

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Fakulta tělesné kultury

NABÍDKA ZÁJEZDŮ ČESKÝCH A SLOVENSKÝCH CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ NA  
FOTBALOVÁ UTKÁNÍ

Bakalářská práce

Olomouc 2021

Vedoucí práce

Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

Autor

Jan Németh

## **BIBLIOGRAFICKÁ IDENTIFIKACE**

**Jméno a příjmení autora:** Jan Németh

**Název bakalářské práce:** Nabídka zájezdů českých a slovenských cestovních kanceláří na fotbalová utkání

**Pracoviště:** Katedra rekreologie (KRL)

**Vedoucí diplomové práce:** Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

**Rok obhajoby bakalářské práce:** 2021

**Abstrakt:** Cílem této bakalářské práce je porovnat nabídku zájezdů českých a slovenských cestovních kanceláří na fotbalová utkání do Anglie, Německa a na evropské poháry. Dále také porovnat cenu zájezdu na vybraný fotbalový zápas z pohledu cestovní kanceláře a soukromé fyzické osoby. Metody, které byly nejvíce využívány, jsou metody analýzy dat a komparace. Dle výsledků je zřetelné, že tento typ cestovního ruchu je velmi populární a cestovní kanceláře nabízejí velkou škálu služeb. Při porovnání organizace zájezdu mezi cestovní kanceláří a soukromou osobou nám jasně vychází, že cenově výhodnější je organizace zájezdu soukromou osobou.

**Klíčová slova:** sportovní cestovní ruch, fotbalové zápasy, cestovní kancelář, cestovní ruch, nabídka

## **BIBLIOGRAPHICAL IDENTIFICATION**

**Author's first name and surname: Jan Németh**

**Title of the thesis: Offer tours of Czech and Slovak travel agencies for football matches**

**Department: Department of recreation and Leisure Studies (KRL)**

**Supervisor: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.**

**The year of presentation: 2021**

**Abstract:** The aim of this bachelor's thesis is to compare the offer of tours of Czech and Slovak travel agencies for football matches to England, Germany and European cups. Next, compare the price of a tour to a selected football match from the perspective of a travel agency and a private individual. The methods that have been used the most are the methods of data analysis and comparison. According to the results, it is clear that this type of tourism is very popular and travel agencies offer a wide range of services. When comparing the organization of a tour between a travel agency and a private person, it is clear to us that the organization of a tour by a private person is more cost-effective.

**Keyword:** sport tourism, football matches, travel agency, tourism, offer

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracoval samostatně pod vedením Ing. Haliny Kotíkové, Ph.D., uvedl jsem všechny použité literární a odborné zdroje a dodržel zásady vědecké etiky.

V Olomouci dne 1. května 2021

.....

V první řadě děkuji Ing. Halině Kotíkové, Ph.D. za velmi cenné rady a pomoc s touto bakalářskou prací. Hlavně za její ohleduplnost a trpělivost vůči mému lajdáctví. V další řadě bych chtěl poděkovat všem mým kamarádům, kteří mi i přes všechny moje nálady věřili, že tuto práci dokončím.

## *Obsah*

<b>1. Úvod</b> .....	7
<b>2. Přehled poznatků</b> .....	8
<b>2.1 Cestovní ruch</b> .....	8
<b>2.2 Sportovní cestovní ruch</b> .....	9
2.2.1 Atraktivita.....	11
2.2.2 Sportovní akce.....	12
2.2.3 Letoviska.....	13
2.2.4 Plavby.....	13
2.2.5 Výlety.....	13
<b>2.3 Event</b> .....	14
<b>2.4 Sport</b> .....	14
<b>2.5 Fotbal</b> .....	15
2.5.1 Anglická liga (Premier League).....	15
2.5.2 Německá liga (Bundesliga).....	17
2.5.3 Evropské poháry (Liga Mistrů a Evropská liga).....	17
2.5.4 Mistrovství Evropy ve fotbale.....	19
2.5.5 Mistrovství světa ve fotbale.....	20
<b>2.6 Cestovní kancelář</b> .....	21
<b>2.7 Cestovní agentura</b> .....	22
<b>3. Cíle a úkoly</b> .....	23
<b>3.1 Hlavní cíl práce</b> .....	23
<b>3.2 Dílčí cíle práce</b> .....	23
<b>4. Metodika</b> .....	24
<b>5. Výsledky</b> .....	26
<b>5.1 Dosah cestovních kanceláří na sociálních sítích</b> .....	35
<b>5.2. Porovnání ceny zájezdu cestovní kanceláře a fyzické osoby</b> .....	36
<b>6. Diskuse a závěry</b> .....	38
<b>8. Summary</b> .....	42
<b>9. Referenční seznam</b> .....	43
<b>10. Přílohy</b> .....	48

# 1. Úvod

„Sport, zejména rozsáhlé sportovní události sahající až do starověkých olympijských her, již dlouho ovlivňovaly cestování“ (Keller, 2001). „Vysoký počet cestujících, kteří v současnosti hledají aktivní a pasivní účast ve sportu, je však novějším vývojem“ (Delpy, 1998).

Sport je motivován bohatými a rozmanitými zážitky návštěvníků, a proto je spojován s profilem a jedinečností turistických cílů. Stále roste počet turistických destinací, které byly vytvořeny nebo rekonstruovány prostřednictvím iniciativ rozvoje cestovního ruchu souvisejícího se sportem (Weed & Bull, 2004).

Delpy (1998) uvádí, že „cestovní trh zaměřený výhradně na účast nebo sledování sportu je jedinečný a vzrušující koncept“. „Sportovní turismus je široce považován za specializované odvětví cestovního ruchu (Department of Industry, Science and Resources, 2000), které by se mohlo zaměřit na rozšíření řady trhů návštěvníků, které přitahuje přitažlivost“ (Bull & Weed, 1999). „Sportovní turistika je trh, který může být obecně přístupný, jak dokazuje masová propagace velkých sportovních akcí“ (Hinch & Higham, 2004).

V úvodní části práce se budu zabývat cestovním ruchem jako takovým a zaměřím se především na sportovní cestovní ruch ve fotbalovém prostředí. Následně uvedu cestovní kanceláře v Čechách a na Slovensku, které nabízejí zájezdy na fotbalová utkání do Anglie a Německa a porovnáám je. A následně porovnáám cenu zájezdu na vybraný fotbalový zápas pořádaný cestovní kanceláří a soukromou osobou.

## 2. Přehled poznatků

### 2.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch tvoří v současné době významné odvětví nejen světového hospodářství, ale i ekonomiky. Je považován za fenomén současné společnosti, a protože souvisí s příjmy a volným časem člověka, lze ho rovněž považovat za odraz životní úrovně obyvatelstva dané země. Pro mnohé je cestování součástí životního stylu. Česká republika patří mezi ty země, které mají pro rozvoj cestovního ruchu vhodné předpoklady (jak po stránce přírodní, tak kulturněhistorické) (Kotíková & Schwartzhoffová, 2017, p. 7).

Page (2009) zmiňuje, jaký význam má cestovní ruch v globálním měřítku. Cestovní ruch v mnoha zemích převyšuje ekonomický růst, netýká se pouze samotných spotřebitelů. V tomto rostoucím sektoru je mnoho odvětví a pracovních příležitostí, které pomáhají pro rozvoj a modernizaci hospodářství (Page, 2009).

Základní kategorie cestovního ruchu uvádí Hesková (1999) takto:

- vnitřní cestovní ruch (domestic tourism) zahrnuje domácí cestovní ruch, tj. cesty obyvatel po vlastní zemi a aktivní (příjezdový) cestovní ruch, tj. cesty a pobyt cizinců v dané zemi
- národní cestovní ruch (national tourism) zahrnuje domácí cestovní ruch a pasivní (výjezdový) cestovní ruch, tj. výjezdové cesty obyvatel dané země do cizích destinací
- mezinárodní cestovní ruch (international tourism) zahrnuje aktivní (příjezdový) cestovní ruch a pasivní (výjezdový) cestovní ruch.

Mezníkem při definování cestovního ruchu se stala konference Světové organizace cestovního ruchu WTO3 v Ottawě v r. 1991, na které byla přijatá následující definice cestovního ruchu. „Cestovní ruch představuje činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu v místě mimo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely“ (Čech, 1998, s.14).



## 2.2 Sportovní cestovní ruch

„Ve sportovním cestovním ruchu je evidentní hierarchie turistických aktivit. Sportovní turisté mohou být motivováni jednotlivými sportovními akcemi, kombinací sportovní a nespportovní akce nebo nespportovními akcemi, obsahujícími sportování“ (Gibbon, 2006).

Přitom se všeobecně rozlišuje mezi těmito typy:

- „Domácí sportovní turismus zahrnující více než jednodenní cestu za sportem přesahující vzdálenost 40 km a zahraniční sportovní turistika: je cestou do cizí země za účelem účasti na sportovní aktivitě v pozici diváka, aktivního účastníka či funkcionáře“ (Sekot, 2003).
- Výkonnostní a závodní sportovní turismus: Lidé, jejichž hlavním zaměstnáním je sport (atleti, trenéři, maséři, doprovodný tým) cestují, aby se zúčastnili závodů, soustředění apod. A před závodem, mezi nebo po závodech provozují aktivity spadající do oblasti cestovního ruchu. Sportovní hledisko je hlavním důvodem pro cestování (Schwartzhoffová, 2010).
- Rekreační a relaxační sportovní turismus někdy také označován aktivní: Tento typ je zároveň „masovým turismem“ a jak je uvedeno výše, dalším ze specifických forem cestovního ruchu. Pro tento typ jsou typické rekreační sporty během dovolené, jakými jsou např. rybolov, golf, jezdectví, rafting, vodní surfing a horolezectví. Všechny tyto aktivity vyžadují určitou míru sportovních dovedností a nabízejí také možnost soutěžení a zážitku. Někdy mohou mít vzhledem k účelu cesty spíše doplňkovou povahu. To znamená, že se jim člověk věnuje během své dovolené příležitostně (např. vodní lyžování během dovolené u moře). (Schwartzhoffová, 2010).

Sportovní turismus souvisí i s diváctvím na sportovních akcích. Turisté/ diváci se v těchto případech účastní určité sportovní akce, která se koná v jiných zemích a městech než sportovci, trenéři, sportovní tým a fanoušci žijí. Proto můžeme označit tzv. Event tourism (neboli cestování za účelem shlédnutí či zúčastnění se akce) za další typ sportovního turismu (Schwartzhoffová, 2010).

Podle Gibson, Attle a Yiannakis (1998) obecná definice sportovního turismu zahrnuje cestování pryč od svého primárního bydliště za účelem účasti na sportovní aktivitě pro rekreaci

nebo soutěž. Cestování za sledováním sportu na amatérské nebo profesionální úrovni a cestování za účelem návštěvy sportovních atrakcí, jako je sportovní síň slávy nebo vodní park.

Dále se také sportovní cestovní ruch může rozdělit na:

**Sportovní turismus (sport tourism):** „Všechny formy aktivního a pasivního zapojení do sportovní činnosti, které se účastnily neformálně nebo organizovaně z nekomerčních nebo obchodních/komerčních důvodů a které vyžadují cestování mimo domov a pracovní místo“ (Standeven & De Knop, 1999, 12).

**Sportovní turista (sport tourist):** „Dočasný návštěvník, který v prostoru akce pobývá nejméně 24 hodin a jehož primárním účelem je účast na sportovní akci s tím, že oblast je sekundární atrakcí“ (Nogawa et al., 1996, 46).

**Turistický sport (touristics sport):** „Osoby, cestující do neobvyklých míst nebo pobývajících na místech mimo své obvyklé prostředí a aktivně nebo pasivně se účastní soutěžního nebo rekreačního sportu jako sekundární aktivity“ (Gammon & Robinson, 1997).

„Sportovní turistika je jednoduše definována jako cestování do destinace za sportem. Sportovci jsou návštěvníci destinace za účelem účasti, sledování nebo oslav sportu“ (Turco, Riley & Swart, 2002).

