\*\*  
Pokoje po dvojlůžkách, na žádost možnost přistýlky.

**Stravování:** formou polopenze.

**Vybavení:** Sportovní oblečení. Plavky. Počítat s více variantami oblečení dle počasí. Kolo musí být v dokonalém technickém stavu! S vybavením a servisem Vám rádi pomohou ve většině prodejen kol. Vhodná kola jsou jak silniční, tak trekingová i horská kola. Každý účastník má mít u sebe cyklistickou láhev, náhradní duši, montpáky a lanko. Kromě osobních léků doporučujeme vzít s sebou cestovní lékárníčku. Apelujeme na všechny účastníky, aby ve vlastním zájmu nosili cyklistickou přilbu. Může zachránit život i zdraví!

**Pojištění:** Všichni účastníci zájezdu musí mít sjednané pojištění léčebných výloh v zahraničí (nestačí tzv. úrazové pojištění). Doporučujeme zároveň pojištění zodpovědnosti za škody způsobené účastníkem (věnujte pozornost limitům a podmínkám plnění a výši spoluúčasti) I přesto, že budete mít sjednáno pojištění léčebných výloh, doporučujeme mít vyčleněnou hotovost cca 100 € na případnou hotovostní úhradu lékařského ošetření (pojišťovna uhradí zpětně). Pojišťovna hradí pouze převoz zraněného k lékaři. Případný převoz osobních věcí, kola či osob za zraněným pojišťovna nehradí a při užití zájezdového autobusu činí cena 25 Kč/km. Kola jsou pojištěna pouze jako náklad v případě havárie vleku. Kola nejsou pojištěna proti krádeži či poškození v průběhu zájezdu a firma One Sport, s.r.o. za ně nepřebírá zodpovědnost.

**Cena:** 7290,- Kč  
Zahrnuje dopravu vč. kola, 4 x ubytování, 4 x polopenzi, informační materiály (kopie map, itinerář jednotlivých etap), průvodce, technický doprovod, DPH.

## 5.2 Podrobný program

1. den Oravský Podzámok – Pribiš – sedlo Vrchvarta (820 m ) – sjezd do obce Lúčky, zde ubytování (cca 25 km)
2. den Lúčky – Partizánská Lupča – Liptovský Mikuláš – Liptovský Trnovec – Lúčky (cca 62 km)
3. den Busem přes Liptovský Mikuláš do sedla Čertovina – Nízké Tatry – Podbrezová – Nemecká – Lučatín – Banská Bystrica (zde bus, odjezd do Lúček), na kole cca 65 km
4. den Busem přes Ružomberok do Liptovské Osady. Liptovská Osada – sedlo Prievalec (1100 m) – horská osada Magurka – Partizánská Lupča – Lúčky (cca 50 km)
5. den Busem do Lubochně. Lubochňa – Lubochňanskou dolinou k závěru doliny (cca 23km), možnost pěšího výletu 1 h do vyhlídkového sedla v hlavním hřebeni pod Čierným kamenem na vyhlídku v Plosku (1532 m, 2 h). Zpět stejnou trasou do Lubochně k busu, zde koupaliště, lázně. Na kole cca 46 km, zde naložení kol a odjezd domů.

### 5.2.1 Informace k oblasti

**Orava (region):** Nejtypičtější region Slovenska s přirozenými hranicemi, které tvoří horské masívy Oravských Beskyd, Kysucké vrchoviny, Malé Fatry.

Region Oravy patří mezi nejvyhledávanější regiony Slovenska především kvůli svým přírodním krásám (Roháče, vodní nádrž Orava, Oravské Beskydy). Z kulturních památek je nejpřitažlivější Oravský hrad – NKP, jeden z nejkrásnějších hradů na Slovensku.

**Orava (řeka):** Jedna z nejhezčích řek Slovenska – pravý přítok Váhu, vzniká soutokem Bílé a Černé Oravy.

**Lúčky:** Obec v Liptovské kotlině nad níž tyčí Velký Choč (1 608 m n.m.), ze severní strany leží vrch Plieška (977 m n.m.) a ze západní Smrekov (1 024 m n.m.). Obec je známá také díky léčebným procedurám, prováděným ve zdejších lázních, ty jsou zaměřené na gynekologické problémy.

