

Univerzita Palackého v Olomouci
Fakulta tělesné kultury

Fed Cup jako příklad eventu v rámci sportovního cestovního ruchu

Diplomová práce

(bakalářská)

Autor: Jan Gregor, Rekreologie
Vedoucí práce: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.
Olomouc 201

Bibliografické údaje

Jméno a příjmení autora: Jan Gregor

Název závěrečné práce: Fed Cup jako příklad eventu v rámci sportovního cestovního ruchu

Pracoviště: Katedra Rekreologie

Vedoucí: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

Rok obhajoby bakalářské práce: 2018

Abstrakt: Bakalářská práce je zaměřena na zjišťování motivace fanoušků na účasti sportovního eventu Fed Cup. Cílem práce bylo zjistit a popsat, čím jsou fanoušci motivováni k účasti na utkání tohoto významného tenisového eventu. Pro výzkum byl použit dotazník, který byl rozdán při utkání Česko vs. Švýcarsko, které probíhalo v Praze v únoru v roce 2018. Šetření se účastnilo 87 fanoušků. Bylo zjištěno, že fanoušci přicházejí podpořit svůj národní tým hlavně proto, aby zde našli v kolektivu stejně naladěných příznivců rozptýlení, zábavu a uvolnění. Nepřicházejí sami, ale rádi se obklopují rodinnými příslušníky a přáteli. O jejich účasti nerozhoduje zastoupení Petry Kvitové a Karolíny Plíškové v nominaci. Fanoušci jsou na svůj tým hrdí a povzbuzují jej za všech okolností. Pro všechny dotazované je účast na Fed Cupu nezapomenutelným zážitkem.

Klíčová slova: cestovní sportovní ruch, sport, event, Fed Cup, motivace

Souhlasím s půjčováním závěrečné písemné práce s rámci knihovních služeb,

BIBLIOGRAPHICAL IDENTIFICATION

Author's first name and surname: Jan Gregor

Title of the bachelor thesis: Fed cup as example of event in context of sport tourism

Department: Department Recreology

Supervisor: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

The year of presentation: 2018

Abstract: In this bachelor's thesis I have focused myself on research of the motivation of supporters to attend czech Fed Cup team matches. Goal of the thesis was to find out what is the main motivation for czech supporters to visit the match and support czech national team. Teoretical part describes these terms: tourism, sport tourism, active sport touris, motivation,event, sports event, sport, tennis and Fed Cup. For the research I have used questionnaire adopted from Petra dimploma thesis, which was distributed to supporters on Czech vs. Switzerland Fed Cup tie in Prague, February2018. 87 respondents took place in the research. Results are shown in the formo f tables and graphs. Core findings from the research are: Most of the supporters keep coming to the matches because they are searching for entertainment. In group with other supporters they have good fun and are able to relax. They feel great surrounded by their friends and families. Other finding is that i tis not important for the supporters i tis not important if Petra Kvitova or Karolina Pliskova are in team nomination. Supporters are proud of the czech team even in the times is not succesfull. For all the supporters, attendance on the Fed Cup ties is unforgettable memory.

Key words: sport tourism, active sport touris, motivation, event, sports event, tennis and Fed Cup.

I agree the thesis paper to be lent within the library service.

Prohlašuji, že jsem závěrečnou písemnou práci zpracoval samostatně pod vedením Ing. Haliny Kotíkové, Ph.D. a uvedl jsem veškeré použité literární a odborné zdroje a řídil se zásadami vědecké etiky.

V Olomouci dne

Děkuji vedoucí práce Ing. Halině Kotíkové, Ph.D.za trpělivost a veškeré cenné rady, které mi poskytla při zpracovávání mé bakalářské práce. Poděkovat chci také mé rodině a přátelům, kteří mi byli oporou po celou dobu studia.

Obsah

1 ÚVOD.....	7
2 PŘEHLED POZNATKŮ	8
2.1 Cestovní ruch.....	8
2.2 Cestovní ruch ve sportu	10
2.2.1 Aktivní sportovní turismus	12
2.3 Motivace	13
2.4 Event	14
2.5 Sportovní akce (eventy)	16
2.6 Sport.....	17
2.7 Tenis.....	19
2.7.1 Historie tenisu.....	19
2.8 Fed Cup.....	21
2.8.1 Historie Fed Cupu	21
2.8.2 Formát Fed Cupu	23
2.8.3 Organizace Fed Cupu	24
3 CÍL	27
4 METODIKA	28
5 VÝSLEDKY	29
5.1 Výsledky anketního šetření	29
5.2 Výsledky písemného dotazníku – II. část	35
6 DISKUZE.....	40
7 ZÁVĚR	44
8 SOURHN.....	45
8 SUMMARY	46
9 REFEREČNÍ SEZNAM.....	47
10 PŘÍLOHY	50
10.1 Dotazník	50

1 ÚVOD

Velmi zajímavou součástí cestovního ruchu jsou sportovní eventy. Patří mezi ně hokejové a fotbalové zápasy, basketbalová a volejbalová utkání a mnoho dalších sportovních akcí. Neodmyslitelnou součástí jsou tenisové turnaje. Každá sportovní událost láká množství příznivců svou neobyčejnou atmosférou. Lidé se těší, že shlédnou napínavé utkání s velkou dávkou emocí. Někteří fanoušci přicházejí povzbudit své oblíbené sportovce, někteří chtějí prožít vzrušenou atmosféru a jiní se těší, že si jen tak odpočinou od svých běžných povinností. Každý z fanoušků je různě motivován, ale všechny spojuje láska k tomu určitému druhu sportu, kterému fandí.

V této práci se budu zabývat motivací fanoušků na účasti sportovního eventy Fed Cup. Je to největší mezinárodní týmová soutěž v ženském světovém sportu hraná v podobě světového poháru v tenise, jejíž premiérový ročník se uskutečnil v roce 1963.

Pro sběr údajů jsem zpracoval dotazník, který má zjistit motivaci fanoušků na utkání Fed Cupu a zároveň ji porovnat s motivací fanoušků na Davis Cupu, který zpracovala ve své diplomové práci Petra Kusnierzová.

2 PŘEHLED POZNATKŮ

Obsahem této kapitoly je seznámení s teoretickými východisky, které souvisejí s tématem práce. Jedná se o následující pojmy:

Cestovní ruch, sportovní cestovní ruch, event, tenis, Fed Cup, motivace a účastníci na sportovním cestovním ruchu.

2.1 Cestovní ruch

V dnešní době je cestovní ruch důležitou součástí životního stylu a potřeb lidí. Hraje také čím dál větší roli v oblasti české ekonomiky. Je mnohostranným odvětvím národního hospodářství, které dává naší společnosti významnou přidanou hodnotu. Přínosy v ekonomické oblasti se ukazují zejména v makroekonomických a peněžních vztazích (Rýglová, 2009).

Podle (Vitákové, 2001) je cestovní ruch mnohostranným odvětvím, které zahrnuje hlavně turistická zařízení poskytující ubytování, dopravu, stravování a služby cestovních kancelářů. Podle údajů Světové organizace cestovního ruchu (WTO) a Světové rady pro cestování a cestovní ruch (WTTC) je cestovní ruch největším zaměstnavatelem na světě.

„Pro vymezení pojmu, cestovní ruch‘ (turismus, angl. tourism), odvětví cestovního ruchu, existuje řada definic. Za jednu z nejvýstižnějších definic lze považovat definici (WTO), která charakterizuje cestovní ruch jako činnost lidí spočívající v cestování a pobytu v místech mimo místa jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely“ (Vitáková, 2001, 15).

Například F.W. OGILVE a podle (Rýglové, 2009) chápe cestovní ruch jako: „ekonomický jev spojený se spotřebou hmotných a nehmotných statků, hrazených z prostředků získaných v místě trvalého bydliště“ (Rýglová, 2009, 8,9).

Cestovní ruch můžeme chápat jako průmysl zahrnující všechny služby související s cestováním a turistikou.

Průmysl cestovního ruchu je souborem otevřených podnikatelských záměrů a hmotných podmínek cestovního ruchu. Můžeme to chápat jako souhrn ubytovacích a stravovacích služeb a doprovodných služeb.

Ubytovací sektor: poskytovatelé ubytovacích zařízení, od hotelů až po samotné soukromé penziony.

Turistické atrakce: sportovní centra, arboreta, muzea, parky, naučné stezky, přírodní zajímavosti, hrady, zámky apod.

Doprava: letecká, lodní, automobilová, železniční, půjčovny a zprostředkovatelé půjčování vozidel.

Zprostředkovatelé cestovního ruchu: cestovní kanceláře, agentury, organizátoři konferencí, rezervační systémy a další.

Hesková (2011) a Malá (2009) dospěly k názoru že:

Doposud byl cestovní ruch vymezován v obecné rovině jeho pojetí. Ve skutečnosti však nabývá zcela konkrétní podoby, která je výrazem jeho obsahové i jevové stránky. Z tohoto hlediska se v odborné literatuře setkáváme s nejrůznějšími členěními cestovního ruchu (17).

Typy cestovního ruchu dle převažující motivace účasti na cestovním ruchu

1. Rekreační cestovní ruch, který zahrnuje nejširší účast obyvatelstva na cestovním ruchu. Je obvykle umístěn ve vhodném rekreačním prostředí, jehož pozitivní účinky jsou využity v zájmu reprodukce fyzických a duševních sil člověka. Rekreační cestovní ruch není pouze aktivní odpočinek, ale je spojen s aktivním pohybem v přírodě a uplatňuje se tam celá řada sportovních aktivit, her, zájmů a koníčků.

2. Kulturně poznávací cestovní ruch se specializuje na vnímání a poznávání historie, kultury, tradic a zvyků vlastního i jiných národů. Dosahuje významně výchovně vzdělávací funkce a přispívá k rozmachu kulturně společenského rozhledu obyvatelstva. Sem zahrnujeme hlavně návštěvu: kulturně historických památek (hradů, zámků, staveb lidové architektury a dalších kulturně historických objektů) a kulturních zařízení (muzea, galerie, knihovny a další).

3. Cestovní ruch s náboženskou orientací můžeme chápat jako náboženský cestovní ruch nebo poutní turistiku, kde prvotním cílem je návštěva posvátných míst, návštěva církevních památek a religiózních slavností a událostí.

4. Cestovní ruch se vzdělávacími motivy zahrnuje účast na cestovním ruchu, jejímž hlavním cílem je cestování s motivem dalšího vzdělání – něco se nového naučit či poznat. Tomu je pak zřetelně přizpůsoben itinerář cesty a pobytu (např. zájezdy s výukou jazyků, různých sportovních disciplín, zájezdy do významných historických či archeologických a kulturních míst).

5. Cestovní ruch se společenskými motivy je zaměřen na společenské styky a komunikaci mezi lidmi a orientuje se na takové typy účasti na cestovním ruchu, jako jsou např. návštěvy přátel, příbuzných, známých, návštěvy různých společenských akcí a událostí. Do zmíněno typu je často zařazována klubová turistika. Klubový cestovní ruch tvoří účast na cestovním ruchu vědomě utvořených skupin lidí, které sjednocují stejné zájmy a koníčky (sportovní, kulturní či jiné).

6. Zdravotně orientovaný cestovní ruch se zaměřuje hlavně na zdravotní prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci i léčení následků nemocí převážně v rámci pobytu v lázních či jiných střediscích cestovního ruchu s příznivým zdravotním prostředím. Obsahuje

celou řadu zdravotně orientovaných aktivit, jimiž jsou rekondiční a zdravotně preventivně orientované pobyty za účelem posílení, udržení nebo znovuoobnovení fyzické či psychické kondice člověka. Řadíme sem například. pobyty zaměřené na různá cvičení, relaxaci a snižování nadváhy. Význam tohoto typu cestovního ruchu stále více roste v souvislosti se zvyšujícím se uvědoměním lidí v oblasti péče o vlastní zdraví.

7. Sportovně orientovaný cestovní ruch se zabývá krátkodobými či dlouhodobými pobyty se sportovními aktivitami. Je zaměřen hlavně na udržování a posilování zdraví a tělesné formy. Dle oblasti sportu uvádíme několik příkladů: horská či vysokohorská turistika, cykloturistika, vodní turistika a několik dalších oblastí. Ve sportovním cestovním ruchu je jako specifická forma zmiňována tzv. lovecká turistika, která bývá lukrativním typem cestovního ruchu a je zaměřená na pobyt spojený s lovem zvěře. V praxi je uskutečňováno také sportovní diváctví, což je pasivní účast na jakýchkoliv sportovních akcích, pokud se jedná o jejich návštěvu mimo místo bydliště diváků.

8. Cestovní ruch orientovaný na poznávání přírodního prostředí je základním prostředím široké řady typů cestovního ruchu, mezi které řadíme rekreační, lázeňský a sportovní cestovní ruch. Je orientován především na poznání přírody a života v ní. Zahrnuje především návštěvu přírodních rezervací, národních parků, chráněných krajinných oblastí, odlehlých, výjimečných nebo velkolepých přírodních oblastí, které jsou charakteristické svojí jedinečností. Většinou jsou to cesty orientované na pozorování divoké panenské přírody, její fauny a flóry.

9. Cestovní ruch s dobrodružnými motivy se vyčleňuje v jedinečný typ cestovního ruchu. Velké množství lidí v rámci účasti na cestovním ruchu hledá takové aktivity, které mají být spojeny s dobrodružstvím a otestováním vlastních fyzických i psychických sil a vlastností v boji se samotnou přírodou. Dobrodružně orientovaní turisté vyhledávají absolutně prožívané zážitky a poznání přírody a boj s ní. Jde hlavně o extrémní sporty, pronásledování divoké zvěře či sjezdy divokých řek (Malá, 2009).

2.2 Cestovní ruch ve sportu

Podle Schwartzhoffové (2009, 33) Sportovní cestovní ruch představuje jednu ze specifických forem cestování. V současnosti lze sportovní cestovní ruch považovat za sociální, ekonomický a společenský fenomén vycházející z unikátní interakce nejrůznějších sportovních a pohybových aktivit, lidí a místa.

Sportovní turismus je podle Turca (1998) cestování z neobchodních důvodů kvůli zážitkům nebo za účelem sportovních aktivit prováděných mimo domov. Vyjádření chování lidí během určitých období volného času např. dovolená, která probíhá částečně v daných atraktivních podmínkách a v rekreačních zařízeních ve venkovním prostředí.

Cestování založené na volném čase, které dočasně přijímá osoby mimo své domovské komunity k účasti na fyzických aktivitách nebo sledování fyzických aktivit.

Dočasný návštěvník s pobytem méně než 24 hodin v oblasti akce, jehož primárním účelem je účast na sportovních událostech (Spivack,1998).

O sportovním cestovním ruchu je patrné nepřehledné množství definic. Dle Knopa je sportovní turista osoba, která se účastní sportu na dovolené. Knop identifikoval tři typy sportovních dovolených.

