

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Analýza spokojenosti obyvatel se sportovním vyžitím v daném městě
Analysis of Population's Satisfaction with Level of Leisure Sport Activities in the Town

Student: Daniel Novák

Vedoucí bakalářské práce: doc. RNDr. Irena Durdová, Ph.D.

Ostrava 2017

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra managementu

Zadání bakalářské práce

Student: **Daniel Novák**

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: 6208R037 Management

Specializace: 03 Sportovní management

Téma: **Analýza spokojenosti obyvatel se sportovním vyžitím v daném městě**
Analysis of Population's Satisfaction with Level of Leisure Sport
Activities in the Town

Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Vymezení základních pojmů
 3. Spokojenost obyvatel se sportovním vyžitím v Karviné
 4. Shrnutí výsledků šetření, náměty a doporučení
 5. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

- DURDOVÁ, Irena. *Sport jako sociálně ekonomický fenomén*. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 2015. ISBN 978-80-248-3658-4.
- HOBZA, Vladimír. *Ekonomie sportu: vybrané kapitoly*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4381-2.
- NOVOTNÝ, Jiří. *Sport v ekonomice*. Praha: Wolters Kluwer, 2011. ISBN 978-80-7357-666-0.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **doc. RNDr. Irena Durdová, Ph.D.**


Datum zadání: 18.11.2016

Datum odevzdání: 05.05.2017



doc. Ing. Petra Horváthová, Ph.D.
vedoucí katedry





prof. Dr. Ing. Zdeněk Zmeškal
děkan fakulty

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci včetně všech příloh
vypracoval samostatně.“

V Ostravě dne 5. května 2017



.....

Daniel Novák

Děkuji paní doc. RNDr. Ireně Durdové, Ph.D., za pomoc a odborné vedení při tvorbě této bakalářské práce.

Obsah

1. Úvod	4
2. Vymezení základních pojmů	5
2.1 Sport a zdravý životní styl	5
2.2 Tělesná kultura	9
2.3 Financování sportu	11
2.4 Sportovní marketing a marketingový mix ve sportu	18
2.5 Sportovní reklama a sponzoring	21
2.6 Metody a techniky sběru dat využité ve vlastním výzkumném šetření	23
3. Spokojenost obyvatel se sportovním vyžitím v Karviné.....	26
3.1 Město Karviná	26
3.2 Sportovní zařízení ve městě Karviná.....	28
3.3 Podpora sportovních aktivit z rozpočtu města.....	32
3.4 Rozhovor	33
3.5 Dotazníkové šetření	36
3.6 Prezentace výsledků dotazníkového šetření	37
3.7 SWOT analýza.....	48
4. Shrnutí výsledků šetření, náměty, doporučení.....	52
4.1 Shrnutí výsledků šetření	52
4.2 Náměty, doporučení.....	53
5. Závěr	56
Seznam použité literatury	57
Seznam zkratk.....	61
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce.....
Seznam příloh
Přílohy

1. Úvod

Cílem této bakalářské práce je analyzovat spokojenost obyvatel města Karviné se sportovním vyžitím v daném městě, dále pak určit, které sporty a sportoviště jsou mezi obyvateli oblíbené a které nikoliv, jak jsou spokojeni s prací zastupitelů směrem ke sportu. Pro dosažení stanovených cílů byla zvolena metoda rozhovoru, kvantitativní metoda dotazníkového šetření a SWOT analýza. Díky těmto metodám budou získány potřebné informace a výsledky, pomocí nichž budou následně stanoveny případné náměty a doporučení pro představitele města.

Sport se stává čím dál více součástí života nejen jedinců, ale i společenských skupin. Představuje významnou oblast života a je ekonomickým, ale i politickým přínosem. Sport si nachází pevné místo ve volnočasových aktivitách široké populace. Lidé ho berou jako oddych od zaměstnání, osobních povinností i jako zábavu.

V každém větším městě je v současné době dostatečná nabídka sportovních center či míst, kde lze sport aktivně provozovat. Tato centra se tak stávají jakýmsi společenským centrem, kde se setkávají lidé různého věku s cílem fyzického i psychického zdokonalení. Je důležité vést ke sportu děti již od útlého věku, učit je fair play a sportovní etice. Sport má tedy i výchovnou funkci. Záleží jen na rodičích, jestli vedou děti ke sportu či nikoliv. Kromě aktivního vykonávání sportovních aktivit je možné sledovat různé sportovní akce jednak přímo na stadionu, nebo díky přenosům, ať už na internetu, nebo v televizi. I tento druh aktivit může u člověka podnítit zájem o sport – aktivitu, která podporuje zdravý životní styl, působí pozitivně na náladu člověka. Sport má důležité sociální i ekonomické aspekty.

V teoretické části bakalářské práce jsou definovány a vymezeny klíčové pojmy, které souvisí s daným tématem práce. Jedná se o pojmy z oblasti sportu, ekonomiky sportu a oblasti sportu v komunální sféře. V praktické části je popsáno prostředí, ve kterém se výzkumné šetření bude odehrávat, je proveden výčet sportovišť, která nabízí obyvatelům Karviné své služby a prostory. Na základě rozhovoru se zastupitelem města, dotazníkového šetření a SWOT analýzy, budou prezentovány výsledky. Závěr práce je věnován zmapování situace v Karviné z pohledu možností sportovní nabídky obyvatel a zjištění, zda jsou s touto nabídkou občané spokojeni. Na základě výzkumného šetření budou zastupitelům města Karviné prezentovány případné náměty a doporučení k případnému zlepšení stávajícího stavu.

2. Vymezení základních pojmů

Kapitola je věnována popisu a charakteristice pojmů, které jsou spojeny s teoretickou částí bakalářské práce. Jedná se především o pojmy z prostředí sportu, tělesné kultury a marketingu.

2.1 Sport a zdravý životní styl

Ač je význam pojmu sport obecně znám, dosud není známá žádná všeobecná a všemi uznávaná definice. Pojem sport však musíme jednoznačně odlišovat od obecných rekreačních aktivit a her (Sluka, 2007).

Sport je jedním z mnoha využití osobního volného času a je důležitou součástí života pasivních i aktivních sportovců. Svým formativním působením ovlivňuje fyzický a psychický rozvoj jedince, je součástí uspokojování potřeb jednotlivců a jejich socializace¹. Sport je zaměřen na dosažení nejvyšší výkonnosti v dané sportovní specializaci a soutěži. Definicí a dělení sportu existuje mnoho, některé jsou rozděleny podle kritérií. Podle výkonnosti se sport dělí na vrcholový, výkonnostní a rekreační² (Durdová, 2015).

V soukromém sektoru je sport zajišťován ziskově (obchodní společnosti, živnosti) i neziskově orientovanými subjekty. V České republice je v neziskových nestátních organizacích většinový počet organizací sportovních. Ty mají podobu občanských sdružení, jsou hierarchicky uspořádány, organizovány a vzájemně propojeny (Hobza, Rektořík a kol., 2006).

Vrcholový sport

Vrcholový sport se vyznačuje snahou podat maximální výkon a dosáhnout maximálních výsledků v dané soutěži. Sport se na vrcholové úrovni stává alespoň na určitý čas hlavní profesí jedince, která mu zajišťuje příjem peněz. Vrcholový sport významně ovlivňuje moderní společnost, ale i ekonomiku. Jeho přínos do ekonomiky a vliv na tvorbu HDP je důležitý. Nabídka pracovních míst, která nabízí sportovní prostředí, je také velmi významným aspektem. Skvělé je, že nabídka stále roste, tudíž roste i podíl lidí, kteří pracují v oblasti sportu.

Sport na vrcholové úrovni nelze provozovat bez úprav a změn ve stravě, životním stylu a chování sportovce. Velkou roli hraje i rodina, která se musí přizpůsobit sportovci a vytvořit mu sociální zázemí, které bude podporovat a pomáhat sportovci dosahovat maximálních

¹ Podle Durdové (2011) je socializace začleňování jedince do společnosti.

² Podle Durdové (2015) se sport dělí například na kolektivní a individuální, amatérský a profesionální, kontaktní a bezkontaktní atd.

sportovních výkonů. Je třeba také věnovat více času vzdělávání a přípravě na výkon dané profese. Vrcholový sportovec musí mít k dispozici realizační tým, který mu pomáhá se udržovat v požadované kondici, ulehčuje mu práci a sportovec se tedy může soustředit pouze na svůj maximální sportovní výkon. Jedná se o manažery, trenéry, lékaře, maséry, metodiky, psychology, fyzioterapeuty, ale i odborníky na zdravou výživu. S vrcholovým sportem jsou také spojeny pojmy „sportovní reklama“ a „sponzoring“, tyto pojmy budou objasněny v následujících kapitolách.

Vrcholový sport je z úrovně veřejného sektoru podporován prostřednictvím komplexního financování speciálních zařízení vrcholového sportu. Tato centra jsou vyhrazena na podporu státní sportovní reprezentace.

Výkonnostní sport

Výkonnostní sport hraje velkou roli v socializačním procesu jedince, protože pomáhá vytvářet sociální identitu jedince, vede k pozitivní adaptabilitě a usnadňuje zařazení jedince do společnosti. Výkonnostní sport, stejně jako vrcholový, zdůrazňuje soutěživost, maximální výkony, obětování pohodlí, svého volného času a někdy i zdraví. Po určité věkové období se výkonnostnímu sportu věnuje řada lidí. Zapojují se do něj jak děti a mládež, tak i lidé středního věku, kteří mají dobrou kondici a mnohaleté zkušenosti. Mezi tuto skupinu patří například sportovci, kteří už ukončili z jakýchkoliv důvodů³ svou kariéru vrcholového sportovce (Durdová, 2015).

Začátky sportovní kariéry začínají nejčastěji v rodině. Životní styl rodiny se odráží na dětech, které jsou anebo nejsou ke sportu vedeny. Vznikají ale případy, kdy rodiče nutí své děti k provozování pohybových aktivit a tím jim tak znepríjemňují život. Rodiče tak ženou své děti za svým vlastním nesplněným snem nebo touhou dosáhnout ve sportu úspěchu. Rodiče by si měli uvědomit, že jsou tu od toho, aby dítě podporovali v každém okamžiku, ať už se dítěti daří, nebo ne. Sport by určitě neměl být pro děti trestem.

Rekreační sport

Rekreační sport lze považovat za aktivitu, u níž se neobjevují maximální sportovní výkony, jde spíš o regeneraci organismu, pozvolné zvyšování tělesné kondice, navazování společenských vztahů. Jedná se o zájmovou záležitost, důraz se klade na prožitek, emoce, příjemnou atmosféru a zábavu s přáteli. Rekreační sport také napomáhá odreagování se od každodenního stresu v pracovním i osobním životě.

³ Slabá výkonnost, nedostatečné výkony, zranění, osobní důvody, ztráta motivace atd.

Obecný pojem „rekreace“ má více významů. Může se jednat o kompenzaci pracovního zatížení každého jedince, a to od pasivního nicnedělání až po pestré pohybové aktivity. Tělocvičná rekreace⁴ souvisí úzce s intenzitou společenských kontaktů, získávání nových společenských vazeb. Čím více roste u jedince rekreační sportování, tím roste také intenzita společenských kontaktů a utužování sportovního kolektivu.

Nejoblíbenějšími rekreačními sporty současné populace jsou kondiční kulturistika a aerobik. Fitness centra mají své stálé klienty a nabízejí jim řadu výhod a doprovodných služeb. Mezi tyto služby patří osobní trenéři, poradenství atd. (Durdová, 2015).

Sport a životní styl

Zdravý životní styl je v posledních letech velmi často diskutovaným tématem. Nejprve byl zaveden pojem životní styl, který je definován jako forma života vyjadřující cítění lidí, národa a celé společnosti v určitém okamžiku. Jako forma života se rozumí výrobní a lidské vztahy, způsob budování a výstavby, způsob oblékání, trávení volného času.

Zdravím obvykle rozumíme stav fyzického, sociálního a duševního blaha. Mezi hlavní faktory, které nejméně ovlivňují zdraví, patří zdravotní péče a prevence, životní prostředí a styl života. Není to tedy jen stav prostý nemoci. Hodnota zdraví je více uznávána u dospělých než u dětí a mládeže, kteří většinou zdravotní problémy nemají.

Zdravý životní styl je forma života člověka nebo společnosti, která podporuje a zdůrazňuje zdraví jako složku nejdůležitější a nejpodstatnější. Mezi nejdůležitější oblasti zdravého životního stylu patří zdravá výživa, pohyb, omezená konzumace alkoholu a nekouření. Mezi další oblasti patří spánek, odpočinek, psychická pohoda a minimalizace stresu. Populace chápe, že fyzický pohyb tvoří nedílnou součást zdravého stylu jedince. Důležitá je však volba pohybových aktivit rekreačního sportu.

Existuje celá řada determinantů⁵ životního stylu. Pokud spojíme zdravý životní styl a sportovní činnosti, nalezneme determinanty, které nám odhalí, proč jsou (nebo nejsou) pohybové aktivity součástí života jedince.

Determinanty zdravého životního stylu:

- obecné – přírodní prostředí, podnebí, klima, vegetace,
- demografické – počet obyvatel, hustota osídlení, mobilita obyvatel, lokalita a místo bydliště,

⁴ Blíže o „tělocvičné rekreaci“ bude uvedeno v kapitole o tělesné kultuře (kapitola 2.2.)

⁵ Podle Durdové (2015), jsou determinanty zdravého životního stylu podmínky, které zásadně ovlivňují formování životního způsobu

- sociální – vzdělání, povolání, kultura, politika, ekonomika, náboženství, rasová a etnická příslušnost,
- úzce vázané na osobnost – typ osobnosti, temperament, zájmy, záliby, množství volného času.

Nejpodstatněji zasahují do způsobu života vazby práce x volný čas (Durdová, 2015).

Volný čas

Volný čas je doba, kdy jedinec koná činnosti podle své vůle takovou intenzitou, aby si odpočinul, bez záměru produktivity v prospěch společnosti. Je to ta sféra života jedince, v níž v porovnání se sférou práce existuje možnost vybrat si činnosti, které chce dělat. Ze slova „musím“ z pracovní sféry, se stává „mohu, ale nemusím“. Francouzský sociolog Dumazedier⁶, který se zabýval studiem volného času, zavedl pojem „polovolný čas“, který je určený pro aktivity dobrovolně zvolené a vybrané⁷, ale jejichž vykonávání je něčím podmíněno.

Je špatné chápat volný čas pouze jednostranně jako prostor pro odpočinek od pracovního procesu. Je třeba brát v úvahu také další funkci volného času – člověk by se měl prostřednictvím volného času rozvíjet jako kultivovaná osobnost. Nedílnou součástí volnočasových aktivit jsou také odpočinek a zábava.

Volný čas je mimopracovní doba, která je osvobozená od přesčasové práce a dojíždění na místo pracoviště (čas vázaný⁸). V rámci pracovního dne je pak vhodné rozlišovat čas pracovní (doba práce), čas vázaný a volný čas. Během pracovního týdne pak přibude volný čas o víkendu a během kalendářního roku se zvýší doba volného času o prázdninách či dovolené.

O způsobu, jak trávit volný čas, rozhoduje množství skutečností. Jedná se o determinanty volby způsobu trávení volného času:

- rodina, výchova,
- charakter práce, vzdělání,
- lokalita bydliště,
- věk, pohlaví, roční období,
- rodinný stav, temperament,

⁶ Joffre Dumazedier (1915-2002) – francouzský sociolog volného času, významně obohatil teorii volného času, poukazoval na přílišnou pozornost věnovanou náplni volného času a nedostatečnou pozornost věnovanou rozboru teoretické stránky, vlivu volného času na kulturu, společnost a životní styl

⁷ Například návštěva jazykové školy, zahrádkářství, zájmové kroužky...).

⁸ Dále také čas určený k uspokojení svých fyziologických potřeb, péče o domácnost.