Odvětví sportovního cestovního ruchu je sbírka podniků, institucí, zdrojů a lidí starajících se o sportovní turisty. Zahrnují turisty, rezidenty a poskytovatele zboží a služeb v širokých turistických kategoriích dopravy, ubytování (tj. hotely, ubytování se snídaní, letoviska, stravovací) a nakupování. Sport slouží jako ústřední nebo sekundární atrakce. Přírodní zdroje tvoří základ systému sportovního cestovního ruchu. Přírodní prostředí může přispět k touze a lákadlu využít toto prostředí pro turistické atrakce. Pískovcové skalní útvary v Moabu v Utahu jsou mekkou pro horská kola a řídký vzduch a náročná dráha maratону Leadville 100 Ultra v Coloradu znamená, že tato událost je velmi fyzicky náročná. Mnoho zážitků ze sportovního cestovního ruchu založených na událostech se odehrává v prostředí přírodních zdrojů: rybaření, námořní a vodní sporty se pořádají na vodě; lezení, snowboarding, lyžování se koná na horách; severské lyžování, sněžnice, sněžné skútry a lov se koná v lesích a na polích. (Turco, 2008).

Turco (2008) identifikoval tři hlavní typy sportovních turistů:

**Participativní (účastňující se):** událostní a slavnostní sportovní turisté.

**Sportovní turisté cestují do cíle sportovat:** Mohou sem patřit golfisté hrající kolo na golfovém okruhu Royal St. Andrew ve Skotsku, lyžaři ve St. Moritzu ve Švýcarsku, běžci na berlínském maratonu nebo horští cyklisté v Mohabu.

**Elitní profesionálové nebo amatéři:** kvalifikace pro účastnické sportovce, kteří jsou zároveň návštěvníky hostitelské destinace a jsou aktivně zapojeni do sportu.

Dalším druhem turistů jsou takzvaní **Celebratory sport tourists**. Jsou to turisté cestující do destinací, aby navštívili síně slávy, muzea, stadiony a další pamětní místa. Mohou cestovat za sváteční sportovní atmosférou obklopující sportovní událost. Na mistrovství světa FIFA v roce 2006 v Německu se tisíce lidí shromáždily v městských fanparcích, aby se zúčastnily zábav, slavností a oslavovaly fotbal, přestože neměli lístek na zápas. Tisíce lidí každý rok platí za prohlídku prázdného tenisového centra Wimbledon. Pekingský organizační výbor pro olympijské hry (BOCOG) uvedl, že za dva měsíce po olympijských hrách v roce 2008 zaplatilo 200 000 lidí prohlídku Národního olympijského stadionu známého jako Ptačí hnízdo. Síně slávy basketbalu ve Springfieldu ve státě Massachusetts každoročně přiláká 250 000 návštěvníků, z nichž 20% pochází ze zemí mimo USA (Turco, 2008).

Kurtzmann a Zauhar (1997) „pro lepší pochopení rozdělili sportovní turismus do pěti hlavních okruhu: Atraktivita, Sportovní akce, Letoviska, Plavby a Výlety“.

### 2.2.1 Atraktivita

Atraktivita destinace poskytuje možnost turistovi vidět a dělat cokoli v souvislosti se sportem. Atraktivita destinace mohou být přírodní (parky, hory) nebo vyrobené lidmi (muzea, stadiony).

Obecná charakteristika zastoupená v této hlavní oblasti sportovní turistiky zahrnuje návštěvy:

- A.** nejmodernějších sportovních zařízení a jedinečných sportovních zařízení, která obvykle pořádají sportovní akce, jako jsou stadiony, arény.
- B.** sportovní muzea a síně slávy věnované sportovnímu dědictví a počtě sportovním hrdinům
- C.** sportovní tematické parky zahrnující vodní parky, letní skoky na lyžích, bungee jumping
- D.** turistické stezky vytvořené pro objevování přírody
- E.** sportovní prodejny

## 2.2.2 Sportovní akce

Sportovní události přicházejí v různých formátech, velikostech a délkách. K dispozici jsou turnaje, závody, série a okruhy, přátelské výstavy a vysoce konkurenční a bojové zápasy, které jsou řízeny pravidly a normami s deklarovaným vítězem nebo vítězi. Prominentní události jsou často dimenzovány jako mega nebo velké. Existují i události, které jsou jednorázové nebo opakující, takového rozsahu, že mají významný dopad na hostitelské město nebo region. Ve sportu existují opravdu dvě mega události, světový pohár FIFA a letní olympijské hry. Hry Commonwealthu, kriketový světový pohár, Super Bowl jsou velkými charakteristickými sportovními událostmi. Některé události trvají několik týdnů, tj. Rugby World Cup, a jiné. Například Kentucky Derby, které je ukončené během dvou minut (po závodě se koná obrovská párty). Sportovní události v malých komunitách mohou mít relativně podobné dopady jako větší akce ve větších městech nebo zemích (Turco, 2012).

Sportovní akcí jsou označovány ty sportovní aktivity, které přitahují značný počet návštěvníků nebo diváků. Typy návštěvníků se liší v závislosti na sportovní akci a některé jsou logicky přitažlivější než ostatní (např. olympijské hry oproti amatérským šampionátům). Tyto sportovní turistické akce mají navíc potenciál přilákat přespolní, mediální a technické pracovníky, jako jsou trenéři a další sportovní úředníci. Významné sportovní akce jako Super Bowl, olympijské hry nebo mistrovství světa jsou v literatuře často označovány jako turistické události (Ritchie, 1984) a mega události (Getz, 1991).

Sportovní akci lze definovat jako „sportovní akci a událost, přitahující zájem nejen sportovců a jejich fanoušků, ale často i médií“ (Kotíková & Schwartzhoffová, 2008, 20).

Nejdůležitějším z pohledu cestovního ruchu je, že některé z uvedených akcí přitahují veřejnost a motivují fanoušky jednotlivých týmů, aby se jich zúčastnili. Sportovní akce generují různorodé skupiny turistů, a to nejen ty neznámější, kterými jsou zejména diváci, fanoušci, samotní sportovci, sportovní novináři, sponzoři, personál z týmů, představitelé národních či mezinárodních sportovních organizací. V některých případech, jakými jsou např. olympijské hry nebo mistrovství světa ve fotbale jde řádově až o tisícovky diváků/turistů. A tak se sportovní turismus v tomto ohledu stává masovým turismem se všemi jeho relevantními vlastnostmi (Schwartzhoffová, 2010, p. 101).

Dále také podle Schwartzhoffové (2010) sportovní akce podněcuje lidi k cestování buďto z důvodu vlastní aktivní účasti nebo jen pasivního shlédnutí jakéhokoliv druhu sportu či sportovní akce, závodu. Jedná se o široký záběr aktivit od osobního startu např. na olympiádě až po sledování zápasů z tribuny.

V kontextu cestovního ruchu se sportovními akcemi je pověst názorem nebo hodnocením osoby, osob nebo skupiny subjektů vůči události nebo hostitelské komunitě na základě určitých kritérií. Dobrá nebo špatná pověst může být považována za součást události nebo identity hostitelské země, jak ji definují ostatní (Turco, 2012).

Když Dillí získalo práva na pořádání her Commonwealthu v roce 2010, učinilo tak s úmyslem ukázat světu sportu, že by mohlo být životaschopným kandidátem na olympijské hry. Mezi seznamy stížností na místě byla špinavá a opožděná výstavba stadionu, překročení nákladů, korupce ze strany organizátorů, sporná hygiena a zdravotní podmínky ve vesnici sportovců atd. (Turco, 2012).

Negativní národní pověst získaná podváděním ve sportu může mít politické a ekonomické důsledky. Politika vítězství za každou cenu (státního německého dopingového programu během studené války) měla podkopat západní ideologii. Mladí sportovci byli trenéry systematicky dopováni anabolickými steroidy, aniž by o nich věděli. Výkony sportovců v plavání, na dráze a na hřištích byly ohromující, ale dlouhodobé zdravotní důsledky pro sportovce byly stejně dramatické (Turco, 2012).

### 2.2.3 Letoviska

„Letoviska mají primárně zaměřenou marketingovou strategii na rekreaci a nabídku sportovních hřišť pro sportování a podporu zdraví. V mnoha situacích mají tato prázdninová centra vysokou úroveň zařízení a služeb, které jsou k dispozici pro sportovní turisty“ (Kurtzmann & Zauhar, 1997).

### 2.2.4 Plavby

Plavby zahrnují všechny výlety spojené s lodí, které mají jako svou hlavní tržní strategii sportovní aktivity. Mnoho lodí se dnes přebudovává na podobu hotelů a letovisek. Výletní lodě často zajišťují speciální příležitosti, které hostům poskytují vyzkoušet golf, tenis, šnorchlování, vodní lyžování atd., v jedinečných a rozmanitých vodních prostředích (Kurtzmann & Zauhar, 1997).

### 2.2.5 Výlety

Výlety přivedou návštěvníky na jejich oblíbenou sportovní událost, zařízení nebo destinaci po celém světě. Tyto zájezdy mohou být řízeny nebo organizovány v závislosti na

přístupu, umístění a povaze činnosti. Například mnoho balíčků lyžařských zájezdů poskytuje leteckou dopravu, ubytování, místní přepravu a lístky na lyžařský vlek bez zvláštního průvodce nebo vybavení (Kurtzmann & Zauhar, 1997)

## 2.3 Event

Slovo event v překladu událost, zážitek, prožitek.

### 2.3.1 Event tourism

Eventy mají v současné době v cestovním ruchu stále větší význam. Většinou nejsou pouze zpestřením nabídky v cestovním ruchu, ale stále častěji se stávají i hlavním důvodem pro návštěvu určité destinace. Turisté jedou spíše někam, protože se tam něco „děje“, než že tam něco „je“. Vznik a existence event tourismu je odrazem rostoucího zájmu o zážitky jako nezbytné součásti nejen cestovního ruchu, ale celé oblasti volného času. Pro event tourism je charakteristické to, že hlavním motivem účasti na cestovním ruchu je návštěva určité konkrétní, předem zvolené události. (Kotíková & Schwartzhoffová, 2008, p.10)

„Event tourism můžeme definovat jako systematické plánování a rozvoj faktorů budujících image atraktivit a destinací. Tržní segment zahrnuje účastníky cestovního ruchu, kteří cestují, aby navštívili určitou událost, nebo kteří mohou být motivováni k návštěvě určité události mimo domov“. (Getz, 2007).

## 2.4 Sport

Na začátku je třeba si nejdříve definovat co je to vůbec sport. Například podle Evropské charty sportu: „sportem se rozumí všechny formy tělesné činnosti, které ať již prostřednictvím organizované účasti či nikoli, si kladou za cíl projevení či zdokonalení tělesné i psychické kondice, rozvoj společenských vztahů nebo dosažení výsledků v soutěžích na všech úrovních“. (Evropská charta sportu, 1992)

Podle Evropské komise (2007) „jsou v Bílé knize o sportu sportem veškeré formy tělesné aktivity, které jsou provozovány příležitostně nebo organizovaně a usilují o vyjádření nebo vylepšení fyzické kondice a duševní pohody, utvoření společenských vztahů či dosažení výsledků v soutěžích na všech úrovních“.

Definice sportu podle Evropské charty sportu a Bílou knihou jsou skoro totožné, jen v Bílé knize je definice více rozvedena a pojem tělesná činnost je zde nahrazena pojmem tělesná aktivita.

„V kontrastu s těmito dokumenty se definice sportu podle Horáka a Krčmy (1939) liší. Autoři říkají, že je sport v pravém smyslu činnost, při níž jde o vrcholový výkon a v některém odvětví tělesných cvičení se trošku mění. Podle této definice můžeme o sportu mluvit pouze při vrcholovém výkonu.“

## 2.5 Fotbal

Troufám si říct, že každý člověk na světě někdy slyšel a ví co znamená slovo fotbal. Díky vysoké popularitě tohoto sportu po celém světě přilákává tento sport vysoké procento sponzorů a investorů. Tento sport má velký vliv na celosvětovou ekonomiku a točí se v něm nepřeborné množství peněz. I proto mnoho lidí už nevnímá tento sport jen jako zábavu, ale hlavně jako obrovský business.

Momentálně nejdražší přestup hráče z jednoho klubu do druhého byl za 222 milionů euro podle oficiálních stránek <https://www.transfermarkt.com>.