- Je čistě sportovní dovolená jako je třeba lyžování

Využívání sportovních zařízení v prázdninové destinaci i když sport není primárním účelem cesty

- Soukromé vlastní dovolené, kde se turisté podílejí na neorganizovaných sportovních aktivitách, jako je např. volejbal na písečné pláži

V Dictionary of Sport Studies je sport tourism definován dle Malcolma (2008,247) jako: „všechny formy aktivní i pasivní účasti na sportovních aktivitách organizovaných za komerčním nebo nekomerčním účelem, které si vyžadují pobyt mimo domov nebo pracoviště“. Z dalších definic stojí za zmínku: „sportovní cestovní ruch je sociální, hospodářský a kulturní fenomén vyplývající z jedinečné interakce činností, lidí a místa“. Weed, Bull (2004, 37).

Nejkonkrétnější vymezení definice sportovního cestovního ruchu je od Heather Gibsonové (2008, 2) jako: „cestování ve volném čase, který jedinci tráví dočasně mimo oblast bydliště za účelem fyzické aktivity (sportovní aktivity), dívat se na sportovní aktivitu (event sportovního cestovního ruchu), nebo uctít návštěvou atraktivity spojené se sportovní aktivitou (nostalgický cestovní ruch)“.

Podle Schwartzhoffové 2010 dělíme jednotlivé druhy sportovního turismu na:

- vodní sporty: rafting, sjíždění řek na lodích, plavby, veslování, mořské sporty: potápění, jachtaření, kiteboarding
- pobřežní sporty: vodní lyžování, potápění, windsurfing, plavání
- vzdušné sporty: parašutismus, let na rogallu, lety horkovzdušným balónem
- letní sportovní disciplíny: golf, tenis, beachvolejbal
- zimní sportovní disciplíny: lyžování, snowboarding a bruslení (Schwartzhoffová, 2010, 100)

S mírně odlišnou klasifikací sportovního cestovního ruchu přicházejí Weed a Bull (Malcolm, 2008, 248), kteří ho rozdělují na pět kategorií, vzájemně se překrývajících, ale nevylučujících se.

1. Sportovní: sport netvoří hlavní náplň cesty, ale je pouze její vedlejší doplňkovou aktivitou.

2. Účastnický: sportovní cestovní ruch neboli tzv. „sportovní dovolená“, kdy sport je hlavní náplní cesty.

3. Tréninkový: primární účel cesty je trénink, který obsahuje sportovní soustředění či pobyty spojené s výukou nových dovedností (kurz horolezectví).

4. Sportovní eventy: hlavním účelem je účast na sportovní akci, a to buď jako aktivní účastník (sportovec), nebo pasivní účastník (divák).

5. Luxury sport tourism: tento druh sportovního cestovního ruchu označuje kvalitu poskytovaných služeb s nejvyšší úrovní.

2.2.1 Aktivní sportovní turismus

Od poloviny roku 1970 dochází k různým studiím jednotlivců, kteří se účastní sportu, když jsou na dovolené – tedy jsou označováni jako aktivní sportovní turisté. Některé studie se soustředily na jeden nebo dva konkrétní sporty, zatímco jiné studie se soustředily na sportovní účast obecně. Schreiber (1976) byl jeden z prvních, kteří vytvořili profil aktivního sportovního turistu. Ve studii sponzorované společností Sports Illustrated and Boeing definoval sportovní cestovatele jako cestující v letecké dopravě, kteří hrají golf a tenis. Výsledky ukazovaly, že sportovec je bohatší, více vzdělaný a aktivnější. De Knop (1990) zjistil, že nejpopulárnějšími sporty pro sportovce v aktivním sportovním turismu jsou: plavání, tenis, plachtění a windsurfing. Obecně mezi nejoblíbenější fyzické aktivity pro Evropany na dovolené patří chůze, jízda na kole a lyžování.

Sport of Tourism při výročí 20 let, se zaměřuje na výzkum, který přispívá teoreticky nebo metodologicky ke znalostem vztahu mezi sportem a cestovním ruchem. Nejrozšířenějším výzkumem je výzkum zaměřeným na posouzení dopadu události a využití sportovních událostí, které ukazují, jak lze sportovní turismus spojit s ostatními sektory, aby se zvýšila společenská hodnota. Strategické partnerství bylo zkoumáno také z politického hlediska, s Weed, Stephens a Bull (2011) ukazují, že „mega“ události v oblasti sportovního cestovního ruchu, jako jsou Olympijské hry, mají potenciál výrazně zlepšit strategické partnerství pro sport a cestovní ruch. Ukázalo se také, že sportovní turismus hraje důležitou úlohu při vývoji destinace, např. Lepp a Gibson (2011), který ukazuje, že světový pohár FIFA v roce 2010 zvýšil hodnotu Jihoafrické republiky a že jí lze tímto zařadit mezi moderní země.

2.3 Motivace

Základ slova motivace je z latinského *moveō, movēre*, to můžeme přeložit jako: hýbat, pohybovat či pohnout (Kábrt, Kucharský & Schams, 2016).

Plháčková (2007 s. 319) definuje motivaci jako: „souhrn všech intrapsychických dynamických sil neboli motivů, které zpravidla aktivizují a organizují chování i prožívání s cílem změnit existující neuspokojivou situaci nebo dosáhnout něčeho pozitivního.“

Drever (1952) rozumí pojmem motivace obecný fenomén, který ovlivňuje, povzbuzuje či utlumuje námi prováděnou aktivitu. Je také zahrnut v případě různých pobídek a popudů.

Jeden z odborníků v problematice psychologie motivace Heckhausen (1980, 25) uvádí: „Motivace je myšlena jako proces, který volí mezi různými možnostmi jednání na dosažení motivačně specifických cílových stavů a na cestě k tomu je udržuje v chodu.“

Mikulaščík (2007, 116) definuje motivaci takto: „Motivace je pohnutka, popud, který nás aktivizuje a naši aktivitu také usměřňuje, zaměřuje. Formou motivačních dispozic mohou být pudy, potřeby, zájmy, hodnoty, postoje, ideje, ideály.“

Psychologický slovník autorů Hartla & Hartlové (2000, 328) rozlišuje těchto pojmů několik.

- Motivace primární: „vrození biologické potřeby, které fungují jako instinkty a vyvíjejí se podmiňováním.“

- Motivace sekundární: „naučené tendence chování, jak jeho síly a směru, tak i způsobu; vycházejí z motivace primární.“

- Motivace vnější: „je vyvolaná denní a roční dobou, přítomností či nepřítomností jiných lidí a podnětů v okolí.“

- Motivace vnitřní: „přicházející z organismu, respektive jedince, jako je hlad, žízeň, hladina hormonů, ale též cíl, plán, představa, tužba a jiné.“

- Mezi klíčový pojem, který bych rád vysvětlil ve spojitosti s motivací je atribuce. Tento pojem vysvětluje tendenci člověka připisovat svým vlastním, ale i u dalších osob pozorovaným aktům chování, jejich výsledkům, úspěchům a neúspěchům určité vnější a vnitřní příčiny. Atributování silně reguluje očekávání a emoce. Sjednocuje se s motivacemi většinou v případech spojujících se k výkonu, kde se prosazují zážitky úspěchu a neúspěchu. Vnitřními atribucemi jsou způsobilost a snaha, vnějšími zase lehkost nebo obtížnost úkolu a náhoda (štěstí a smůla). Pokud chceme interpretovat svůj neúspěch vnějšími příčinami, např. tím, že někdo měl neštěstí, zeslabuje to prožitek neúspěchu. Stejně se to může chápat i naopak. Připisuje-li se vlastní kladný výsledek vlastním schopnostem, prožitek úspěchu to zvyšuje, vedle radosti tu vystupuje ještě hrdost. (Nakonečný, 1996).

2.4 Event

Akce či události, které jsou důležitou složkou cestovního ruchu. Jejich významnost podtrhuje i skutečnost, že nemusí být spojeny s dalšími prvky potenciální oblasti cestovního ruchu. Obvykle je u jejich začátku pouze dobrý a originální nápad (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008).

AIEST (Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme, 1987) charakterizuje eventy jako významné jednorázové nebo opakující se akce omezeného trvání, které mají zvýšit povědomí, atraktivitu a zisk destinace cestovního ruchu z dlouhodobého i krátkodobého hlediska. Tyto eventy zakládají svůj úspěch na jedinečnosti, prestiži a aktuálnosti s cílem vzbudit zájem a vyvolat pozornost (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008,8).

Podle Freyera (1988) jsou eventy speciální akce, které trvají určitý vymezený čas, s dopadem na cestovní ruch v destinaci.

Eventy můžeme definovat jako jedinečné, dočasné, speciálně naplánované, řízené a organizačně zabezpečené akce nebo události s dopadem na cestovní ruch. Musíme rozlišovat pojmy „eventy v cestovním ruchu“ „event tourism“ a „event marketing“. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008, 16).

Getz (2007, 432) jej definuje: „Event lze v obecném slova smyslu definovat jako dočasnou událost s podrobně naplánovaným programem. Tato událost bývá uveřejněna s dostatečným předstihem a je spjata se specifickým místem“

Pro event tourism je typické, že stěžejním stimulem na účasti na cestovním ruchu je návštěva konkrétní zvolené události.

Event marketing je možno vymezit jako marketingové aktivity, které se snaží pomocí netradičních akcí (events) upoutat pozornost potencionálních zákazníků, partnerů, veřejnosti a v neposlední řadě i médií a prostřednictvím zinscenovaných zážitků podpořit image firmy nebo jejich produktů. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008, 14).

Kotíková a Schwartzhoffová (2008, 15) uvádí podoby v Event Marketing:

- Uspořádání eventů, které umožňují propagovat určitý podnik cestovního ruchu nebo jeho produkty - např. gastronomické akce a ochutnávky, speciální zájezdy cestovních kanceláří, street show a road show, prezentace na výstavách a veletrzích.

- Uspořádání eventů, které propagují určitou destinaci cestovního ruchu – slavnosti, oslavy, festivaly, street show a road show (v tomto případě propagující celou destinaci, nikoliv konkrétní firmu či její produkt – např. na zahájení turistické sezony), prezentace na veletrzích a výstavách, fam tripy a pres tripy.

- Uspořádání eventu jako produktu cestovního ruchu, v tomto případě komunikační sdělení je spojeno přímo s daným eventem a komunikační efekt pro destinaci představuje efekt

druhotný – informace o těchto eventech přispívají ke zlepšení informovanosti o dané destinaci a k utváření její image.

- Eventy jako prostředek firemního event marketingu – firmy při pořádání eventů často využívají k zinscenování zážitků služby cestovního ruchu (zájezdy, netradiční doprovodné služby, nadstandardní gastronomické služby, často originální ubytovací služby) nebo pořádají eventy v atraktivních střediscích cestovního ruchu (hory, lázně) a tím dochází k propojení event marketingu a cestovního ruchu.

Kotíková a Schwartzhoffová (2008) spatřují pozitivní dopady eventů na destinaci takto:

- zvýšení návštěvnosti destinace se vztahuje nejen na účast na daném eventu, ale jde také o možnost vyvolat následnou návštěvnost. Mezi další pozitivní účinky eventů patří to, že se mohou konat v období mimo sezónu. Můžeme zmínit proslulý karneval v Benátkách anebo různé konference či kongresy.

- velmi úspěšné eventy nebo pravidelně se opakující úspěšné eventy mohou velmi dobře ovlivnit image destinace. Velmi důležitým faktorem jsou informace o eventech v médiích. Tím, že se zvyšuje informovanost potenciálních turistů, se zvýší zájem o návštěvu eventů a zároveň také zájem o danou destinaci, se kterou je samotný event spojován (např. rakouský Innsbruck, kde se konaly dvakrát zimní olympijské hry, tak má po celém světě image střediska zimních sportů).

- negativní dopady eventů na destinaci – ty se projevují převážně v přetěžování infrastruktury, zvýšenou tvorbou odpadu, zvýšenými nároky na bezpečnost účastníků i místních obyvatel a také problémy s vyššími cenami.

- riziko pro samotnou destinaci znamená vždy pořádání takových eventů, které usilují o oslovení jiné cílové skupiny, než je samotná cílová skupina návštěvníků destinace.

- megaeventy mají značný vliv na infrastrukturu v dané destinaci. Např. olympijské hry jsou spojeny s různými stavebními projekty, jako je výstavba olympijské vesnice, mnoha sportovišť, ubytovacích a stravovacích kapacit, výstavbou nové dopravní infrastruktury, informačních sítí. Uspořádání těchto megaeventů se uskutečňuje obvykle za podpory státu. Co se týče samotného dopadu, nikdy není možné jednoznačně určit, jestli bude pozitivní či negativní (Kotíková a Schwartzhoffová 2008).

Shrnutí podle Kotíková a Schwartzhoffová (2008, 16).

Eventy v cestovním ruchu můžeme definovat jako jedinečné, dočasné, speciálně naplánované, řízené a organizačně zabezpečené akce nebo události s dopadem na cestovní ruch.

2.5 Sportovní akce (eventy)

Pro sportovní cestovní ruch jsou klíčové tzv. sportovní akce (eventy). Sportovní akci lze definovat jako „sportovní akci a událost, přitahující zájem nejen sportovců a jejich fanoušků, ale často i médií“ (Kotíková, Schwartzhoffová, 2008, 20).

Jednou z nejdůležitějších věcí z pohledu cestovního ruchu je, že některé akce přilákají širokou veřejnost a zároveň motivují fanoušky, aby se jich zúčastnili. Sportovní akce generují různorodé skupiny turistů, jimiž jsou zejména diváci, fanoušci, samotní sportovci, sponzoři, sportovní novináři, personál z týmů, představitelé národních a mezinárodních sportovních organizací. V těch nejvíce známých případech, jakými jsou např. Olympijské hry, mistrovství světa ve fotbale nebo v hokeji jde o několik tisícovek diváků.

Sportovní akce pobízejí lidi k cestování ze dvou důvodů. Buďto z důvodu vlastní aktivní účasti anebo jen kvůli pasivnímu shlédnutí jakéhokoliv druhu sportu, sportovní akce nebo zápasu. Jedná se o široký záběr aktivit od osobního startu např. na Olympiádě nebo mistrovství světa až po zhlédnutí různých zápasů a závodů z tribuny. U nás v České republice se každoročně koná řada nejrůznějších sportovních akcí, jakými je např. každoroční konání Fed Cupu či Davis Cupu několikrát za rok. Důkazem toho je fakt, že ve stejném termínu se koná i několik akcí současně.

Sportovní akce bývají velmi pestré, nejen co se týká množství sportovních disciplín, ale i s ohledem na jejich velikost, význam, počet diváků, množství účastníků, způsob organizace a jiné faktory. Sportovní akce lze rozdělit do několika oblastí, mezi které zahrnujeme vrcholový, výkonnostní a rekreační sport.

Sportovní mega akce neobvyklé velikosti nebo významu jako např. Olympijské hry, mistrovství světa a grandslamové turnaje v tenise jsou zvláštním druhem akcí, které znamenají pro organizátory mnoho práce a organizačních dovedností, aby vše fungovalo tak, jak má. Zároveň je to velmi ekonomicky náročné. Tyto zmíněné akce mají celosvětový význam, účastní se jich mnoho sportovců i diváků, vyžadují dlouhodobou náročnou profesionální přípravu spojenou často s vybudováním potřebné infrastruktury. Přitahují mimořádný zájem médií i sponzorů. A v dané destinaci se zpravidla konají jen jednou. Toto místo je výsledkem výběru a má pro něj z hlediska dalšího rozvoje cestovního ruchu dlouhodobý význam.