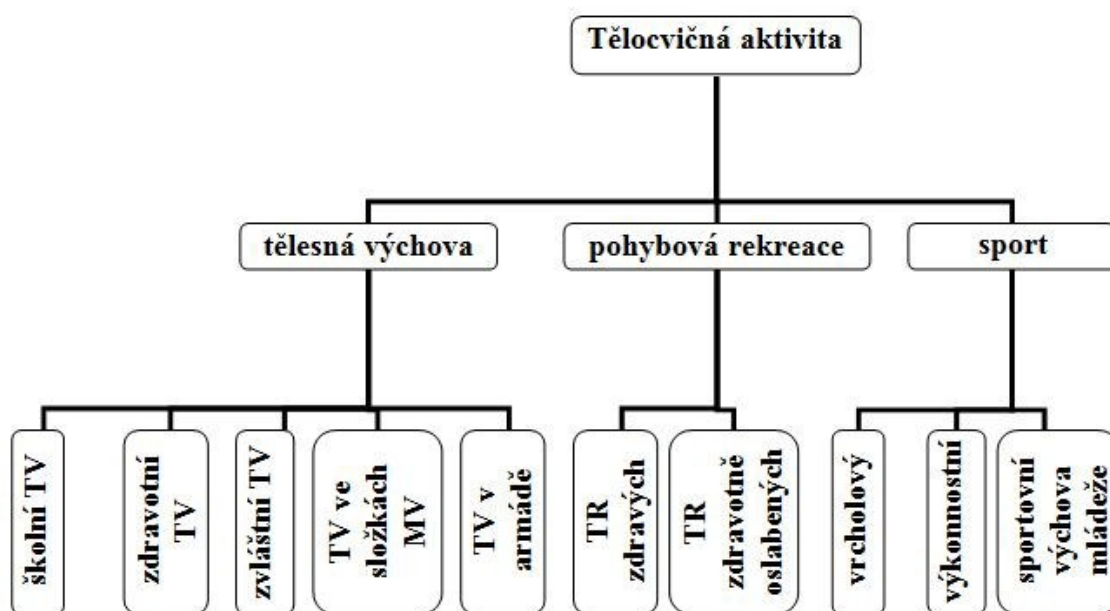
- finance apod. (Durdová, 2015).

2.2 Tělesná kultura

Tělesná kultura vychází z kinantropologie⁹. Tato vědní disciplína považuje tělesnou kulturu za část kultury a celého kulturního dědictví národa. Obecná kultura není pouze výrazem osobnosti člověka. Jsou to také postupy a chování, které jsou společně sdílené. Kultura se tak stává řídicí složkou jakéhokoliv systému.

Podle Hodaně (1997) je tělesná kultura sociokulturní systém, který jako výsledek činnosti, tvorby norem, vztahů a hodnot zabezpečuje tělocvičnými prostředky uspokojování biologických a sociálních potřeb jedince v oblasti fyzického, psychického a sociálního rozvoje s cílem jeho socializace a kultivace. Tělesná kultura, jak je níže znázorněno na obr. 2.1, zahrnuje vedle sportu i tělesnou výchovu a pohybovou rekreaci.

Obr. 2.1: Subsystémy tělocvičné aktivity



Zdroj: HODANĚ, Bohuslav. *Úvod do teorie tělesné kultury*. 2. opr. vyd. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého, 1997. ISBN 80-7067-782-1

⁹ Kinantropologie – kin = pohyb, antropos = člověk, logos = věda (Hobza, Reškořík a kol., 2006).

Tělesná výchova

Tělesná výchova je prováděna během pedagogického procesu, v němž se využívají především tělesná cvičení, která slouží k všestrannému zdokonalování člověka a k rozvoji jeho osobnosti.

Ve školním předmětu tělesná výchova jsou rozvíjeny ty činnosti, které jsou potřeba k obecnému životu. Jedná se o základní pohybové schopnosti a dovednosti. Jejím dalším cílem je speciálně připravit jedince k vykonávání určitého povolání (armáda, policie), ale také naučit činnostem, které jsou potřeba k udržení kondice a regeneraci sil (Durdová, 2015).

Ve státním a samosprávném sektoru zajišťují činnosti v oblasti tělesné výchovy především školy všech typů, včetně branné výchovy ve státních vysokých školách řízených ministerstvem vnitra a ministerstvem obrany (Hobza, Rektořík a kol., 2006).

Pohybová rekreace

Pohybová rekreace umožňuje kultivaci tvořivých sil jedince, má vliv na tělesný i sociální rozvoj osobnosti. Jde o rozvíjející se koncept využití volného času, utváření osobnosti, rozvoj v somatické, psychické i psychosociální oblasti. Pohybová rekreace musí uspokojovat potřeby těch, jimž je určena – odpočinek, zábavu, vzdělání.

Nabídka pohybové rekreace ve státním a samosprávném sektoru je zajišťována prostřednictvím obcí, měst a sdružení, příspěvkových organizací, které zajišťují v daném rozsahu provoz sportovišť, ziskově orientovaných obchodních společností (s. r. o., a. s.), u kterých je ve většině případů jediným vlastníkem obec a které jsou zřízeny za účelem komerčního využití existujících nebo nově budovaných sportovních zařízení (Hobza, Rektořík a kol., 2006).¹⁰

Sport

Definicí sportu byla věnována kapitola 2.1.

Komunální rekreace a tělesná kultura

Pojem komunální rekreace je chápán jako systémové řešení organizace a řízení volnočasových aktivit¹¹ na území obce či regionu. Jak už bylo v této práci zmíněno, rekreace má velký vliv na intelektuální, tělesný i sociální rozvoj jedince, jde tedy o čínorodý a rozvíjející se koncept využití volného času, o utváření osobnosti a její rozvoj v somatické, psychické a psychosociální oblasti.

¹⁰ Podle Durdové (2015) patří do tělesné kultury tělocvičná rekreace, která je zaměřená na obnovu a rozvoj tělesných sil, udržení tělesné kondice, poskytuje osvěžení a zábavu prostřednictvím pohybové činnosti.

¹¹ Jak umožnit seberealizaci člověka v rámci jeho zájmu, ne pouze v oblasti sportovního charakteru

Úkolem institucí a subjektů, které poskytují možnost uspokojení potřeb jednotlivce ve volném čase, je poskytnout služby na takové úrovni, která by výše uvedené úkoly naplnila, a to s ohledem na všechny věkové a sociální skupiny obyvatel města (obce). Pro splnění tohoto úkolu je nutné vytvořit v rámci veřejné správy systém, který by tuto podmínku zabezpečoval, a při této příležitosti zdůraznit, že jedině úřady obecní, městské a poté úřady regionální mají možnost rychle a přímo reagovat na potřeby občanů.

Cílem komunální rekreace je vytvoření podmínek pro soustavné a dlouhodobé formování zdravého životního stylu u lidí různého věku a různé sociální skupiny.

Mezi základní faktory, které vytváří potřebu a ovlivňují realizaci koncepce a systému komunální rekreace, patří zejména:

- zkracování pracovní doby a zvyšování doby volného času,
- růst počtu nezaměstnaných a potřeba řešit tento problém,
- prevence proti složitostem moderního světa, které vedou k růstu kriminality, jehož se společnost stává objektem, ale i subjektem,
- využití tělocvičné aktivity jako prevence v oblasti péče o individuální zdraví každého jedince,
- rozvíjení lidské kvality každého občana prostřednictvím volnočasových aktivit,
- umožnění dobrovolné, aktivní účasti veřejnosti na řešení problematiky volného času,
- potřeba vytvoření funkčního systému řízení volnočasových aktivit na ose stát – region – obec,
- potřeba sjednotit podmínky státu s podmínkami EU v oblastech dané problematiky (Hobza, Rektořík a kol., 2006).

2.3 Financování sportu

Financování sportu je zabezpečováno z veřejných a soukromých zdrojů. Schéma tělesné kultury ve veřejném sektoru viz obr. 2.2.

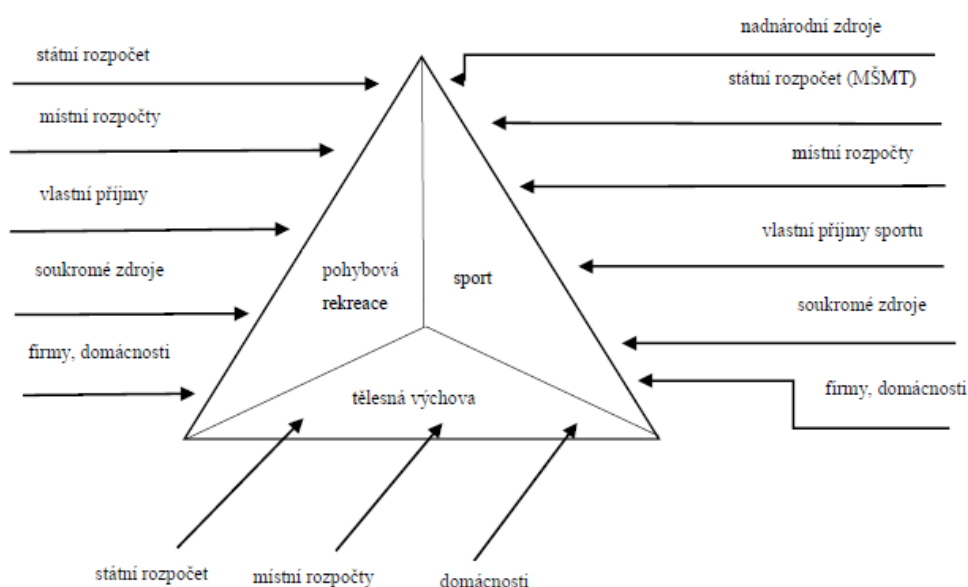
Obr. 2.2: Tělesná kultura prostřednictvím veřejného sektoru



Zdroj: HOBZA, Vladimír a Jaroslav REKTOŘÍK. *Základy ekonomie sportu*. Praha: Ekopress, c2006. ISBN 80-86929-04-3.

Obě zmíněné oblasti mají své opodstatnění, ve většině případů dochází k prolínání financování z obou zdrojových oblastí, často je v této souvislosti připomínáno vícezdrojové financování sportu. Schéma vícezdrojového financování je naznačeno na Obr. 2.3. Samotné financování je jedním z největších problémů týkajících se tělesné kultury a sportu. Řada sportovních klubů, které se účastní sportovních soutěží, má velký problém se sháněním financí pro svůj vlastní chod, a proto se zadlužují. Některé kluby mají štěstí, že mají ve svém okolí velkou firmu, která je ochotna dotovat jejich činnost.

Obr. 2.3: Schéma vícezdrojového financování tělesné kultury



Zdroj: HOBZA, Vladimír a Jaroslav REKTOŘÍK. *Základy ekonomie sportu*. Praha: Ekopress, c2006. ISBN 80-86929-04-3.

Financování veřejných prostředků

Jednou z významných složek financování tělesné kultury a sportu je státní rozpočet a zdroje místních rozpočtů. Tělesná kultura vykazuje velký podíl externalit jak pozitivních, tak negativních. Obecně převládají pozitivní externality nad negativními, proto je produkce produktů a služeb tělesné kultury v čisté tržní ekonomice nedostatečná. Z tohoto důvodu je tato produkce dotována financemi z veřejných prostředků a státního rozpočtu.

Financování tělesné kultury z veřejných prostředků a státního rozpočtu zahrnuje tyto oblasti:

- dotace ze státního rozpočtu,
- dotace z místních rozpočtů¹²,
- financování školní tělesné výchovy (Hobza, Rektořík a kol. 2006).

Financování ze státního rozpočtu

Rozdělování prostředků ze státního rozpočtu posuzuje Národní rada pro sport, která svá doporučení předkládá k rozhodnutí ministru školství, mládeže a tělovýchovy. Státní rozpočet přispívá přímo přibližně jednou třetinou celkových zdrojů, zbylé dvě třetiny tvoří přídělky z rozpočtů obecních a krajských. Finance jsou v podobě dotací¹³, které jsou buď investiční, nebo neinvestiční. Mezi výší podílu sportovního průmyslu na HDP a počtem obyvatel, kteří aktivně sportují, nebo se věnují pohybovým aktivitám, existuje korelace a přímá úměra. Čím více daný stát podporuje sport v zemi, tím více lidí aktivně sportuje. Čím více lidí sportuje, tím více přispívá sportovní průmysl na tvorbu HDP. Čím větší má sport podíl na tvorbě HDP, tím více inkasují veřejné rozpočty.

Výdaje na sport tedy nejsou výdaje do spotřeby, ale investice do ekonomického růstu. V ČR se odhaduje, že 1 Kč vydaná ze státního rozpočtu na sport, generuje až 3,55 Kč do veřejných rozpočtů.¹⁴

Dále se uvádí, že v ČR přibližně 100 Kč výdajů na sport ušetří až 253 Kč za léčbu chorob spojených s metabolickým syndromem.

¹² Krajské, městské a obecní rozpočty

¹³ Dotace jsou podle Durdové (2015) peněžní prostředky státního rozpočtu, státních finančních aktivit nebo národního fondu, které jsou poskytovány právnickým a fyzickým osobám na stanovený účel.

¹⁴ Ve světové ekonomice se uvádí, že 1 americký dolar, vydaný ze státních rozpočtů na sport, přinese v podobě příjmů do veřejných rozpočtů až 4 dolary zpět v podobě úspor ve zdravotnictví.

Dalším významným zdrojem příjmů jsou také odvody z výnosů loterií a dalších her, které jsou definovány příslušným zákonem a jsou ve značné míře vytvářeny právě sportovní činnostmi, nebo jsou spojeny se sportem. Podle platné právní úpravy je dílčí odvod z herních přístrojů a podobných herních zařízení z 80 % příjmem rozpočtu obcí a z 20 % příjmem státního rozpočtu. Dílčí odvod z loterií a podobných her je z 70 % příjmem rozpočtu obcí a z 30 % příjmem státního rozpočtu.

Financování sportu od roku 1989 stále klesá, viz obr. 2.3, s výjimkou v období 1998–2006. V roce 1998 činil podíl výdajů na sport vůči celkovým výdajům ze státního rozpočtu 0,68 % (v cenách a metodice 2015 cca. 8,3 mld. Kč), roce 2006 0,58 % (cca. 7,1 mld. Kč), v roce 2015 tvořily výdaje na sport cca. 0,25 % z celkových výdajů, což tvoří necelé 3 mld. Kč.¹⁵

Obr. 2.3: Podíl výdajů na sport (státní rozpočet + loterie) na celkových výdajích státního rozpočtu (%)



Zdroj: Plán podpory rozvoje sportu v letech 2015 – 2017 PLÁN PODPORY ROZVOJE SPORTU V LETECH 2015 – 2017. <http://www.msmt.cz/sport-1/plan-podpory-rozvoje-sportu-v-letech-2015-2017>. [online]. 17. 10. 2016 [cit. 2016-10-17]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/sport-1/plan-podpory-rozvoje-sportu-v-letech-2015-2017>

¹⁵ Ve srovnání výdajů na sport v rámci států EU vyplývá, že sport v ČR je podfinancován, a navíc vývoj výdajů na sport je zcela opačný, než ve většině států EU.

Možnost získávání financí od loterijních společností prošla od roku 2011 změnou. Po krachu Sazky¹⁶ totiž přišly sportovní organizace o finanční prostředky, kterými tato společnost přispívala na prospěšné účely ve sportu a tělesné výchově. Nový systém stanovuje povinnost vybírat a rozdělovat finance Českému olympijskému výboru a obcím. Tento nový způsob je platný od 1. 1. 2016, kdy vyšla novela tzv. loterijního zákona (předpis 380/2015 Sb.). Provozovatelé loterií a kurzových sázek mají zákonem dané dílčí odvody ve výši 23 %. Podle nově schválené novely teď mohou tyto odvody formou slevy snížit až na 25 % o částku, kterou poskytnou jako peněžité dar Českému olympijskému výboru. V tab. 2.1 jsou znázorněny předpokládané odvody loterií do sportu.

Tab. 2.1: Předpokládané odvody z loterií do sportu dle odhadů společností za rok 2016

Sazka a.s.	200 000 000 Kč
TIPSPORT a.s.	26 000 000 Kč
CHANCE a.s.	23 000 000 Kč
Tipsport.net a.s.	91 000 000 Kč
Českomoravská loterijní a.s.	800 000 Kč
SYNOT TIP a.s.	6 000 000 Kč
Victoria Tip a.s.	3 000 000 Kč
Loterie Korunka a.s.	6 000 000 Kč
FORTUNA GAME a.s.	70 000 000 Kč
MAXI-TIP a.s.	3 000 000 Kč
SLOT Group a.s.	1 700 000 Kč
Celkem:	430 500 000 Kč

Zdroj: Olympic.cz. ČOV 2012 – Olympic.cz. [online]. [cit. 2016-10-17]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/text/108-odvody-z-loterii-do-sportu>

Financování sportu z rozpočtů krajů

V krajích fungují jako orgán zastupitelstva výbory pro výchovu, vzdělávání a zaměstnanost, které mimo jiné poskytují dotace v oblasti mládeže, tělovýchovy a sportu.