Buzek et al. (2007) říká, „že popularita této sportovní hry dosahuje v dnešní době vrcholu. Zvýšil se přístup a množství přenosů, budují se nové hrací plochy s umělým povrchem. Zvýšily se možnosti sledovat nejlepší fotbalisty světa, ale také možnosti věnovat se fotbalu pro zábavu ve volném čase“.

Fotbal je kolektivní, sportovní branková hra, při které se dvě družstva o 11 hráčích snaží při zachování pravidel vstřelit soupeři co největší počet branek a současně jich co nejméně obdržet. Samotná hra se uskutečňuje v konkrétním utkání, které je charakterizováno určitým dějem a dodržováním objektivně platných pravidel (Votík & Zalabák, 2011).

### 2.5.1 Anglická liga (Premier League)

Premier League je nejvyšší anglická fotbalová ligová soutěž. Pořádána je Anglickou fotbalovou asociací (FA), podobně jako všechny soutěže registrovaných hráčů na území Anglie a Walesu včetně druhé nejvyšší soutěže Football League Championship. Od založení soutěže v roce 1992 v ní působilo celkem 49 týmů, přičemž 7 z nich vyhrálo ligový titul. [https://cs.wikipedia.org/wiki/Premier\\_League](https://cs.wikipedia.org/wiki/Premier_League)

Premier League je nejsledovanější sportovní liga na světě, vysílá se na 212 územích do 643 milionů domácností a sleduje jí 4,7 miliardy lidí. V sezóně 2018/19 byla průměrná návštěvnost zápasů Premier League 38 31 diváků. Souhrnná návštěvnost ve všech zápasech je nejvyšší ze všech lig na 14 508 981 diváků. Obsazenost všech stadionů je téměř maximální.[https://en.wikipedia.org/wiki/Premier\\_League](https://en.wikipedia.org/wiki/Premier_League)

Tabulka 1

*Průměrná návštěvnost na jeden zápas v anglické fotbalové lize (Premier League) za posledních 8 let a nejvyšší návštěva na jeden zápas (Manchester United).*

Sezóna	Průměrná návštěvnost diváků	Nejvyšší návštěva diváků
<b>2019/2020</b>	38 181	74 498
<b>2018/2019</b>	<b><u>38 310</u></b>	74 976
<b>2017/2018</b>	35 809	75 290
<b>2016/2017</b>	36 461	75 286
<b>2015/2016</b>	36 179	75 335
<b>2014/2015</b>	36 670	75 207
<b>2013/2014</b>	35 921	<b><u>75 530</u></b>
<b>2012/2013</b>	34 599	75 387

Zdroj: vlastní zpracování z údajů: <http://www.european-football-statistics.co.uk/attn.htm>



## 2.5.2 Německá liga (Bundesliga)

Německá fotbalová Bundesliga je nejvyšší německá fotbalová soutěž. Jejím pořadatelem je Německý fotbalový svaz. O jejím založení bylo rozhodnuto tímto svazem 28. července 1962 v Dortmundu. Nižší soutěží je 2. německá fotbalová Bundesliga. V sezóně 2018/19 byla průměrná návštěvnost zápasů Bundesligy 43,500 diváků.  
[https://cs.wikipedia.org/wiki/N%C4%9Bmeck%C3%A1\\_fotbalov%C3%A1\\_Bundesliga](https://cs.wikipedia.org/wiki/N%C4%9Bmeck%C3%A1_fotbalov%C3%A1_Bundesliga)

Tabulka 2

*Průměrná návštěvnost na jeden zápas v německé fotbalové lize (Bundesliga) za posledních 8 let a nejvyšší návštěva na jeden zápas (Borussia Dortmund).*

Sezóna	Průměrná návštěvnost diváků	Nejvyšší návštěva diváků
2019/2020	43 441	80 841
2018/2019	44 511	79 496
2017/2018	41 516	79 653
2016/2017	43 300	<b>81 178</b>
2015/2016	43 526	80 424
2014/2015	43 499	80 297
2013/2014	42 624	80 520
2012/2013	<b>45 116</b>	80 521

Zdroj: vlastní zpracování z údajů: <http://www.european-football-statistics.co.uk/attn.htm>

## 2.5.3 Evropské poháry (Liga Mistrů a Evropská liga)

### Liga mistrů

(anglicky UEFA Champions League) je prestižní fotbalová soutěž pořádaná Evropskou fotbalovou asociací (UEFA) pro nejlepší kluby evropských lig. Spolu s jihoamerickým Pohárem osvoboditelů je pohár z této soutěže nejslavnější klubovou trofejí na světě. Současným držitelem je německý klub Bayern Mnichov, který ve finále 23. srpna 2020 porazil PSG 1:0. Ligu mistrů nelze zaměňovat s Evropskou ligou, dříve Pohárem UEFA, druhou nejlepší evropskou klubovou soutěží. Vítěz LM postupuje na Mistrovství světa ve fotbale klubů a na začátku následující sezony hraje proti vítězi Evropské ligy utkání o evropský Superpohár.  
[https://cs.wikipedia.org/wiki/Liga\\_mistr%C5%AF\\_UEFA](https://cs.wikipedia.org/wiki/Liga_mistr%C5%AF_UEFA)

### Tabulka 3

*Průměrná návštěvnost na jeden zápas v Lize Mistrů za posledních 8 let, celková návštěva na celou soutěž a počet zápasů za jeden ročník soutěže.*

Sezóna	Průměrná návštěvnost diváků	Celková návštěva diváků	Počet zápasů
<b>2019/2020</b>	<b>49 304</b>	<b>6 163 044</b>	125
<b>2018/2019</b>	46 573	5 821 673	125
<b>2017/2018</b>	43 198	5 399 802	125
<b>2016/2017</b>	40 995	5 124 427	125
<b>2015/2016</b>	41 094	5 136 659	125
<b>2014/2015</b>	45 607	5 700 927	125
<b>2013/2014</b>	44 901	5 612 686	125
<b>2012/2013</b>	42 072	5 258 947	125

Zdroj: vlastní zpracování z údajů: <http://www.european-football-statistics.co.uk/attn.htm>

### Evropská liga

(anglicky UEFA Europa League) je každoroční soutěž fotbalových klubů pořádaná UEFA od roku 1971 pro způsobilé evropské fotbalové kluby. Kluby se do soutěže kvalifikují na základě jejich výkonnosti v národních ligách a pohárových soutěžích. Nyní je to soutěž druhého stupně evropského klubového fotbalu, která se umístila pod Ligou mistrů UEFA a nad Evropskou konferenční ligou UEFA poté, co byla od roku 1971 do roku 1999 soutěžemi třetí úrovně před přerušením Poháru vítězů pohárů. Tato soutěž, která se dříve nazývala Pohár UEFA, je od sezóny 2009/10 známá pod názvem Evropská liga po změně formátu.

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Evropsk%C3%A1\\_liga\\_UEFA](https://cs.wikipedia.org/wiki/Evropsk%C3%A1_liga_UEFA)

Tabulka 4

*Průměrná návštěvnost na jeden zápas v Lize Mistrů za posledních 8 let, celková návštěva na celou soutěž a počet zápasů za jeden ročník soutěže.*

Sezóna	Průměrná návštěvnost diváků	Celková návštěva diváků	Počet zápasů
<b>2019/2020</b>	<b><u>25 100</u></b>	<b><u>5 145 472</u></b>	205
<b>2018/2019</b>	22 176	4 546 075	205
<b>2017/2018</b>	21 922	4 494 039	205
<b>2016/2017</b>	21 884	4 486 269	205
<b>2015/2016</b>	19 227	3 941 484	205
<b>2014/2015</b>	16 617	3 406 491	205
<b>2013/2014</b>	20 668	4 236 987	205
<b>2012/2013</b>	21 179	4 341 724	205

Zdroj: vlastní zpracování z údajů: <http://www.european-football-statistics.co.uk/attn.htm>

#### 2.5.4 Mistrovství Evropy ve fotbale

Mistrovství Evropy ve fotbale UEFA, označované zkratkou EURO, je hlavní fotbalovou soutěží národních týmů mužů ve federaci UEFA. Turnaj, jehož první ročník proběhl ve Francii v roce 1960, má většinou čtyřletou periodicitu s výjimkou roku 2020, kdy byla odložena kvůli probíhající pandemii COVID-19 v Evropě.

Nejnovější šampionát pořádaný Francií v roce 2016 vyhrálo Portugalsko, které ve finále na Stade de France v Saint-Denis po prodloužení zvítězilo proti Francii 1: 0. Finále průměrně sledovalo 284 milionů diváků, což je druhý nejsledovanější zápas v historii evropských turnajů.

Česká reprezentace se do historie šampionátu zapsala nejvýrazněji v letech 1996, kdy prohrála ve finále proti Německu 2:1 a získala stříbrné medaile. V roce 2004 česká reprezentace v semifinále prohrála v prodloužení proti Řecku 1:0 a automaticky získala bronzovou medaili za třetí místo společně s Nizozemskem. Zápasy o třetí místo se na tomto turnaji nahrají. [https://en.wikipedia.org/wiki/UEFA\\_European\\_Championship](https://en.wikipedia.org/wiki/UEFA_European_Championship)

Tabulka 5

*Průměrná návštěvnost na jeden zápas Mistroství Evropy ve fotbale za poslední 4 šampionáty, celková návštěva, počet zápasů, rok konání akce a jméno pořadatele.*

Rok	Pořadatel	Celková návštěvnost	Průměrná návštěvnost	Počet zápasů
<b>2016</b>	Francie	<b><u>2 427 303</u></b>	<b><u>47 594</u></b>	51
<b>2012</b>	Polsko a Ukrajina	1 440 896	46 481	31
<b>2008</b>	Rakousko a Švýcarsko	1 140 902	36 803	31
<b>2004</b>	Portugalsko	1 156 473	37 306	31

Zdroj: vlastní zpracování z údajů:

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD\\_Evropy\\_ve\\_fotbale\\_2016](https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD_Evropy_ve_fotbale_2016),

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD\\_Evropy\\_ve\\_fotbale\\_2012](https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD_Evropy_ve_fotbale_2012),

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD\\_Evropy\\_ve\\_fotbale\\_2008](https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD_Evropy_ve_fotbale_2008),

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD\\_Evropy\\_ve\\_fotbale\\_2004](https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD_Evropy_ve_fotbale_2004)

## 2.5.5 Mistrovství světa ve fotbale

Mistrovství světa ve fotbale (oficiálně nazývané: FIFA World Cup) je nejdůležitější soutěž mužských fotbalových družstev. Je organizována světovou fotbalovou konfederací FIFA. Vítěznému týmu náleží trofej pro mistra světa, která nahradila odcizenou Zlatou Niké. Šampionát se koná každé čtyři roky od prvního uspořádaného turnaje v roce 1930, s výjimkou let 1942 a 1946, kdy se nekonal kvůli druhé světové válce. Aktuálním šampionem je Francie, která získala svůj druhý titul na ruském turnaji v roce 2018.

Československá reprezentace se do historie šampionátu zapsala nejvýrazněji v letech 1934 a 1962, kdy se dostala do finále turnaje, ale v obou případech prohrála.

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD\\_sv%C4%9Bta\\_ve\\_fotbale](https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD_sv%C4%9Bta_ve_fotbale)

Mistrovství světa ve fotbale je nejprestižnějším asociačním fotbalovým turnajem na světě a zároveň nejsledovanějším sportovním turnajem na světě, který převyšuje i olympijské hry. Výsledná sledovanost všech zápasů mistrovství světa 2006 byla odhadována na 26,29 miliardy, přičemž podle odhadů sledovalo finální zápas 715,1 milionu lidí, což je devítina z celé populace planety. [https://en.wikipedia.org/wiki/FIFA\\_World\\_Cup](https://en.wikipedia.org/wiki/FIFA_World_Cup)

Tabulka 6

*Průměrná návštěvnost na jeden zápas Mistroství Světa ve fotbale za posledních 5 šampionátů, celková návštěva, počet zápasů, rok konání akce a jméno pořadatele.*

Rok	Pořadatel	Celková návštěvnost	Průměrná návštěvnost	Počet zápasů
2018	Rusko	3 031 768	47 371	64
2014	Brazílie	<b>3 429 873</b>	<b>53 592</b>	64
2010	Jihoafrická Republika	3 178 856	49 670	64
2006	Německo	3 359 439	52 491	64
2002	Jižní Korea a Japonsko	2 705 197	42 269	64

Zdroj: vlastní zpracování z údajů: [www.FIFA.com](http://www.FIFA.com)

## 2.6 Cestovní kancelář

Cestovní kancelář je podnikatel, který je na základě státního povolení k provozování živnosti (dále jen „koncese“) oprávněn sestavovat služby cestovního ruchu pro účely zájezdu, nabízet a prodávat zájezdy podle § 1b odst. 1 nebo zprostředkovávat spojené cestovní služby podle § 1c odst. 1. (Zákon č. 159/1999 Sb., § 2, (1)).