**Liptovský Mikuláš:** Metropole Liptovské kotliny, obec od roku 1286, od roku 1677 sídlo Liptovské Stolice, 1713 tu popravili Jánošíka, 1844 tu Štúrovci založili literární spolek Tatrín. Rodiště řady literátů a umělců (J. Král, L. Bella, M. Rázus, J. Alexy).

**Banská Bystrica:** krajské město, 80,000 obyvatel. Památková rezervace, okolo náměstí SNP, dominantou je bývalý hrad, původně hornické město s několika gotickými a renesančními měšťanskými domy.

**Doporučená měna:** Kurz (orientačně) 100,- Sk = 80 Kč (doporučujeme vyměnit na místě ve směnárně).

**Organizace zájezdu:** Zájezd doprovázejí průvodce a technický doprovod, kteří zodpovídají za dodržení programu. V pravomoci průvodce je úprava programu, v případě změněných podmínek. Během programů zůstává autobus na místě a není účastníkům zájezdu k dispozici. Nejede se v pelotonu, ale v menších skupinkách. Průvodce jede vpředu a v mezi posledními jede pomocník (technický doprovod).

Účastníci zájezdu obdrží itinerář jednotlivých etap, vč. map, resp. kopíí map, do kterých si vyznačí trasy, zajímavosti, místa srazů (zvýrazňovač s sebou). Výklad trasy provádí průvodce při informační schůzce před etapou ráno či večer.

Doporučujeme u sebe mít vždy pas, kartičku pojištění a peníze. Prosíme účastníky s vážným zdravotním omezením, aby ve vlastním zájmu o tomto předem informovali průvodce. V případě mimořádné situace (nepojízdné kolo, indispozice účastníka, bloudění, aj.) nehradí firma One Sport s.r.o. náklady spojené s dopravou. Pokud bude možné (s ohledem na ostatní účastníky a průběh zájezdu) využít v těchto případech k dopravě autobus, hradí náklady spojené s dopravou klient průvodci a taxa činí 25 Kč/km.

**Důl. tel. čísla:** Zastoupení České Republiky na Slovensku (00421)592 033 03-4

Policie	158
Záchranná služba	155
Hasiči	150

**Poznámka:** Kontakt na průvodce Vám bude sdělen v autobuse. Vzhledem k cenám roamingu v zahraničí využijte telefonování průvodci pouze ve tísňových situacích. V ostatních případech zasílejte SMS zprávy, jejichž příjem je zdarma.

**Různé:** Informace pro účastníky zájezdu zasíláme po 100% úhradě platby zájezdu. Na zájezdu obdržíte od průvodce dotazníky spokojenosti s žádostí o jejich vyplnění a odevzdání průvodci či doporučení do firmy One Sport s.r.o.

V případě Vašeho zájmu nám zašlete Vaše digitální fotografie ze zájezdu v elektronické podobě, zveřejníme je na našich internetových stránkách ve fotogalerii.

Přejeme Vám příjemné zážitky na kole.

One Sport s.r.o.

## 5.3 Itinerář trasy

### Orava Liptov 2008

**1. den** START: Oravský Podzámok – od Oravy do Liptova

CÍL: Lúčky

Oravský Podzámok (511 m. n. m.), na skalním bradle nad obcí Oravský hrad (prohlídka), pak na kole pod ním přes most (Orava) k železniční stanici a přes trať místní silnicí do obce Přibiš (643 m. n. m., 7. km). Na konci obce doprava místní silničkou (asfalt) přes návrší do dalšího údolí na silnic (9. km) na horním okraji obce Pucov a po ní doleva přes Pokryváč (640 m. n. m.), zde na konci obce doprava serpentínou a přes návrší stoupání na sedlo (787 m. n. m.) a klesáním (rozbitý asfalt) a doleva do Osádky (670 m. n. m., 13. km). Na okraji obce doprava přes stoupání na sedlo Vrchvarta (820 m. n. m.) a sjezd do obce Lúčky (598 m. n. m., 24. km). Hotel LD Choč\*\*\*

Trasa celkem 25 km

Po ubytování vycházka k místním zajímavostem: lázeňský areál, termální koupaliště, Lučanský vodopád, Kalameny železitý pramen (62°).