Podle Schwartzhoffové máme tyto sportovní akce spojené s cestovním ruchem:

Malé sportovní akce typu soutěží na amatérské úrovni.

- Mezinárodní akce – např. mistrovství světa v klasickém lyžování v Liberci v roce 2009. Akce regionálního – domácího významu, např. finále extraligy, mistrovství republiky.
- Akce pro soutěžící.
- Akce zaměřené na sportovní veřejnost-zejména média a sponzory. Vždy za předpokladu, že všechny tyto uvedené skupiny musí mít turistický potenciál.
- Akce orientované na návštěvníky. Jedná se o akce, které přitahují zájem diváků, týkající se sportů, které mají řadu fanoušků a jsou populární, např. fotbal, hokej nebo tenis.
- Akce orientované na účastníky. Jedná se o akce, které jsou zaměřené na účastníky. Divácky nejsou příliš zajímavé. Příkladem je závod Jizerská 50 nebo pochod Praha-Prčice, které jsou otevřené i pro rekreační sportovce. - Outdoorové nebo indoorové akce, tvořící samostatnou skupinu Schwartzhoffová, (2009).

2.6 Sport

Pojem sport jsem zahrnul do své práce proto, že je velmi spojen již s tématem Fed Cup a je tedy důležité nejen se s ním seznámit a pochopit jeho obsah, ale vyjmenovat také některé definice tohoto pojmu.

Sport je fenomén, který působí v mnoha oblastech společenského i ekonomického života. Jednou z problematik, jenž sport v kontextu volného času a rekreace generuje, je i cestovní ruch. Ten je v současnosti, zejména se všeobecným rozvojem rekreační turistiky významnou součástí využívání volného času. Například Standeven a De Knop ani sport ani cestovní ruch nepopisují jako odvětví, ale jako aktivity, kterých se lidé účastní. Sport je konkrétně podle nich „zkušeností s pohybovou aktivitou a turismus je o zkušenosti s cestováním a místem“ (1999, 7).

Rada Evropy v roce 1992 formálně definovala sport jako „všechny formy fyzické aktivity, které prostřednictvím neformální nebo organizované účasti vedou k podpoře fyzické kondice a mentální pohodě, formují sociální vztahy a dosahují výsledky v soutěžích na všech úrovních“ (in Standeven & De Knop, 1999, 7).

Definice z oblasti sportu jsou obzvláště hluboké se spojitostí s cestovním ruchem. Jedna z nevlivnějších definic sportu je, že se objevují v případě, že je loajální přístup k výskytu her.

Z tohoto pohledu je sport koncipován jako podmnožina her, která je podskupina hry. Sport je popsán v institucionálních hrách, které vyžadují pozitivní zdatnost. Podobným způsobem můžeme definovat sport jako strukturovanou, cílevědomou, konkurence schopnou,

soutěžní, hravou fyzickou aktivitu. Sport je strukturovaný v tom smyslu, že je řízen pravidly, které se vztahují k prostoru a času. Pravidla se mohou projevovat nejrůznějšími způsoby, včetně rozměrů hrací plochy a trvání soutěže. Sport je orientovaný ve smyslu, že sportovní situace obvykle zahrnují cíl pro dosažení ve vztahu k abilitě, úsilí, stupni obtížnosti anebo jeho zvládnutí. (Chalip, 2006)

Definice sportu dle Hodaně (2007, 42): „za sport se považuje pouze ta oblast tělocvičné aktivity, která je zaměřena na dosahování relativně nebo absolutně nejvyššího výkonu, na vítězství a na umístění v institucionálně zabezpečeném soutěžení.“

Podle Sekota (2003, 7). „Sport patří k nejdiskutovanějším jevům společnosti nového tisíciletí. Jeho význam je dnes umocňován svým nesporným dopadem v rovině sociální, ekonomické i kulturní. Je ztělesněním obdivovaných hodnot radosti z pohybu, výkonu, zdraví a krásy.“

Sport je významnou součástí kultury. Pozorujeme-li studenty při volejbale či atletickém utkání, můžeme nabýt přesvědčení, že jejich sportovní aktivity mají příznivý dopad na jejich ocenění v daném okolí, na jejich míru sebevědomí a jsou příležitostí k navázání sociálních kontaktů, stejně jako možností budoucího profesního uplatnění. Sport nelze brát pouze jako pohybovou a herní aktivitu, ale můžeme ho chápat jako celosvětový sociální fenomén, jehož význam daleko přesahuje dosažené výsledky či statistiky vzájemných utkání.

Podle Coakey (2001) je sport jednou z nejsilnějších forem názorových protikladů v historii. Náhodně vybrané citace jsou toho příkladem.

- Sport znamená situaci, kdy lidé opustí nehybnost pozice v posteli.
- Sport spoluurčuje osobnost mnohých z nás.
- Rituály na půdě sportu k sobě váží více pozornosti a zkušenosti, než na půdě kterékoli jiné institucionální či kulturní aktivity. Sport se stal jednou nejdůležitějších institucí moderního světa. Jeho plné pochopení je nám však stále ještě poněkud vzdálené.
- V nejnovějších učebnicích historie je dnešním sportovním superhvězdám mnohdy věnován větší prostor než významným politickým osobnostem minulosti.
- Sport se stává podívanou soustředěnou především na profit. Některé děti se živelně věnují sportům, které jim rodiče v organizované podobě nikdy nemohou z finančních důvodů poskytnout.

- Sport byl uctíván fašisty i komunisty, vyznavači volného trhu i politickými obstrukčníky. A byl také těmito všemi ideovými proudy podle potřeby očerňován. Sport je prostě jedním z nejsilnějších forem názorových protikladů, které historie zná.

2.7 Tenis

Tenis je druh sportu, při kterém na hřišti, kterému se říká tenisový dvorec, hrají proti sobě dva nebo čtyři hráči. Hráči odrážejí tenisový míček tenisovou raketou a snaží se jej co nejlépe umístit do dvorce soupeře tak, aby získali pro sebe bod. Tenis je hra, která v sobě spojuje krásu a radost z pohybu.

Hohm (1982,7) uvádí: „Ne nadarmo se o tenisu, říká, že je v závodní i v rekreační formě sportem pro celý život. Ve všech směrech uspokojuje nároky současného člověka a může jej hrát od školních let až do pokročilého věku každý.“

Podle názorů Linhartové (2009,7): „Tenis je dnes ve světě jedním z nejoblíbenějších, nejhranějších a nejsledovanějších sportů. Denně se mu věnují statisíce hráčů, obdivuje ho bezpočet diváků, televizní stanice přinášejí veřejnosti pozorně sledované záběry z nejrůznějších turnajů. Proč? Snad proto, že tato hra představuje téměř ideální spojení pohybu s krásou, elegancí a soutěživostí“.

V encyklopedii Parsons je o tenisu uváděno:

Stará teatrální výzva ke hře kdysi zněla: „Hraje tu někdo tenis“? Když se v současné době rozhlédneme po světě, zaznamenáváme ohromující počet lidí, kteří této svůdné hře ignorující všechny zeměpisné i věkové hranice zcela propadli. Dnešní odpověď zní: „Každý přece hraje tenis“.

Všechny výše uvedené definice jsou si velmi podobné. V současné době můžeme zaznamenat mnoho lidí, kteří hrají tenis na rekreační úrovni. Tenis se stává každým dnem víc a víc oblíbeným. Za to mohou především v současné době hrající tenisové legendy, jakými jsou Roger Federer a Rafael Nadal. Také nesmíme zapomenout na obrovskou sledovanost těch největších turnajů v roce, kterými jsou čtyři grandslamy. Přitom musíme mít stále na paměti již zmíněné spojení pohybu s krásou a elegancí.

2.7.1 Historie tenisu

Každý sport by mohl považován za dění nenávratně minulé a zapadlé v zaprášených archívech. Zrovna tenisté by však v žádném případě s tímto nesouhlasili. Tenis nám dává

nevyčerpatelné zdroje zajímavých dramatických a neskonale inspirujících a zavazujících tradic. Tenisté jsou právem na svoji bohatou historii hrdí a velmi často se k ní rádi vrací.

Původ samotné hry, kterou nazýváme tenis, nacházíme již ve starověku. Římané pěstovali trigon, který byl založen na téměř stejném principu jako později tenis: hráči odráželi těžkými pálkami míče naplněné fíkovými zrny. Mezi další předchůdce tenisu patří giuco del pallone, která se zrodila v Itálii v jedenáctém století. Hra byla velmi rozsáhlá a dlouho také vydržela. Ještě J. W. Goethe přihlížel při své cestě po Itálii v roce 1786 utkání Verona – Vicenza v této hře. Popsal ji tehdy takto:

„Této hře se zúčastňovala tříčlenná až šestičlenná družstva, hřiště se zřizovalo u vyšších zdí podél budovy. Hráči se rozbíhali ze šikmých ploch zhotovených z prken a odbíjeli míč nadhozený spoluhráčem pomocí dřevěného nebo koženého chrániče na předloktí do pole soupeřů. Ti míč vraceli, a tak se střídaly úderů tak dlouho, až míč zůstal ležet v jednom poli“. Hohm (1975).

Tenis se poměrně dost rychle změnil ze společenské zábavy v důstojnou sportovní hru. Zlepšovala se herní vybavenost a měnilo se samotné pojetí hry. Vznikaly další nové turnaje a rozšiřovaly se především ženské turnaje. Nejprve byly v zemích založeny jednotlivé kluby a teprve později tenisové svazy a organizace. Mezi země, kde se tenis brzy rozšířil, patří Velká Británie, potom USA a Austrálie. V první polovině 20. století ještě neměli tenisté žádné oficiální mistrovství světa a tenis nebyl ani olympijským sportem. O to přitažlivější jsou však mezinárodní mistrovství jednotlivých zemí. Nejznámějších z nich je čtveřice grandslamů: mezinárodní mistrovství Anglie Wimbledon, mezinárodní mistrovství Francie v Paříži, mezinárodní mistrovství Austrálie v Melbourne a známé mezinárodní mistrovství USA v New Yorku.

Také u nás má tenis dlouhou tradici. Podle muzejních zápisů se již dva roky po prvním Wimbledonu, tedy v roce 1879 odehrál první turnaj v tenise v parku knížat Kinských v Chocni (Hohm, 1975).

Před rokem 1890 bylo v Čechách již kolem 500 tenisových hřišť s různým povrchem, kterými byly písek, cement, cihlové destičky a trávnik. V roce 1895 vznikl druhý největší tenisový klub v Praze. Z Prahy se tenis dál rozšiřoval do dalších koutů země a v roce 1906 byla založena tenisová asociace. Mezi první významné hráče řadíme Zdeňka Hammera a Věru Sukovou. Suková byla naší nejúspěšnější hráčkou. Od roku 1952 byla po 11 let nepřetržitě vládnoucí mistryní ČSSR. Vrchol její kariéry byl postup do finále Wimbledonu. Od roku 1965 vstupuje na tenisovou scénu zcela nová generace v čele s Janem Kodešem a Františkem Pálou. Koncem sedmdesátých let na ně úspěšně navazuje Ivan Lendl a z žen Helena Mandlíková. Nesmíme zapomenout na Martinu Navrátilovou, která vládla světovému žebříčku od roku 1978 do 1989. Za svou kariéru vyhrála celkem 59 grandslamových turnajů. V současné době mezi nejúspěšnější tenisty řadíme: na prvním místě, dvojnásobnou wimbledonskou

vítězku Petru Kvitovou, Tomáše Berdycha, Karolínu Plíškovou a Lucii Šafářovou (Hohm, 1982).

2.8 Fed Cup

Fed Cup je největší mezinárodní ženská týmová soutěž v tenise, která se hraje od roku 1963. Hraje se každý rok a hraje se pavoukovým systémem. Ve světové skupině hraje 8 nejlepších družstev světa. Čtyři vítězné týmy postupují do semifinále a vítězové semifinálových dvojic postupují do finále. Každé kolo trvá dva dny: od soboty do neděle. Nejčastěji triumfovaly hráčky Spojených států amerických, které vyhrály 18 ročníků. V posledních letech zaznamenaly také české tenistky významný úspěch, o čemž svědčí skutečnost, že od roku 2011 zvítězily 5krát.

2.8.1 Historie Fed Cupu

Fed Cup začal jako Federation Cup neboli Pohár Federace v roce 1963 na oslavu 50. výročí založení Mezinárodní tenisové federace – více než 40 let poté, co byla tato myšlenka přednesena. Psal se rok 1919, kdy paní Hazel-Hotchkiss-Wightmanová, na niž udělal dojem úspěch mezinárodní soutěže Davis Cup, navrhla založit podobnou mezinárodní soutěž ženských týmů. Bohužel její prvotní myšlenka nebyla zrealizována, protože se jí nedostala podpora od členských zemí ITF s výjimkou Spojených států a Velké Británie. Odhodlání paní Wightmanové bylo natolik velké, že se rozhodla založit ženskou soutěž mezi USA a Británií. Tahle soutěž, jež nesla její jméno, se hrála každý rok střídavě v obou zemích. Paní Wightmanová nepřestávala doufat. Její sen se stal skutečností až v roce 1962, kdy Mary Hardwick-Hareová, někdejší britská hráčka Wighmanova poháru, která pobývala v té době v Chicagu, získala pro založení Fed Cupu velkou podporu a předložila ITF dostatečné argumenty, jež ukazovaly jasnou potřebu celosvětové soutěže žen. Od okamžiku, kdy ITF souhlasila s celosvětovou soutěží žen, byla v následujícím roce zahájena týmová soutěž žen. Bylo rozhodnuto, že tato soutěž bude trvat vždy týden a bude se konat vždycky na jiném místě. Vyřazovací systém byl knockoutový. Úplně první Fed Cup se konal v londýnském Queen's clubu. Startovní pole bylo velmi dobře obsazené. Soutěžilo 16 zemí, přičemž každý tým byl tvořen ze dvou hráček dvouhry a týmu pro čtyřhru. Zeměmi, které se úvodní soutěže zúčastnily, byly Británie, Spojené státy, Austrálie, Francie, západní Německo, Itálie, Jihoafrická republika, Nizozemsko, Kanada, Belgie, Švýcarsko, Československo, Maďarsko, Dánsko, Rakousko a Norsko. První turnaj ve Fed Cupu se měl odehrát na trávě, ale hustý déšť všechny venkovní kurty zničil tak, že se hráči museli přesunout pod střechem, kde hráli na halových kurtech ze dřeva. Byla to nová zkušenost pro mnohé z nich. Úplně prvními vítězkami Fed Cupu se staly tenistky Spojených států. Po nervy drásajícím finále, před mnoha diváky, během něhož

Australanka Margaret Courtová, hrající v zahajovacím utkání s velkým nasazením prohrála s Darlene Hardovou pouhé tři hry. Američanka Billie Jean Moffitová vyrovnala stav zápasů na 1:1, když otočila svůj zápas ze stavu 5:7 v první setu a následující dva sety jednoznačně vyhrála 6:0 a 6:0. Pak následovala rozhodující čtyřhra, kdy Američanky těsně před utkáním změnily složení týmu do závěrečně čtyřhry a zvolily Hardovou a Miffitovou namísto Hardové a Carole Graebnerové. Třikrát prolomily servis Australanek a vyhrály 3:6, 11:9 a 6:3. Dalších osm let nadále dominovaly soutěži jen dva týmy, a to tým Austrálie a Spojených států. Hrál se ve Filadelfii, Melbourne, Turíně, Berlíně, Paříži, Athénách, Freiburgu a Perthu, než se na listinu vítězů připojila Jihoafrická republika, která měla výhodu domácího prostředí v Johannesburgu. Do roku 1977 se pak ještě přidaly týmy Československa, Španělska a Francie, přičemž počet účastníků – dokud nedošlo k razantní změně způsobů, spolu s pravidly Davisova poháru v roce 1995 – se rozšířil o Bad Homburg, Neapol, Aix-en-Provence, Easbourne, Madrid, Tokio, Santa Claru, Curych, Sao Paulo, Nagoju, Prahu, Vancouver, Atlantu, Nottingham, a Frankfurt (kde zůstal po tři roky od 1992 až 1994). Na začátku zrození samotného Fed Cupu řada týmů neměla finanční prostředky, aby mohla svým hráčkám financovat pobyt a dopravu, a proto si často vše musely hradit samy hráčky. Věci se začaly měnit k lepšímu, když do světa Fed Cupu pronikl sponzoring zásluhou společnosti Colgate Groupe v roce 1976 a později v letech 1981-1994 japonská komunikační a počítačová společnost NEC, která sponzoruje Fed Cup i v současnosti. Po roce 1994 se stala hlavním sponzorem Fed Cupu Komerční banka z České republiky, odtud název KB FED CUP. Ještě předtím, než se prosadil ve Fed Cupu sponzoring, existoval velmi prestižní společenský rituál této události, který se konal obvykle ve středu. Byl to výlet všech zúčastněných po okolí hostitelské země. Přizváni na výlet byli hráči, pořadatelé i sdělovací prostředky.