Cestovní kancelář je také ten, kdo má v okamžiku uzavření smlouvy o zájezdu nebo zprostředkování spojených cestovních služeb sídlo nebo místo podnikání v jiném členském státě Evropské unie nebo v jiném smluvním státě Dohody o Evropském hospodářském prostoru (dále jen „stát usazení“) a jehož činnost jakýmkoli způsobem směřuje do České republiky, a to včetně online prodeje. Tato cestovní kancelář, nezřizuje-li v České republice pobočku, může na území České republiky podnikat na základě oprávnění státu usazení k provozování cestovní kanceláře, pokud splňuje podmínky ochrany státu usazení pro případ úpadku. (Zákon č. 159/1999 Sb., § 2, (2)).

„Cestovní kanceláře mají v cestovním ruchu nezastupitelnou úlohu. Nakupují od poskytovatelů služby cestovního ruchu, vzájemně je kombinují, vytvářejí zájezdy a prodávají je. Jedná se o tvůrce produktu (zájezdu), který by nemohl existovat v současné podobě bez jejich organizátorské role“. (Sysel, 2010)

Cestovní kancelář se zabývá zejména:

- Nákupem dopravních, ubytovacích a dalších služeb cestovního ruchu

- Vytvářením kombinací služeb a tvorbou produktu (zájezdu)
- Nabídkou a prodejem zájezdů a služeb cestovního ruchu
- Monitorováním realizace těchto služeb
- Informační a propagační činností (Sysel, 2010)

## 2.7 Cestovní agentura

„Provozovatel cestovní agentury (dále jen "cestovní agentura") je podnikatel, který je oprávněn na základě ohlášení volné živnosti provozovat činnost v rozsahu uvedeném v § 2 odst. 3“. (Zákon č. 159/1999 Sb. § 3, (1)).

„Cestovní agentury hrají klíčovou roli v distribučním procesu v cestovním ruchu. Mají významné místo v prodeji a zprostředkování prodeje většiny služeb cestovního ruchu“. (Sysel, 2010).

Cestovní agentury se zabývají zejména:

- Obstaráváním a prodejem dopravních cenin
- Obstaráváním a prodejem ubytování
- Zprostředkováním prodeje zájezdů cestovních kancelářů
- Prodejem výletů, exkurzí a transferů
- Obstaráváním a prodejem vstupenek na společenské, kulturní a sportovní akce
- Směnárenskou službou (Sysel, 2010).

## **3.Cíle a úkoly**

### **3.1 Hlavní cíl práce**

Hlavním cílem bakalářské práce je vyhodnotit nabídky zájezdů vybraných cestovních kanceláří na fotbalová utkání do zahraničí a následné výsledky navzájem porovnat.

### **3.2 Dílčí cíle práce**

- Celková analýza nabídky zájezdů cestovních kanceláří na fotbalová utkání
- Porovnání cen a služeb nabízených zájezdů cestovních kanceláří na fotbalová utkání do Anglie, Německa a na zápasy Evropských pohárů a to konkrétně: Premier League, Bundesliga, Liga Mistrů a Evropská liga
- Porovnání cen a nabídky služeb na vybraný zájezd mezi cestovní kanceláří a soukromou fyzickou osobou na fotbalové utkání
- Porovnání využití sociálních sítí u cestovních kanceláří
- Porovnání spokojenosti zákazníků cestovních kanceláří (recenze)

## 4. Metodika

Hlavními body pro porovnání cestovních kanceláří jsou:

- a) Rozsah nabídky a kvalita nabízených služeb
- b) Cena zájezdů a druh dopravy
- c) Dosah cestovních kanceláří na sociálních sítích
- d) Spokojenost zákazníků (recenze)

Hlavními kritérii pro zvolení cestovních kanceláří u této bakalářské práce bylo, aby se cestovní kancelář nacházela na českém nebo slovenském území, pořádala sportovní zájezdy na fotbalová utkání, měla každá vlastní webovou stránku s nabídkou zájezdů na fotbalová utkání a byla aktivní na sociálních sítích (Facebook a Instagram). Důležitým aspektem bylo i to jaké mají jednotlivé cestovní kanceláře recenze od zákazníků. Cestovní kanceláře zahrnuté do analýzy: Czechsporttravel, Sportsen, Fotbaltour, Futbolovysen, SMartgo.

Nejdříve byla provedena analýza nabídky jednotlivých cestovních kanceláří. Zde jsem zjišťoval všechny možnosti a druhy zájezdů, které je možné si objednat. Následně jsem využil metodu Analýzy dat, kde jsem porovnal jednotlivé cestovní kanceláře a jejich nabídky zájezdů u konkrétních zemí. Další metodikou byla forma osobní zkušenosti a komunikace s lidmi, kteří si zařizují zájezd na vlastní pěst.

### **Analýza dat**

V první části bakalářské práce jsem využil metodu analýzy dat. Díky této metodě jsem byl schopen zjistit základní informace o různých cestovních kancelářích a jednotlivých nabídkách zájezdů, ať už se jednalo o druh dopravy, úroveň ubytování, ceny vstupenek podle různých cenových kategorií nebo o doprovodný program. Všechna tato data byla zjištěna z webových stránek cestovních kanceláří. Doplňující informace byly získány prostřednictvím emailové korespondence.

### **Komparace**

Další metodou, kterou jsem využil byla metoda komparace. Díky získaným datům jsem porovnal jednotlivé nabídky různých cestovních kanceláří podle následujících kritérií: druh dopravy, ubytování, druh vstupenek, délka zájezdu, pojištění a cena zájezdu. Tuto metodu jsem mohl využít díky datům, které jsem získal z metody analýzy dat.

### **Rozhovory, osobní komunikace a zkušenosti**



Tato metoda byla využita pro získání informací od osob, kteří mají zkušenost s pořádáním zájezdu na „vlastní pěst“.

## 5. Výsledky

Díky kritériím zmíněných v metodice jsem vybral následující cestovní kanceláře a jejich webové stránky, ze kterých jsem získával veškeré informace ohledně nabídky zájezdů:

- Czechsporttravel - <https://www.czechsporttravel.cz/>
- Sportsen - <https://www.sportsen.cz/>
- Fotbalovysen - <https://fotbalovysen.cz/>
- Fotbaltour - <https://www.fotbaltour.cz/>
- Zasporem - <https://www.zasporem.cz/>
- SMartgo - <https://smartgo.cz/>

Každou z výše zmíněných cestovních kancelářích jsem 8.1 2021 oslovil formou emailu a žádal jsem je o jakékoliv údaje spojené s jejich sportovními zájezdy na Anglickou a Německou nejvyšší fotbalovou soutěž za kalendářní roky 2017/2018 až 2020/2021. Odpovědi jsem dostal pouze od dvou cestovních kancelářích. V jednom případě neměli potřebné záznamy z důvodu přechodu na nový rezervační systém a ve druhém případě neměli zájem o spolupráci. Celé hodnocení probíhalo v termínu od 8.1. 2021 do 30.3.2021.

Všechny informace, které budou níže uvedené jsou pouze přibližné a jejich finální výsledek může být rozdílný s ohledem na cenu letenek, vstupenek, ubytování a také vzhledem k aktuální epidemiologické situaci ve světě.

### **Czechsporttravel**

Czechsporttravel se specializuje na všechny typy sportovních zájezdů, které mohou být individuálně přizpůsobeny požadavkům každého klienta. V nabídce naleznete zájezdy a vstupenky na fotbal, hokej, tenis, formule 1, moto GP, dostihy, box a další sportovní události. V roce 2015 získala cestovní kancelář certifikát Českého systému kvality služeb.

Tabulka 7

*Nabídka služeb cestovní kanceláře Czechsporttravel na fotbalové zájezdy do Anglie a Německa.*

<b><u>Anglická Liga</u></b>		<b><u>Německá liga</u></b>
Londýn Manchester Liverpool	<b>Místa zájezdů</b>	Berlín Dortmund Mnichov
Letecky	<b>Typ dopravy</b>	Autobus
3* nebo 4* hotel	<b>Ubytování</b>	Bez ubytování
Zaměření na VIP vstupenky různých kategorií dle výběru	<b>Vstupenky</b>	základní kategorie, možnost si příplatit za vyšší kategorii
3-4 dny (pátek–pondělí)	<b>Délka zájezdů</b>	1-2 dny, záleží na místě konání a čase zápasu (pátek-pondělí)
V celkové ceně zájezdu	<b>Cestovní pojištění</b>	V celkové ceně zájezdu
<b><u>9990kč až 30 390kč *</u></b>	<b>Cena zájezdu</b>	<b><u>3 800kč až 5 000kč *</u></b>

Zdroj: vlastní zpracování z údajů: <https://www.czechsporttravel.cz/>

\* cena zájezdu se mění v důsledku výběru typu vstupenek, počtu dní, atraktivity zápasu, druhu ubytování

Je také možnost zakoupit si u cestovní kanceláře pouze vstupenku na vybraný zápas. Cena začíná od 3890,- ale záleží na atraktivitě zápasu a druhu vstupenky.

Zájezdy na Evropské poháry (Liga Mistrů a Evropská liga):

- Nabízejí tuto možnost zájezdu ovšem momentálně i kvůli epidemiologické situaci nemají ani předběžné návrhy zájezdů.

## Sportsen

Cestovní kancelář založená v srpnu 2013 a je zaměřená výhradně na sportovní akce především na fotbalové zájezdy po Evropě. Dále také nabízejí možnosti sportovních zájezdů na tenisové akce, hokejové zápasy a závody formule 1.

V roce 2015 poprvé překročila hranici 5000 odbavených klientů za rok. Spolupracují s firmou Student Agency a využívají jejich žluté autobusy Regiojet. Dále je možnost zájezdu leteckou formou.

<https://www.sportsen.cz/>

Momentálně kvůli epidemiologické situaci nenabízí tato cestovní kancelář žádný druh zájezdu na jakýkoliv zápas v jakékoliv zemi

## Fotbaltour

Cestovní kancelář působící primárně na Slovensku a také v Rakousku, Německu, Česku, Maďarsku, Rumunsku a Chorvatsku. Je to cestovní kancelář zaměřená pouze na fotbalové zájezdy po celé Evropě a USA. Má více jak 60 tisíc klientů.

Tabulka 8

*Nabídka služeb cestovní kanceláře Fotbaltour na fotbalové zájezdy do Anglie a Německa.*

<b><u>Anglická Liga</u></b>		<b><u>Německá liga</u></b>
Londýn Manchester Liverpool	<b>Místa zájezdů</b>	Dortmund Mnichov
Letecky	<b>Typ dopravy</b>	Letecky
3* hotel	<b>Ubytování</b>	3* hotel
základní kategorie je možnost si koupit vyšší kategorii a prohlídku stadionu	<b>Vstupenky</b>	základní kategorie je možnost si koupit vyšší kategorii a prohlídku stadionu
3-4 dny (pátek–pondělí)	<b>Délka zájezdů</b>	3-4 dny (pátek-pondělí)
V celkové ceně zájezdu	<b>Cestovní pojištění</b>	V celkové ceně zájezdu
<b><u>7 000kč až 13 000kč *</u></b>	<b>Cena zájezdu</b>	<b><u>7 500kč až 8 000kč *</u></b>

Zdroj: vlastní zpracování z údajů: <https://www.fotbaltour.cz/>

\* cena zájezdu se mění v důsledku výběru typu vstupenek, počtu dní, atraktivit zápasu, druhu ubytování

Je také možnost zakoupit si u cestovní kanceláře pouze vstupenku na vybraný zápas.