**2. den** START: Lúčky – kolem přehrady Mara

CÍL: Lúčky

Z Lúček po silnici na J klesání do Liptovské Teplé, na dolním konci obce (510 m. n. m., 3. km) doleva do Bešeňové (512 m. n. m., 6. km) zde doprava a přes dálnici a přes Liptovský Michal do obce Partizánská Lupča (568 m. n. m., 10. km). Zde doleva silnicí č. 18 zvlněnou krajinou přes příčná údolí a obce L'ubel'a , Gotovany, 3 km za obcí odbočka doprava přes obec Sv. Kříž a za ní vpravo (3 km od odbočky) památný dřevěný koste. Zpět na hlavní silnici a dále přes Galomany, pak pod dálnicí a přes Váh do centra Liptovského Mikuláše (577 m. n. m., 36. km). Po prohlídce

z centra silnicí č. 584 kolem akvaparku „Tatralandia“ s podél severního břehu Liptovské Mary přes Liptovský Trnovec, Liptovskou Sielicu, Hliník, Borovník (568 m. n. m., 52. km) zde doleva stoupání k hotelu Borovník a do obce Vlašky a po účelové komunikaci kolem nádrže Lešeňová do stejnojmenné obce k termálnímu koupališti (62. km). Dál jako ráno přes Liptovskou Teplou a doprava do Lúček. (68. km).

Trasa celkem 68 km

**3. den** Busem přes Liptovský Mikuláš do sedla Čertovica – Nízké Tatry.

START: Čertovica (1232 m. n. m.) – Nízké Tatry

CÍL: Banská Bystrica, busem Lúčky

Z Čertovica sjezd po silnici č. 72 přes Mýto pod Ďumbirérom do Bystré (560 m. n. m., 17. km). Zde doprava do osady Tále k hotelu Partizán (20. km), u něj doleva „Partizánskou cestou“ zpočátku stoupání, pak sjezd Vajskovskou dolinou přes Dolní Lehotu (480 m. n. m., 31. km) do obce Lopej v údolí hronu, zde doprava vedlejší silnicí do Predajné (36. km) a přes hlavní silnici č. 66 do Nemecké (440 m. n. m., 40. km). Po hlavní silnici do Brusna (405 m. n. m., 45. km) a vedlejší souběžnou vlevo od silnice č. 66 a pak vpravo k Lučatínu (48. km) zde vpravo souběžnou vedlejší silnicí přes Slovenskou Lupču (378 m. n. m., 54. km) a po dalších 4,5 km souběžně vpravo, pak po hlavní č. 66 do Banské Bystrice (362 m. n. m., 70. km). V centru na parkovišti u památníku SNP náš bus, konec trasy na kole.

Trasa celkem 70 km

**4. den** Busem přes Ružomberok do Liptovské Osady.

START: Liptovská Osada – dolinami Nízkých Tater

CÍL: Lúčky

Z Liptovské Osady (609 m. n. m.) silnicí na východ přes Liptovskou Lúžnou (717 m. n. m., 6. km) do sedla Prievalec (1100 m. n. m., 12. km)

pak sjezd cca. 4 km k odbočce doprava, stoupaní místní silničkou do rázovité horské osady Magurka (1040 m. n. m., 22. km) na severním úpatí hřebene Nízkých Tater. Zpět k hlavní (jen podle značky) silnici a po ní doprava Lupčianskou dolinou do Partizánské Lupče (568 m. n. m., 40. km) a přes Bešeňovou a Liptovskou Teplou do Lúček (50. km).

Trasa celkem 50 km

#### **5. den** Busem do Lubochně

START: Lubochňa – Lubochnianská dolina (Velká Fatra).