Každý turnaj ve Fed Cupu je jedinečný, protože zanechává své vlastní a specifické vzpomínky. Nikdy by se nemělo zapomenout na jedinečnou atmosféru z roku 1986. Tehdy se Martina Navrátilová, v té době již občanka Spojených států, vrátila do svého rodného města Prahy, aby zde bojovala o vítězství za Američany. Když Martina Navrátilová vstupovala na kurt, tak ji lidé dlouhým potleskem přivítali, navzdory značným rozpakům komunistických představitelů země. Ti dlouhou dobu od její emigrace na ni nadávali a sprostě ji uráželi a značně se bránili jakémukoliv zveřejňování jejích velkých úspěchů. Ve finále se utkaly Američanky s hráčkami hostitelské země. Do 1. zápasu nastoupila Chris Evertová, která vyhrála první zápas, v němž zvítězila nad Helenou Sukovou 7:5 a 7:6. Poté nadcházelo utkání, které by chtěl vidět každý tenisový fanoušek. Navrátilová, která byla součástí prvního československého týmu, který porazil tým Austrálie 3:0 na zápasy v Melbourne v roce 1975, stála nyní proti Haně Mandlíkové, jež po tři předcházející roky byla u zrodu vítězství Československa. Každý věděl, komu nadšení diváci budou přát vítězství. Pro samotnou hráčku Mandlíkovou to muselo být šílené poslouchat ovace patřící Navrátilové, která jasně vyhrála 7:5

a 6:1. Zdá se, že to byl způsob, jak mohlo publikum odpovědět na tehdejší potenciál neshody. Rok od roku, jak přibývali účastníci turnaje, soutěž Fed Cup potřebovala změnu. Proto se v roce 1992 hrála regionální kvalifikační kola, z nichž postoupilo 32 týmů pro kola poslední. V roce 1994 se Fed Cupu už zúčastnilo 73 zemí. Ve finále Španělsko porazilo Spojené státy Americké. Mezi nejdůležitější rok patří 1995, kdy Fed Cup prošel nejradykálnějšími změnami. Celotýdenní turnaj se zavrhl a místo toho osm nejsilnějších zemí podle bodovacího systému bylo naložováno do Světové skupiny I. Kdo hrál doma či venku, tak o tom rozhodoval los a dalších osm týmu hrálo ve Světové skupině II. A ostatní týmy bojovaly o účast Světových skupin v regionálních kvalifikačních zápasech. V prvním ročníku s těmito změnami vyhrálo Španělsko a opět porazilo Spojené státy Americké. (Parsons, 1998)

2.8.2 Formát Fed Cupu

Fed Cup je ženská týmová soutěž v tenise, kde se mezi sebou utkávají týmy z různých zemí světa. V roce 2017 hrálo Fed Cup BNP Paribas 95 zemí, což je největší počet týmů ve světových soutěžích v mezinárodních ženských sportech.

Fed Cup je strukturován osmi národními světovými skupinami I a osmi národními světovými skupinami II, které se v průběhu roku střetávají během tří víkendů. Zbývající země jsou pak rozděleny do tří regionálních zón v závislosti na jejich umístění.

Světová skupina

Ve světové skupině hraje 8 nejlepších týmů světa. Soutěží se „pavoukovým systémem“ (kdo je poražen, je ze hry venku). Čtyři země, které vyhrají své první zápasy v prvním kole, postupují do semifinále a pak do následného finále, kdy je vítězný tým korunován šampiónem. Tyto země jsou účastníky v nejvyšší světové skupině I. v následujícím roce. Čtyři země, které prohrály v prvním kole, musí hrát play-off ze Světových skupin.

Světová skupina play-off:

Týmy této světové skupiny rozhodují o postupech a sestupech mezi čtyřmi poraženými v prvním kole ze Světové skupiny I a čtyřmi vítězi prvního kola ze Světové skupiny II.

Světová skupina I

Čtyři týmy, které vyhrávají svá první kola Světové skupiny II, postupují do play-off Světové skupiny I. Čtyři týmy, které prohrají své první kolo, musí hrát play-off Světové skupiny II.

Světová skupina II play-off:

Týmy Světové skupiny II rozhodují o postupech a sestupech mezi čtyřmi týmy prvního kola ze Světové skupiny II a čtyřmi vítězi ze skupiny zón.

Skupiny zón

Skupiny zón jsou rozděleny do tří oblastí: Amerika, Asie / Oceánie a Evropa / Afrika. V rámci každé oblastí existují dvě divize, přičemž skupina I je vyšší a skupina II nižší, s výjimkou zóny Evropa / Afrika, která má také skupinu III.

Světová skupina I a Světová skupina II – světové skupiny se hrají přes víkend. V sobotu jsou dva singly a pak v neděli další dva singly. Pokud je stav vyrovnaný 2:2 rozhoduje závěrečná čtyřhra.

Hostitelská země rozhoduje v závislosti na tom, kde dva soutěžící týmy hrály své poslední duely proti sobě. Pokud měl hostitelský tým výhodu domácího prostředí, pak bude další zápas hrát venku a naopak. Pokud se země předtím nikdy nesetkaly, nebo pokud se na neutrálním místě setkaly proti sobě, rozhoduje o výběru místa utkání los. (<https://www.fedcup.com/en/organisation/fed-cup-format.aspx>):

2.8.3 Organizace Fed Cupu

Fed Cup je řízen organizací pro oddělení ITF (international Tennis Federation, což je mezinárodní tenisová federace) Fed Cup. Výbor Fed Cupu se skládá z předsedy, který je členem představenstva a dalších šesti členů. Každý člen musí pocházet ze země, která hrála v soutěži Fed Cup alespoň pětkrát.

Současný výbor Fed Cupu pro roky 2018-2019 je následující:

- Předseda: Katrina Adams (USA)
- Členové jsou: Miguel Diaz Roman (ESP)
- Christiane Jolissaint (SUI)
- Ivo Kaderka (CZE)
- Ulrich Klaus(GER)
- Ingrid Lofdahl Bentzer (SWE)
- Mary Pierce (FRA)
- Aleksei Selivanenko (RUS)
- Anton Yuspa (BLR)
- WTA Pozorovatel: Joan Penello

(<https://www.fedcup.com/en/organisation/fed-cup-committee.aspx>):

Pro nejlepší hráčky svých zemí, které mají šanci reprezentovat svoji zemi ve Fed Cupu, jsou tyto víkendové zápasy velmi dobrým zpestřením v jejich dlouhé a náročné sezóně. Po celou sezónu jezdí po celém světě, navštíví 4 kontinenty během 10 měsíců a účastní se několika turnajů ročně. Je to jen na nich, které turnaje hrají a v jakém státě. Hrají především sami za sebe, snaží se dosáhnout co nejlepších výsledků na turnajích a každá se chce stát

světovou jedničkou v žebříčku WTA (Women's Tennis Association, ženská tenisová asociace). Do týmu nominuje nehrající kapitán obvykle 4 hráčky. V soutěžích družstev je nehrající kapitán členem týmu přímo na hřišti, který sedí vedle hráček, radí jim v taktice a povzbuzuje tenistky po celý zápas. Tahle role v týmu je pro hráčky jiná, než jsou zvyklé z okruhu WTA, protože tam je možnost pouze jednou si přivolat během utkání svého trenéra, který může dávat cenné rady svým svěřenkyním.

Týmová soutěž začíná nominací hráček jednotlivých týmů a pak se losují zápasy. Tenistky jsou obvykle nominovány kapitánem, který určuje jejich postavení v týmu. A to tak, že je jmenuje do pozice 1 a 2. Ostatní dvě tenistky hrají obvykle pouze čtyřhru, ale bývá někdy výjimka, že odehrají i dvouhru. Vždycky se hrají dvě dvouhry v sobotu a dvě dvouhry v neděli a rozhodující může být závěrečná čtyřhra v neděli. Zápasy se odehrají vždy během víkendu. V sobotu se odehrají dvě dvouhry dle slosování hráčů (1x1, 1x2, 2x1, 2x2), pak se odehrají v neděli dvě dvouhry a popřípadě závěrečná čtyřhra. Všechny zápasy se hrají na 2 vítězné sety. Pokud se rozhodne během dvouher, tak se závěrečná čtyřhra nemusí vůbec hrát. Je to o domluvě obou dvou týmových kapitánů.

Fed Cup je soutěž, která přiláká každoročně několik tisíc fanoušků a diváku do hlediště stadionu anebo k televizním obrazovkám. Velmi významnou roli hrají i samotné hráčky. Soutěž nazývaná Fed Cup v sobě ukrývá velké kouzlo, protože fanoušci a diváci mají možnost vidět své idoly ze své země přímo v domácím prostředí a nemusí jezdit na žádné velké turnaje do jiných zemí. Tuhle možnost mají, když český Fed Cupový tým hraje na domácím stadionu v Ostravě v ČEZ Aréně anebo v Praze – O2 Aréně. Jsou i takoví věrní fanoušci, kteří jsou ochotni cestovat za svým týmem i delší vzdálenosti než jen do České republiky. To jsou ti praví fanoušci, kteří fandí kdekoliv a kdykoliv.

Sportovní diváci a fanoušci, kteří jezdí po celém světě a fandí svému týmu, necestují jen proto, aby shlédli na tribunách vzájemný zápas týmů a ve svém principu i „souboj národů“, ale jejich motivace je daleko hlubší. Ztotožňují se bez výhrad s národní identitou své země a jsou na ni patřičně hrdí. Důvěřují svému týmu a své zemi a neřeší ani kolik stojí vstupenka, letenka nebo ubytování v určité destinaci, kde hraje náš tým. Samotná přítomnost na utkání České republiky je pro fanoušky a diváky obrovská šance, jak projevit opravdovou lásku ke své zemi.

Během roku se přijde podívat na stadiony nebo do hal velký počet diváků a fanoušků na utkání Fed Cupového poháru. Kapacita je na všech stadionech odlišná. Jednak je vymezena prostorem každého střetnutí mezi týmy a je dána přijatelnosti každé země. V ročníku 2015 ve finále se utkal tým České Republiky proti týmu z Ruska a návštěvnost obou dní finálového utkání činila 10 850 diváků, což přispělo k nejvyšší návštěvnosti historie ročníku soutěže. Úplně nejvyšší návštěvnost v tomto roce byl zápas 1. kola světové skupiny I mezi Polskem a Ruskem v polském Krakově, kde byla vyprodaná hala s kapacitou 15 000 osob po oba dva dny. Tímto

bych chtěl říct, že tenis se stává každým rokem víc a víc populárnějším sportem ve světě nejen svojí atraktivitou, ale i svojí návštěvností.

3 CÍL

Cílem této bakalářské práce je popsat Fed Cup jako příklad jednoho z nejvýznamnějších eventů v rámci sportovního cestovního ruchu a vyhodnotit motivaci českých fanoušků na jeho účasti.

Dílčí cíle

- Objasnění pojmů souvisejících s tématem práce
- Popis formátu a organizace Fed Cupu
- Provedení kvantitativního šetření mezi fanoušky při Fed Cupu
- Vyhodnocení získaných informací
- Porovnání výsledků se záměry výzkumů studie Davis Cupu

4 METODIKA

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit motivaci fanoušků na sportovních utkání Fed Cupu. V dotazníku byly položeny otázky z oblasti sportu a motivace. Dotazník byl složen ze 19 otázek a z toho 2 otázky měly za úkol zjistit od dotazovaných lidí pohlaví a věk. Dotazník byl roznesen mezi náhodné fanoušky v O2 Aréně. Sběr dat byl proveden při zápasech mezi týmy České republiky a Švýcarska v termínu 10.2. – 11.2. 2018 v Praze v O2 Aréně. Dotazník jsem připravil a rozdával náhodně vybraným fanouškům, kteří je po vyplnění vložili do nachystané obálky. Výsledky dotazníků jsem zpracoval v programu MS Excel, kde jsem výsledky znázornil grafy.

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 87 fanoušků českého Fed Cupového týmu. Dotazníku se zúčastnili fanoušci anonymně. Dotazník byl předkládán náhodným lidem a tento výzkum proběhl pouze v písemné podobě na utkání. V první části dotazníku byly uzavřené otázky a v druhé se objevily i otevřené otázky.

V mojí bakalářce jsem oslovil náhodné fanoušky kolem sebe a Výsledky jsou zpracovány s využitím základních statistických postupů a pro názornost jsou prezentovány ve formě grafů.

Dotazník jsem převzal z diplomové práce Kusnierzové, která zkoumala motivaci českých diváků na utkání Davis Cupu. Dotazníkové šetření jsem rozdělil do dvou částí. První část se zajímá o pocitech fanoušků o hrdosti ke svému týmu, o relaxaci nebo zapomenutí na vlastní problémy. Také jsem zjišťoval, zda je účast pro fanoušky nezapomenutelným zážitkem a jestli rozhoduje sestava Kvitová a Plíšková. V druhé části jsem se zabýval otázkou, jestli fanoušci shlédli utkání i někde jinde mimo ČR a jestli vůbec byli na nějakém jiném předchozím zápase. Také jsem se ptal, zda cena vstupenky rozhoduje o jejich účasti nebo ne. Obě dvě části jsem hodnotil likertovou škálou od, rozhodně souhlasím až po, rozhodně nesouhlasím.