Tabulka 9

*Nabídka služeb cestovní kanceláře Fotbaltour na fotbalové zájezdy na evropské poháry (Liga Mistrů a Evropská liga)*

<b>Evropské poháry (Liga Mistrů a Evropská Liga)</b>	
<b>Místa zájezdů</b>	Zájezdy po celé Evropě (Anglie, Německo, Francie, Srbsko...)
<b>Typ dopravy</b>	Letecky nebo autobusem
<b>Ubytování</b>	3* hotel
<b>Vstupenky</b>	Základní kategorie, možnost zakoupit vyšší kategorii a prohlídku stadionu
<b>Délka zájezdů</b>	Dvoudenní zájezd dle data a času utkání (úterý–pátek), záleží na druhu soutěže
<b>Cestovní pojištění</b>	V ceně zájezdu
<b>Cena zájezdu</b>	Z důvodu aktuální epidemiologické situace neznámá

Zdroj: vlastní zpracování z údajů: <https://www.fotbaltour.cz/>

Je možné si také vytvořit zájezd na míru na jakýkoliv zápas v nabídce (doprava, vstupenky, ubytování, doplňkový program

- Cena záleží na druhu požadavků (nelze specifikovat)

## Futbalovysen

Tato slovenská cestovní kancelář je zaměřená převážně na fotbalové zájezdy po Evropě, a to formou leteckou či autobusem. Nabízejí zájezdy na ligové soutěže v Anglii, Německu, Itálii Španělsku ale také na evropské soutěže a mezinárodní soutěže.

Tabulka 10

*Nabídka služeb cestovní kanceláře Futbalovysen na fotbalové zájezdy do Anglie a Německa.*

	<b>SMART balík</b>	<b>PREMIUM balík</b>	<b>EXCLUSIVE balík</b>
<b>Doprava</b>	Letenka	Letenka + letiskové transfery	Letenka + letiskové transfery taxíkem
<b>Ubytování</b>	Ubytování bez snídaně	3* hotel se snídaní	4* hotel se snídaní
<b>Vstupenky</b>	Základní kategorie (možnost dokoupit vyšší kategorii)	Základní kategorie (možnost dokoupit vyšší kategorii)	Základní kategorie (možnost dokoupit vyšší kategorii)
<b>Služby delegáta</b>	x	Ano	Ano
<b>Cestovní pojištění</b>	x	cestovní pojištění včetně storna zájezdu	cestovní pojištění včetně storna zájezdu
<b>Prohlídka města</b>	x	x	Ano
<b>Prohlídka stadionu</b>	x	x	Ano
<b>Cena Anglická liga „Velká šestka“ **</b>	<b><u>Od 6 229kč</u></b>	<b><u>x</u></b> <sup>*</sup>	
<b>Cena Německá liga (Berlín, Dortmund, Mnichov)</b>	<b><u>Od 3 599kč</u></b>		

Zdroj: vlastní zpracování z údajů: <https://fotbalovysen.cz/>

\* Momentálně však kvůli epidemiologické situaci nemají v nabídce předběžnou cenu dalších balíků

\*\* „Velká šestka“ je tím myšleno šest nejpopulárnějších týmů anglické ligy a to konkrétně:

- **Týmy z Londýna** (Chelsea, Arsenal, Tottenham)
- **Manchesteru** (Manchester City a Manchester United)
- **Liverpoolu** (Liverpool FC)

#### **Orientační program PREMIUM balíku:**

Délka zájezdu tři dny:

- 1.den: odlet z České republiky do Anglie, prohlídka města/volný program
- 2.den: Prohlídka města, Zápas, Volný program
- 3.den: Prohlídka města, odlet zpět z Anglie do České republiky

Je také možnost zakoupit si u cestovní kanceláře pouze vstupenku na vybraný zápas.

Zájezdy na Evropské poháry (Liga Mistrů a Evropská liga):

- Nabízejí zájezdy po celé Evropě včetně Slovenska
- Doprava: letecky i autobusem
- Cena: **od 3 339,-**
- Momentálně kvůli epidemiologické situaci nemají ani předběžné návrhy zájezdů



## SMartgo

Cestovní kancelář SMart GO jejíž specializací jsou sportovní a hudební události po celém světě. Z jejich sportovní nabídky je možné si vybrat zájezdy na zápasy nejprestižnějších fotbalových lig, NHL, MS v hokeji, tenisové turnaje nebo závody Formule 1.

Tabulka 11

*Nabídka služeb cestovní kanceláře SMartgo na fotbalové zájezdy do Anglie a Německa.*

<b><u>Anglická Liga</u></b>		<b><u>Německá liga</u></b>
Londýn Manchester Liverpool	<b>Místa zájezdů</b>	Dortmund Mnichov
Letecky	<b>Typ dopravy</b>	<b>x</b>
3* hotel (se snídaní)	<b>Ubytování</b>	<b>x</b>
základní kategorie je možnost si koupit vyšší kategorii a prohlídku stadionu	<b>Vstupenky</b>	<b>x</b>
2-3 dny (pátek–pondělí)	<b>Délka zájezdů</b>	x
V celkové ceně zájezdu	<b>Cestovní pojištění</b>	x
<b><u>9 999kč až 18 999kč *</u></b>	<b>Cena zájezdu</b>	<b><u>x</u></b>

Zdroj: vlastní zpracování z údajů: <https://www.smartgo.cz>

### **Německá liga a Evropské poháry:**

Momentálně kvůli epidemiologické situaci nemá tato cestovní kancelář ani předběžné návrhy zájezdů

**Tato cestovní kancelář také nabízí možnost zájezdu do Londýna na prohlídku fotbalových stadionů místních klubů:**

- Prohlídka fotbalových stadionů týmu (Chelsea, Arsenal, Tottenham, Fulham, West Ham, Olympijský stadion, Wembley (národní stadion))
- Délka zájezdu: 4denní
- Doprava: letecky
- Ubytování: 3\* hotel na 3 noci (se snídaní)
- Cestovní pojištění: v ceně
- **Cena: 10 999kč**
- Možnost si připlatit za lepší služby (ubytování, doprava z letiště a zpět)

Je také možnost zakoupit si u cestovní kanceláře pouze vstupenku na vybraný zápas Anglické ligy, cena začíná od 3999,- zaleží ovšem na druhu kategorie vstupenky.

## **Zasportem**

Cestovní kancelář připravující zájezdy za sportovními událostmi po celém světě podle vašeho přání. Nemá žádný předem připravený koncept zájezdů. Vytváří zájezd přímo na míru zákazníkovi bez ohledu na druh sportu: olympijské hry, mistrovství světa ve fotbale, Wimbledon apod.

<https://www.zasportem.cz/>

## 5.1 Dosah cestovních kanceláří na sociálních sítích

Tabulka 12

Tabulka porovnávající dosah cestovních kanceláří na internetových sociálních sítích Facebook a Instagram a internetové hodnocení formou recenzí (Google.cz, Facebook.cz, Firmy.cz, Slevomat.cz, Najisto.cz, Skrz.cz, Heureka.cz)

	Facebook (to se mi líbí)	Instagram (sledující)	Celkový počet	Recenze (1 až 5 nejlepších)
<b>Czechsporttravel.cz</b>	24 415	2 326	26 643	4,1/5* - 53 recenzí
<b>Sportsen.cz</b>	17 317	1 474	18 791	4,8/5* - 134 recenzí
<b>Fotbaltour.cz</b>	11 838	2 853	14 691	4,7/5* - 100 recenzí
<b>Futbalovysen.sk</b>	12 376	1 969	14 345	4,8/5* - 155 recenzí
<b>Zasportem.cz</b>	13 245	106	13 351	x
<b>SMartgo.cz</b>	5 510	704	6 214	4,7/5* - 33 recenzí

Zdroj: vlastní zpracování z internetových stránek zmíněných výše

Z tabulky výše můžeme vidět, že každá z vybraných cestovních kanceláří se snaží nějakým způsobem využívat sociální sítě. Některé cestovní kanceláře ovšem sice mají facebookovou stránku a instagramový profil, ale nejsou aktivní a tím pádem nevyužívají potenciál těchto sítí. Nejlépe, co se týče počtu uživatelů, je na tom cestovní kancelář Czechsporttravel. Naopak jednoznačně nejméně má SMartgo.

Co se týče internetového hodnocení spokojenosti zákazníků - 1 je nejméně a 5 nejvíce. Nejlépe hodnocené podle zákazníků jsou cestovní kanceláře Sportsen a Futbalovysen.

## 5.2. Porovnání ceny zájezdu cestovní kanceláře a fyzické osoby

Jedním z dílčích cílů práce bylo porovnání konkrétních zájezdů pořádaných cestovní kanceláří (v rámci organizovaného cestovního ruchu) podle ceny se stejným/podobným „zájezdem“, kdy si všechny služby zajistí účastník sám (v rámci neorganizovaného cestovního ruchu). Současná situace, kdy nejsou zveřejněny konkrétní služby a zápasy se nekonají, znemožnila tento dílčí cíl zpracovat v plném rozsahu.

Pro ilustraci uvádím rozpis služeb a ceny na dva vybrané zájezdy – jeden organizovaný cestovní kanceláří a jeden organizovaný fyzickou osobou bez využití služeb cestovní kanceláře.

### Cestovní kancelář:

Tabulka 13

*Nabídka služeb a ceny cestovní kanceláře na fotbalový zápas Chelsea – Arsenal, 12.5.2021.*

	<b>Levnější varianta</b>	<b>Dražší varianta</b>
<b>Doprava</b>	Letecky	Letecky
<b>Ubytování</b>	3* hotel	4*hotel
<b>Vstupenka</b>	Základní kategorie	VIP
<b>Pojištění</b>	V ceně	V ceně
<b>Délka zájezdu</b>	2-3 dny	3-4 dny
<b>Doprovodný program</b>	X	Prohlídka stadionu a města
<b>Celková cena zájezdu</b>	<b><u>12 390 Kč až 17 000 Kč</u></b>	<b><u>25 000 Kč</u></b>

Zdroj: vlastní zpracování z údajů:

<https://fotbalovysen.cz/>, <https://www.fotbaltour.cz/>, <https://www.czechsporttravel.cz/>

## Osobní soukromý zájezd:

Tabulka 14

*Rozpis služeb a ceny zájezdu uspořádaného fyzickou osobou na fotbalový zápas Chelsea – Arsenal, 12.5.2021*

	<b>Velmi levná varianta</b>
<b>Doprava</b>	Letecky: Praha-Londýn-Praha – 1 144 Kč
<b>Ubytování</b>	Booking.com: 3* hotel – 247 Kč/den včetně snídaně
<b>Vstupenka</b>	Tribuna za brankou – od 2 300 Kč Podélná tribuna – od 7 000 Kč VIP – od 15 000 Kč
<b>Pojištění</b>	Podle pojišťovny: VZP – 112 Kč/den
<b>Délka zájezdu</b>	4 dny: 11.5. – 14.5. 2021
<b>Doprovodný program</b>	Prohlídka stadionu – 700 Kč (23 liber)
<b>Celková cena zájezdu</b>	<b><u>5 332 Kč včetně prohlídky stadionu*</u></b>

Zdroj: vlastní zpracování z údajů: [www.Azair.cz](http://www.Azair.cz), [www.booking.com](http://www.booking.com), [www.chelseafc.com](http://www.chelseafc.com)

\*Všechny informace, které jsou uvedené v tabulce jsou pouze přibližné a jejich finální výsledek může být rozdílný s ohledem na cenu letenek, vstupenek, ubytování a také vzhledem k aktuální epidemiologické situaci ve světě.

## 6. Diskuse a závěry

Je zřejmé, že zájezdy na sportovní akce (hlavně na fotbalová utkání) se těší velkému zájmu, hlavně v poslední době. Zákazník má takřka neomezené možnosti ve výběru služeb a zápasů. V dnešní době není téměř žádný problém dostat se na jakýkoliv fotbalový zápas už jen díky vysoké kapacitě míst na moderním stadionech a lepší finanční dostupnosti daných fotbalových destinací. A právě pro lidi, kteří nechtějí nebo si neumí zařídit, vymyslet či naplánovat takovýto zájezd se vším všudy, jsou cestovní kanceláře ta nejlepší možnost, jak si takový zážitek zprostředkovat. Toto tvrzení dokládá už jen fakt, kolik cestovních kanceláří se primárně zaměřuje právě na tento druh zájezdů. Díky následným recenzím od zákazníků, kteří si většinou tento druh zájezdu nemůžou vynachválit, nemohu nic jiného než to potvrdit.