¹⁶ Sazka a.s. se dostala do finančních problémů především díky výstavbě Sazka arény (od roku 2008 O2 aréna), v roce 2011 se společnost dostala do konkurzu.

Kraje se na financování sportu podílejí přibližně 1,5 %¹⁷ z celkového financování sportu, na financování podpory sportu ze státních a veřejných zdrojů se podílejí přibližně 15 %. Pouze 28 % výdajů z krajských rozpočtů na sport jde na podporu tělovýchovných jednot a sportovních klubů, část těchto prostředků jde na podporu sportovních reprezentací a vrcholového sportu. Kraj by měl pečovat o všestranný rozvoj svého území a o potřeby svých občanů.

Financování tělesné kultury a sportu z rozpočtů měst a obcí

Obce a města se na financování sportu podílejí v průměru 14 %¹⁸, na financování sportu ze státních a veřejných rozpočtů se podílí 69 %. Pouze 10% výdajů obcí a měst na sport je určeno na podporu tělovýchovných jednot a sportovních klubů. Rozpočet města, či obce, je typ rozpočtu, který je svým charakterem nejbližší sportovním organizacím. Tento rozpočet se pro sportovní organizace může stát významným zdrojem financí. Sportovní manažeři a činovníci klubů, které působí na území obce, by měli přesvědčit obecní orgány, že investice do sportu a tělovýchovy je investicí významnou.

Kolik peněz přidělí města a obce na podporu sportu závisí na představitelích, kteří se řídí vyhláškou, kterou schvaluje zastupitelstvo. Z právního hlediska však neexistuje žádná povinnost pro města a obce přidělovat finance pro sport a tělovýchovu. Zákon o obcích však vymezuje pravomoci, kterými může obec ovlivnit činnost sportovních organizací na svém území.¹⁹

Financování sportovního klubu z vlastní podnikatelské činnosti

Sportovní organizace mohou být ziskové, nebo neziskové. Organizace ziskové si kladou za cíl dosažení zisku. Dávají si cíle, které jsou reálné a měřitelné (růst organizace, zvýšení počtu zákazníků atd.). Tyto organizace podnikají a nazývají se podniky. Opakem jsou neziskové organizace, které mají jiný cíl než dosažení zisku. Neziskové organizace poskytují služby sociální povahy a jejich hlavním cílem je zlepšování celkové úrovně společnosti. Cíle jsou různorodé a nedají se změřit.

Podle Rektoříka, Pirožka, Nové a kol. (2015) patří mezi základní znaky neziskových organizací:

- jsou právníckými osobami (kromě organizačních složek),

¹⁷ Průměr EU činí 5 %

¹⁸ Průměr EU činí 20 %

¹⁹ Zdroj: Plán podpory rozvoje sportu v letech 2015 – 2017 PLÁN PODPORY ROZVOJE SPORTU V LETECH 2015 – 2017. <http://www.msmt.cz/sport-1/plan-podpory-rozvoje-sportu-v-letech-2015-2017>. [online]. 17. 10. 2016 [cit. 2016-10-17]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/sport-1/plan-podpory-rozvoje-sportu-v-letech-2015-2017>

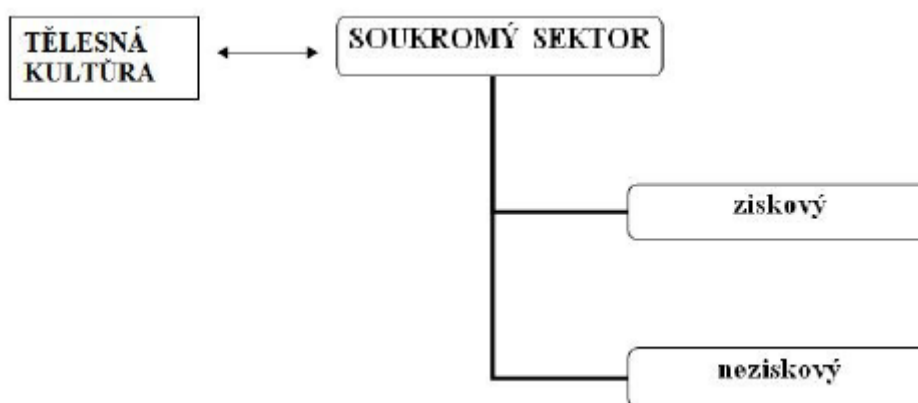
- nejsou založeny za účelem podnikání a produkce zisku,
- uspokojují konkrétní potřeby komunit a občanů,
- mohou, ale nemusí být financovány z veřejných rozpočtů.

Většina sportovních klubů si přivydělává a splňuje tak znaky podnikatelské činnosti. Svou případnou výdělečnou činností sportovní kluby sledují dosažení finanční soběstačnosti. Kvůli podnikatelské činnosti se stále více občanských sdružení transformuje v obchodní společnosti, nejčastěji jako společnost s ručením omezeným nebo akciová společnost.

Nejčastější typy podnikatelské činnosti sportovních organizací podle Durdové (2015):

- nabídka reklamních služeb – „prodej“ sportu jako prostředku používaného k propagaci komerčních subjektů,
- nájemní smlouvy a pronájmy (např. jiné firmě),
- prodej nemovitostí, které klub dále nepotřebuje nebo nevyužívá,
- pořádání akcí (plesy, diskotéky, exhibice),
- hostinské služby, prodej občerstvení,
- prodej sportovního zboží,
- poskytování wellness služeb, relaxace, fitness,
- nabídka vzdělávání a rozvoje apod..

Obr. 2.4: Tělesná kultura prostřednictvím subjektů soukromého sektoru



Zdroj: HOBZA, Vladimír a Jaroslav REKTOŘÍK. *Základy ekonomie sportu*. Praha: Ekopress, c2006. ISBN 80-86929-04-3.

Další možnosti získávání financí ve sportu

Existuje mnoho možností, jak mohou sportovní kluby získávat doplňkové finanční zdroje nutné k zajištění chodu klubu.

Durdová (2015) uvádí několik příkladů. Jako první jsou zmíněny finanční prostředky ze zdrojů zastřešující organizace. Před nedávnem byl touto organizací Český svaz tělesné výchovy (ČSTV), v současné době tuto funkci převzal Český olympijský výbor a Česká unie sportu (ČOV a ČUS).

Dalšími zdroji jsou příjmy z vybraných členských příspěvků, příjmy z prodeje vstupného a tržby z prodeje propagačního materiálu (dresy, šály, vlaječky, odznaky, kšiltovky, loga, trika atd.)

Další příjmy se týkají kolektivních sportů. Jde o příjmy sportovních klubů plynoucí z odstupného, výchovného a hostování. Podle Durdové (2015) je odstupné vysvětleno jako situace, kdy jeden klub odstoupí své postavení smluvní strany jinému klubu, a ten mu za to zaplatí příslušnou částku, která je daná dohodou. Výchovné je podle Durdové (2015) vypláceno na popud vnitřních předpisů sportovní asociace při odsouhlaseném přestupu sportovce minimálně výkonnostní úrovně.

Posledním zdrojem financí jsou fondy EU. Jedná se o nové formy získávání financí ve sportu, které jsou spojeny se vstupem ČR do EU. Je třeba, aby tyto nabízené možnosti byly využívány v co největším počtu.

2.4 Sportovní marketing a marketingový mix ve sportu

Význam a implementace marketingu do sportu je v posledních letech výrazná. Aplikace marketingu je výrazná především pro organizace vyrábějící sportovní obuv, textilní výrobky pro sport, ale i pro samotné sportovní organizace. Samotné sportovní organizace se zabývají marketingem velmi výrazně. Přináší jim totiž finanční zdroje pro provozování sportovních aktivit. Marketing se tedy svými nástroji začíná v oblasti sportu uplatňovat a společnosti i neziskové organizace si začínají uvědomovat, že zákazník může velmi výrazně přispět k rozvoji jejich sportovní organizace. (Čáslavová, 2009)

Teorie sportovního marketingu se začíná poprvé objevovat v zahraničních literaturách. Nejdříve je třeba definovat obecný marketing. Podle Durdové (2015) marketing znamená „práci s trhem, činnosti na trhu“. Úspěšný marketing začíná zjištěním potřeb a požadavků zákazníka, pokračuje navržením produktů, které by potřebu uspokojily. Výsledkem je fungující trh, uspokojený zákazník a firma, která generuje vyšší zisk. Pokud bude trh brán jako trh se sportovním zbožím, pak je vhodné hovořit o sportovním marketingu.

Mezi cíle marketingu patří maximalizace spotřeby, maximalizace výběru, maximalizace spotřebitelského uspokojení a maximalizace kvality života.

Německý autor W. Freyer (1991) uvádí, že „sportovní marketing je řídicí koncepce, která u sportovních organizací vychází z trhu nebo se chce řídit trhem. Tato koncepce požaduje dlouhodobé a koncepční jednání. Úspěch sportovního marketingu závisí na schopnosti obsáhnout adekvátně dané skutečnosti ze sportu a zpracovat problémově specifické otázky.“ V České republice jako první o sportovním marketingu pojednávala publikace Evy Čáslavové (2000) *Management sportu*²⁰ (Čáslavová, 2009).

Podle Durdové (2015) marketing sportu znamená implementaci a stanovení aktivit pro produkci, stanovení nástrojů pro propagaci a distribuci sportovních podniků a stanovení ceny tak, aby byly uspokojeny potřeby spotřebitelů a bylo dosaženo cílů sportovní organizace.

Ve srovnání s jinými oblastmi hospodářství je ovlivněn marketing sportu především tržní situací, které je nabídka sportovního produktů vystavena, ale také vlastnostmi sportovních produktů, které jsou jedinečné, a jejich specifickým prodejem a propagací. Mezi specifika patří například to, že sport je nehmotný a subjektivní, takže zkušenosti zákazníků se sportovními produkty se poměrně liší.

Existuje několik definic marketingového mixu, které na první pohled vypadají rozdílně, ale v zásadě vyjadřují totéž. Kotler (2013) definuje marketingový mix jako soubor marketingových nástrojů, které jsou organizací používány k tomu, aby bylo dosaženo marketingových cílů dané organizace na cílovém trhu.²¹

Nejčastěji se ve vývoji marketingu objevuje členění podle Kotlera, který marketingové nástroje uspořádal do čtyř základních skupin:

- produkt,
- cena,
- místo,

²⁰ Američtí autoři B.G.Pitts a D.K.Stotlar (2012) definují sportovní marketing jako proces, kdy se provádí navrhování a zdokonalování činností pro výrobu oceňování, propagaci a distribuci sportovního produktu tak, aby se uspokojily potřeby zákazníků a bylo dosaženo cílů firmy.

²¹ Podle Kotlera a Armstronga (2004) je marketingový mix soubor marketingových nástrojů – výrobní, cenové, komunikační a distribuční politiky, které organizaci umožňují upravit nabídku podle přání zákazníků na cílovém trhu.

- distribuce.

Kotler (2013) uvádí, že aby byl marketingový mix správně použit, nesmí se na něj pracovník marketingu dívat z pohledu prodávajícího, ale z pohledu kupujícího. Z produktu se tedy stane hodnota pro zákazníka, z ceny je zákazníkovo vydávání finančních prostředků, místo nahrazuje pohodlí pro zákazníka a distribuce se stane komunikací se zákazníkem.

Dříve, než bude aplikován marketingový mix, je nutno vyřešit:

- segmentaci trhu – organizace musí zjistit, kdo jsou její zákazníci a roztrdit je do segmentů,
- targeting – zacílení – organizace zjišťuje, jak se co nejlépe dostat ke svým zákazníkům a jak je zaujmout,
- prezentace – jde o umístění produktu, jak se bude prezentovat, na co klást důraz (Durdová, 2015).

Sportovní produkt

Pro pochopení specifických vlastností sportovního produktu je žádoucí nejdříve definovat pojem produkt. Podle Durdové (2015) je produkt obecně výrobek spotřební či průmyslový, ale také služba. Pokud se jedná o produkt, je rozhodováno o jeho fyzickém vzhledu, o úrovni kvality, o značce, obalu a názvu, dodacích lhůtách atd. Výrobek by měl svými vlastnostmi vyhovovat zákazníkovi.²²

Sportovní produkt lze podle Čáslavové (2009) definovat jako veškeré hmotné (materiální) i nehmotné (nemateriální) statky, které jsou nabízeny k uspokojování potřeb zákazníků pohybujících se v oblasti tělesné výchovy a sportu.²³

Pro porovnání je zde uvedena definice sportovního produktu podle Mullina, Hardyho a Suttona (2014), kteří ho definují jako „svazek užiteků“, který zahrnuje jádro produktu a jeho další nadstavbu. Jádro sportovního produktu tvoří čtyři složky – forma hry, hráči, sportovní výbava a výstroj a místo. Mezi nadstavbové prvky patří vstupenky, programy, hudba, statistiky atd. Tyto nadstavbové prvky žijí ještě daleko po konání sportovní akce.

²² Kotler (2013) definuje produkt jako „cokoli, co může být nabízeno někomu proto, aby byla uspokojena jeho potřeba nebo přání“.

²³ Podle Durdové (2015) lze jako hmotné sportovní produkty považovat ty produkty, které odpovídají veškerým teoriím o zboží, nehmotné sportovní produkty se liší od ostatního sportovního zboží a na trh jsou dodávány jedinečným způsobem.

Klasifikace podle Čáslavové (2009) strukturuje sportovní produkty takto:²⁴

a) základní produkty tělesné výchovy a sportu:

- nabídka tělesných cvičení,
- nabídka sportovních akcí,
- nabídka turistických akcí.

b) produkty vázané na osobnost:

- sportovní výkony vázané na osobnost sportovce,
- výkony trenérů,
- reklamní vystoupení sportovců.

c) myšlenkové produkty tělesné výchovy a sportu:

- myšlenky iniciující tělovýchovnou a sportovní oblast,
- sportovní informace šířené médii,
- hodnoty zážitků v tělesné výchově a sportu.

d) produkty v oblasti podmínek a vedlejší produkty:

- tělovýchovná a sportovní zařízení,
- vzdělávání ve sportu, pojištění cvičenců a sportovců,
- doprava na soutěže,
- vstupenky,
- sponzoring,
- dary a podpora,
- propagace zboží a suvenýry,
- společenské akce.

e) klasické materiální produkty v tělesné výchově a sportu:

- tělovýchovné a sportovní nářadí,
- tělovýchovně a sportovní náčiní,
- sportovní oblečení.

2.5 Sportovní reklama a sponzoring

Reklamu lze definovat jako placenou formu neosobní prezentace služeb, výrobků nebo myšlenek určité instituce, organizace nebo subjektu prostřednictvím komunikačních

²⁴ Pro porovnání lze využít členění sportovního produktu od Durdové (2015, s. 113)

médií. Mezi reklamou nejvíce využívaná média patří televize, rozhlas, denní tisk, časopisy, plakáty nebo film. Cílem reklamy je seznámení potenciálního zákazníka s produktem a přimět ho ke koupi daného produktu.

Pojem sportovní reklama je vztahován k reklamě se sportovními motivy, ale zahrnuje i reklamu, která využívá specifických médií komunikace v oblasti sportu. Sportovní reklama bývá znázorněna pomocí zobrazení loga, názvu organizace, produktu nebo motto firmy, a to většinou na dresech hráčů, reklamních tabulích, mantinelech, na ledové ploše či jiných herních palubovkách, na náradí a náčiní a dalších drobnějších předmětech (vstupenky, vlaječky, kšiltovky atd.) Umístění reklam je omezeno národními a mezinárodními sportovními federacemi, které vydávají pravidla o regulaci reklamy. Jsou vytvořeny především kvůli bezpečnosti, estetice i orientaci na hřišti.

Reklama se stává důležitou součástí tělovýchovy a sportu díky její ekonomické činnosti. Příjmy, které jsou generovány z nabídky reklamních služeb, tvoří podstatnou část všech příjmů sportovních organizací (Durdová, 2015).

Sportovní reklama může plnit několik funkcí – informační, přesvědčovací a upomínací. Funkce informační je důležitá v počátcích existence produktu, informuje o novém produktu, změně jeho ceny, způsobu užívání produktu a o nových službách.