CÍL: Lubochňa bus

Z Lubochně (451 m. n. m.) vzhůru Lubochnianskou dolinou mírným stoupaním asfaltovou lesní silničkou místy horší kvality kolem hájenek Salatín, Čierňavy, Rakytov a kolem míst zvaných Nižný a Vyšný Tajch k závěru doliny (980 m. n. m., 23. km), rozcestník značených cest. Možnost pěšího výletu po červené značce cca. 1 h do vyhlídkového sedla v hlavním hřebeni a po žluté značce na vyhlídku Plosk (1532 m. n. m.) cca. 2 h. Zpět stejnou cestou do Lubochně k busu, zde naložení kol, možnost osvěžení v nedalekém koupališti.

Trasa celkem 46 km

#### **5.3.1 Zajímavosti na trase**

**Oravský Podzámok** – obec vybudována v 16. st. jako hospodářské zázemí hradu. Rodiště historika Medveckého, archeologa Kubínyho a básníka Matuška. Empírový kostel, klasicistní stará pošta.

**Oravský hrad** – postaven ve 13. st. nejprve zděná nejvyšší část, vystavěna roku 1267, od roku 1483 obytný palác a postupně opevněn v oblasti střední a dolní části. Současná podoba z roku 1611. Je zde Oravské muzeum.



**Bešeňová** – obec u přečerpávací nádrže pro Liptovskou Maru. Severně od obce leží rezervace Bešeňovské travertíny – travertinové terasy, minerální prameny o teplotě 62 °C

**Liptovský hrad** – (993 m. n. m.) nejvýše položený hrad na Slovensku, postaven roku 1262. V roce 1474 dobyt Matiašem Korvínem.

**Liptovská Teplá** – jedna z nejstarších obcí v Liptově, založena roku 1264, je zde kostel z 13. století, barokní zámek, fara, kaple.

**Svätý Kríž** – památný dřevěný kostel z konce 18. století, největší na Slovensku, byl sem přenesen pře zatopením Liptovské Mary.

**Liptovská Mara** – přehradní nádrž na Váhu pod Liptovským Mikulášem, rozloha 27 km<sup>2</sup>, zatopila 13 liptovských obcí, v oblasti několik kempů, možnost provozování vodních sportů.

**Liptovský Mikuláš** – metropole Liptovské kotliny, obcí od roku 1286. Od roku 1677 sídlo Liptovské Stolice, roku 1733 zde popravili Jánošíka. Roku 1844 tu Štúrovci založili literární spolek Tatrín. Rodiště řady literátů a umělců (J. Král, L. Bella, M. Rázus, J. Alexy). Gotický kostel sv. Mikuláše z roku 1280, měšťanské domy z 16. a 17. století. Turistické středisko Nízkých a Západních Tater (Liptovské hole).

**Partizánská Lupča** – stará obec středního Liptova, roku 1270 obdržela městské výsady. 2 gotické kostely z 13. století, je zde oválné náměstí s renesančními měšťanskými domy.

**Magurka** – původně stará hornická osada, nachází se zde turistická chata, je východiskem na hlavní hřeben Nízkých Tater.

**Liptovská Lúžna** – rázovitá horská obec pod Nízkotatranskou Prašivou, 5 km dlouhá, najdete zde sruby s šindelem, některé z 18. století.

**Vyšná a Nižná Boca** – původně hornické osady se srubovými domy v Bočianské dolině Nízkých Tater pod sedlem Čertovica.

**Čertovica** – horské sedlo uprostřed Nízkých Tater ve výšce 1238 m. n. m., lyžařské středisko

**Podbrezová** – průmyslové město (hutě strojíny) uprostřed Horehroní. Turistické východisko do jižní oblasti Chopku.

**Nemecká** – památník obětem SNP

**Slovenská Lupča** – zámek původně z 13. století, jsou zde 2 kostely z 14. a 19 století, farmaceutická továrna.

**Banská Bystrica** – krajské město s 80000 obyvateli, se známou oblastí Staré město (památková rezervace) okolo náměstí SNP. Dominantu města tvoří bývalý hrad. 30.8.1944 zde bylo vyhlášeno SNP, je zde jeho muzeum – monumentální moderní stavba s parkovou úpravou okolí

## **5.4 Bezpečnost na cyklozájezdu**

Všechna pravidla bezpečnosti musí být řečena v úvodní instruktáži, která předchází každé sportovní aktivitě. Při instruktáži je důležité získat pozornost účastníků a vše důrazně vysvětlit a ukázat. Průvodce by se měl zeptat, mají-li účastníci nějaké dotazy a na konci připomenout nejdůležitější pravidla. Při aktivitách je důležité, aby průvodce a doprovod byli přátelští, ale v otázkách bezpečnosti musejí být striktní, aby se předešlo úrazům a nedorozuměním. I během aktivity by měli upozorňovat účastníky na zásady bezpečnosti, kontrolovat jejich chování a materiální vybavení.