Vyhodnocená skupina:

Vyhodnocenou skupinou jsou čeští fanoušci Fed Cupu, kteří se účastnili utkání Česko vs. Švýcarsko v únoru 2018 v Praze.

Kvantitativní výzkum

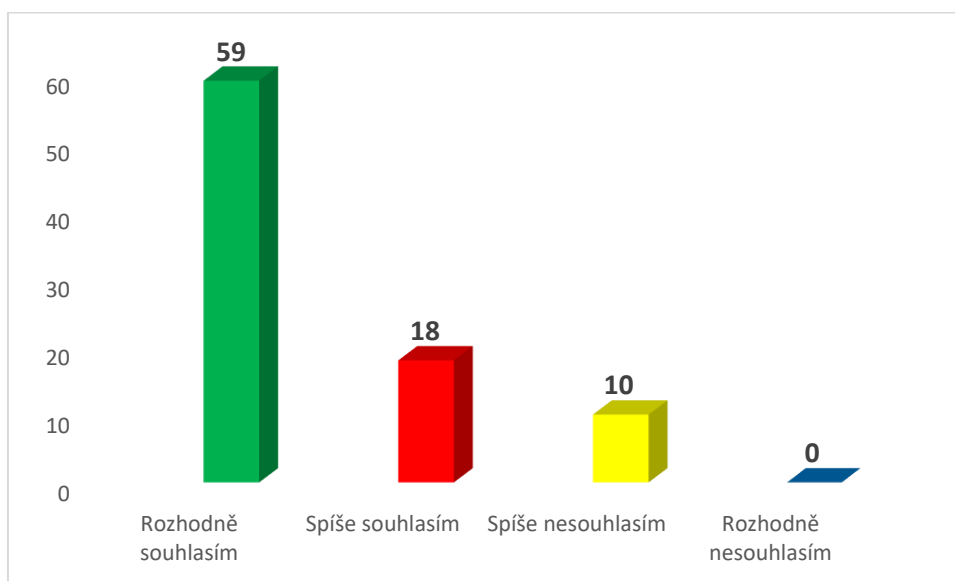
„Jedním z klíčových rysů kvantitativního výzkumu je numerické, co nejpřesnější měření specifických vlastností určitého pedagogického jevu. S určitým zjednodušením lze říci, že smyslem kvantitativního výzkumu je získat data, která lze zpracovat kvantitativními (matematicko-statistickými) postupy“ (Hladě, 2011, 54).

„Kvantitativní výzkum se používá především pro zjišťování postojů a názorů populace, případně preferované hodnoty s cílem zmapovat většinové trendy“ (Janák, 2011, 37).

5 VÝSLEDKY

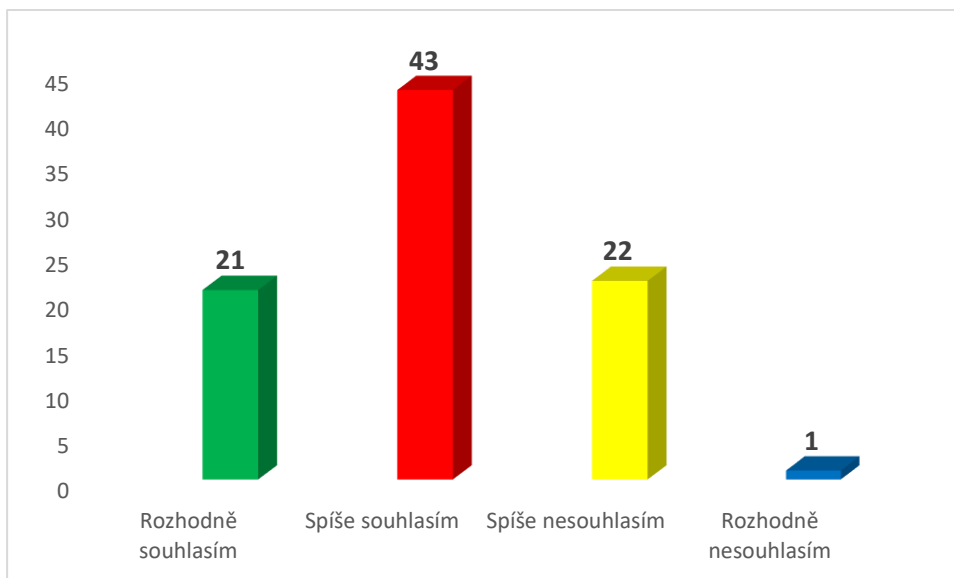
Tato část práce obsahuje výsledky primárního výzkumu – Motivace účastníků na sportovním eventu Fed Cupu. Pro lepší orientaci jsou výsledky rozděleny na 4 podkapitoly. Kapitoly 5.1 a 5.3 se zaměřují na výsledky první části dotazníku, tedy otázky hodnotící likertovou škálou. Kapitoly 5.2 a 5.4 se zaměřují na výsledky druhé a třetí části dotazníku, tudíž otázky uzavřené a polouzavřené.

5.1 Výsledky anketního šetření



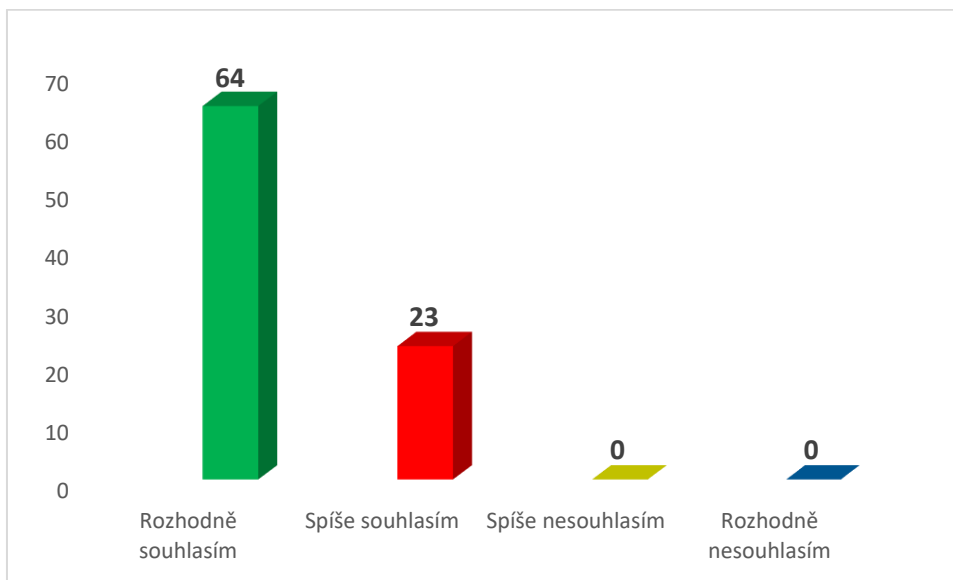
1. graf – Je pro mne účast na Fed Cupu relaxací

Na 1. otázku, zda při účasti na zápasech relaxují, odpověděli fanoušci Fed Cupu většinou kladně. 59 fanoušku odpovědělo rozhodně souhlasím, 18 spíše souhlasím, 10 spíše nesouhlasím a nikdo neodpověděl, že rozhodně nesouhlasí.



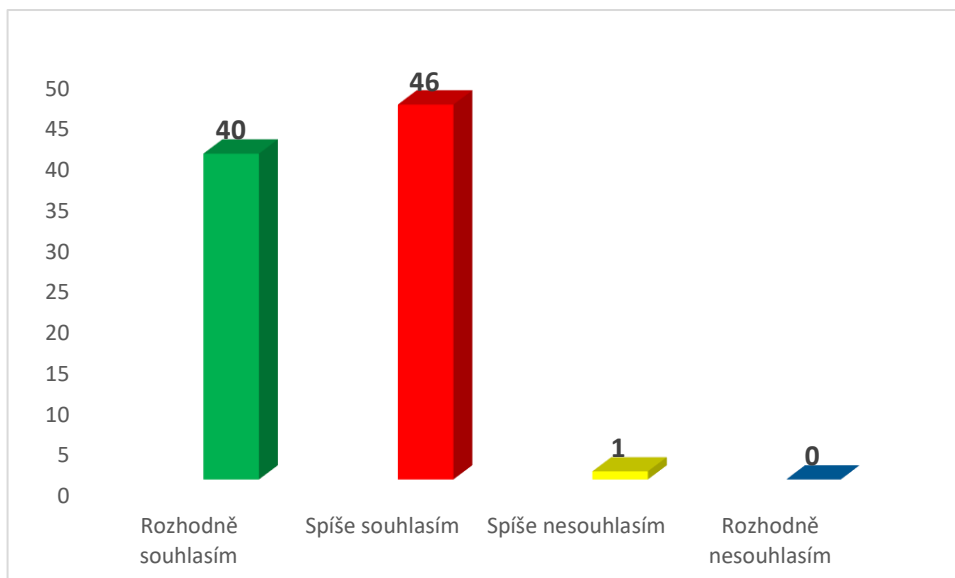
2. graf – Při sledování utkání zapomenu na vlastní problémy

Při položení otázky, zda při sledování Fed Cupových utkání zapomenu na vlastní problémy, fanoušci odpovídali téměř vždy kladně, jen 22 odpovědělo spíše nesouhlasím a jeden fanoušek rozhodně nesouhlasím.



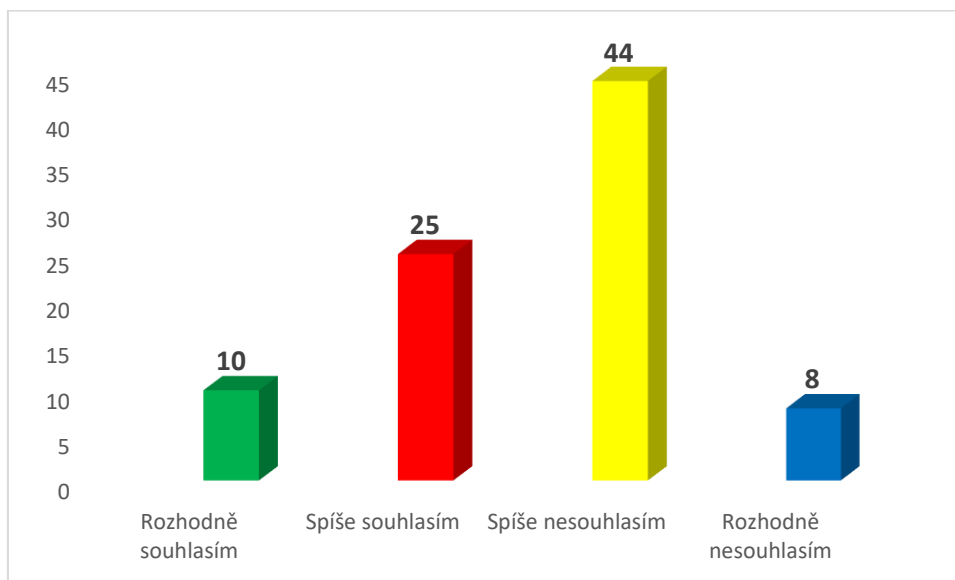
3. graf – Jsem hrdý/á, když náš tým vyhraje

Tato otázka nám říká, že všichni fanoušci jsou opravdu hrdí na vítězství. Nikdo nevyužil možnost záporné odpovědi. Rozhodně souhlasí 64 a 21 spíše souhlasí.



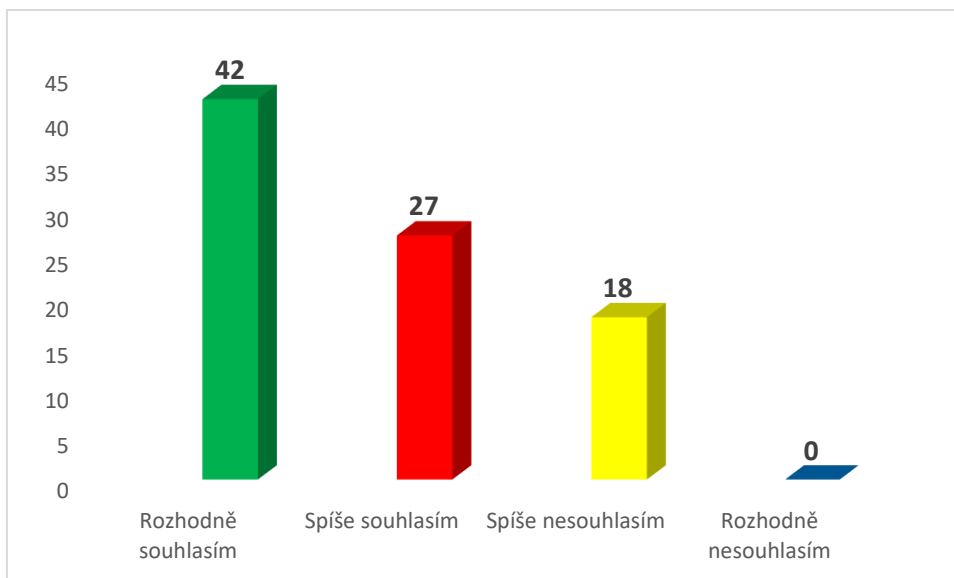
4. graf – Cítím se dobře v kolektivu

Na otázku, zda se cítí v kolektivu dobře, odpověděli fanoušci následovně: 40 rozhodně souhlasí, 46 spíše souhlasí a jen 1 spíše nesouhlasí. Odpověď rozhodně nesouhlasím nevyužil ani jeden dotazovaný fanoušek.



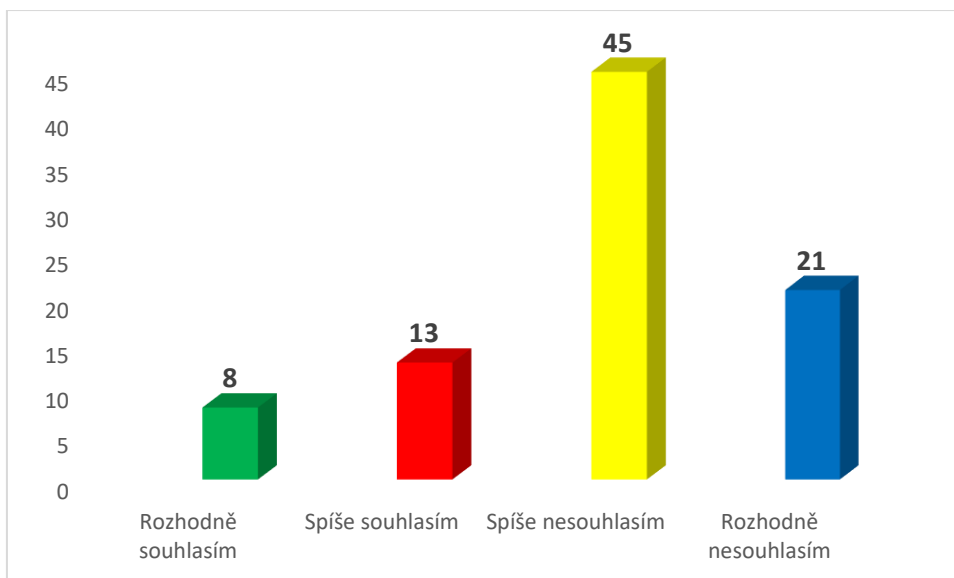
5. graf – Těším se, že potkám nové lidi

Na otázku, zda se fanoušci těší, že potkají nové lidi, odpovídali většinou záporně. Pouze 10 odpovědělo rozhodně souhlasím, 25 spíše souhlasím, 44 spíše nesouhlasím a 8 rozhodně nesouhlasím.