Funkce přesvědčovací má význam v prostředí intenzivní konkurence. Pomáhá vytvářet selektivní poptávku²⁵. Posiluje preference zboží dané organizace, snaží se získat zákazníky od konkurence, snaží se minimalizovat obavy zákazníka spojené s užíváním produktu, posiluje image firmy.

Funkce upomínací je uplatňována ve stadiu zralosti produktu a má za úkol připomenout zákazníkovi danou službu či výrobek, který už dříve užíval, nebo o něm ví.

Na reklamu sportovní nelze nahlížet stejně jako na reklamu klasickou. V případě sportovní reklamy se totiž jedná o druhy reklamy, které nabízejí rozlišná a velmi variabilní reklamně psychologická působení a přístupy (Čáslavská, 2009).

Sponzoring ve sportu je právní vztah mezi sponzorem a sponzorovaným, ve kterém dochází k uspokojování zájmů obou zúčastněných stran. Sponzorovaný očekává od sponzora finanční prostředky nebo služby, sponzor pak za ně vyžaduje propagaci firmy, značky, podniku či nějakého konkrétního produktu.

²⁵ Podle Čáslavské (2009) lze selektivní poptávku definovat jako poptávku po produktu určitého konkrétního výrobce.

Podle podílu sponzora na celkové výši příspěvku můžeme dělit sponzory na:

- exkluzivní sponzor
- hlavní, vedlejší sponzor
- kooperační sponzor

Formy sponzoringu

Sponzorování jednotlivých sportovců je nejvíce rozšířenou formou sponzoringu. Sportovci jsou garanty kvality a úspěchu sportovního produktu. Naopak pro sportovce je sponzoring jedním z nejdůležitějších příjmů ať už se jedná o prostředky finanční nebo materiální či nehmotné produkty.

Sponzorování jednotlivých týmů je další formou sponzoringu, která postupně přešla z vrcholového sportu přes sport výkonnostní až do rekreačního sportu. Sponzor poskytuje finance, vybavení, ubytování nebo jiné služby. Tým pak nabízí reklamu na dresech, sportovištích, propagačním materiálu atd.

Sponzorování sportovních akcí nabízí širokou škálu možností, které lze nabídnout sponzorovi, ať už se jedná o reklamu na vstupenkách, letácích, plakátech ale i na stadionech atd.

Sponzorování sportovních klubů nabízí velké množství protivýkonů, protože sportovní klub disponuje sportovci a sportovními týmy. Klub pak nabízí možnosti propagace a sponzor si může vybrat, zda chce podporovat jednotlivce, oddíly nebo celý klub.

Sponzorování sportovních institucí – svazy, federace nebo olympijský výbor. Tento typ sponzoringu poskytuje sponzorovi široké možnosti propagace, bývá zde plnění mezi ekonomickým subjektem a sportovní institucí (Durdová, 2015).

2.6 Metody a techniky sběru dat využité ve vlastním výzkumném šetření

V této podkapitole budou definovány a objasněny metody, které budou použity pro sběr dat. Tato data budou sloužit k vyhodnocení spokojenosti obyvatel se sportovním vyžitím.

Dotazník

Jedná se o metodu sběru dat, která probíhá pomocí přímého nebo zprostředkovaného kontaktu výzkumníka s respondentem. Výzkumník má vypracován seznam otázek, které slouží ke zjednodušení zpracování výsledků šetření. Typy dotazování jsou odvozeny od finančních a časových možností, vzorku respondentů, rozsahu zjišťovaných dat nebo zkušenosti tazatele. Dotazování lze dále členit na osobní, telefonické, písemné a elektronické.

Jakýkoliv dotazník musí splnit následující úkoly:

- převést hledanou informaci na soubor otázek, které respondent zodpoví,
- musí podporovat a motivovat respondenta, aby spolupracoval,
- měl by minimalizovat chybu dotazování.

Typologie otázek:

Otevřená otázka je otázka, která nemá předem naznačenou odpověď. Jsou to otázky, které umožňují respondentovi vyjádřit jeho postoj a názor, jedná se o spontánní znalosti. Tento druh otázky je třeba kódovat²⁶.

Polouzavřená otázka je charakteristická tím, že u ní jsou naznačeny odpovědi, ale pokud respondentovi nevyhovuje žádná s uvedených možností, může dopsat svoji vlastní.

Uzavřené otázky se dále dělí na dichotomické, otázky s vícenásobným výběrem, otázky s více odpověďmi a škály. U dichotomických otázek má respondent na výběr pouze ze dvou odpovědí, například ano či ne, souhlasím – nesouhlasím apod. U otázek s vícenásobným výběrem má respondent možnost vybrat jednu nebo více možností odpovědí. Otázky s více odpověďmi jsou klasické otázky, kdy je respondent nucen vybrat jednu odpověď z daných možností. Poslední možností jsou škály, ty jsou většinou použity k hodnocení nějakého subjektu (např. značka, služby).

Rozhovor

Rozhovor neboli osobní dotazování je nejstarší, nejdůležitější a nejčastěji používanou metodou pro získání dat. Je založen na přímém kontaktu s respondentem. Tazatel čte otázky, které si předem připravil a zaznamenává si odpovědi. Mezi nejdůležitější techniky patří:

- strukturovaný otevřený rozhovor,
- rozhovor s návodem,
- neformální rozhovor,
- fenomenologický rozhovor,
- narativní rozhovor,
- skupinový rozhovor a další.²⁷

²⁶ Kódování otázky lze provést třeba převedením z verbálního stavu na číselnou proměnnou.

²⁷ Zdroj: METODY A TECHNIKY SBĚRU DAT - Management, Marketing. Management, Marketing - Vše co student potřebuje vědět [online]. Copyright © 2017. Všechna práva vyhrazena. [cit. 21.03.2017]. Dostupné z: <http://management-marketing.studentske.eu/2010/09/8-metody-techniky-sberu-dat.html>

SWOT analýza

SWOT analýza je analytická technika, sloužící ke zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů, které ovlivňují úspěšnost organizace, služby či produktu. Jedná se o univerzální a nejčastěji používanou techniku a její využití je velmi široké.

Podstatou SWOT analýzy je identifikovat silné a slabé stránky ve městě, jeho přednosti a negativa. Stejně tak je důležité zjistit příležitosti a hrozby, které se vyskytují ve vnějším okolí.

Cílem SWOT analýzy je pak omezit slabé stránky, podporovat silné stránky, hledat nové příležitosti a znát hrozby. Silné stránky by pak měly být využívány k předcházení hrozbám.

SWOT analýza je sestavována pomocí čtyř kvadrantů. Do levé poloviny se zaznamenávají faktory, které mají pozitivní dopad na daný subjekt. Do pravé poloviny se naopak zaznamenávají faktory, které mají negativní dopad na daný subjekt. Tyto skutečnosti je třeba potlačit či minimalizovat. V horní polovině jsou pak interní faktory, které subjekt může ovlivnit. Dolní oddíl zahrnuje vlivy makroprostředí a mikroprostředí. Každá SWOT analýza by měla obsahovat alespoň 5 faktorů v každém kvadrantu.²⁸

²⁸ SWOT analýza - ManagementMania.com. [online]. Copyright © 2011 [cit. 23.03.2017]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>

3. Spokojenost obyvatel se sportovním vyžitím v Karviné

Tato kapitola je věnována popisu jednotlivých sportovních zařízení ve městě Karviná se stručným přehledem sportovních klubů a oddílů. Dále je zde provedeno dotazování formou rozhovoru a dotazníkovým šetřením zjišťováno, jak jsou občané spokojeni se sportovním vyžitím ve městě Karviná. Na závěr kapitoly je aplikována SWOT analýza na problematiku sportovního vyžití v Karviné, která je vymezená v teoretické části této práce.

3.1 Město Karviná

Město Karviná se nachází v Moravskoslezském kraji, z historického hlediska na území Těšínského Slezska. Město se nachází 18 km východně od Ostravy a leží na řece Olši. Polovinu hranice území města tvoří hranice s Polskem. První zmínka o městě pochází z roku 1268, ovšem správní základ dnešního nového města byl položen roku 1948, kdy se sloučily obce Karvinná, Fryštát, Ráj, Staré Město a Darkov. Společně se spojily v jeden celek pojmenovaný Karviná, jejíž současné katastrální území je viditelné na obr. 3.1. V současnosti město zahrnuje 9 městských částí s názvy Karviná – Fryštát, Karviná – Doly, Karviná – Lázně Darkov, Karviná – Ráj, Karviná – Staré Město, Karviná – Nové Město, Karviná – Mizerov, Karviná – Hranice a Karviná – Louky. Město Karviná se od roku 2002 může pyšnit statusem – statutární město. Ve městě žije 55 342 obyvatel (k 1. 1. 2016).

Obr. 3.1: Mapa katastrálního území Karviné



Zdroj: Karviná. Wikipedie. [online]. 7. 10. 2016 [cit. 2016-11-18]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Karvin%C3%A1>

3.2 Sportovní zařízení ve městě Karviná

Město Karviná má na svém území mnoho sportovišť, která může obyčejný člověk navštívit a může zde provozovat aktivní nebo pasivní rekreaci²⁹. Většinu veřejných sportovišť spravuje společnost STaRS Karviná, s. r. o.. Hlavním úkolem této společnosti je zajistit podmínky pro činnost rekreace se snahou zajistit co nejlepší podmínky pro realizaci zdravého životního stylu pro všechny věkové kategorie.

Areál zimního stadionu

Prvním sportovištěm ve vlastnictví společnosti STaRS Karviná, s.r.o. je zimní stadion. Ten nabízí širokou možnost využití jak veřejnosti, tak sportovním klubům a oddílům a konají se zde i koncerty a různá vystoupení. K dispozici je zde velká ledová plocha, která donedávna sloužila hlavně sportovnímu klubu SK Karviná. Do této sezóny se ovšem A – tým mužů nepřihlásil do žádné soutěže, tudíž je plocha využívána pouze mládežnickými kategoriemi. Dále je plocha k dispozici pro veřejné bruslení, které se koná pravidelně v zimní sezóně. V letní sezóně (od dubna do června) se ledová plocha mění na in-line plochu a je zde možno provozovat například in-line hokej a sporty příbuzné tomuto. Kromě hlavní ledové plochy je veřejnosti přístupná i malá ledová plocha o rozměrech 15 x 9 metrů.

V areálu zimního stadionu je i tenisová hala, která slouží organizacím, klubům i jednotlivcům, je zde možno si zahrát tenis, badminton nebo squash. Konkrétně se jedná o jeden kurt na tenis, osm na badminton a dva na squash. V tenisové hale je k dispozici i fitness centrum, které je velice dobře vybaveno závažími a činkami, ale i stroji a kardio zónou. Návštěvníci mohou po sportování využít také finskou saunu nebo minibar.

Letní koupaliště a krytý bazén

Letní koupaliště se nachází v bezprostřední blízkosti zastávky MHD, tudíž je zde velmi dobrá dostupnost. Letní koupaliště je také ve vlastnictví společnosti STaRS Karviná, s.r.o. V areálu je 25 metrů dlouhý bazén s pěti plaveckými drahami a atrakcemi jako perličková masáž, divoká řeka nebo tobogán. Druhý bazén je relaxační, k dispozici je zde skluzavka, perličková masážní lehátka, stříkající ježek a další atrakce. Poslední bazén je určen pro děti. V areálu letního koupaliště jsou k dispozici i 2 kurty pro plážový volejbal.

Také krytý bazén je ve vlastnictví společnosti STaRS Karviná, s. r. o. Otevřen je celoročně. Nachází se v centru města, u zastávek MHD. V areálu jsou 2 bazény, jeden s osmi plaveckými drahami a druhý pro děti. Bazény jsou ideální pro rekreační

²⁹ Podle Hodáně (1997) je rekreace znovuoobnovení životních sil člověka. Mezi aktivní rekreaci lze zařadit provozování rekreačního sportu, naopak mezi pasivní rekreaci patří diváctví, sběratelství atd.

plavání, ale i pro závodní plavce. Několik drah je vždy vyhrazeno jen pro kondiční plavání. Je možné si pronajmout jednotlivé dráhy, ale i celý bazén. V letní sezóně je otevřena i venkovní zahrada pro opalování. Při bazénu pracuje plavecký oddíl Kosatky Karviná a Baby Club Česílko.

Fotbal i házená jsou v Karviné velmi populární. Jedná se o aktivní i pasivní sportovní vyžití pro širokou veřejnost. Lidé mohou přihlásit své děti do sportovních klubů, které provozují házenou a fotbal, nebo se zúčastnit zápasu jako divák. Tyto dva sporty jsou v Karviné nejpobulárnější, protože oba hrají nejvyšší českou soutěž. V poslední době byl rekonstruován Městský fotbalový stadion a bylo také investováno do házenkářské haly. Tyto investice by měly ještě zvýšit zájem o tyto sporty, ať už z aktivního hlediska, nebo pasivního.

Městský stadion

Fotbalový stadion byl, jak už bylo zmíněno, rekonstruován. Momentálně je považován za jeden z nejtulnějších fotbalových stadionů v České republice. Kapacita je 4800 diváků. Zmizely nevhledné betonové ochozy, nahradily je klasické tribuny pro sezení. Většina míst je krytá. Rekonstrukce byla financována z rozpočtu města s přispěním dotace z EU. Na stavbu vyhřívání hřiště a parkoviště pak uvolnilo peníze Ministerstvo financí z dotace pro místa zasažená těžbou. Celková stavba stála přibližně 300 miliónů korun. V areálu stadionu hraje své zápasy tým MFK Karviná, hrající ePojisteni.cz ligu. Jedná se o první českou fotbalovou soutěž. V areálu je k dispozici ještě jedno travnaté hřiště a hřiště s umělou trávou. Kromě A – týmu mužů, hrajících nejvyšší soutěž, je areál využíván mladšími žáky U12 a U13, kteří zde trénují a hrají mistrovské zápasy. Stadion spravuje MFK Karviná za finanční pomoci města Karviné.

Klub MFK Karviná vznikl v roce 2003, dá se tedy považovat za poměrně nový klub. Jedná se o jediný fotbalový klub v Karviné, který také sdružuje mnoho mládežnických týmů. Všechny mládežnické kategorie hrají ty nejvyšší soutěže. Od roku 2005 je udělena mládeži karvinského klubu licence SCM. Jedná se o splnění podmínek v oblasti tréninkových podmínek, trenérského obsazení a v počtu družstev a hráčů. V právě probíhající sezóně klub hraje poprvé ve své novodobé historii nejvyšší českou fotbalovou soutěž.³⁰

Stadion Bažantnice

Slouží mládeži fotbalového klubu MFK Karviná, konkrétně žákům U15 a U14, starším žákům B a mladším žákům B.

³⁰ V 90. letech existovaly v Karviné kluby Baník 1. máj Karviná, Baník ČSA Karviná, Kovona Karviná a Jäkl Karviná. V roce 1996 došlo ke spojení klubů pod jeden název – FC Karviná. Ten v roce 2002 zanikl. Po odkoupení všech práv vznikl v roce 2003 nový klub MFK Karviná.

Stadion Kovona

Jedná se o areál, ve kterém se nachází travnatá plocha, velká a malá umělá tráva, posilovna, malá tělocvična a velká hala. Tento areál slouží jako zázemí pro dorostenecká družstva klubu MFK Karviná U19, U17 a U16, a také přípravky a fotbalové školky. K dispozici je areál také veřejnosti, která si může pronajmout některé hřiště pro své soukromé akce. Ve velké hale také hrají své zápasy házenkáři klubu MHK Karviná a konají se zde i zápasy Karvinské futsalové ligy. Dále halu využívají florbalisté a házenkářky klubu Sokol Karviná.

V areálu jsou také antukové tenisové kurty, které jsou využívány klubem MTK Karviná, ale lze je také využít k rekreačnímu tenisu.

Házenkářská hala

Hala je ve vlastnictví společnosti STaRS Karviná, s. r. o.. Slouží sportovním oddílům, využitelnost této haly je maximální. Nejvíce je využita oddílem HC Baník Karviná. Jedná se o házenkářský klub, který má širokou mládežnickou základnu a patří mezi historicky nejlepší kluby v republice. Bohužel v poslední době klub zaznamenal finanční problémy a musel omezit výdaje. Tyto změny se promítly do chodu klubu i do výkonnosti, ale klub stále patří mezi špičku české házené.