Ještě před začátkem aktivity by se měli ubezpečit, zda některý z účastníků netrpí nemocí, která by ho omezovala ve výkonu. Měli by mít přehled o účastnících, kteří mají oslabení nebo trpí na astma. V tomto případě musí mít účastník s sebou sprej.

Základní obsah lékárničky: pružné obinadlo, cívka leukoplasti, náplast s polštářkem (vhodné i na puchýře), desinfekce (Jodisol, Septonex), sterilní obvaz (šíře 10 cm), trojcípý šátek nebo jeho náhrada, nůžky, 2 zavírací špendlíky, Acylpyrin nebo Paralen, Ataralgin na bolesti, Endiaron na střevní potíže, Dithiaden na alergické reakce (na pyl, po štípnutí hmyzem) [5].

## 5.5 Kalkulace ceny cyklozájezdu

### 5.5.1 Kalkulace nákladů

Tabulka 1: Náklady spojené s výplatami průvodce a doprovodu

	Taxa za 1 den	Taxa celkem
Výplata průvodci	1000,- Kč	5000,- Kč
Výplata doprovodu	300,- Kč	1500,- Kč
$\Sigma$		6500,- Kč

Tabulka 2: Celkové náklady na zájezd

	$\Sigma$	Jednotlivec (za celý pobyt)
Bus	48547,- Kč	
Ubytování	98560,- Kč	2816,- Kč
Ubytování režie	8448,- Kč	2816,- Kč
PP klient	31500,- Kč	900,- Kč
PP režie	10800,- Kč	900,- Kč
Odměna průvodci	6.500,- Kč	
$\Sigma$	204355,- Kč	

Celkové náklady 204355,- Kč

### 5.5.2 Kalkulace ceny cyklozájezdu pro klienta

**Hrubý výpočet:**

Celkové náklady \* provize firmy One Sport, s.r.o.

Počet klientů

*Výpočet č. 1: Cena zájezdu pro jednoho účastníka při obsazení 35 klienty*

$$\underline{204355,- \text{ Kč}} * 1,25 \cong 7290,- \text{ Kč}$$

35

*Výpočet č. 2: Cena zájezdu pro jednoho účastníka při obsazení 40 klienty*

$$\underline{204355,- \text{ Kč}} * 1,25 \cong 6386,- \text{ Kč}$$

40

*Výpočet č. 3: Cena zájezdu pro jednoho účastníka při obsazení 30 klienty*

$$\underline{204355,- \text{ Kč}} * 1,25 \cong 8515,- \text{ Kč}$$

30

Ze zkušeností mých konzultantů je průměrná účast na obdobných zájezdech v průměru 35 klientů. Z tohoto počtu jsem vycházel i při vypočítávání ceny našeho zájezdu, kterou jsem pevně stanovil na 7290 ,- Kč, jak je patrné z výpočtu č. 1.

Ovšem při účasti vyšší např. 40 klientů, se výsledná cena sníží, výpočet č. 2. Popř. účasti nižší např. 30 klientů, pak je výsledná cena vyšší, výpočet č. 3. Ani v jednom z těchto případů se cena, za kterou bude zájezd nabízen nemění a zůstává na hodnotě 7290,- Kč.

Maximální počet 43 klientů je limitován velikostí autobusu, který nám nabídla firma ČSAD Semily a.s.