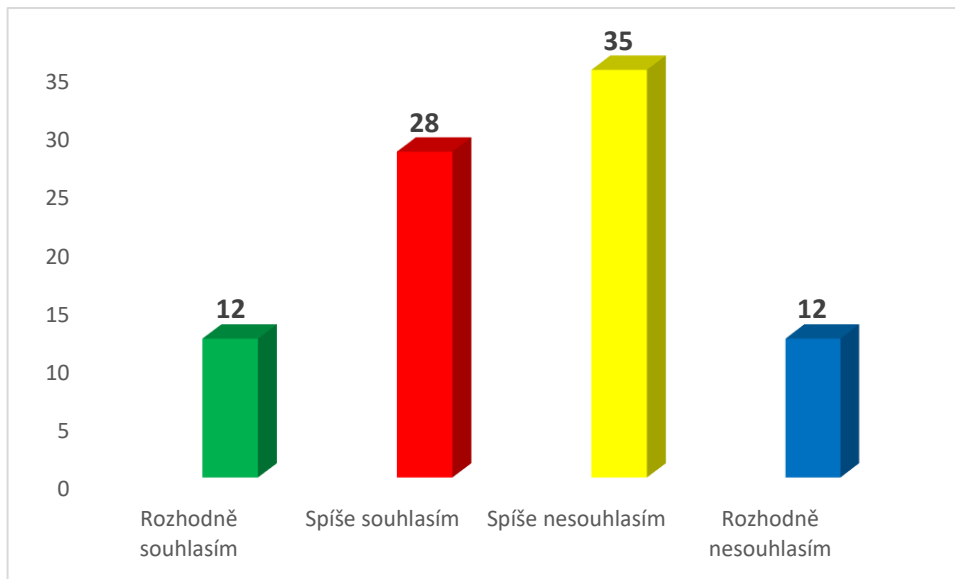
6. graf – Účast na utkání je pro mne formou zábavy

Účast na utkání fanoušci berou převážně jako formu zábavy. Rozhodně souhlasí 42, spíše souhlasí 27, spíše nesouhlasí 18 a nikdo neodpověděl rozhodně nesouhlasím.



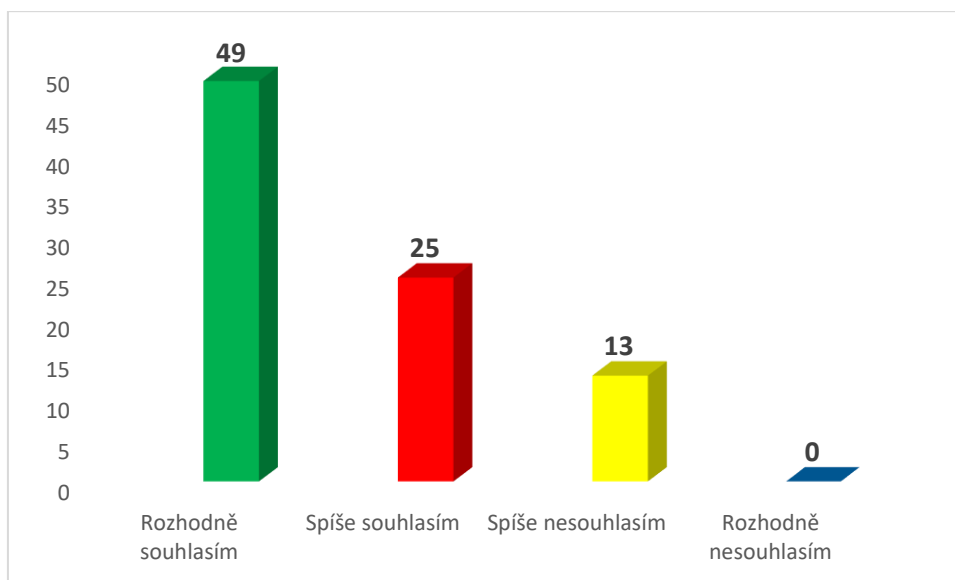
7. graf – Rozhoduje sestava týmu (Kvitová a Plíšková), abych se zúčastnil/a Fed Cupu?

Zda rozhoduje tato sestava, odpovídají fanoušci většinou, že nerozhoduje. Rozhodně souhlasí pouhých 8, spíše souhlasí 13, spíše nesouhlasí 45 a rozhodně a nesouhlasí 21 fanoušků.



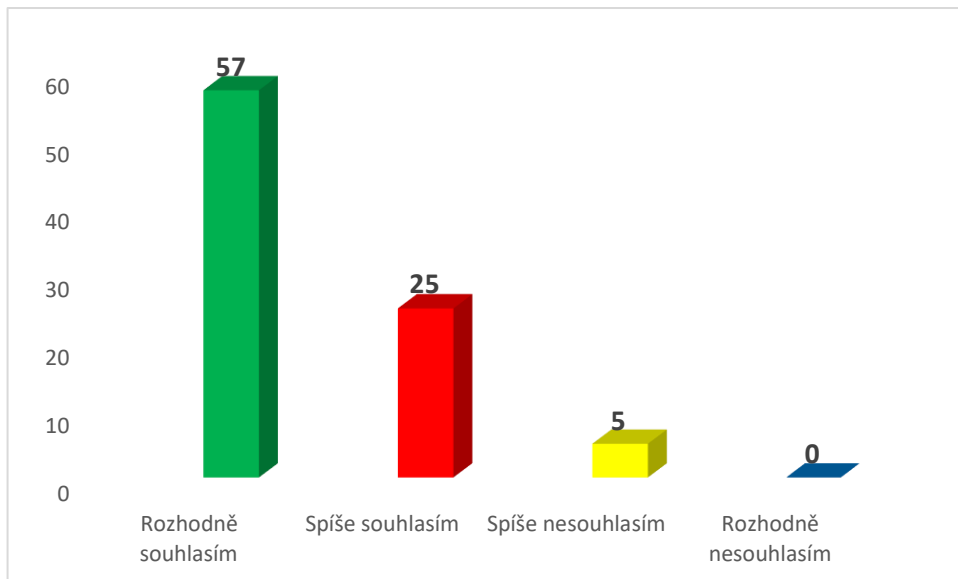
8. graf – Sledováním Fed Cupu si rozšiřuji své znalosti ohledně tenisu

V odpovědích na otázku, zda si fanoušci rozšiřují znalosti, jsou odpovědi téměř vyrovnané. Rozhodně souhlasí 12, spíše souhlasí 28, spíše nesouhlasí 35 a rozhodně nesouhlasí 12.



9. graf – Účast na Fed Cupu je pro mne nezapomenutelným zážitkem

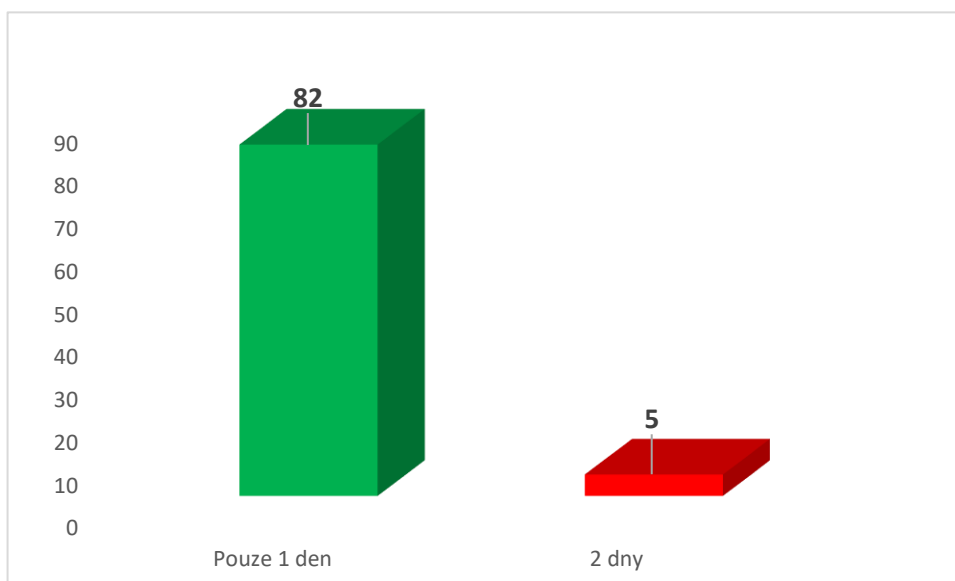
Fanoušci zde odpovídali velmi kladně. Rozhodně souhlasím 45, spíše souhlasím 25, spíše nesouhlasím jen 13 a rozhodně nesouhlasím nikdo.



10.graf – Líbí se mi atmosféra, která panuje při sledování Fed Cupu

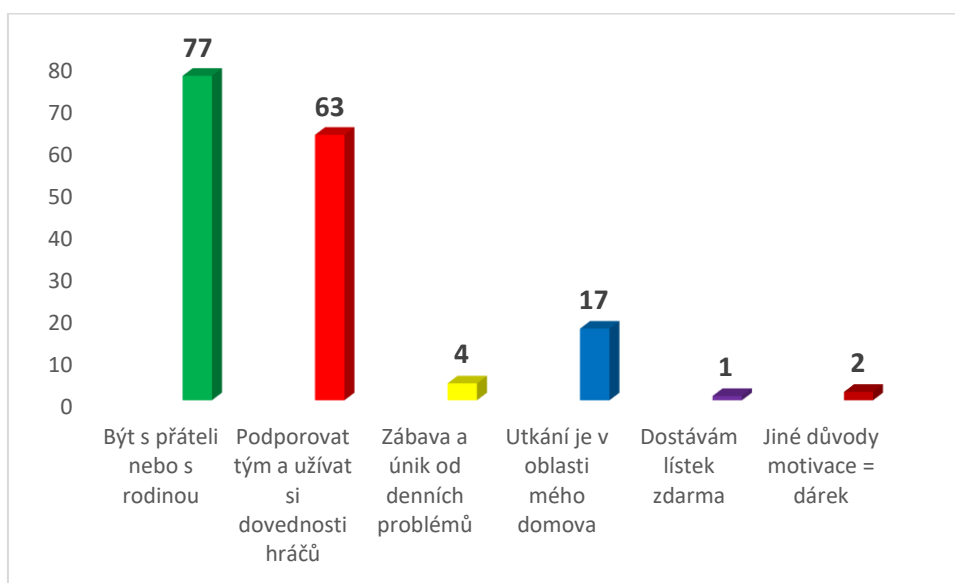
Zda se fanouškům líbí atmosféra odpověděli takto: rozhodně souhlasím 57, spíše souhlasím 25, spíše nesouhlasím 5 a rozhodně nesouhlasím neodpověděl nikdo.

5.2 Výsledky písemného dotazníku – II. část



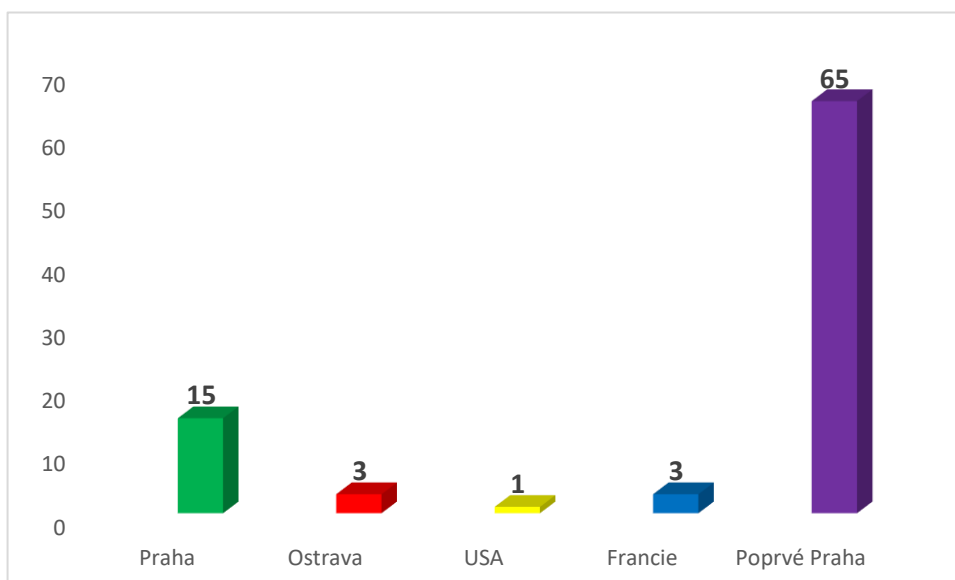
11 graf – Kolika dní se účastníte na Fed Cupu

Kolik dní se účastní fanoušci Fed Cupu? Zde jen 5 fanoušků odpovědělo, že pouze jeden den, ostatní oba dva dny.



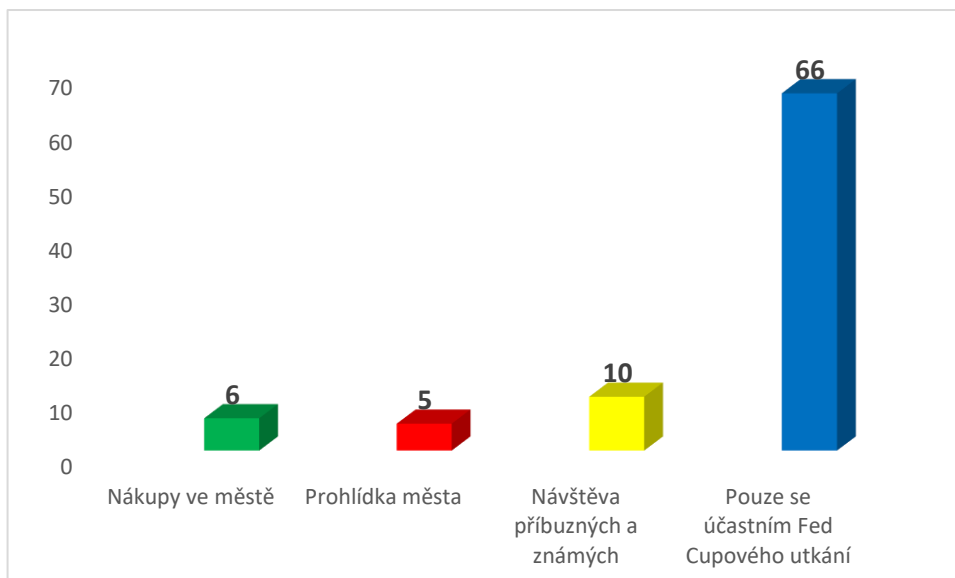
12. graf – Hlavní důvod účasti Fed Cupu (můžete označit pouze dvě odpovědi)

Na otázku, jaký je hlavní důvod účasti na Fed Cupu, mohli označit 2 odpovědi. Být s přáteli a s rodinou odpovědělo 77, podporovat tým a užívat si dovednosti hráčů 63, zábava a únik od denních problémů 4, utkání je v blízkosti mého domova 17, jeden fanoušek označil odpověď, že dostává lístek zadarmo a 2 fanoušci měli jiný důvod, a to dárek ve formě vstupenky na Fed Cup.