Kapacita haly je 1120 osob, byla částečně modernizována. Do budoucna se počítá s rekonstrukcí haly, protože v ní není dostatečné zázemí pro všechny kategorie. V hale se kromě házené konají i různé jiné sportovní akce, například se zde konají zápasy Karvinské futsalové ligy.

Golf Resort Lipiny

Golfové hřiště na území Karviné v oblasti Lipiny funguje od 2. května 2012, kdy bylo oficiálně otevřeno. Hřiště se nachází mezi dvěma doly. Toto území bylo značně poznamenáno důlními vlivy. Společnost OKD s pomocí fondů EU toto území zrekultivovala a vybudovala na něm golfové hřiště pro širokou veřejnost. Jedná se o osmnáctijamkový areál pro začátečníky i profesionální hráče. Ceny jsou nastaveny tak, aby byl tento sport přístupný obyvatelům tohoto regionu.³¹

³¹ O Golf Resortu Lipiny | Golf Resort Karviná-Lipiny. Golf Resort Karviná-Lipiny | Úvodní stránka [online]. Copyright © [cit. 06.03.2017]. Dostupné z: <http://www.golflipiny.cz/o-resortu/>

Sportovní areál ZŠ Dělnická

Areál je vybaven hřištěm s umělou trávou, které lze použít na malou kopanou, házenou, nebo jako tenisové kurty. Dále je zde hala s umělým povrchem a třemi tenisovými kurty, které lze také přeměnit na házenkářské hřiště. Ve třetí hale se nachází dvě hřiště na plážový volejbal s kvalitním pískem, s možností přeměny na hřiště pro plážový fotbal. Dále se zde nachází atletický ovál s délkou 200 metrů, který je pokrytý tartanovým povrchem. Součástí areálu jsou také dvě tělocvičny, ve kterých lze provozovat badminton, florbal, minifotbal, gymnastiku a další indoorové sporty. Areál je v poslední době hojně využíván všemi sportovními kluby ve městě, které ho využívají k tréninkovým procesům (MTK Karviná, MFK Karviná atd.). Dále je samozřejmě využíván širokou veřejností pro rekreační sporty.

KSVČ Juventus

Jedná se o tzv. Krajské středisko volného času, Karviná. Středisko je příspěvkovou organizací zřízenou Moravskoslezským krajem. Nabízí širokou paletu zájmových oblastí pro sportovní vyžití dětí a mládeže. Mezi oblasti sportu patří tzv. „pohybovky“ (mažoretky, cyklistika, tábory, taneční kluby) a sport samotný, který lze vykonávat buď ve volném čase dětí v prostorách KSVČ Juventus (florbal, běh, stolní tenis, gymnastika), nebo během školní docházky, jelikož středisko organizuje během školního roku velký počet turnajů a soutěží pro základní školy v celém okrese. Za poslední sportovní zájmovou oblast lze považovat turistiku, kde středisko pořádá různé výlety pro děti a mládež.

Cyklotrasa Olše

Přes Karvinou vede cyklotrasa, která spojuje polská města Racibórz a Krzyzanowice s českým městem Chotěbuz. Cyklotrasa vede podél řek Olše a Odra. Projekt byl realizován v rámci Operačního programu přeshraniční spolupráce Česká republika – Polská republika. Tento projekt si klade za cíl zvýšit turistickou atraktivitu Česko – polského pohraničí, zlepšit spolupráci, podpořit cykloturistiku a aktivní volný čas. Na území Svazků měst a obcí okresu Karviná³² bylo vybudováno přes 50 km cyklotrasy, která spojuje město Bohumín s Loukami nad Olší. V Bohumíně trasa navazuje na připravovanou stavbu cyklotrasy Greenway Odra – Morava – Dunaj. Na území města Karviná je stezka vhodná i pro in-line bruslaře.

Financování projektu cyklotrasy probíhalo následovně:

³² Svazek měst a obcí okresů Karviná (SMOOK) byl založen v roce 1992. V rámci SMOOK spolupracují následující města a obce okresu Karviná: Albrechtice, Bohumín, Dětmárovice, Dolní Lutyně, Doubrava, Havířov, Horní Bludovice, Horní Suchá, Chotěbuz, Karviná, Orlová, Petrovice u Karviné, Petřvald, Rychvald, Stonava a Těrlicko.

- 85 % z přeshraničního Operačního programu spolupráce ČR – PR (Evropský fond regionálního rozvoje),
- 5 % ze státního rozpočtu,
- 6 % investičních nákladů z Krajského úřadu Moravskoslezského kraje,
- 4 % z rozpočtu dotyčných obcí.³³

3.3 Podpora sportovních aktivit z rozpočtu města

Podpora sportu obecně ze strany města za poslední léta rapidně vzrostla. Každý rok je částka poskytnutá městem na sportovní účely vyšší. Z tab. 3.1 je zřejmé, že nejvyšší částku město poskytuje organizaci STaRS Karviná s. r. o., která spravuje několik sportovních zařízení. Další částky jsou poskytovány především těm nejvýznamnějším sportům ve městě (fotbal, házená, hokej).

Tab. č. 3.1: Návrh příspěvků na sport pro rok 2017

Návrh rozpočtu města Karviné pro rok 2017	v Kč
Městský stadion	4 400 000
Letní koupaliště provoz	3 500 000
Sportovní zařízení v majetku města	140 000
Příspěvek města HCB – házená mládež	4 500 000
Příspěvek města MFK Karviná – fotbal mládež	4 500 000
Příspěvek města SK Karviná – na činnost	3 400 000
Příspěvky města sportu ostatní	4 300 000
Dotace na činnost STaRS Karviná, s.r.o.	26 000 000
Příspěvek města sportu HANDBALL MARKETING s.r.o.	3 000 000
Příspěvek města sportu MFK Karviná a.s.	8 000 000
Příspěvek města na provoz Sportovní haly Kovona Městskému fotbalovému klubu Karviná	500 000
Příspěvek města Sportovnímu klubu Karviná na provoz ledové plochy	1 100 000

Zdroj: Vlastní zpracování na základě návrhu rozpočtu města Karviné pro rok 2017

³³ Zdroj: Cyklostezka Raciborz - Krzyzanowice - Chotěbuz podél řeky Olše i Odry. Cyklostezka Raciborz - Krzyzanowice - Chotěbuz podél řeky Olše i Odry [online]. Copyright © 2010 [cit. 06.03.2017]. Dostupné z: <http://www.cyklotrasaolse.cz/>

3.4 Rozhovor

Rozhovor byl veden s paní Marcelou Hübnerovou, která je zaměstnankyní Magistrátu města Karviné, odboru rozvoje, oddělení marketingu a školství. Toto oddělení Magistrátu města Karviné se kromě jiného podílí na zajišťování koncepce sportu ve městě, podporuje sportovní aktivity dětí a mládeže, zajišťuje některé celoměstské akce a organizuje administrativní práce, které souvisí s činností komise tělovýchovy a sportu. Paní Hübnerové bylo proto položeno několik zajímavých otázek souvisejících se sportem a sportovním vyžitím v městě Karviná.

Záznam rozhovoru včetně zpracování odpovědí je uveden níže. Individuální rozhovor obsahoval 11 otevřených otázek.

1. Myslíte si, že je v současnosti dostatečný počet sportovišť pro vyžití obyvatel Karviné?

V zásadě ano, pokud bychom měli použít klasifikační stupnici 1-5 (1- výborné, 5- nedostatečné), zvolila bych 2.

2. Je něco, co obyvatelům města chybí, co poptávají?

Často se setkávám při práci s občany s připomínkou, že školní hřiště nejsou přístupná veřejnosti a jsou zbytečně nevyužívána v odpoledních hodinách a o víkendech. Ve skutečnosti jsou veřejnosti přístupná jen hřiště ZŠ Družba a sportovní areál u ZŠ Dělnická. V minulosti bylo přístupných více hřišť, ale z důvodu vandalismu a ničení areálu byly veřejnosti uzavřeny. Mezi další připomínky patří chybějící nová sportovní hala pro kolektivní míčové sporty, ale to už je otázka financí.

3. Máte nějakou zpětnou vazbu od občanů města? Čeho si nejvíce považují a co naopak kritizují, co se týče sportovního vyžití v Karviné?

Osobně si myslím, že tyto názory jsou spíše o sympatiích k určitému sportu. Každý samozřejmě chce co nejvíce vymožeností pro ten jeho sport. S vlnou odporu se také setkala uzavření hřiště u bývalé ZŠ Žižkova. Co se týče pozitivních reakcí, občané chválí nově otevřenou tělocvičnu u Gymnázia v Karviné a samozřejmě postup karvinských fotbalistů do nejvyšší fotbalové soutěže.

4. Na kterých nejznámějších sportovních akcích se město Karviná podílí?

Samotné město sportovní akce neorganizuje, organizují je sportovní kluby. Město sportovní akce podporuje formou dotací. Mezi nejznámější akce v Karviné patří mistrovství České republiky v badmintonu, boxu nebo mažoretkovém sportu. K dalším akcím patří soutěže v krasobruslení, judu a karate, dále samozřejmě ligová utkání házené, fotbalu a basketbalu.

5. Dle mého uvážení se největší oblibě v Karviné těší fotbal. Je tomu tak?

Ano, je. Někteří občané uvádějí například „přílišné organizační a ekonomické protěžování fotbalu“, lze-li to takto nazvat. Já osobně tento názor nesdílím, protože fotbal v Karviné se za poslední roky posunul nahoru ve všech aspektech a vybojoval si nejvyšší soutěž. Má širokou mládežnickou základnu propojenou se základní školou a obecně dělá městu krásnou reklamu a občanům přináší radost.

6. Městu se podařilo vybudovat nový fotbalový stadion, určitě je to považováno za úspěch.

Ano, jen málo měst se může pyšnit moderním fotbalovým stadionem jako Karviná.

7. Jak tuto skutečnost hodnotí obyvatelé města?

Jak už jsem zmiňovala v předchozích odpovědích, názory se různí. Bohužel se setkáváme i s negativními názory, kde lidé kritizují nový stadion, jeho zbytečnost. Ale tak to bývá, nikdy nebudou spokojeni všichni. Ovšem v drtivé většině jsou lidé za tuto novou stavbu rádi.

8. Uvažuje se v současnosti o tom, jak zlepšit sportovní vyžití v Karviné? Pokud ano, jak konkrétně?

V současné době mě napadá jen příprava na výstavbu horolezecké stěny. Zatím je realizace tohoto projektu ve fázi hledání prostorů k této výstavbě.

9. Myslíte si, že město dostatečně podporuje sport ve městě?

Dle mého názoru je podpora od města dostatečná. Celkově město vyčlenilo částku okolo 26 milionů Kč na sport formou dotací. Město přispívá MFK Karviná formou dotací z rozpočtu města, jednak na provoz městského stadionu a jednak přímou dotací na činnost. V minulosti se jednalo o částku 7-9 milionů Kč ročně, pro letošní rok město vyčlenilo pro klub částku 13 milionů Kč. V současné době se jedná o prioritní sport pro město. Zbytek peněz se rozděluje mezi ostatní sporty.

10. Jak konkrétně město podporuje sport dětí a mládeže?

Město každoročně vyhlašuje různé dotační programy na podporu sportovních a tělovýchovných aktivit, podporuje pořádání sportovních akcí ve městě a účast jednotlivých oddílů na soutěžích. Záměrem města je umožnit všem věkovým kategoriím, a především mládeži a dětem, sportovat na úrovni rekreační, výkonnostní i vrcholové.

11. A na závěr, jedna osobní otázka. Sportujete rekreačně ve volném čase?

Ano, rekreačně.

3.5 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření bylo prováděno klasicky – rozdáním tištěných dotazníků nebo dotazníků v elektronické podobě. Bylo tedy využito dvou různých způsobů, kterými byl dotazník doručován k respondentům. Elektronická forma byla vytvořena pomocí internetového serveru www.vyplnto.cz, který nabízí uživatelům možnost si vytvořit vlastní dotazník složený z různých druhů a forem otázek. Uživateli je pak vygenerován odkaz, který rozešle dotazovaným osobám. Těm pak stačí odkaz rozkliknout a bude jim zobrazen dotazník, který mohou ihned vyplňovat. Bohužel poměrně dost dotazníků zůstalo nedokončených nebo nedeslaných, a tak nemohly být zařazeny elektronickým systémem do výzkumného šetření. Tento elektronický systém po ukončení dotazování sám vyhodnotí a sečte odpovědi a přehledně je poskytne uživateli k nahlédnutí i ke stažení.

Dotazníky v tištěné podobě byly nabízeny k vyplnění obyvatelům města Karviné, náhodně vybraným respondentům oslovených v ulicích města. Dotazování byli osloveni v průběhu jednoho dne. Tato metoda se ukázala být mimořádně úspěšnou, jelikož všech 20 dotazníků, které byly nabídnuty dotazovaným k vyplnění, byly vyplněny správně a mohly být zařazeny do výzkumného šetření.

Výsledky obou forem dotazníkového šetření byly zpracovány pomocí statistického zpracování dat. U některých odpovědí byla také provedena grafická prezentace.

Celkově bylo osloveno 109 dotazovaných na území města Karviné. Do konečného zpracování bylo zahrnuto 43 správně vyplněných dotazníků. Snahou bylo oslovit všechny věkové skupiny obyvatelstva a přibližně stejný počet mužů a žen.

Všechny dotazníky měly anonymní formu, otázky byly uzavřené i otevřené. Oba typy otázek byly zpracovány metodou kvantifikace dat nebo kvalitativní analýzou.

3.6 Prezentace výsledků dotazníkového šetření

Otázka č. 1 – Jak jste spokojen/a s úrovní sportovního vyžití ve městě Karviná?

První otázka dotazníku byla zaměřena na hodnocení sportovního vyžití v Karviné. Týkala se především toho, jak jsou lidé spokojeni s počtem a nabídkou sportovišť a sportů, oddílů a klubů.

Výsledky dotazování na první otázku dotazníku, jsou zřetelné z grafu 4.1. Lze konstatovat, že obyvatelé města Karviné jsou spíše spokojeni s úrovní sportovního vyžití, tedy s nabídkou sportů a sportovišť. Tuto skupinu tvořilo 30 dotázaných, 8 dotázaných bylo se stavem sportovního vyžití spíše nespokojeno. Poslední, nejméně početnou skupinu tvoří 5 dotázaných, kteří uvedli, že jsou velmi spokojeni.

Graf 4.1: Spokojenost obyvatel s úrovní sportovního vyžití v městě Karviná



Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 2 – Co Vám nejvíce schází ve sportovním vyžití ve městě Karviná?

V této otevřené otázce měli obyvatelé za úkol vyjádřit svůj názor, co jim ze sportovního hlediska ve městě schází. Objevila se spousta názorů a nápadů. Odpovědi byly velice rozmanité a některé i překvapující. Největší skupinu tvořili dotazovaní, kteří odpověděli, že jim ve městě nechybí nic, co se týče sportovního vyžití. Tyhle odpovědi jsou pro město dobrou vizitkou. Další, méně početnější skupinu tvořili respondenti, kteří odpověděli, že neví, nebo je zrovna nic k danému tématu nenapadá. Řada odpovědí se týkala konkrétního sportu nebo činnosti, které městu schází. Například otevření více fitness center a posiloven, založení ragby družstva, stavba atletického oválu, vyšší úroveň služeb krytého bazénu, hala na crossfit, gymnastika a pole dance.

Otázka č. 3 – Sportujete? Pokud ano, jaký sport provozujete?

Tato otázka sloužila k zjištění, které sporty ve městě obyvatelé aktivně vykonávají. U této otázky museli dotazovaní uvést minimálně jeden sport, maximálně však sportů 6. Respondenti dále měli k dispozici již předem uvedených 5 sportů, dále odpověď nesportují, a pokud provozovali sport, který nebyl obsažen v nabídce, měli možnost odpovědět políčkem **jiné** a konkretizovat tento sport.

Odpovědi byly velmi rozmanité. První místo obsadilo fitness, které vykonává více než polovina dotázaných, na druhém místě by jmenován fotbal a plavání a dále tenis.

Nelze si nevšimnout, že fitness se v současné době těší velké oblibě rekreačních sportovců, kteří berou posilovny a fitness centra útokem. Obliba tohoto sportu během posledních let rapidně stoupla. Oblíbenosti fotbalu určitě pomohl postup karvinských fotbalistů do nejvyšší české fotbalové soutěže. Jedná se o první sezónu v historii klubu MFK Karviná, proto je ve městě značná euforie z tohoto úspěchu.