Z daných výsledků vyplývá, že nejlepší cenovou nabídku nabízí cestovní kancelář Futbolovysen, naopak nejdražší zájezdy nabízí Czechsporttravel. Je to hlavně kvůli nabídce kvalitních služeb. Co se týče různorodosti nabídky je na tom nejlépe cestovní kancelář Futbolovysen, díky nabídce několika druhů balíčků podle druhu služeb, a cestovní kancelář SMartgo, která k normální nabídce přidává také zájezdy zaměřené pouze na prohlídku fotbalových stadionů v Londýně. Dle hodnocení cestovních kanceláří na internetových stránkách a díky recenzím je nejlépe hodnocena cestovní kancelář Futbolovysen, která má ze 155 recenzí celkové hodnocení 4,8\* z 5\*. Naopak nejhůře se umístila v tomto směru cestovní kancelář Czechsporttravel, která má z 53 recenzí „pouze“ 4,1\* z 5\*. Možná je to dáno větší náročností zákazníků, kvůli výše zmíněným cenám a tím pádem většímu očekávání. Další důvodem by mohlo být, že Czechsporttravel má nejvíce recenzí přímo na své webové stránce.

Dle výsledků je ovšem zřetelné, že cestovní ruch zaměřený na fotbalové zájezdy je velmi populární a cestovní kanceláře nabízejí velkou škálu služeb za různou cenovou dostupnost. Dále se také snaží využívat sociální sítě ať už Facebook nebo Instagram. Některým cestovním kancelářím to jde lépe, některým naopak hůře, nebo je nevyužívají. Při porovnání organizace zájezdu mezi cestovní kanceláří a soukromou osobou nám jasně vychází, že cenově výhodnější je organizace zájezdu soukromou osobou. Nevýhodou pořádání zájezdu soukromou osobou je hlavně časová náročnost, kdy si soukromá osoba musí vymyslet celý zájezd, od cesty na letiště/autobusu přes ubytování až po vstupenky na zápas. Další nevýhodou může být neznalost jazyka, či různých dokumentů, které jsou potřeba pro cestu a pobyt v určité zemi. Záleží to ovšem nejvíce na jednotlivých typech lidí. Někteří nemají takový přehled a zkušenosti s přípravou a organizací takového zájezdu. Druhý typ lidí

takovéto zkušenosti naopak má, ale záleží jim více na pohodlí a užití si zájezdu bez starostí. A proto tyto skupiny lidí jdou cestou jistoty a vkládají důvěru do cestovních kancelářů.

Tabulka 15

*Souhrnné hodnocení*

<b>Nejdražší zájezdy do Anglie</b>	Czechsporttravel	9 990kč - 30 390kč
<b>Nejlevnější zájezdy Anglie</b>	Futbalovysen	Od 6 229kč
<b>Nejdražší zájezdy do Německa</b>	Fotbaltour	7 500kč – 8 000kč
<b>Nejlevnější zájezdy do Německa</b>	Futbalovysen	Od 3 599kč
<b>Nejlépe hodnocená cestovní kancelář</b>	Futbalovysen	4,8* z 5* - 155 recenzí
<b>Nejhůře hodnocená cestovní kancelář</b>	Czechsporttravel	4,1* z 5* - 53 recenzí
<b>Největší různorodost služeb/nabídky</b>	Futbalovysen a SMartgo	
<b>Největší dosah na soc. sítích</b>	Czechsporttravel	26 643 uživatelů
<b>Nejmenší dosah na soc. sítích</b>	SMartgo	6 211 uživatelů
<b>Průměrná cena zájezdu cestovní kanceláře Chelsea – Arsenal 12.5.2021</b>	12 390kč – 25 000kč	
<b>Zájezd pořádaný soukromou osobou Chelsea – Arsenal 12.5.2021</b>	5 332kč	

Zdroj: vlastní zpracování

Díky této bakalářské práci jsem si i přes předešlou vlastní zkušenost coby účastník velmi otevřel obzory. Je velmi zajímavé, kolik možností, jak zaujmout či překvapit potenciálního zákazníka mají cestovní kanceláře a je pouze na jednotlivých cestovních kancelářích, jak se této možnosti chopí. Snažil jsem se díky této práci zjistit, zda tento druh sportovního cestovního ruchu může mít do budoucna potenciál stále růst. A mohu po dopsání této bakalářské práce v klidu konstatovat. Ano, má a velký.

Nejvíce mě překvapilo, kolik cestovních kancelářů je primárně zaměřeno na tento typ cestovního ruchu a jaké možnosti služeb nabízejí. Velmi mne příjemně zaskočila celková statistika návštěvníků u různých turnajů/pohárů. A také cenový rozdíl mezi nabídkou zájezdu cestovní kanceláře a soukromého zájezdu jedné osoby. Tento výsledek mne přesvědčil, že když se člověk snaží a má přehled o přípravě a realizaci takového zájezdu, nemusí to být tak drahá zábava, jak jsem si dříve myslel. V budoucnu, až to možnosti dovolí si určitě vyzkouším, zda to cenově vyjde podobně v reálu stejně jak tady v bakalářské práci.

Bohužel kvůli momentální epidemiologické situaci ve světě a dočasně nefungování některých cestovních kancelářů a jejich webových stránek a nabízených služeb, jsem nemohl naplno ukázat a porovnat celkový potenciál této bakalářské práce. Například některé cestovní

kanceláře nemají momentálně žádnou nabídku zájezdů. Momentálně se sice fotbalové utkání konají ale pouze bez publika. Divákům tak nezbývá nic jiného než sledovat tyto zápasy z pohodlí domácího pokoje. Doufejme, že se tato situace co nejdříve zlepší a budeme moci tyto akce zažívat na vlastní kůži.



## 7. Souhrn

V bakalářská práci jsem se zabýval nabídkou zájezdů českých a slovenských cestovních kanceláří na fotbalová utkání.

V teoretické části, jsou vymezeny a vysvětleny důležité poznatky a informace o druzích cestovního ruchu, sportu, fotbalu a cestovních kancelářích.

V následující části bakalářské práce je uveden hlavní cíl a následné dílčí cíle, díky kterým jsme schopni tuto bakalářskou práci dokončit.

V další části bakalářské práce jsou popsány metody a techniky, které byly použity k získání informací a následujícímu zpracování.

V praktické části se nachází přiblížení vybraných cestovních kanceláří a jejich nabídka zájezdů do Anglie, Německa a na evropské poháry, pokud těmito informacemi disponují. Dále se zde nachází tabulka s porovnáním dosahu cestovních kanceláří na internetových sítích. A na závěr porovnání ceny zájezdu cestovní kanceláře a soukromé fyzické osoby bez využití služeb cestovní kanceláře na vybraný stejný fotbalový zápas v Anglii.

## **8. Summary**

In my bachelor's thesis I dealt with the offer of tours of Czech and Slovak travel agencies for football matches.

In the theoretical part, important knowledge and information about types of tourism, sports, football and travel agencies are defined and explained.

The following part of the bachelor's thesis presents the main goal and subsequent sub-goals, thanks to which we are able to complete this bachelor's thesis.

The next part of the bachelor thesis describes the methods and techniques that were used to obtain information and subsequent processing.

In the practical part there is an overview of selected travel agencies and their offer of trips to England, Germany and European cups, if they have this information. There is also a table comparing the reach of travel agencies on Internet networks. And finally, a comparison of the price of a travel agency's trip and a private individual without using the services of a travel agency for a selected same football match in England.

## 9. Referenční seznam

- Bull, C., & Weed, M. (1999). Niche markets and small island tourism: the development of sports tourism in Malta. *Managing leisure*, 4(3), 142-155. doi: 10.1080/136067199375814
- Buzek, M., Altman, Z., Bunc, V., Bursová, M., Janák, V., Kocourek... Zahálka, F. (2007). *Trenér fotbalu „A“ UEFA licence*. Praha: Olympia.
- Čech, J. (1998). *Malá encyklopedie cestovního ruchu: vybrané pojmy v češtině a angličtině, definice, zkratky*. Idea servis.
- Delpy, L. (1998). An overview of sport tourism: Building towards a dimensional framework. *Journal of vacation marketing*, 4(1), 23-38. doi: 10.1177/135676679800400103
- Evropská komise. (2007). *Bílá kniha o sportu*. Lucemburk: Úřad pro úřední tisky Evropských společenství.
- Frömel, K. (2002). *Kompendium psaní a publikování v kinantropologii*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Gammon, S., & Robinson, T. (1999). The development and design of the sport tourism curriculum with particular reference to the BA (Hons) sport tourism degree at the University of Luton. *Journal of sport tourism*, 5(2), 13-26. doi: 10.1080/10295399908718654
- Getz, D. (1991). *Festivals, special events, and tourism*. Van Nostrand Reinhold. Retrieved from <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19911888249>
- Getz, D. (2007). *Event Studies. Theory, research and policy for planned events*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann
- Gibson, H. J., Attle, S. P., & Yiannakis, A. (1998). Segmenting the active sport tourist market: A life-span perspective. *Journal of vacation marketing*, 4(1), 52-64. doi: 10.1177/135676679800400105
- Hesková, M. (1999). *Základní problémy cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola ekonomická.
- Hinch, T., & Higham, J. E. S. (2004). *Sport Tourism Development*. Channel View Publications. Retrieved from [https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=QMugDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=Hinch,+T.,+%26+Higham,+J.+E.+S.+\(2004\).+Sport+Tourism+Development.+Channel+View+Publications.&ots=UVSVjQG5m7&sig=baCbiADAJ6FTgx\\_RpNuLJLDvNV8&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Hinch%2C%20T.%2C%20%26%20Higham%2C%20J.%20E.%20S.%20\(2004\).%20Sport%20Tourism%20Development.%20Channel%20View%20Publications.&f=false](https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=QMugDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=Hinch,+T.,+%26+Higham,+J.+E.+S.+(2004).+Sport+Tourism+Development.+Channel+View+Publications.&ots=UVSVjQG5m7&sig=baCbiADAJ6FTgx_RpNuLJLDvNV8&redir_esc=y#v=onepage&q=Hinch%2C%20T.%2C%20%26%20Higham%2C%20J.%20E.%20S.%20(2004).%20Sport%20Tourism%20Development.%20Channel%20View%20Publications.&f=false)
- Horák, F., & Krčma, K. (1939). *Přehledný vývoj tělesné výchovy*. Praha: Česká grafická unie.
- Chmelík, F. (2014). *Manuál pro publikování v kinantropologii podle normy APA*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Keller, P. (2001) Sport and tourism: Introductory report. Paper presented at the World Conference on Sport and Tourism, Barcelona, 22–23 February.