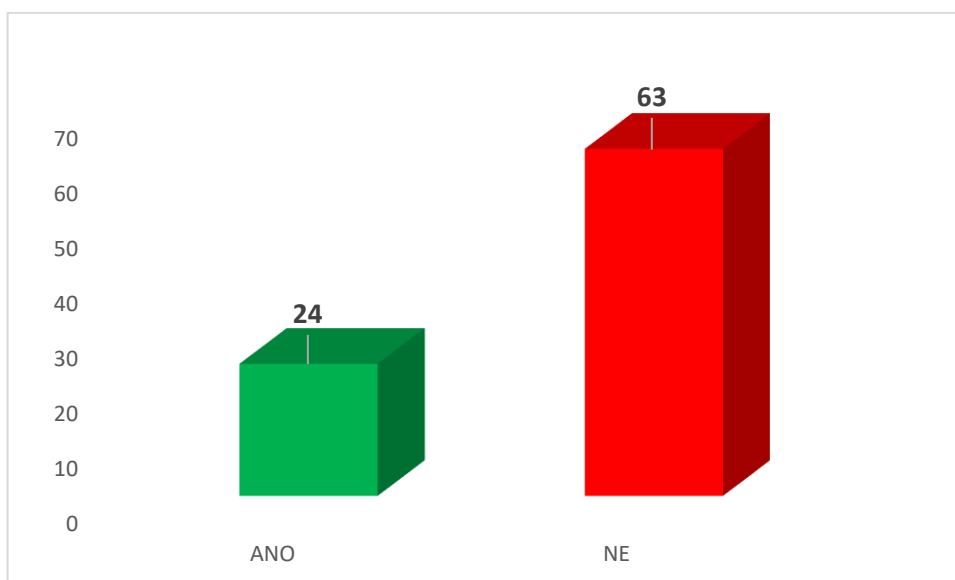
13 graf – Zúčastnili jste se již v minulosti Fed Cupového utkání v ČR a v zahraničí?

Na tuto otázku odpovědělo 65 fanoušků, že se zúčastnili utkání Fed Cupu poprvé zde v Praze, 15 fanoušků už bylo v Praze i v minulosti, tři odpověděli, že byli ve Francii a v Ostravě a jeden fanoušek byl v USA.



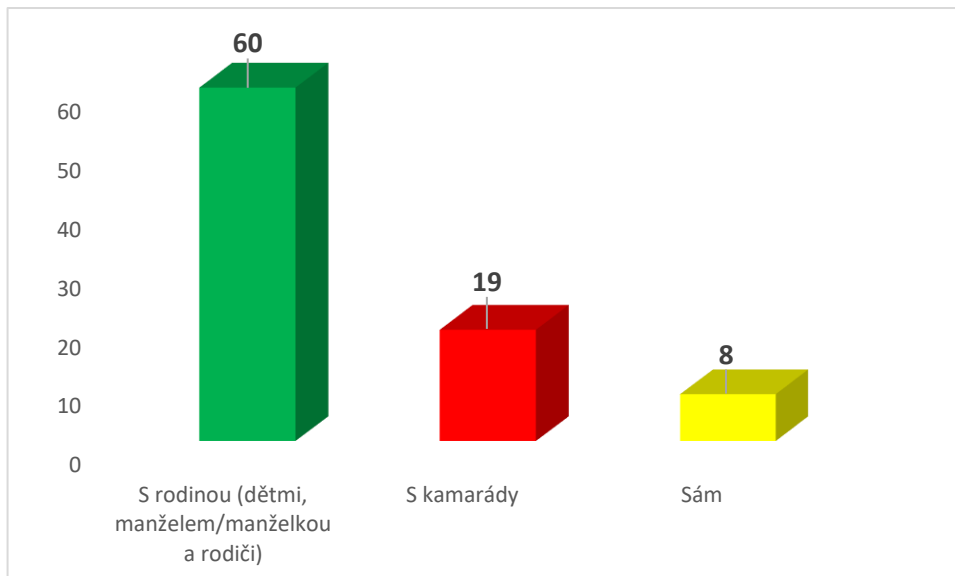
14 graf – Když se účastníte Fed Cupu, spojíte tuto zábavu ještě s dalšími aktivitami? (Pouze 1 odpověď)

Zda spojí účast na Fed Cupu s jinou aktivitou, odpověděli fanoušci takto: za nákupy ve městě se vydá 6, prohlídku města zvolí 5, návštěvu příbuzných a známých využije 10 a většina odpověděla, že se pouze účastní Fed Cupu a pak jede domů. Takto odpovědělo 66 fanoušků.



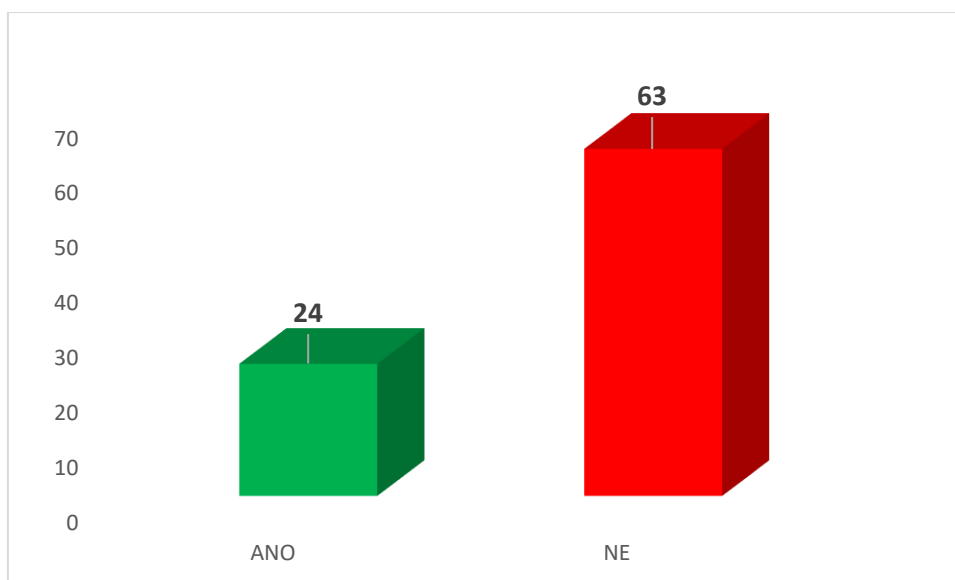
15 graf – Je pro Vás cena vstupenky na Fed Cup důležitá?

Na otázku, zda je cena vstupenky důležitá, převažuje odpověď, že není. Ano odpovědělo jen 24 fanoušků, zbylých 63 fanoušků se přiznalo, že nikoliv.



16 graf – S kým nejčastěji navštěvujete Fed Cupové utkání? (Označte pouze 1 odpověď)

Na otázku, s kým nejčastěji navštěvují utkání Fed Cupu, 60 fanoušků odpovědělo, že s rodinou (dětmi, manželem/manželkou, rodiči), ve společnosti kamarádů fandí 19 návštěvníků a v 8 případech přicházejí fanoušci na utkání sami.



17 graf – Pro účast Fed Cupu preferujete

Co fanoušci preferují pro účast na Fed Cupu? Většina odpověděla, že neorganizované individuální cestování. Těch bylo 83. Organizované cestování s fanklubem zvolili 3 a pouze jediný fanoušek přijel s cestovní kanceláří.

6 DISKUZE

V mé bakalářské práci bylo hlavním cílem zjistit motivaci fanoušků na sportovní akci – Fed Cup. Zajímal jsem se převážně o to, jestli se cítí dobře v kolektivu fanoušků, zda rozhoduje cena vstupenky při návštěvě utkání, jestli sledováním utkání si rozšiřují znalosti ohledně tenisu nebo jestli rozhoduje sestava Kvitová a Plíšková při jejich účasti na utkání Fed Cupu.

V první otázce jsem se zajímal o to, zda fanoušci při sledování Fed Cupového utkání relaxují. V odpovědích většina fanoušků označila odpověď rozhodně souhlasím nebo spíše souhlasím. To ukazuje na skutečnost, že většina fanoušků bere účast na Fed Cupu jako příležitost k rozptýlení. Ve druhé otázce, která byla směřována na potřebu úniku od vlastních problémů, neodpovídali fanoušci jednoznačně. Většina sice připustila, že při sledování utkání zapomene na vlastní problémy a dokáže se uvolnit, avšak necelá čtvrtina dotazovaných se přiznala, že ani při takto významné sportovní události, na kterou se dlouho těšili, nebyli schopni úplně zapomenout na svoje každodenní povinnosti a nedokázali se úplně uvolnit.

Z odpovědí na třetí otázku, zda jsem hrdý/á na vítězství je patrné, že fanoušci jsou patřičně hrdí na tým, ať už vyhraje nebo prohraje. To znamená, že fanoušci táhnou s hráčkami za jeden provaz a podporují je i když se jim nedaří. Na čtvrtou otázku, zda se cítím dobře v kolektivu fanoušků, se většina přiklání k odpovědi rozhodně souhlasím a spíše souhlasím. Je to zřejmě z toho důvodu, že všichni fandí stejnému týmu a fandí se České republice.

Odpovědi na pátou otázku, jestli se fanoušci těší, že potkají nové lidi, většina z nich odpověděla negativně. Z toho vyplývá, že fanoušci nemají v úmyslu se při této příležitosti seznamovat s novými lidmi. Účast na Fed Cupu není pro většinu lidí důvodem k navazování nových vztahů.

Na otázku, zda je účast na Fed Cupu pro fanoušky zábavou většina odpovídá, že ano. To svědčí o tom, že se zde cítí dobře, dobře se baví a fandí.

V sedmé otázce se fanoušci měli vyjádřit, jestli je pro ně důležitá účast Petry Kvitové a Karolíny Plíškové. Z odpovědí je zřejmé, že nominace pro diváky nehraje roli. Diváci i bez účasti této dvojice rádi přijedou podpořit český Fed Cupový tým.

Z odpovědí na osmou otázku vyplývá, že většina tenisových fanoušků svému oblíbenému sportu rozumí a nepotřebují si rozšiřovat touto formou svoje znalosti. Přesto se skoro polovina dotazovaných svěřila, že při sledování utkání ráda získá nové informace ohledně tenisu.

V deváté otázce fanoušci téměř jednoznačně odpověděli, že účast na Fed Cupovém utkání je pro ně nezapomenutelným zážitkem. Potvrdily to i odpovědi na desátou otázku, která se týkala atmosféry při utkání. V ní se shodli na tom, že se jim líbí atmosféra, která panuje při Fed Cupu.

V druhé části této práce jsem zjišťoval další důvody motivace na účasti Fed Cupu spojené s tímto eventem. Jedná se například o návštěvu města, jeho historických památek, využití kulturních nabídek v daném místě, návštěva příbuzných či známých žijících v tomto místě a popřípadě zájem o nakupování.

Na otázku „Kolik dní strávíte na Fed Cupu?“ většina dotazovaných odpověděla, že oba dva dny. Z toho jasně vyplývá, že fanoušci přijíždějící na tuto sportovní událost ji chtějí rozhodně shlédnout celou.

V druhé otázce jsem fanouškům nabídl několik možností odpovědi s tím, že mohli zatrhnout pouze dvě. V nabídce byly tyto odpovědi: a) být s přáteli nebo s rodinou, b) podporovat tým a užívat si dovednosti hráčů, c) zábava a únik od denních problémů, d) utkání je v blízkosti mého domova, e) dostávám lístky zdarma, f) jiné důvody motivace. Nejvíce fanoušků si vybralo odpověď a) tedy možnost být s přáteli a s rodinou. Na druhém místě byla odpověď b) tedy podporovat tým a užívat si dovednosti hráčů.

Třetí otázka byla zaměřena na účast fanoušků na Fed Cupu v minulých letech. Z celkového počtu dotazovaných většina byla poprvé v Praze, ale našli mezi fanoušky i tací, kteří byli v USA a ve Francii i jinde. Z toho plyne, že stálá vysoká úroveň našeho týmu láká stále více nových fanoušků.

Další otázka se týkala okolností spojených s návštěvou Fed Cupu. I zde bylo v nabídce více možností, avšak fanoušci mohli zatrhnout pouze jednu odpověď. Nejčastěji si vybrali možnost d) pouze se účastním Fed Cupového utkání. Možnost c) navštívit při této příležitosti své příbuzné a známé využilo 10 dotazovaných. S možností nákupů ve městě spojilo tuhle akci 6 fanoušků. Na prohlídku města se vypravilo pouze 5 fanoušků. Z těchto odpovědí je zřejmé, že většina fanoušků jede jen kvůli návštěvě tenisových utkání a hned poté se vrací domů.

Pátá otázka se dotkla ceny vstupenek. Z odpovědi jasně vyplývá, že cena vstupenky nehraje zásadní roli. Z celkového počtu dotazovaných většina tuto skutečnost potvrdila.

Na šestou otázku, s kým nejčastěji navštěvujete Fed Cupové utkání, odpovědělo 60 lidí s rodinou (dětmi, manželem/manželkou a rodiči), 19 s kamarády a 8 fanoušků jezdí samostatně. Z tohoto šetření vyplývá, že většina lidí si více užije krásnou atmosféru ve společnosti své rodiny a přátel.

Závěrečná otázka zjišťovala, jakou formou přijíždějí účastníci na utkání Fed Cupu. Neorganizované individuální cestování preferuje naprostá většina dotazovaných. Pouze tři upřednostňují organizované cestování s fanklubem, jen jeden z fanoušků se svěřil, že přijel s cestovní kanceláří. Z tohoto šetření vyplývá, že neorganizované individuální cestování získává stále větší popularitu zvláště mezi sportovními fanoušky.

Jedním z dílčích cílů mé bakalářské práce je porovnání výsledků motivace fanoušků Fed Cupu s motivací fanoušků Davis Cupu. Pro porovnání jsem využil výsledky výzkumu, který provedla a zpracovala ve své diplomové práci Petra Kusnierzová.

První stejná otázka, která byla položena fanouškům obou mezinárodních tenisových soutěží zněla: Při sledování utkání zapomenou na vlastní problémy. Zatímco fanoušci Davis Cupu odpovídali na tuto otázku pouze kladně, o fanoušcích Fed Cupu se toto říci nedá. Sice většina z nich odpovídala spíše souhlasím nebo rozhodně souhlasím, ale našli i tací, kteří odpověděli záporně. Z toho vyplývá, že ne všem fanouškům Fed Cupu se při takto zajímavé sportovní podívané podařilo zapomenout na vlastní problémy.