Zajímavostí je, že žádný z respondentů nejevnil zájem o házenou, přestože karvinský házenkářský klub patří ke špičce české ligy.

Otázka č. 4 – Jak často chodíte sportovat?

V této otázce měli dotazovaní na výběr z 5 možností. Otázka byla důležitá pro zjištění pravidelnosti sportovních aktivit, které jsou provozovány jednotlivými respondenty. Více než polovina dotázaných uvedla, že aktivně sportuje minimálně 3x týdně. Jedná se o velkou skupinu lidí, konkrétně jde o 27 z 43 dotázaných. Další skupinu dotázaných tvoří 12 osob, které uvedly, že sportují 1-2 x týdně. Jedná se o poměrně solidní čísla při porovnání s faktem, že pouze jeden dotazovaný uvedl, že nesportuje vůbec. Kompletní výsledky této otázky a procentuální vyjádření jednotlivých odpovědí jsou vyjádřeny v grafu 4.2.

Graf 4.2: Pravidelnost sportovních aktivit



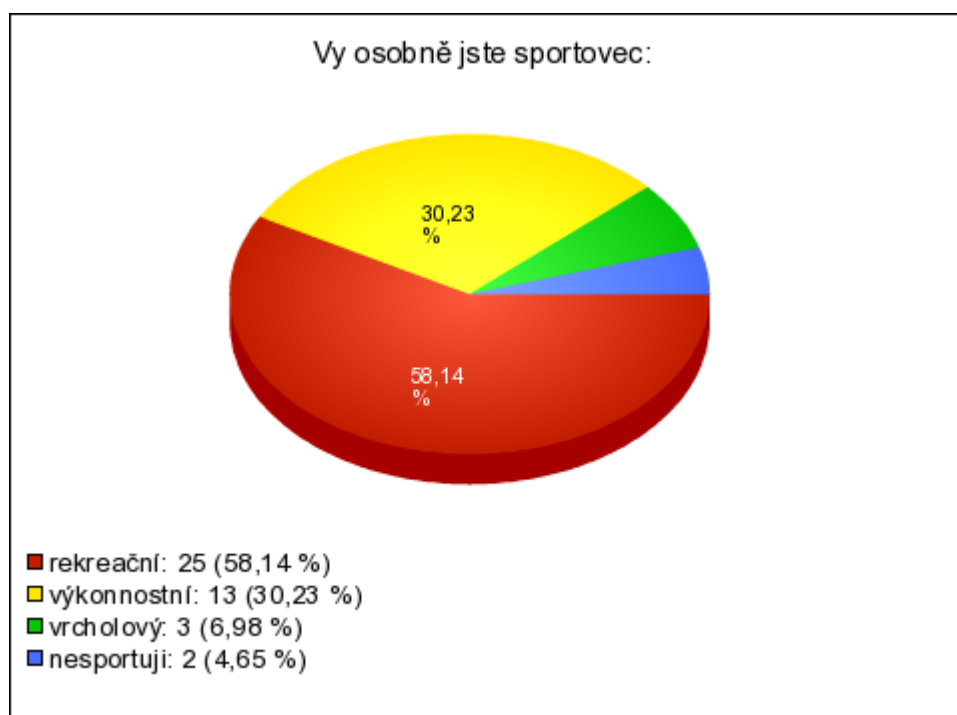
Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 5 – Jaký jste sportovec? (úroveň)

Pátá otázka rozdělovala respondenty do tří skupin podle toho, na jaké úrovni daný sport provozují, čtvrtá možnost je pro nesportující jedince. Podle předpokladů tvoří největší skupinu sportovci rekreační. Jedná se o více než polovinu dotazovaných, konkrétně 25. Druhou největší skupinu tvoří sportovci výkonnostní. Jedná se přibližně o 30 % z celkového počtu dotazovaných. Sportu na vrcholové, tedy profesionální úrovni se věnují 3 respondenti z celkového počtu dotazovaných. Lze předpokládat, že tito lidé jsou členy sportovních klubů či oddílů.

Pro ucelený pohled na tuto otázku lze využít prezentaci výsledků v grafu 4.3.

Graf 4.3: Úroveň sportovců



Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 6 – Kolik korun měsíčně investujete Vy osobně na sportovní činnosti?

Tato otázka rozdělovala respondenty do pěti skupin podle výše jejich nákladů investovaných do sportovních aktivit. Z grafu 4.4 je patrné, že přibližně stejný počet respondentů (10–11) investuje do 200 Kč, 201–500 Kč a více než 1000 Kč. Lze předpokládat, že více než 1000 Kč investují vrcholoví sportovci v kombinaci se sportovci, kteří provozují sportovní aktivitu aspoň 3x týdně. Vrcholový sport je finančně náročný a sportovci, kteří sportují několikrát týdně, vynaloží dost financí na vstupy do sportovních center a sportovišť. Investice menší než 200 Kč vynakládají pravděpodobně jedinci, kteří sportují jen výjimečně, nebo nepravidelně.

Graf 4.4: Měsíční investice na sportovní činnosti



Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 7 – Jak hodnotíte práci zastupitelstva města Karviné v oblasti sportovního vyžití obyvatel?

V této otázce byli zastupitelé hodnoceni respondenty. Respondenti se zaměřili na oblasti sportovního vyžití, investice do sportu a sportovišť, budování nových sportovišť, pořádání sportovních akcí městem, přispívání na sportovní akce sportovním klubům a oddílům a další oblasti, které se týkají práce zastupitelstva v oblasti sportu ve městě.

Z grafu 4.5 je patrné, že největší skupinu tvoří 27 dotázaných, kteří odpověděli, že nejsou schopni posoudit a zhodnotit práci zastupitelstva. 10 respondentů zhodnotilo práci zastupitelů jako dostačující a 6 respondentů naopak uvedlo, že práce zastupitelů je nedostačující.

Graf 4.5: Hodnocení práce zastupitelstva města Karviné

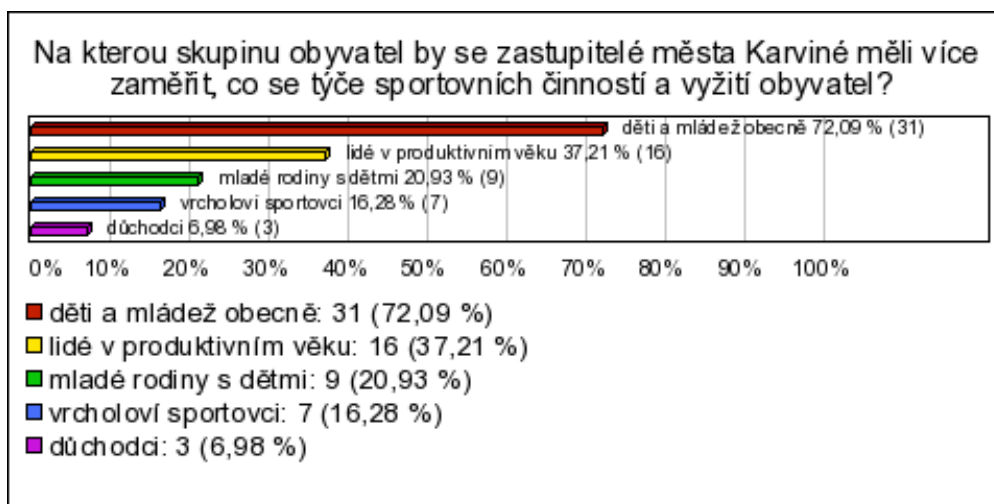


Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 8 – Na kterou skupinu obyvatel by se zastupitelé města Karviné měli více zaměřit, co se týče sportovních činností a vyžití obyvatel?

V další otázce měli dotazovaní za úkol vybrat minimálně jednu odpověď, maximálně však 5. V odpovědi dotazovaní uváděli, jaké skupině by mělo město zajistit lepší sportovní vyžití, více sportovních akcí a zda by se měli více zajímat právě o tuto skupinu. Z výsledků v grafu 4.7 je viditelné, že respondentům chybí více zájmu zastupitelů města o děti a mládež (31 respondentů). 16 dotázaných chtělo posílit investice do lidí v produktivním věku. Pouze 3 respondenti uvedli, že důchodcům by se mělo město věnovat více. Kompletní výsledky jsou uvedeny v grafu 4.6.

Graf 4.6: Skupina, která má malé sportovní vyžití ve městě Karviná



Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 9 – Který sport by si podle Vás zasloužil větší pozornost a investice ze strany vedení města?

Poslední otevřená otázka v dotazníku, která měla za úkol zjistit, kterému sportu je podle obyvatel města věnovaná malá pozornost ze strany města. Opět zde byla spousta odpovědí, kterými lidé vyjadřovali svůj názor na tuto problematiku. Odpovědi byly určitě ovlivněny sympatiemi jednotlivých dotazovaných k určitému sportu. Nejméně financí dle dotázaných je investování do hokeje. Podle obyvatel je tento sport nedostatečně podporován. Hlavním důvodem je to, že karvinský hokej momentálně postrádá mužský tým a ve městě je pouze „méně zajímavý“ tým ženského hokeje.

Dalším sportem, který by si dle dotázaných zasloužil větší investice je fotbal. Tady lze předpokládat, že se jedná o sympatie daných respondentů k těmto sportům. Právě fotbal je dotován z městského rozpočtu největší částkou. Lze jen spekulovat, jak je na tom fotbal v Karvině v porovnání s ostatními městy se stejnými podmínkami.

Poslední zmínku si zaslouží fitness. Tento druh sportu je v současné době velice populární a dle dotázaných si zaslouží větší investice a pozornost. Stále více lidí si nachází cestu k tomuto sportu, na což také reagují majitelé fitness center, posiloven, ale také obchody se sportovní výživou a oblečením zvyšováním cen.

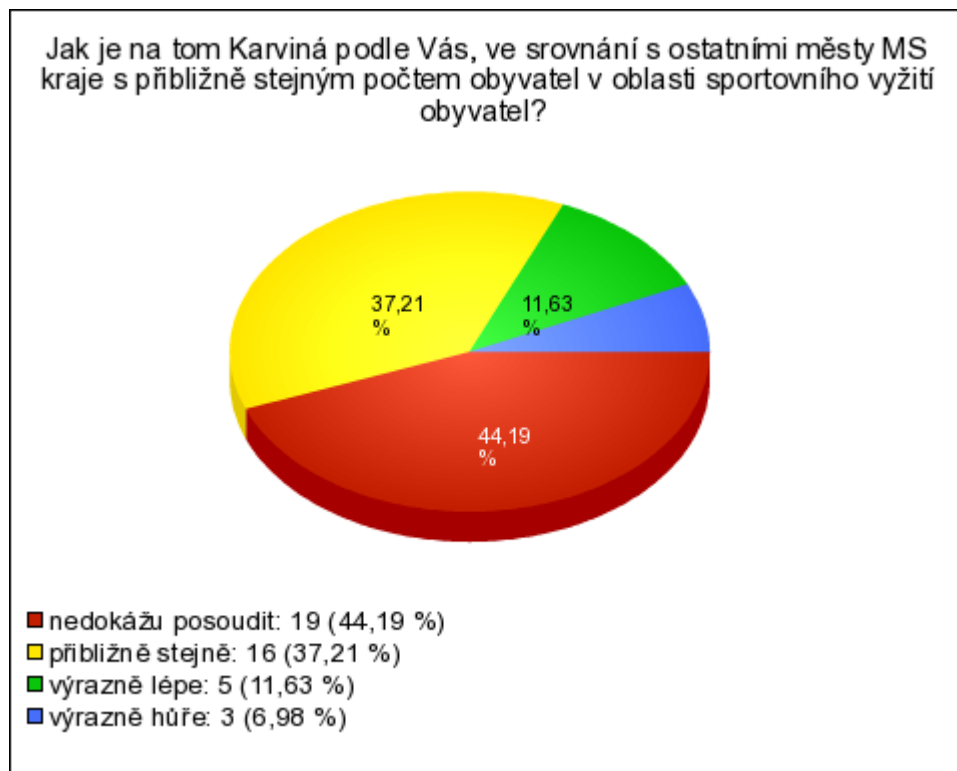
Otázka č. 10 – Jak je na tom Karviná podle Vás ve srovnání s ostatními městy Moravskoslezského kraje s přibližně stejným počtem obyvatel v oblasti sportovního vyžití obyvatel?

Otázka desátá byla položena za účelem srovnání města Karvině s ostatními městy Moravskoslezského kraje, která mají přibližně stejný počet obyvatel. Srovnání se samozřejmě týkalo sportovního hlediska.

Bohužel největší skupinu respondentů tvořili ti, kteří nebyli schopni toto srovnání provést a vybrali v dotazníku možnost „nedokážu posoudit“. Takto odpovědělo 19 dotázaných ze 43 celkových. Pravděpodobný důvod tohoto výsledku je fakt, že dotázaní nemají možnost zhodnotit kvalitu sportovního vyžití v jiných městech, nebo nedokážou odhadnout a srovnat úroveň jednotlivých měst. Další skupinou jsou obyvatelé, kteří považují úroveň sportovního vyžití v těchto městech za přibližně stejnou. Jako pozitivní výsledek šetření lze považovat fakt, že nejméně respondentů zvolilo možnost, že město Karviná je na tom ve srovnání s ostatními městy MS kraje výrazně hůře. Tohle zjištění jistě potěší jak samotné obyvatele města, tak především zástupce města a pracovníky magistrátu, kteří jsou za sportovní vyžití zodpovědní.

Kompletní výsledky jsou zřetelné z grafu 4.7.

Graf 4.7: Srovnání města Karviné s ostatními městy Moravskoslezského kraje



Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 11 – Jakého jste pohlaví?

Výzkumného šetření se zúčastnilo 21 žen a 22 mužů.

Otázka č.12 – Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

V otázce zaměřené na nejvyšší dosažené vzdělání bylo možné vybírat ze tří možností. I tato otázka se řadí mezi otázky identifikační. Největší skupinu tvoří respondenti se středoškolským vzděláním, kterých je přibližně 70% z celkového počtu respondentů. Druhou největší skupinou jsou respondenti s vysokoškolským vzděláním a skupina nejmenší je tvořena respondenty, kteří považují za své nejvyšší dosažené vzdělání základní školu. Mezi jednotlivými kategoriemi lze předpokládat rozdíly v názorech na ostatní otázky, ale také rozdíl mezi finanční částkou, kterou jsou zástupci jednotlivých skupin schopni vynaložit na sportovní aktivity.

Kompletní výsledky jsou uvedeny v grafu 4.8.

Graf 4.8: Nejvyšší dosažené vzdělání obyvatel



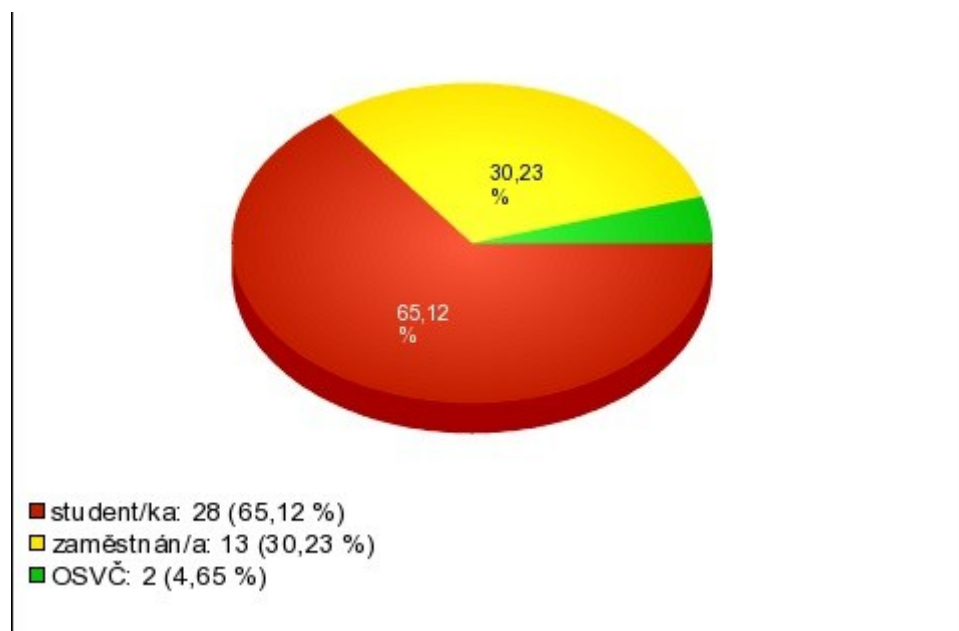
Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č.13 – Jaká je Vaše ekonomická aktivita?