- Kotíková, H., & Schwartzhoffová, E. (2008). Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Retrieved from [http://lenka.tomanova.eu/download/event-marketing/Event\\_marketing\\_01.pdf](http://lenka.tomanova.eu/download/event-marketing/Event_marketing_01.pdf)
- Kotíková, H., & Schwartzhoffová, E. (2008). *Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu*. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Dostupné online z: [http://www.mmr.cz/getmedia/5730ec1b-6510-4d64-ad81-86f39f23813a/GetFile5\\_4.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/5730ec1b-6510-4d64-ad81-86f39f23813a/GetFile5_4.pdf)
- Kotíková, H., & Schwartzhoffová, E. (2017). *Cestovní ruch* (1. vydání). Univerzita Palackého v Olomouci, 7.
- Kurtzman, J. & Zauhar, J. (1997). A Wave in Time-The Sports Tourism Phenomena. *Journal of Sports Tourism*, 4(2): 10-17. doi: 10.1080/10295399708718624
- Nogawa, H., Yamaguchi, Y., & Hagi, Y. (1996). An empirical research study on Japanese sport tourism in sport-for-all events: Case studies of a single-night event and a multiple-night event. *Journal of travel research*, 35(2), 46-54. doi: 10.1177/004728759603500208
- Page, S. (2009). *Tourism Management: managing for change* (3rd ed). Oxford: Butterworth-Heinemann Retrieved from [https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=ddGi6l1n0mUC&oi=fnd&pg=PR1&dq=Page,+S.+\(2009\).+Tourism+Management:+managing+for+change+\(3rd+ed\).+Oxford:+Butterworth-Heinemann&ots=KZaqt8\\_QaL&sig=H\\_yAPgUA5wZOF16xkjlKkZ1rl70&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=ddGi6l1n0mUC&oi=fnd&pg=PR1&dq=Page,+S.+(2009).+Tourism+Management:+managing+for+change+(3rd+ed).+Oxford:+Butterworth-Heinemann&ots=KZaqt8_QaL&sig=H_yAPgUA5wZOF16xkjlKkZ1rl70&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Ritchie, B. J. R. (1984). Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and research issues. *Journal of travel research*, 23(1), 2-11. doi: 10.1177/004728758402300101
- Sekot, A. (2003). *Sport a společnost*. Brno: Paido.
- Schwartzhoffová, E. (2010). Sportovní turismus. *Univerzita Palackého v Olomouci*, 33(2), 97-106. Retrieved from <https://telesnakultura.upol.cz/pdfs/tek/2010/02/06.pdf>
- Standeven, J. & De Knop, P. (1999) *Sport Tourism*. Champaign, IL: HumanKinetics.
- Sysel, J. (2010). *Cestovní kancelář, cestovní agentura a informační středisko v cestovním ruchu*. Praha: Katedra cestovního ruchu.
- Turco, D.M., Riley, R.W. & Swart, K. (2002), *Sport tourism*. Warrington: *Fitness Information Technology, Inc.*
- Turco, D. M. (2008). An analysis of sport event tourism research: trends, issues and future directions. *Journal of tourism Challenges and trends*, 1(2), 61-76.
- Turco, D. M. (2012). Sport Event Tourism research: Where do we go from here?. *Journal of tourism challenges and trends*, 5(1), 57-65.
- Votík J. & Zalabák J. (2011). *Fotbalový trenér*. Praha: Grada
- Weed, M.E. & Bull, C.J. (2004) *Sports Tourism: Participants, Policy nad Providers*. Oxford: Elsevier. Retrieved from [https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=xyxYxoY-Va8C&oi=fnd&pg=PR1&dq=Weed,+M.E.+%26+Bull,+C.J.+\(2004\)+Sports+Tourism:+P+articipants,+Policy+nad+Providers.+Oxford:+Elsevier.&ots=96Pnc0WVqk&sig=wQ9c\\_6Yi7Ziv4UFQJyqKOC7iG\\_q&redir\\_esc=y#v=onepage&q&doi&f=false](https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=xyxYxoY-Va8C&oi=fnd&pg=PR1&dq=Weed,+M.E.+%26+Bull,+C.J.+(2004)+Sports+Tourism:+P+articipants,+Policy+nad+Providers.+Oxford:+Elsevier.&ots=96Pnc0WVqk&sig=wQ9c_6Yi7Ziv4UFQJyqKOC7iG_q&redir_esc=y#v=onepage&q&doi&f=false)

## Internetové zdroje

FIFA World Cup (2013). *Competition records (PDF)*. Fédération Internationale de Football Association. p. 2. Retrieved 30.1.2013. from World Wide Web: [www.FIFA.com](http://www.FIFA.com)

Ministerstvo pro místní rozvoj. Event marketing v cestovním ruchu. [online] [cit. 2020-03-10] str. 3-4 Dostupné z: [http://www.mmr.cz/getmedia/e2731ce4-9fb6-4c5c-8a17-32c83bc8bfee/GetFile8\\_4.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/e2731ce4-9fb6-4c5c-8a17-32c83bc8bfee/GetFile8_4.pdf)

Ministerstvo pro místní rozvoj. Podnikové řízení v oblasti cestovního ruchu – doprovodné materiály - Event marketing. [online] [cit. 2020-03-10] Str. 5. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/58c98a7f-18f5-48b4-9a7d-d82513d70e97/GetFile34.pdf>

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. (1992). *Evropská charta sportu*. Retrieved 10.03.2020 from World Wide Web: <http://www.msmt.cz/sport/evropska-charta-sportu>.

Retrieved 10.03.2020 from World Wide Web:  
<https://www.transfermarkt.com/statistik/transferrekorde>

Retrieved 12.03.2020 from World Wide Web: <https://www.czechsporttravel.cz/zajezdy-na-fotbal.html>

Retrieved 12.03.2020 from World Wide Web: <https://www.facebook.com/CzechSportTravel>

Retrieved 12.03.2020 from World Wide Web:  
[https://www.instagram.com/zajezdy\\_za\\_sportem.cz/](https://www.instagram.com/zajezdy_za_sportem.cz/)

Retrieved 12.03.2020 from World Wide Web: <https://www.sportsen.cz/>

Retrieved 12.03.2020 from World Wide Web: <https://www.facebook.com/SportSEN.cz>

Retrieved 12.03.2020 from World Wide Web: <https://www.instagram.com/sport.sen/>

Retrieved 12.03.2020 from World Wide Web: <https://www.fotbaltour.cz/>

Retrieved 12.03.2020 from World Wide Web: <https://www.facebook.com/FotbalTour.cz>

Retrieved 12.03.2020 from World Wide Web: <https://www.instagram.com/fotbaltourcz/>

Retrieved 13.03.2020 from World Wide Web: <https://fotbalovysen.cz/>

Retrieved 13.03.2020 from World Wide Web:  
<https://www.facebook.com/Futbalovysen.sk/?fref=ts>

Retrieved 13.03.2020 from World Wide Web: <https://www.instagram.com/futbalovysen/>

Retrieved 13.03.2020 from World Wide Web: <https://smartgo.cz/>

Retrieved 13.03.2020 from World Wide Web: <https://www.facebook.com/smartgo.cz>

Retrieved 13.03.2020 from World Wide Web: <https://www.instagram.com/smartgocz/>

Retrieved 15.03.2020 from World Wide Web: <https://www.zasportem.cz/>

Retrieved 15.03.2020 from World Wide Web: <https://www.facebook.com/letenkylevneonline/>

Retrieved 15.03.2020 from World Wide Web: [https://www.instagram.com/za\\_sportem/](https://www.instagram.com/za_sportem/)

Retrieved 15.03.2020 from World Wide Web: <http://www.azair.cz/>

Retrieved 15.03.2020 from World Wide Web:

[https://www.booking.com/index.cs.html?label=gen173nr-1BCAEoggI46AdIM1gEaDqIAQGYAQW4ARfIAQzYAQH0AQGIAgGoAgO4At3OoIMGwAIB0gIkNmNiNDUzZTEtMDIwYi00MGI1LWFhNTctOWE2YzU3YjViZjNj2AIF4AIB;sid=e318642bb90ff73013fd8011b1df1291;keep\\_landing=1&sb\\_price\\_type=total&](https://www.booking.com/index.cs.html?label=gen173nr-1BCAEoggI46AdIM1gEaDqIAQGYAQW4ARfIAQzYAQH0AQGIAgGoAgO4At3OoIMGwAIB0gIkNmNiNDUzZTEtMDIwYi00MGI1LWFhNTctOWE2YzU3YjViZjNj2AIF4AIB;sid=e318642bb90ff73013fd8011b1df1291;keep_landing=1&sb_price_type=total&)

Retrieved 15.03.2020 from World Wide Web: <https://tours.chelseafc.com/home.htm>

Retrieved 18.04.2020 from World Wide Web: [www.FIFA.com](http://www.FIFA.com)

Retrieved 18.04.2020 from World Wide Web: <http://www.european-football-statistics.co.uk/attn.htm>

Retrieved 18.04.2020 from World Wide Web: <http://www.european-football-statistics.co.uk/attn.htm>

Retrieved 18.04.2020 from World Wide Web: <http://www.european-football-statistics.co.uk/attn.htm>

Retrieved 18.04.2020 from World Wide Web: <http://www.european-football-statistics.co.uk/attn.htm>

Retrieved 18.04.2020 from World Wide Web:

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD\\_Evropy\\_ve\\_fotbale\\_2016](https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD_Evropy_ve_fotbale_2016),

Retrieved 18.04.2020 from World Wide Web:

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD\\_Evropy\\_ve\\_fotbale\\_2012](https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD_Evropy_ve_fotbale_2012),

Retrieved 18.04.2020 from World Wide Web:

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD\\_Evropy\\_ve\\_fotbale\\_2008](https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD_Evropy_ve_fotbale_2008),

Retrieved 18.04.2020 from World Wide Web:

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD\\_Evropy\\_ve\\_fotbale\\_2004](https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD_Evropy_ve_fotbale_2004)

Wikipedia. *Premier league* [online] 13.11.2020 [cit. 2021-04-18] Dostupné z:

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Premier\\_League](https://cs.wikipedia.org/wiki/Premier_League)

Wikipedia. *FIFA World Cup* [online] 15.04.2021 [cit. 2021-04-18] Dostupné z:

[https://en.wikipedia.org/wiki/FIFA\\_World\\_Cup](https://en.wikipedia.org/wiki/FIFA_World_Cup)

Wikipedia. *Mistroství světa ve fotbale* [online] 03.01.2021 [cit. 2021-04-18] Dostupné z:

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD\\_sv%C4%9Bta\\_ve\\_fotbale](https://cs.wikipedia.org/wiki/Mistrovstv%C3%AD_sv%C4%9Bta_ve_fotbale)

Wikipedia. *UEFA European Championship* [online] 04.04.2021 [cit. 2021-04-18] Dostupné z:

[https://en.wikipedia.org/wiki/UEFA\\_European\\_Championship](https://en.wikipedia.org/wiki/UEFA_European_Championship)

Wikipedia. *Evropská liga UEFA* [online] 15.04.2021 [cit. 2021-04-18] Dostupné z:

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Evropsk%C3%A1\\_liga\\_UEFA](https://cs.wikipedia.org/wiki/Evropsk%C3%A1_liga_UEFA)

Wikipedia. *Liga mistrů UEFA* [online] 15.04.2021 [cit. 2021-04-18] Dostupné z:

[https://cs.wikipedia.org/wiki/Liga\\_mistr%C5%AF\\_UEFA](https://cs.wikipedia.org/wiki/Liga_mistr%C5%AF_UEFA)

Wikipedia. *Německá fotbalová Bundesliga* [online] 05.03.2021 [cit. 2021-04-18] Dostupné z:  
[https://cs.wikipedia.org/wiki/N%C4%9Bmeck%C3%A1\\_fotbalov%C3%A1\\_Bundesliga](https://cs.wikipedia.org/wiki/N%C4%9Bmeck%C3%A1_fotbalov%C3%A1_Bundesliga)

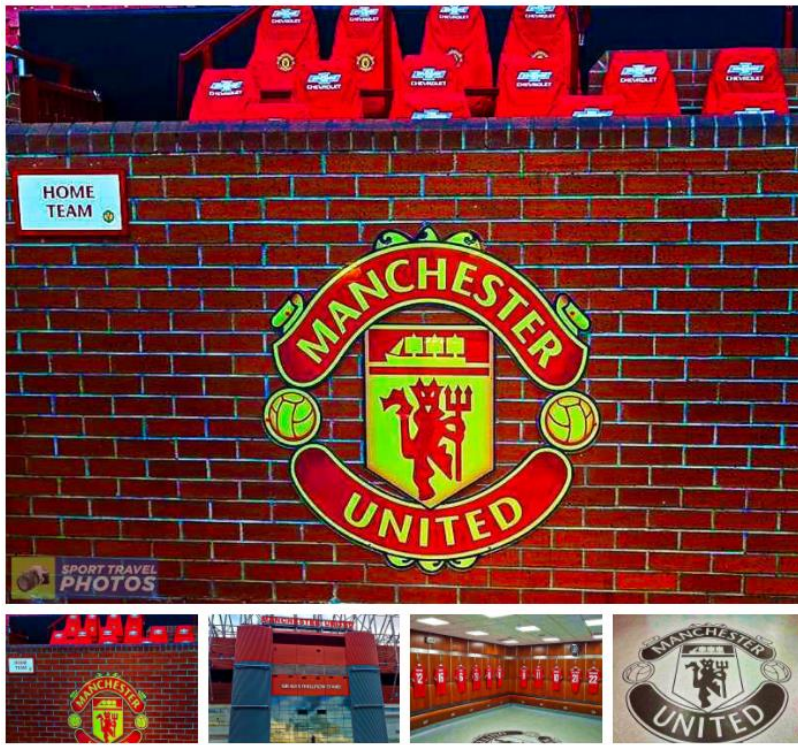
Wikipedia. *Premier league* [online] 17.04.2021 [cit. 2021-04-18] Dostupné z:  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Premier\\_League](https://en.wikipedia.org/wiki/Premier_League)



## 10. Přílohy

Příloha č. 1: Nabídka fotbalového zájezdu do Anglie cestovní kanceláře Czechsporttravel

Zájezd na Manchester United - Liverpool



Termín: 30.04. - 03.05. 2021  
Datum zápasu: 01.05.2021\* od 00:00  
Místo: Manchester  
Stadion: Old Trafford  
Vstupenky: Manchester United - Liverpool - VIP The Academy  
Odlet Praha 30.04.2021 21:35  
Odlet Manchester: 03.05.2021 09:45  
\* Datum a čas zápasu zatím nejsou potvrzeny.