## **6 Závěr**

Cílem bakalářské práce bylo seznámení s přípravou a realizací cyklozájezdu. Jelikož tuto práci hodlám dovést do verze diplomové práce při mém navazujícím studiu na HF TUL, zaměřil jsem se nyní převážně na praktickou část práce. Tou byla příprava samotného projektu. Příprava probíhala bez vážnějších obtíží. Zpočátku se jako problém jevila skutečnost, že naplánované cyklistické trasy jsem vyhledával pouze na tištěných mapách a pomocí GPS souřadnic. Ale díky laskavé spolupráci mých kolegů, kteří danou oblast velmi dobře znají jsem se ujistil o správnosti mnou zakreslených původních tras.

Výsledný produkt Orava Liptov 2008 je komplexním řešením pro zaměstnance velkých firem. Díky spolupráci s firmou ČSAD Semily, a. s. má oproti konkurenčním nabídkám výhodu ve spolehlivém zajištění dopravy a kvalitních ubytovacích prostorech LD Choč \*\*\* zajištěné firmou Liptovské léčebné kúpele, a. s. Z poznatků popsaných v práci vyplývá, že jedním z hlavních problémů ve vnitropodnikových vztazích je motivace zaměstnanců. Pokud chce manažer vybudovat úspěšně fungující tým, je nezbytné zapracovat na složce motivace. Nárůst motivace se jeví jako vhodný ve spojení s venkovní sportovní aktivitou.

## 7 Seznam literatury

- [1] BĚLOHLÁVEK , F. Jak řídit a vést lidi, Praha : Computer Press a.s., 2000. ISBN 80-7226-308-0.
- [2] ČÁSLAVOVÁ, E. Management sportu. Praha: East West Publishing Company, 2000, s. 14. ISBN 80-7219-010-5.
- [3] DĚDKOVÁ, J., HONZÁKOVÁ, I. Základy marketingu. Liberec : Technická univerzita v Liberci, 1998. ISBN 80-7219-010-5.
- [4] KOTLER, P. Marketing management. Praha : Grada Publishing s.r.o., 1998. ISBN 80-7249-017-6.
- [5] NEUMANN, J. Dobrodružné hry a cvičení v přírodě. Praha : Portál s.r.o., 2000. ISBN 80-7178-391-9.
- [6] PAYNE, V. Teambuilding workshop trénink týmových dovedností. Brno : Computer Press, a.s., 2007. ISBN 978-80-251-1588-6.
- [7] STRNAD, P., DĚDKOVÁ, J. Strategický marketing. Liberec : Technická univerzita v Liberci, 20001. ISBN 80-7083-476-5.

Dobrý den,

Posílám nabídku dopravy na Slovensko dle Vaší poptávky

Na Váš zájezd mohu nabídnout zájezdový autobus SOR 10,5 pro 43 klientů + vlek na kola.

Autobus je vybaven klimatizací, kávovarem, videem, lednicí.

Cenová nabídka je na maximální počet kilometrů 1.260 , v případě najetí více kilometrů bychom účtovali km x 25,- Kč

Čekání účtujeme od 6,00 hod. do 18,00 hod x 120,- Kč za jednu hodinu.

Nárok diety řidiče krátím o poskytnutou polopenzi.

Cena za mýtné v ČR 1.200,- Kč

Pronájem vleku na kola účtujeme 1.500,- Kč za jeden den

DPH při tomto zahraničním zájezdu je 0 %

1.260 km x 25,-	31.500,-
Čekání 48 hod. x 120,-	5.760,-
Dálniční známka SK	960,-
Dieta	1.527,-
Mýto ČR dálnice	1.200,-
Mýto ČR	100,-
Vlek na kola 5 x 1.500,-	7.500,-

-----  
Celkem 48.547,- Kč + parkovné dle skutečnosti

Zatím Vás zdravím a těším se na spolupráci.

Petráková Šípošová Libuše  
Vedoucí zájezdové dopravy

**Příloha č. 1:**

Zasedací pořádek autobusu SOR C 10, 5 KLIMA:

43	42	41	40	39
36	35		38	37
32	31		34	33
28	27		30	29
24	23		26	25
20	19		22	21
16	15		18	17
12	11		14	13
8	7		10	9
4	3		6	5
LEDNICE	SLUŽEBNÍ		2	1