Respondenti měli na výběr z několika možností: zaměstnán/a, nezaměstnán/a, OSVČ, student/ka, důchodce a jiné. Je zajímavé, že možnosti nezaměstnaní a důchodci se v konečných výsledcích vůbec neobjevily. Odpovědi ukazuje graf 4.9. Nejvíce respondentů jsou studenti

nebo studentky (28). 13 respondentů z celkového počtu 43 jsou pracující lidé a pouze 2 respondenti jsou OSVČ.

Graf 4.9: Ekonomická aktivita obyvatel



Zdroj: Vlastní zpracování

3.7 SWOT analýza

Tab. 4.1 zachycuje pohled na situaci ve městě Karviná. V tabulce jsou zobrazeny silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby v oblasti sportovního vyžití ve městě.

Tabulka 4.1: SWOT analýza města Karviné

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • široká paleta nabídky sportů • MFK Karviná hraje první fotbalovou ligu • házená – regionální sport • dostatečný počet sportovišť • nový fotbalový stadion • workout hřiště v lesoparku Dubina • Regionální fotbalová Akademie • golfové hřiště Lipiny • dětský koutek v parku Boženy Němcové 	<ul style="list-style-type: none"> • klesající zájem mládeže o sport • chybějící mužské hokejové družstvo, existuje pouze ženské mužstvo a mládež • nedostatek financí • chybějící atletický ovál • zastaralý krytý bazén • slabá propagace sportovních akcí
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> • využití fondů z Evropské Unie • investice do školních hřišť – zpřístupnění veřejnosti • výstavba atletického oválu • rozšíření cyklostezek a stezek pro in-line brusle • větší podpora sportu dětí a mládeže • podpora práce se sportovními talenty • podpora rekreačního sportu (seniorů, handicapovaných, rodin s malými dětmi...) 	<ul style="list-style-type: none"> • růst kriminality • růst nezaměstnanosti – špatná finanční situace některých občanů • růst vandalismu • odliv sponzorů • špatné ovzduší • stěhování obyvatel z města do okolí • stárnoucí populace

Zdroj: Vlastní zpracování

Silné stránky

Město Karviná se může pyšnit širokou paletou nabídky sportů, které lze vykonávat aktivně či pasivně. Ve městě je velké sportovní centrum STaRS, ve kterém lze provozovat celou řadu sportů (tenis, badminton, hokej, in-line hokej, krasobruslení, fitness, pilates). Dále je zde několik posiloven a fitness center, víceúčelové hřiště u ZŠ Dělnická (fotbal, házená, beach – volejbal, florbal) a mnoho dalších sportovišť. Ve městě je také mnoho klubů, na které se obyvatelé mohou vydat podívat jak diváci. Mezi nejznámější patří Městský Fotbalový Klub Karviná, který hraje nejvyšší českou fotbalovou soutěž. Tento klub disponuje celkem 6 fotbalovými hřišti, mezi které patří i nově vybudovaný stadion. Dále klub využívá 2 hřiště s umělou trávou, halu Kovona a malou umělou travu. Díky skvělým tréninkovým podmínkám byla v Karviné vytvořena Regionální fotbalová Akademie Moravskoslezského kraje, kde spolu pod vedením zkušených trenérů trénují nejlepší hráči z celého Moravskoslezského kraje. Tato Akademie je přípravnou fází pro budoucí mládežnické reprezentace. Lze prohlásit, že tento klub je momentálně nejznámějším a nejvíce atraktivním klubem v Karviné. Dalším známým klubem je Handball Club Baník Karviná, který vlastní házenkářskou halu. Tento klub má bohatou historii, několikrát byl mistrem české ligy i českého poháru, a dokonce se může pyšnit účastí v Lize mistrů. Tyto kluby se také mohou pochlubit úspěšnou mládeží a několika talentovanými reprezentanty.

Mezi silné stránky města také patří nově vybudované workout hřiště v lesoparku Dubina, kterých je v České republice velice málo. Sdružují se zde sportovci, kteří se zajímají o fitness, posilování a kalisteniku. Mohou zde spolu cvičit a sdílet své názory, navzájem si radit a podporovat se. Jako poslední silnou stránku považují dětský koutek v parku Boženy Němcové. Ten dokazuje, že město myslí i na ty nejmenší občany města. Děti si zde mohou pod dozorem svých rodičů hrát na prolézačkách, které jsou postaveny ze dřeva. Celý koutek je vybudován v indiánském stylu. V nejbližší době by měl dětský koutek projít rekonstrukcí a stávající atrakce by měly být nahrazeny novými.

Slabé stránky

Mezi slabé stránky města patří nedostatek financí ve sportovním odvětví. Jedná se hlavně o ztrátu velkého sponzora – společnosti OKD. Společnost přispívala na pořádání různých zábavných a sportovních akcí ve městě, ale hlavně byla generálním sponzorem dvou největších klubů ve městě – MFK Karviná a HCB Karviná. Tyto kluby tak přišly o nemalé peníze ať už na chod klubu, nebo chod mládežnických kategorií.

Za další slabou stránku lze považovat klesající zájem mládeže o sport. Děti a mladiství mají jiné zájmy než sport. Jedná se nejvíce o televizi, počítač a mobily. Bohužel se tyto zájmy

později promítnou na zdravotním i psychickém stavu dítěte, kdy dítě nemá fyzickou kondici ba co víc, dokonce trpí obezitou. Tento jev je bohužel v generaci dnešních dětí čím dál častější. Je především na rodičích, aby přiměli své ratolesti k zájmu o sport.

Je špatné, že město Karviná nemá mužský hokejový tým. V současné době existuje jen ženský hokejový tým, který je docela úspěšný. Mužský tým se v letošní sezóně nepřihlásil do žádné soutěže poté, co v předchozí sezóně spadnul zpět do nejnižší soutěže. Bohužel hlavním faktorem tohoto problému jsou finance, které klubu na vybudování úspěšného mužského hokejového týmu chybí.

Jak už bylo v práci zmíněno, občané vnímají negativně chybějící atletický ovál ve městě. Poté, co projekt rekonstrukce Městského stadiónu v Karviné – Ráji nezahrnoval atletický ovál, přišel atletický klub o zázemí a podmínky k trénování. V současné době trénují na ZŠ Borovského, kde ale nejsou podmínky k trénování ideální. I proto atleti touží po vlastním atletickém oválu s vlastním zázemím, aby se mohli naplno koncentrovat na trénink a být ve svém sportu úspěšní.

Mezi slabé stránky města patří také krytý bazén, který je zastaralý. Jedná se o starou stavbu, která potřebuje rekonstrukci. Během let byly provedeny malé úpravy, ty se ale týkaly jen sprch a šaten. Určitě je na místě zrekonstruovat tento bazén a vylepšit tak atraktivnost tohoto areálu.

Poslední položkou v kolonce slabých stránek je propagace sportovních akcí ve městě, která je na slabé úrovni. Město a samozřejmě i samy kluby by se měly zamyslet nad propagací sportovních akcí, mistrovských zápasů a celkovou image klubu. Ve městě je k vidění pouze pár plakátů a letáků s upozorněním na konkrétní sportovní akci. Většina propagačních příspěvků se vyskytuje na sociálních sítích a webových stránkách dotyčných klubů. Odpovědné osoby z úseku marketingu jednotlivých klubů by měly vymyslet více poutacích akcí.

Příležitosti

Za velkou příležitost lze považovat investice do školních hřišť a jejich zpřístupnění veřejnosti. Občané se negativně vyjádřili ve výzkumném šetření směrem k jejich uzavření. Otevření by mohlo pomoci zlepšení sportovního vyžití ve městě a také by finančně přilepšilo dotyčným školám. Mezi další příležitost patří využívání fondů z Evropské Unie, které lze použít na různé rekonstrukce a stavy. Je zapotřebí jen splnit potřebné podmínky pro obdržení dotace a vytvořit vhodný projekt.

Město by také velice potěšilo občany, pokud by začalo s výstavbou tolik diskutovaného atletického oválu pro zdejší atletický klub.

Pro rozvoj sportovního vyžití všech věkových skupin by město mohlo rozšířit síť cyklostezek a stezek pro in-line brusle. Zejména v letních měsících jsou tyto stezky hojně využívány a dalším rozšířením by město přispělo ke zlepšení sportovního vyžití ve městě.

Velká příležitost se pak skrývá v podpoře sportu rekreačního pro všechny věkové kategorie. Zvláštní příležitost je pak skrytá v podpoře sportovních talentů. Díky podpoře od města se mohou tito vrcholoví sportovci připravovat ve těch nejlepších podmínkách a v budoucnosti se mohou stát významnými osobnostmi města Karviné i celého regionu. Je známo, že obzvláště významní lidé z tohoto regionu nezapomínají, kde začínali.

Hrozby

Město se velice obává růstu kriminality zejména díky tomu, že mládež přestává mít zájem o sport. Velkou měrou k tomu také přispívá propouštění ze všech dolů v okolí. V důsledku ztráty zaměstnání, nedostatečné kvalifikace, popř. špatného zdravotního stavu může tato situace vést k růstu dlouhodobé nezaměstnanosti. V souvislosti s tímto faktorem se řada rodin dostává do finanční tísně. Ruku v ruce s těmito faktory pak jde i růst vandalismu, kdy nezaměstnaná mládež, která má dostatek času, žádné koníčky či zájem, páchá různé přestupky, které jsou považovány za vandalismus.

Dalším obávaným tématem je odliv či ztráta sponzorů. Především kluby MFK Karviná a HCB Karviná ztratily v letošním roce hlavního sponzora – společnost OKD. S touto ztrátou se musí vyrovnat a hledat sponzory nové. Do doby, než tuto situaci vyřeší, se musí spolehnout na finance od města, které těmto dvěma sportům výrazně přispívá na chod a provoz klubu. Samozřejmě kluby mají několik menších či větších sponzorů, ale tito sponzoři přispívají o dost menší finanční částkou, než přispívala společnost OKD. Odchod sponzora je nejvíce znatelný na klubu HCB Karviná, který musel zredukovat své výdaje, což se projevilo i na hráčském kádru. Z tradičního klubu, který se několik let pohyboval na špičce házenkářské ligy, se stal klub, který v posledních letech končí ve středu tabulky.

Sportu obecně neprospívá stav zdejšího ovzduší. S tímto souvisí i odliv obyvatel z města, kteří se stěhují za lepšími podmínkami k životu, za lepší práci a za lepším ovzduším.

Poslední velkou hrozbou je stárnoucí populace. Z Karviné odchází mnoho mladých lidí do jiných regionů. Tímto se v tomto městě posunuje hranice průměrného věku k vyšším číslům. Zvyšuje se tak i podíl ekonomicky neaktivních lidí ve městě.

4. Shrnutí výsledků šetření, náměty, doporučení

V této části práce jsou popsány konečné výsledky vlastního výzkumného šetření, které bylo provedeno ve sledovaném městě, včetně prezentace námětů a doporučení, k případnému zlepšení situace ve smyslu zkvalitnění sportovního vyžití obyvatel Karviné.

4.1 Shrnutí výsledků šetření

Z rozhovoru, který byl poskytnut paní Marcelou Hübnerovou, která je zaměstnankyní Magistrátu města Karviné, odboru rozvoje, oddělení marketingu a školství, vyplývá, že obyvatelé města Karviné jsou spíše spokojeni se sportovním vyžitím ve městě. Jsou také spokojeni s nabídkou sportovišť a sportovních center ve městě. Někteří uvádějí, že jim chybí otevřené venkovní hřiště u základních škol, která by mohla být využita i v odpoledních hodinách. Zde ale zájem občanů naráží na disciplínu a také bezpečnost. Každé sportoviště by musel hlídat člověk, který by dohlížel, zda není porušován řád konkrétního sportoviště. Dalším problémem je také vandalismus na těchto sportovištích, pokud jsou otevřena veřejnosti. Občané se dále negativně vyjádřili k uzavření hřiště u bývalé ZŠ Žižkova, které bylo dříve hojně využíváno.

Obyvatelé vyzvedli skutečnost, že město nechalo vybudovat nový fotbalový stadion, který slouží fotbalistům MFK Karviná, zvláště když tento klub postoupil do nejvyšší české fotbalové ligy.

Z výsledků dotazníkového šetření, kterého se zúčastnilo 43 respondentů je zřejmé, že občané jsou spokojeni se sportovním vyžitím ve městě Karviná. Občané také uvedli, že jim ze sportovního hlediska ve městě většinou nic neschází. Z šetření vyplynulo, že neoblíbenějším sportem ve městě je fitness. V poslední době se tento sport těší velké oblibě, která stále roste. Dalšími oblíbenými sporty jsou fotbal a plavání. Obliba fotbalu rapidně stoupla po postupu karvinských fotbalistů do nejvyšší české soutěže.

Z odpovědí dále vyplývá, že převážná většina oslovených obyvatel sportuje několikrát týdně. Respondenti uváděli, že nejsou kompetentní posoudit práci zastupitelů v oblasti sportu, ale doporučují, aby se zastupitelstvo více zaměřilo na podporu sportu u dětí a mládeže. Město by také dle odpovědí v dotazníkovém šetření mělo více podporovat hokej, házenou a fotbal. Fotbal je však v současnosti nejvíce finančně podporovaným sportem ve městě.

Pomocí SWOT analýzy byly identifikovány silné a slabé stránky města a také příležitosti a hrozby. Za nejsilnější stránku města je považována široká paleta nabídky sportů, které lze ve městě provozovat (házená, fotbal, hokej, fitness, basketbal, bojové sporty...). Za jednu z nejslabších stránek města lze považovat chybějící atletický ovál. Jako největší

příležitost lze považovat investice do školních hřišť a jejich zpřístupnění veřejnosti. Město se nejvíce obává růstu nezaměstnanosti, kvůli které se mohou rodiny dostat do špatné finanční situace.

Po vyhodnocení všech výsledků lze prohlásit, že obyvatelé města Karviné jsou převážně spokojeni se sportovním vyžitím ve městě.

4.2 Náměty, doporučení

Z výsledků šetření je zřejmé, že lidé mají různorodé nápady, jak vylepšit sportovní vyžití ve městě. Jeden z názorů je, že městu schází atletický ovál, což je pravda. Atletický ovál byl v minulosti součástí Městského stadionu v Karviné – Ráji, který sloužil fotbalistům. Zde také trénovali atleti zdejšího atletického klubu. Při rekonstrukci fotbalového stadionu se ovšem už s atletickou drahou nepočítalo, a tak vyrostl stadion bez dráhy. Tím atleti přišli o zázemí. Město v roce 2016 schválilo výstavbu atletického oválu na jiném místě, ovšem zde nastal problém s výkupem pozemků, a tak se stavba neuskutečnila. V současné době se opět hledá vhodné místo pro stavbu atletického oválu. Je nutné, aby zastupitelé a zodpovědné osoby urychleně toto místo našli a vrátili tak karvinským atletům zázemí a podmínky ke kvalitnímu tréninku. Další možností je rekonstrukce školního hřiště u dané ZŠ, která atletický ovál na svém pozemku má. Dle mého mínění je v Karviné několik škol, u kterých by se dalo o této rekonstrukci uvažovat, ale je zde také finanční stránka věci. Rekonstrukce by měla být zhotovena tak, aby vyhovovala jak škole a vzdělávání, tak atletickému klubu, a vytvářela atletům vhodné podmínky k trénování. Podle nákladů by bylo možné zvolit tu nejvýhodnější variantu.

Dalším projektem, který navrhuji je rekonstrukce krytého bazénu. Krytý bazén je poměrně zastaralý, bez zábavných atrakcí a nedostačující pro město, jakým Karviná je. Podle dostupných informací město o tomto návrhu uvažuje, má vypracovaný návrh rekonstrukce. Stále je však problém s výkupem pozemků, které patří soukromým subjektům a jsou zahrnuty do návrhu o rekonstrukci. Ta totiž počítá s rozšířením budovy. Dalším problémem jsou finance vložené do výstavby, jelikož v nedávné době město investovalo do rekonstrukce fotbalového stadionu a nezdá se příliš pravděpodobné, že by v tak krátké době realizovalo další nákladnou stavbu, jakou rekonstrukce krytého bazénu určitě je. Nehledě na to, že nelze očekávat návratnost investice v dohledné době, jelikož bazény jsou většinou ztrátové.