Cena zájezdu:  
**23 190 Kč**

Na dotaz

### Cena zahrnuje

- ✓ 1 x letecká doprava Praha - Manchester
- ✓ 1 x letecká doprava Manchester - Praha
- ✓ 3 x ubytování (hotel\*\*\*, dvoulůžkový pokoj)
- ✓ 3 x snídaně
- ✓ 1 x vstupenka
- ✓ 1 x cestovní pojištění
- ✓ 1 x infobalíček
- ✓ 1 x mapa
- ✓ infoservis
- ✓ cena zájezdu vychází z plně obsazeného dvoulůžkového pokoje



## Příloha č.2: Nabídka fotbalového zájezdu do Anglie cestovní kanceláře Fotbaltour



Nezávazná rezervace



Zoltán Egry

[WhatsApp](#)

+421 948 266 997

[zoltan.egry@fotbaltour.sk](mailto:zoltan.egry@fotbaltour.sk)



### \*INFORMATIVNÍ NABÍDKA\*

Pro velký zájem zveřejňujeme plánovanou nabídku fotbalových zájezdů. Vyplňte nezávaznou rezervaci a v případě uvolnění omezení vás budeme kontaktovat mezi prvními.

Letecký zájezd na **Manchester United - Liverpool** v ceně od 12 990 Kč / osoba obsahuje:

- **LETENKY**
  - možnosti odletu: Praha, Bratislava, Vídeň
  - \*letištní transfery rádi zabezpečíme na vyžádání*
- **UBYTOVÁNÍ**
  - v ověřeném 3\* hotelu s výhodnou polohou
  - \*vyšší standard rádi zabezpečíme na vyžádání*
- **VSTUPENKU**
  - základní kategorie, vyšší kategorie na vyžádání
  - doporučujeme doobjednat i vstupenku na prohlídku stadiónů a další místní atrakce
- **DELEGÁTA**
  - na skupinových zájezdech v Manchesteru asistují našim klientům zkušení delegáti
- **DAROVOU POUKÁZKU**
  - darujte zájezd jako originální zážitek – rádi připravíme dárkovou poukázku na míru

Samostatné vstupenky +

FAQ +

Upravit zájezd na míru +

Proč cestovat s námi +

### Příloha č.3: Nabídka fotbalového zájezdu do Německa cestovní kanceláře Fotbaltour

FAN shop Blog Zájezdy Vstupenky Reference Kontakt

Dárkové poukázky Rezervace: NONSTOP +420 776 880 409 info@fotbaltour.cz

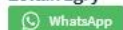


**Cena zájezdu zahrnuje:**  
Obousměrnou letenku, ubytování, vstupenku na zápas, služby delegáta, dárkovou poukázku

**Nezávazná rezervace**



Zoltán Egry



+421 948 266 997

zoltan.egry@fotbaltour.sk



#### \*INFORMATIVNÍ NABÍDKA\*

Pro velký zájem zveřejňujeme plánovanou nabídku fotbalových zájezdů. Vyplňte nezávaznou rezervaci a v případě uvolnění omezení vás budeme kontaktovat mezi prvními.

Letecký zájezd na **B. Mnichov – Leverkusen** v ceně od 7 690 Kč / osoba obsahuje:

- **LETENKY**
  - možnosti odletu: Praha, Vídeň
  - \*letištní transfery rádi zabezpečíme na vyžádání*
- **UBYTOVÁNÍ**
  - v ověřeném 3\* hotelu s výhodnou polohou
  - \*vyšší standard rádi zabezpečíme na vyžádání*
- **VSTUPENKU**
  - základní kategorie, vyšší kategorie na vyžádání
  - doporučujeme doobjednat i vstupenku na prohlídku stadiónů a další místní atrakce
- **DELEGÁTA**
  - na skupinových zájezdech v Mnichově asistují našim klientům zkušení delegáti
- **DAROVOU POUKÁZKU**
  - darujte zájezd jako originální zážitek – rádi připravíme dárkovou poukázku na míru

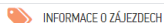
Samostatné vstupenky +

FAQ +

Upravit zájezd na míru +

Proč cestovat s námi +

## Příloha č.4: Nabídka služeb cestovní kanceláře Futbolovysen



INFORMACE O ZÁJEZDECH

### VÝBĚRTE SI Z TŘÍ BALÍKŮ:

- o SMART balík:
  - letenka
  - ubytování bez snídaně
  - vstupenka základní kategorie
- o PREMIUM balík:
  - SMART balík +
  - 3\* hotel se snídaní
  - letiskové transfery
  - služby delegáta
  - cestovní pojištění včetně storna zájezdu
- o EXCLUSIVE balík:
  - PREMIUM balík +
  - 4\* hotel se snídaní
  - letiskové transfery taxikem
  - prohlídka města s průvodcem
  - prohlídka stadionu

Typy balíků a zahrnuté služby jsou definovány a vysvětleny i v popisu zájezdu. Ve vámi vybraném zájezdu vyplíte nezávaznou objednávku a dostanete cenovou nabídku na základě aktuálních cen letenek a vstupenek. Po zaslání údajů obdržíte smlouvu o zájezdu a pokyny ke platbě. Zájezd se hraří platbou na účet.

### ORIENTAČNÍ PROGRAM ZÁJEZDU PREMIUM BALÍK

- o ODLET Z ČECH
  - přílet do destinace
  - přesun do centra / na hotel
  - uvítání delegátem na hotelu / doprovod na hotel
  - prohlídka města / volný program
- o DEN ZÁPASU
  - snídaně
  - prohlídka města
  - zápas
  - prohlídka města / volný program
- o PŘÍLET DO ČESKA
  - snídaně
  - prohlídka města / volný program
  - přesun na letiště
  - odlet

Program je orientačního charakteru a závisí na destinaci, dostupnosti letů a termínu zápasu. Všechny podrobnosti najdete přímo v popisech zájezdů na našich stránkách a v zasláné cenové nabídce. Program umíme upravit podle vašich představ, případně doobjednat vstupenky na vámi vyžádané kulturní akce.

### PŘEŽIJTE S NÁMI 5 \* ZÁŽITKY

Naším cílem od prvotní komunikace je, abyste měli **jedinečný zážitek a splněný fotbalový sen**. Jsme tu pro vás a pomáháme vám **plnit vaše fotbalové zážitky**.

#### PROČ S NÁMI?

- 100% garance vstupenek a možnost výběru více kategorií
- Slovenská a česká delegáti
- Ověření dodavatelé vstupenek
- Kvalitní hotely
- Vystavení letenek / check in v ceně zájezdu
- Super pokyny pro každého klienta v ceně zájezdu i samotných vstupenek
- Služby na míru dle vašich požadavků
- 3 druhy balíků při leteckých zájezdech
- Přehledná komunikace a přímé jednání
- Nadstandardní péče
- Plníme sny
- Non stop telefonická linka
- Dlouholeté zkušenosti podložené referencemi

## Příloha č.5: Nabídka fotbalového zájezdu do Anglie cestovní kanceláře SMartGO

The screenshot displays the SMartGO website interface. At the top left is the logo 'SMartGO Sport & Music Travel Agency'. Navigation links include 'Nabídka', 'O nás', 'Pojistění', and 'Kontakt'. Below these are icons for 'SPORT' and 'MUSIC'. On the left side, a menu lists 'Zájezdy na Sport' with sub-items: 'Zájezdy na Fotbal', 'Zájezdy na Hokej', 'Zájezdy na Tenis', 'Zájezdy na Formule 1', and 'Ostatní zájezdy (NBA apod.)'. Below this is 'Vstupenky na Sport' and 'Zájezdy na Koncerty' with 'Vstupenky na Koncerty'.

The main content area features a large image of Manchester United players celebrating on the field. To the right, the text reads: 'Manchester United vs Liverpool zájezd na Premier League' with a price of '17 999 Kč'. A description follows: 'Na Old Trafford zavítá mistrovský Liverpool FC. Využijte naši nabídky a vydejte se s námi do Manchesteru zažít atmosféru anglické Premier League na legendárním stadionu.' Below this, a section titled 'Zájezd na fotbalový zápas Manchester United vs Liverpool obsahuje:' lists the package details: 'leteckou dopravu tam a zpět', 'ubytování v hotelu\*\*\* (dvoulůžkový pokoj), 3 noci', 'snídaně', 'vstupenku na utkání', 'cestovní pojištění', and 'informační servis (tištěné podklady přímo pro váš zájezd)'. A yellow 'MÁM ZÁJEM' button is present, followed by the category text: 'Kategorie: Zájezdy na Sport, Zájezdy na Fotbal, Premier League, Manchester United FC'. At the bottom right, a 'Kontaktujte nás' button is visible.

## Příloha č.6: Nabídka fotbalového zájezdu cestovní kanceláře na zápas Chelsea – Arsenal (levnější verze)

**FOTBALTOUR.CZ** Z LÁSKY K FOTBALU [FAN shop](#) [Blog](#) [Zájezdy](#) [Vstupenky](#) [Reference](#) [Kontakt](#) [Dárkové poukázky](#) Rezervace: NONSTOP +420 776 880 498 info@fotbaltour.cz

### Chelsea – Arsenal (letecky)



#### Mapa stadionu



Stadion: Stamford Bridge,  
Londýn  
Datum zájezdu: 12.5.2021 - 13.5.2021  
Datum zápasu: 12.5.2021

od **12390 Kč**

**Cena zájezdu zahrnuje:**  
Obousměrnou letenku, ubytování, vstupenku na zápas,  
služby delegáta, dárkovou poukázku

**Nezávazná rezervace**



**Zoltán Egry**

WhatsApp

+421 948 266 997

zoltan.egry@fotbaltour.sk





## Příloha č.7: Nabídka fotbalového zájezdu cestovní kanceláře na zápas Chelsea – Arsenal (dražší verze)

CzechSportTravel > Fotbal > Anglie > Chelsea > Chelsea - Arsenal

### Zájezd na Chelsea - Arsenal



#### Informace o zájezdu

Termín:	11.05. - 14.05. 2021
Datum zápasu:	12.05.2021* od 00:00
Místo:	Londýn, Velká Británie
Stadion:	Stamford Bridge
Vstupenky:	Chelsea - Arsenal - VIP Blues Dining
Odlet Praha:	11.05.2021 07:10
Odlet Londýn:	14.05.2021 19:35

\* Datum a čas zápasu zatím nejsou potvrzeny.

Cena zájezdu:  
**25 090 Kč**

Na dotaz

#### Cena zahrnuje

- ✓ 1 x letecká doprava Praha - Londýn
- ✓ 1 x letecká doprava Londýn - Praha
- ✓ 3 x ubytování (hotel\*\*\*, dvoulůžkový pokoj)
- ✓ 3 x snídaně
- ✓ 1 x vstupenka
- ✓ 1 x cestovní pojištění
- ✓ 1 x infobalíček
- ✓ 1 x mapka
- ✓ infoservis
- ✓ cena zájezdu vychází z plně obsazeného dvoulůžkového pokoje