Na druhou stejnou otázku, zda jsem hrdý/á, když náš tým vyhraje, odpovídali fanoušci Fed Cupu i Davis Cupu kladně. Všichni se shodli na tom, že jsou hrdí na náš národní tým.

Na třetí shodnou otázku, jestli se cítím dobře v kolektivu fanoušků, odpověděli příznivci obou soutěží kladně. Sice je menší rozdíl v odpovědích rozhodně souhlasím a spíše souhlasím, kdy fanoušci Fed Cupu se spíše překláněli k první možnosti, zatímco fanoušci Davis Cupu ke druhé. Určitě však lze potvrdit, že všichni dotazovaní se ve společnosti stejně naladěných návštěvníků cítí příjemně.

Na otázku, zda se těším, že potkám nové lidi, odpověděla většina fanoušků Davis Cupu kladně, zatímco fanoušci Fed Cupu tuto možnost neupřednostňovali.

Otázku, zda je pro mě účast na Fed Cupu relaxací, zodpověděla většina tázaných kladně, i když 10 lidí se přiznalo, že návštěva této sportovní soutěže pro ně relaxací nebyla. Naopak fanoušci Davis Cupu odpovídali všichni kladně. Toto ukazuje na možnost, že fanoušci Davis Cupu dokáží lépe relaxovat.

Další stejnou otázkou položenou fanouškům obou soutěží bylo, zda účast na utkání Fed Cupu je pro ně formou zábavy. Zde se výsledky obou táborů úplně neshodují. Zatímco fanoušci Davis Cupu odpověděli všichni kladně, mezi fanoušky Fed Cupu se našli mnozí, kteří přece jen s kladnou odpovědí váhali a přiklonili se k možnosti spíše nesouhlasím.

Velmi zajímavou otázkou bylo zda, motivaci fanoušků na účasti obou mezinárodních soutěží ovlivňuje sestava národních týmů. Zejména, jakou roli hraje zařazení dvou nejlepších hráčů a hráček do nominace. Odpovědi obou táborů se shodují, že složení sestavy pro ně není zásadním důvodem pro účast či neúčast na utkání.

Jedna z dalších stejně položených otázek zněla, zda je pro ně účast na Fed Cupu či Davis Cupu nezapomenutelným zážitkem. Zatímco fanoušci Davis Cupu odpovídali všichni kladně, mezi fanoušky Fed Cupu bylo několik jedinců, kteří zvolili možnost spíše nesouhlasím. Tato skutečnost by mohla ukazovat na to, že fanoušci Fed Cupu jsou náročnější a možná očekávají větší podívanou.

Na otázku zda, se fanouškům líbí atmosféra při sledování Fed Cupu či Davis Cupu odpovídali příznivci obou táborů převážně shodně. Většina zvolila možnost rozhodně souhlasím, menší procento připustilo možnost spíše nesouhlasím.

Další otázka se týkala délky pobytu na obou významných sportovních soutěžích. Ačkoliv nejsou obě soutěže stejné dlouhé, Davis Cup trvá tři dny a Fed Cup dva dny, z šetření jasně vyplynulo, že většina fanoušků se účastní celého programu.

V otázce, jaký je hlavní důvod jejich účasti na Fed Cupu či Davis Cupu se odpovědi respondentů neshodují. Zatímco fanoušci Davis Cupu se těší na zábavu a únik od problémů, příznivci Fed Cupu upřednostňují možnost užít si celý pobyt ve společnosti přátel a rodiny.

Na otázku, zda spojují účast na Davis Cupu či Fed Cupu s dalšími aktivitami, odpovídají fanoušci také rozdílně. Příznivci Davis Cupu se při příležitosti této mezinárodní události rádi podívají do města, případně po nákupech. Fed Cupoví fanoušci se omezí pouze na tuto sportovní událost a poté se vracejí domů.

Cena vstupenky pro fanoušky Davis Cupu není důležitá. Příznivci Fed Cupu mnozí připustili, že cena vstupenky určitou roli hraje.

V odpovědích na otázku, s kým nejčastěji navštěvují mezinárodní utkání českých tenistů, se oba tábory rozcházejí. U fanoušků Fed Cupu převažuje rodina a přátelé, zatímco fanoušci Davis Cupu se raději obklopí svými kamarády z fanklubu.

Na poslední shodnou otázku, jakou formu účasti preferují, odpověděli příznivci obou sportovních událostí rozdílně. Fed Cupoví fanoušci upřednostňují individuální neorganizovanou účast, zatímco fanoušci Davis Cupu cestují vždycky s fanklubem.

7 ZÁVĚR

Cílem této práce bylo popsat sportovní eventy jako součást sportovního cestovního ruchu, na sportovním eventu Fed Cup zjistit motivaci fanoušků na jeho účasti a porovnání výsledků motivace fanoušků Fed Cupu s motivací fanoušků Davis Cupu. Všechny tři dílčí cíle se podařilo splnit. Sportovní eventy jsem popsal s pomocí odborné literatury a odborných článků, motivaci fanoušků jsem zjistil a vyhodnotil pomocí dotazníkového šetření a k porovnání výsledků motivace fanoušků jsem použil závěry diplomové práce Petry Kusnierzové.

Účast na Fed Cupu vnímají fanoušci ve většině případů jako únik od vlastních problémů a příležitost k rozptýlení. Ačkoliv je většina z nich sportovně vzdělaná, najdou se mnozí, kteří si zde rozšiřují své vědomosti ohledně tenisu. V kolektivu stejně smýšlejících lidí se cítí dobře, skvěle se baví a dokáží se uvolnit. Účast Petry Kvitové a Karolíny Plíškové nemá zásadní vliv na jejich rozhodování, zda se soutěže zúčastní, či nikoliv. Fanoušci jsou na svůj tým hrdí a podporují jej za všech okolností, tedy i v případě, že se mu nedaří. Jejich účast na Fed Cupovém utkání je pro ně nezapomenutelným zážitkem.

Fanoušci přijíždějící na tuto sportovní událost stráví v místě soutěže celé dva dny a upřednostňují společnost své rodiny a přátel. Cena vstupenky na jejich účasti nemá zásadní vliv. Fed Cupoví fanoušci nevyužívají možnost cestovat s fanklubem, ale preferují neorganizované individuální cestování.

8 SOURHN

V této bakalářské práci jsem se zaměřil na zkoumání motivace fanoušků na jejich účasti na utkání Českého Fed Cupového týmu.

Cílem práce bylo zjistit, čím jsou čeští fanoušci motivováni, aby šli povzbudit svůj národní tým.

Teoretická část bakalářské práce popisuje tyto pojmy: cestovní ruch, cestovní ruch ve sportu, aktivní sportovní turismus, motivace, event, sportovní eventy, sport, tenis a Fed Cup.

Pro výzkum byl použit dotazník přejatý z diplomové práce Petry Kusnierzové, který byl rozdán fanouškům na utkání Česko Švýcarsko v únoru 2018 v Praze v 02 Aréně. Šetření se účastnilo 87 fanoušků. Výsledky jsou zobrazeny ve formě tabulek a grafů.

Zásadní informace zjištěné z dotazníkového šetření jsou následující: Většina fanoušků přichází na Fed Cupová utkání z toho důvodu, že zde hledá příležitost k rozptýlení. V kolektivu ostatních fanoušků se skvěle baví a dokáží se uvolnit. Přitom se nejlépe cítí obklopeni svojí rodinou a přáteli. Dále bylo zjištěno, že pro fanoušky není rozhodující, jestli v nominaci jsou zastoupeny Karolína Plíšková a Petra Kvitová. Fanoušci jsou na svůj tým za všech okolností hrdí a podporují jej, a to i v případě neúspěchu. Pro všechny fanoušky je účast na Fed Cupu nezapomenutelným zážitkem.

8 SUMMARY

This bachelor thesis is based on finding out the motivation of Fed Cup's fans. The aim of this thesis is to find out and describe what is the fan's motivation to become a part of this great tennis event. For the research I used questionnaire which was given to the fans watching Czech Republic vs. Switzerland in Fed Cup in Prague, February, 2018. 87 fans were participating in this research. It was figured out that fans came there to support their national team in order to find other people in the same mood, ready to have some fun, distraction and release. Instead of coming alone, they brought their friends and families. Neither Petra Kvitova or Karolina Pliskova nomination would effect FED Cup fan's decision to come. They are proud of their team in any conditions and they would always come to cheer the team up.

9 REFEREČNÍ SEZNAM

- Bull, Ch., Weed, M. (2009). Sports Tourism – Participants, policy and providers. Great Britain: Butterworth-Heinemann.
- Bull, Ch., Stephens. & Weed, M. (2011). An exogenous shock to the systém? The london 2012 Olympic and Paralic Games and British tourism policy. *Journal of sport & Tourism*, 16(4), 345-377.
- Getz, D. (2007). Event studies. Theory, research and policy for planned events. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Hesková, M., a kolektiv. (2011). Cestovní ruch – pro vyšší odborné školy a vysoké školy. Praha: Fortuna
- Gibson, H. (2008). Sport Tourism – concepts and Theories. Oxon: Routledge
- Gibson, H.J. & Lepp, A., (2011). Reimagining a nation: South Africa and the 2010 FIFA WORLD CUP. *Journal of sport & Tourism*, 16(3), 211-230.
- Chalip, L. (2006). Towards social leveraging og sport events. *Journal of sport & Tourism*, 11(2), 109-127.
- Drewer, J. (1952). A dictionar of psychology. Michigan university: Penguin Books
- Fed Cup Format. Retrieved from World Wide Web 8. 5. 2018:
(<https://www.fedcup.com/en/organisation/fed-cup-format.aspx>):
- Fed Cup Organisation. Retrieved from World Wide Web 8. 5. 2018:
(<https://www.fedcup.com/en/organisation/fed-cup-committee.aspx>):
- Hartl, P., & Hartlová, H. (2000). Psychologický slovník. Praha: Portál.
- Heckhausen, J., & Dweck, C. (1998). Motivation and self-regulation across the life span. New York: Cambridge University Press

- Hlad'o, P. Úvod do pedagogického výzkumu pro učitele středních škol [online]. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2011. 134 s. Dostupný z WWW: . ISBN 978-80-7375-544-7.
- Hodaň, B. (2007). Sociokulturní kinantropologie II: systémové pojetí tělesné kultury. Olomouc: Univerzita Palackého
- Hohm, J. (1970 a 1975). Světový tenis. Praha: Nakladatelství Olympia
- Hohm, J. (1982). Tenis (technika, taktika a trénink). Praha: Nakladatelství Olympia
- Kábrt, J., Kucharský, P. & Schams, R. (2016). Latinsko-český slovník. Praha: Leda.
- Kotíková, H., Schwartzhoffová, E. (2008). Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj.
- Kusnierzová, P. (2015). Davis cup jako příklad eventu v rámci sportovního cestovního ruchu a motivace českých fanoušků na jeho účasti. (diplomová práce). Olomouc: Ftk UP.
- Malcolm, D. (2008). The Sage Dictionary of Sport Studies. London: Sage
- Mikulaščík, M. (2007). Manažerská psychologie. Praha: Grada
- Nakonečný, M. (1996). Motivace lidského chování. Praha: Academia.
- Parsons, J. (1998). Velká encyklopedie tenisu. Praha: Svojtka & Co. 1998
- Plhánková, A. (2007). Učebnice obecné psychologie. Praha: Academia
- Ryglová, R. (2009). Cestovní ruch – soubor studijních materiálů. Ostrava: KEY Publishing s.r.o.
- Sekot, A. (2003). Sport a společnost. Brno: Paido edice pedagogické literatury.
- Schwartzhoffová, E. (2010). Sportovní Turismus. Tělesná kultura, 33(2), 99-101.

Spivack, S.E. (1998). Health spa development in the US: A burgeoning component of sport tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 4, 65-77.

Turco, D., & Eisenhardt, H (1998, Winter). Exploring the sport tourism connection. *ICHPER SD*, 24-27

Weed, M. (2006). Sports Tourism Research 2000–2004: A Systematic Review of Knowledge and a Meta-Evaluation of Methods. *Journal Of Sport & Tourism*, 11(1), 5-30.

10 PŘÍLOHY

10.1 Dotazník

Motivace diváků na Fed Cupovém utkání

Prosím o vyplnění tohoto dotazníku. Výsledky budou zpracovány a využity pro moji bakalářskou práci, která zkoumá motivaci diváků na Fed Cupovém utkání.

Chybějící údaje prosím vyplňte, a u více možností zakroužkujte pouze jednu.

1. Zde prosím zaškrtněte pouze jedno políčko, které nejvíce vyhovuje vaší odpovědi.

		Rozhodně souhlasím	Spíše nesouhlasím	Spíše souhlasím	Rozhodně nesouhlasím
1	Je pro mne účast na Fed Cupu relaxací				
2	Při sledování utkání zapomenou na vlastní problémy				
3	Jsem hrdý/á když náš tým vyhraje				
4	Cítím se dobře v kolektivu fanoušků				
5	Těším se, že potkám nové lidi				
6	Účast na utkání Fed Cupu je pro mne formou zábavy				
7	Rozhoduje sestava týmu (Kvitová a Plíšková) abych se zúčastnil/a FC				
8	Sledováním FC si rozšiřuji své znalosti ohledně tenisu				
9	Účast na Fed Cupu je pro mne nezapomenutelný zážitek				
10	Líbí se mi atmosféra, která panuje při sledování Fed Cupu				

Jste: Muž – Žena

Věk: do 20 let 21-30 31-40 41-50 51-60 61 a více

2. Kolika dní se účastníte na Fed Cupu?

Pouze 1 den 2 dny

3. Hlavní důvod účasti na Fed Cupu (můžete označit pouze dvě odpovědi):

- Být s přáteli nebo rodinou
- Podporovat tým a užívat si dovednosti hráčů
- Zábava a únik od denních problémů
- Utkání je v blízkosti mého domova
- Dostávám lístek zdarma
- Jiné důvody motivace, vypište prosím:.....

4. Zúčastnili jste se již v minulosti Fed Cupového utkání v ČR a zahraničí?

- Ano a kde?
.....
- Ne

**5. Když se účastníte Fed Cupu, spojíte tuto zábavu ještě s dalšími aktivitami?
(označte pouze 1 odpověď)**

- Nákupy ve městě
- Prohlídkou města
- Návštěva příbuzných a známých
- Pouze se účastním Fed Cupového utkání
- Jiné aktivity, vypište prosím:.....

6. Je pro Vás cena vstupenky na Fed Cup důležitá?

- Ano
- Ne

7. S kým nejčastěji navštěvujete Fed Cupové utkání? (označte pouze 1 odpověď)

- S rodinou (dětmi, manželem/manželkou, rodiči,...)
- S kamarády
- Sám

8. Pro účast na Fed Cup preferujete

- Neorganizované individuální cestování
- Organizované cestování s fanclubem
- Organizované cestování formou zájezdu s cestovní kanceláří – ČEDOK, SLAN Tour, Czech Sport Travel,...)

Děkuji Vám za Váš čas strávený nad vyplněním mého dotazníku.

Jan Gregor

Student FTK