Klesá popularita hokeje v Karviné. Tento sport je ve městě dlouhodobě na ústupu. Z kdysi „slavné“ mládeže se stala „obyčejná“ mládež, nadějní hráči raději odchází do okolních mužstev, kde jim nabízí lepší podmínky. Mužský A – tým SK Karviná se dlouhodobě

pohyboval na přelomu 2. hokejové ligy a krajského přeboru, do této sezóny už se bohužel nepřihlásil do žádné soutěže. V minulosti zde byly pokusy o vytvoření kvalitního mužského týmu, které zahrnovaly investice do kádru. Všechny ale skončily fiaskem. Jedna z možností je začít mužstvo budovat okolo talentovaných juniorů z karvinského dorostu, doplnit mužstvo o pár starších a zkušenějších hráčů a přihlásit se do nejnižší soutěže. Hokej je však finančně náročný a potrvá dlouhou dobu, než se karvinský hokej opět dostane na úroveň, na kterou patří.

Vedle zastaralých nebo chybějících sportovišť nebo nedostatečné úrovně některých sportů je zde i problém jiného charakteru. Ve městě je velice slabá informovanost o sportovních událostech, které se ve městě konají, ať už jsou organizované městem, nebo konkrétními oddíly. Propagace fotbalových utkání první ligy týmu MFK Karviná je nedostačující. Je otázkou, zda by management tohoto klubu neměl více investovat do propagace a zlepšování image klubu, snažit se, aby byl klub více vidět. Pozvánky na utkání jsou pouze na oficiálních webových stránkách a stránkách Facebooku, nebo na několika menších plakátech, které jsou rozmístěné po městě, ale jsou snadno přehlédnutelné. Navrhují rozmístit více plakátů, které zaujmou pozornost občanů, na frekventovaná místa nejen ve městě. Marketingový úsek klubu by také mohl zajistit velký billboard ve městě, který by byl dostatečně vidět a upozorňoval by na blížící se utkání nebo akci fotbalového klubu. U ostatních sportů je propagace téměř nulová, kromě pár letáků, informujících o zápasech házenkářů není ve městě žádná informace o konání sportovních akcí. Je na zvážení zodpovědných osob, zda by nebylo od věci zřídit webové stránky s informacemi o sportovních akcích ve městě, nebo na frekventovaném místě zřídit elektronickou informační tabuli, která by informovala jen o sportovních akcích.

Posledním problémem, který je potřeba zmínit, je chybějící generální sponzor MFK Karviná. Po krachu společnosti OKD, která byla generálním sponzorem tohoto týmu, se zatím nepodařilo managementu klubu najít nového sponzora. Společnost OKD jako generální sponzor vydatně přispívala na provoz klubu a tyto finance budou klubu chybět. Představitelé klubu tvrdí, že rozpočet je zajištěn do konce této sezóny 2016/2017 i bez sponzorských peněz společnosti OKD. Od loňského postupu do první ligy jsou náklady mnohem vyšší, a tak je skoro nutností najít velkého sponzora. Navrhují zkusit oslovit zahraniční investory, kteří mají zejména na území Karvinska své podniky. Jedná se především o podnikatele z Asie. Právě v této části světa v současné době prudce stoupá zájem o fotbal. Čínské fotbalové kluby, vlastněné právě bohatými podnikateli, lákají fotbalové hráče z Evropy do tamní ligy. Nabízejí jim výborné platové podmínky a snaží se tak zvýšit úroveň tamní ligy, ale i celého čínského fotbalu. Tito podnikatelé také pronikají do Evropy a zajímají se o evropské kluby. Jako příklad lze uvést český fotbalový klub SK Slavia Praha, ve kterém v současné době vlastní 99,9 % akcií čínská

společnost. Tímto by se mohli zástupci karvinského fotbalového klubu inspirovat a zkusit upoutat zájem těchto podnikatelů. Klub si po sportovní stránce vede zatím nad očekávání, takže si troufám tvrdit, že na sportovním poli upoutal pozornost široké veřejnosti. Sponzorům již klub nabízí jako protislužbu volné vstupenky na utkání, umístění reklamy na dresech, reklamních panelech kolem hřiště, vstupenkách, bulletinech a dalších propagačních předmětech. Je však možné, že toto nestačí k získání nových sponzorů a udržení těch současných.

5. Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo analyzovat spokojenost obyvatel města Karviné se sportovním vyžitím v daném městě, identifikovat sporty, které obyvatelé města provozují nejraději, a zjistit, jak jsou spokojeni s prací zastupitelů v oblasti sportu. K dosažení cíle této práce byla využita metoda rozhovoru, kvantitativního dotazníkového šetření, které bylo provedeno na území města Karviné, a SWOT analýza. Rozhovor byl proveden s osobou, která má blízký vztah ke sportu jako takovému, vykonává ho ve svém volném čase a zároveň pracuje v komunální sféře, na oddělení marketingu a školství, které má v kompetenci rozhodování o sportu ve městě. Dotazníkového šetření se zúčastnilo 43 respondentů různého věku a odlišných finančních příjmů. Dotazník byl sestaven v písemné a elektronické formě.

V teoretické části byly vymezeny a definovány klíčové pojmy, které souvisely s tématem této bakalářské práce a byly z oblasti sportu, financování sportu a oblasti komunální sféry. Dále se zde vyskytovaly pojmy, které souvisely s metodami výzkumného šetření, které bylo provedeno za účelem dosažení výsledků. V praktické části bylo identifikováno prostředí, ve kterém bylo provedeno výzkumné šetření, byla popsána sportoviště, která nabízí obyvatelům své služby a prostory k provozování sportovních aktivit. Dále byl proveden rozhovor s osobou z komunální sféry a obyvatelům města byl rozdána dotazník. Následně byly vyhodnoceny výsledky rozhovoru a dotazníkového šetření. Na závěr byly navrženy náměty a doporučení ke zlepšení sportovního vyžití ve městě Karviná.

Z výsledků, které byly zjištěny pomocí rozhovoru, dotazníkového šetření a SWOT analýzy lze konstatovat, že obyvatelé města Karviné jsou převážně spokojeni se sportovním vyžitím v daném městě. Rovněž jsou spokojeni s nabídkou sportů a sportovišť ve městě. Nejčastěji provozovanými sporty mezi respondenty dotazníkového šetření byly fitness, fotbal a plavání. Občané dále uvedli, že nejsou schopni posoudit, zda je práce zastupitelů v oblasti sportu na dostačující či nedostačující úrovni. Pokud se vyjadřovali negativně, pak uváděli chybějící atletický ovál ve městě a zastaralý krytý bazén, což jsou finančně náročné stavby. Pozitivním zjištěním je fakt, že drtivá většina respondentů aktivně sportuje nejméně 1 – 2x týdně. Je potěšující, že si lidé i v této uspěchané době najdou čas na aktivní sportování.

Výsledky práce, náměty a doporučení mohou být použity odpovědnými osobami ke zlepšení již kvalitního sportovního vyžití v městě Karviná.

Seznam použité literatury

1. ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management a marketing sportu*. Praha: Olympia, 2009. ISBN 978-80-7376-150-9.
2. DURDOVÁ, Irena. *Sociální, ekonomické a etické aspekty současného sportovního prostředí*. Ostrava: VŠB-Technická univerzita Ostrava, 2011. ISBN 978-80-248-2439-0.
3. DURDOVÁ, Irena. *Sport jako sociálně-ekonomický fenomén*. Ostrava: VŠB-Technická univerzita Ostrava, 2015. ISBN 978-80-248-3658-4.
4. HOBZA, Vladimír. *Ekonomie sportu: vybrané kapitoly*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4381-2.
5. HOBZA, Vladimír a Jaroslav REKTOŘÍK. *Základy ekonomie sportu*. Praha: Ekopress, c2006. ISBN 80-86929-04-3.
6. HODAŇ, Bohuslav. *Úvod do teorie tělesné kultury*. 2. opr. vyd. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého, 1997. ISBN 80-7067-782-1.
7. KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. [4. vyd.]. Přeložil Tomáš JUPPA, přeložil Martin MACHEK. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5.
8. KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Marketing*. Přeložil Hana MACHKOVÁ. Praha: Grada, 2004. Expert (Grada Publishing). ISBN 80-247-0513-3.
9. MULLIN, Bernard James, Stephen HARDY a William Anthony SUTTON. *Sport marketing*. 4th ed. Champaign, Ill.: Human Kinetics, c2014. ISBN 978-1-4504-2498-1.
10. NOVOTNÝ, Jiří. *Sport v ekonomice*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. ISBN 978-80-7357-666-0.
11. PITTS, Brenda G. *Fundamentals of sport marketing*. 4th ed. Morgantown, WV: Fitness Information Technology, 2012. ISBN 9781935412403.

12. REKTOŘÍK, Jaroslav, Petr PIROŽEK a Jana NOVÁ. *Projektový management ve sportu*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií, 2015. ISBN 978-80-210-7995-3.

13. SLUKA, Tomáš. *Profesionální sportovec: (právní a ekonomické aspekty)*. Praha: Havlíček Brain Team, 2007. ISBN 978-80-903609-5-2.

Internetové zdroje

14. Cyklostezka Raciborz - Krzyzanowice - Chotěbuz podél řeky Olše i Odry. Cyklostezka Raciborz - Krzyzanowice - Chotěbuz podél řeky Olše i Odry [online]. Copyright © 2010 [cit. 06.03.2017]. Dostupné z: <http://www.cyklotrasaolse.cz/>
15. Cyklotrasa. SMOOK [online]. Dostupné z: http://www.smook.cz/index_soubory/Page424.htm
16. Fakulta sportovních studií - Úvod [online]. Copyright ©n [cit. 06.03.2017]. Dostupné z: http://www.fsps.muni.cz/~kse/vyuka/vyuka_dokumenty/rekreologie/rekre_002_odpocinek.pdf
17. Oficiální stránky statutárního města Karviná. Oficiální stránky statutárního města Karviná [online]. Copyright © 2001 [cit. 06.03.2017]. Dostupné z: <http://karvina.cz/>
18. O Golf Resortu Lipiny | Golf Resort Karviná-Lipiny. Golf Resort Karviná-Lipiny | Úvodní stránka [online]. Copyright © [cit. 06.03.2017]. Dostupné z: <http://www.golflipiny.cz/o-resortu/>
19. Olympic.cz > Odvody z loterií do sportu. [online]. Copyright © ČOV 2012 [cit. 06.03.2017]. Dostupné z: <http://www.olympic.cz/text/108--odvody-z-loterii-do-sportu>
20. Karviná – Wikipedie. [online]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Karvin%C3%A1>
21. Plan rozvoje sportu 2015-2017.docx, MŠMT ČR. MŠMT ČR [online]. Copyright ©2013 [cit. 06.03.2017]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/file/36161/>
22. Rozpočet statutárního města Karviné na rok 2017, Oficiální stránky statutárního města Karviná. Oficiální stránky statutárního města Karviná [online]. Copyright © 2001 [cit. 06.03.2017]. Dostupné z: <http://karvina.cz/file/3301/>
23. Výzkumné metody – Wikisofia. [online]. Copyright © 2013 ISSN [cit. 06.03.2017]. Dostupné z: https://wikisofia.cz/wiki/V%C3%BDzkumn%C3%A9_metody

24. ZISKOVÉ ORGANIZACE (výdělečné) - Bankovníctví, finance - Studium. Bankovníctví, finance - Studium - Vše co student potřebuje vědět [online]. Copyright © 2017. Všechna práva vyhrazena. [cit. 06.03.2017]. Dostupné z: <http://bankovnictvi-finance.studentske.eu/2009/03/ziskove-organizace-vydelecne.html>

25. METODY A TECHNIKY SBĚRU DAT - Management, Marketing. Management, Marketing - Vše co student potřebuje vědět [online]. Copyright © 2017. Všechna práva vyhrazena. [cit. 21.03.2017]. Dostupné z: <http://managment-marketing.studentske.eu/2010/09/8-metody-techniky-sberu-dat.html>

26. Základní a mateřská škola Dělnická - Karviná | Globe Games Karviná. Základní a mateřská škola Dělnická - Karviná | Globe Games Karviná [online]. Copyright © Základní škola Dělnická [cit. 23.03.2017]. Dostupné z: <http://www.zs-delnicka.cz/>

27. SWOT analýza - ManagementMania.com. [online]. Copyright © 2011 [cit. 23.03.2017]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>

Seznam zkratek

ČR	Česká republika
ČSA	Československá armáda
EU	Evropská unie
FC	Fotbalový klub
HC	Hokejový klub
HCB	Házenkářský klub Baník
HDP	Hrubý domácí produkt
Kč	Koruna česká
Km	Kilometr
KSVČ	Krajské středisko volného času
MFK	Městský fotbalový klub
MHD	Městská hromadná doprava
MHK	Městský házenkářský klub
MS	Moravskoslezský kraj
MTK	Městský tenisový klub
OKD	Ostravsko – karvinské doly
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
PR	Polská republika
SCM	Sportovní centrum mládeže
SK	Sportovní klub
STaRS	Sportovní tréninkové a rekreační středisko
ZŠ	Základní škola

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 5.5.2017



.....
Daniel Novák

Seznam příloh

Příloha č. 1

Dotazník

Přílohy

Příloha č. 1

Dotazník – Analýza spokojenosti obyvatelstva ve městě Karviná

Jsem studentem 3. ročníku bakalářského studia na Ekonomické fakultě VŠB-TU Ostrava. V rámci výzkumného šetření pro splnění cílů mé bakalářské práce si Vás dovoluji požádat o vyplnění následujícího anonymního dotazníku. Výsledků šetření nebude nijak zneužito, pouze budou podrobeny statistickému zpracování dat.

1. Jak jste spokojen/a s úrovní sportovního vyžití ve městě Karviná?

- a) velmi spokojen/a
- b) spíše spokojen/a
- c) spíše nespokojen/a
- d) velmi nespokojen/a

2. Co Vám nejvíce schází ve sportovním vyžití ve městě Karviná?

.....

3. Sportujete? Pokud ano, jaký sport provozujete? (zvolte aspoň jednu možnost, max. 6)

- a) fotbal
- b) hokej
- c) fitness
- d) tenis
- e) plavání
- f) nesportuji
- g) jiné:

4. Jak často chodíte sportovat?

- a) několikrát týdně
- b) 1-2 x týdně
- c) 1-2 x měsíčně
- d) jen výjimečně
- e) nesportuji

5. Jaký jste sportovec? (úroveň)

- a) rekreační
- b) výkonnostní
- c) vrcholový
- d) nesportuji

6. Kolik korun měsíčně investujete Vy osobně na sportovní činnosti?

- a) méně než 200 Kč
- b) 201–500 Kč
- c) 501-700 Kč
- d) 701-1000 Kč

e) více než 1000 Kč

7. Jak hodnotíte práci zastupitelstva města Karviné v oblasti sportovního vyžití obyvatel?

- a) dostačující
- b) nejsem schopen/a posoudit
- c) nedostačující

8. Na kterou skupinu obyvatel by se zastupitelé města Karviné měli více zaměřit, co se týče sportovních činností a vyžití obyvatel? (zvolte aspoň jednu možnost, max. 5)

- a) děti a mládež obecně
- b) mladé rodiny s dětmi
- c) lidé v produktivním věku
- d) důchodci
- e) vrcholoví sportovci

9. Který sport by si podle Vás zasloužil větší pozornost a investice ze strany vedení města?

.....

10. Jak je na tom Karviná podle Vás ve srovnání s ostatními městy Moravskoslezského kraje s přibližně stejným počtem obyvatel v oblasti sportovního vyžití obyvatel?

- a) výrazně lépe
- b) přibližně stejně
- c) nedokážu posoudit
- d) výrazně hůře

11. Jakého jste pohlaví?

- a) muž
- b) žena

12. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a) základní škola
- b) střední škola
- c) vysoká škola

13. Jaká je Vaše ekonomická aktivita?

- a) zaměstnán/a
- b) nezaměstnán/a
- c) student/ka
- d) OSVČ
- e) důchodce
- f) jiné:.....

Děkuji za Váš čas při vyplňování tohoto dotazníku.