

Univerzita Palackého v Olomouci
Fakulta tělesné kultury

DIPLOMOVÁ PRÁCE
(bakalářská)

Univerzita Palackého v Olomouci
Fakulta tělesné kultury

KONCEPCE ROZVOJE BEACH VOLEJBALOVÝCH KURTŮ
TJ SOKOLA HYLVÁTY
Diplomová práce
(bakalářská)

Autor: Lenka Dudlová, Rekreatologie
Vedoucí práce: Ing. Radmila Herzánová, Ph. D.
Olomouc 2014

Bibliografická identifikace

Jméno a příjmení autora: Lenka Dudlová

Název diplomové práce: Koncepce rozvoje beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty

Pracoviště: Katedra rekreologie

Vedoucí diplomové práce: Ing. Radmila Herzánová, Ph. D.

Rok obhajoby diplomové práce: 2014

Abstrakt:

Bakalářská práce reaguje na aktuální nevytíženost beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty v Ústí nad Orlicí. Proto je záměrem práce přispět k rozvoji beach volejbalu jako vhodné volnočasové pohybové aktivity, která by pomáhala zkvalitňovat životního styl jedince, a zároveň se snaží využít potenciálu stávajících budov a zařízení TJ. Prostřednictvím dotazníkového šetření, pozorováním, analýzou a syntézou poznatků je zjišťován současný stav a na jeho základě je navržena jedna z možných koncepcí rozvoje. Ta se opírá především o stanovené faktory, které ovlivňují momentální návštěvnost sportovního zařízení. Díky výsledkům práce jsou rozlišovány čtyři hlavní oblasti (potenciál sportovního zařízení, marketing, pohybová aktivita a program), které mají na daný problém největší vliv.

Klíčová slova:

pohybová aktivita, sportovní zařízení, spolek, Česká obec sokolská, Ústí nad Orlicí, marketing

Souhlasím s půjčováním diplomové práce v rámci knihovních služeb.

Bibliographical identification

Autor's first name and surname: Lenka Dudlová

Title of the master thesis: The concept of the development of beach volleyball courts TJ Sokol Hylváty

Department: Department of recreology

Supervisor: Ing. Radmila Herzánová, Ph. D.

The year of presentation: 2014

Abstract:

Bachelor thesis responds to the current underloaded beach volleyball courts TJ Sokol Hylváty in Ústí nad Orlicí. Therefore, the intention is to work to contribute to the development of beach volleyball as suitable leisure time physical activity, which would help to improve the life style of the individual, while trying to exploit the potential of existing buildings and facilities of TJ. The current situation is tested through the questionnaire survey, observation, analysis and synthesis of knowledge and on its basis there is proposed one of possible development concept. This concept is mainly based on specified factors that affect the actual attendance of sports facilities. With the results of the work are distinguished four main areas (potential of the sport facility, marketing, physical activity and program), which have the greatest impact on our given problem.

Keywords:

physical activity, sports facilities, union, Czech Sokol, Ústí nad Orlicí, marketing

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

Prohlašuji, že jsem diplomovou (bakalářskou) práci vypracovala samostatně pod vedením Ing. Radmily Herzánové, Ph. D., uvedla všechny použité literární a odborné zdroje a dodržovala zásady vědecké etiky.

V Olomouci dne 29. dubna 2014

.....

Ráda bych poděkovala Ing. Radmile Herzánové, Ph. D. za odborné vedení a pomoc při zpracování bakalářské práce.

OBSAH

ÚVOD	8
1 PŘEHLED POZNATKŮ	9
1.1 Význam tělesné kultury	9
1.1.1 Pohybová aktivita	10
1.1.2 Volnočasové aktivity	12
1.1.3 Sportovní zařízení	14
1.2 Plážové kurty	14
1.2.1 Beach volejbal.....	16
1.2.1.1 Organizační struktura beach volejbalu	18
1.3 Právní formy pro organizaci beach volejbalu	18
1.3.1 Spolek	19
1.3.2 Tělovýchovná jednota.....	20
1.3.2.1 Česká obec sokolská	21
1.3.2.2 TJ Sokol Hylváty	22
1.4 Marketing sportovní organizace	23
1.4.1 Analýza vnitřních a vnějších faktorů organizace.....	24
1.4.2 Marketingové nástroje ve sportu.....	25
1.4.2.1 Produkt.....	25
1.4.2.2 Cena	26
1.4.2.3 Místo/distribuce	26
1.4.2.4 Propagace.....	26
1.4.2.5 Lidé	26
1.4.3 Marketing sportovních akcí	27
2 CÍLE.....	28
2.1 Dílčí cíle.....	28
2.2 Výzkumné otázky	28
3 METODIKA	29
3.1 Dotazník.....	29
3.1.1 Cíle dotazníku	30
3.1.2 Obsah dotazníku	30
3.2 Další použité metody	30
3.2.1 Pozorování	30

3.2.2	Analýza a syntéza poznatků.....	31
4	VÝSLEDKY	32
4.1	Zjištěné výsledky	32
4.2	Doporučení.....	38
5	DISKUZE	40
	ZÁVĚRY	41
	SOUHRN	43
	SUMMARY	44
	REFERENČNÍ SEZNAM	45
	SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK	49
	SEZNAM PŘÍLOH.....	50

ÚVOD

Je patrné, že v životním stylu každého z nás se odráží to, jakým způsobem trávíme svůj volný čas. Naplnit volný čas vhodnou pohybovou aktivitou bezesporu přispívá v dnešní době plné sedavého zaměstnání k posilování jak psychického, tak fyzického stavu člověka. Tím myslím, že jedinec bude odolnější vůči stresu, civilizačním chorobám, bude si udržovat nebo zlepšovat svoji fyzickou kondici a formou tzv. aktivního odpočinku bude rozvíjet svoji osobnost. Cílem volnočasové pohybové aktivity je ale i zábava, a to že odpoledne uteče rychleji než jiné, znamená, že jedinec se zase vrátí k prováděné aktivitě, která se tím pádem může stát pravidelnou. Proto je důležité, mít zmiňované volnočasové aktivity, kde provozovat s ohledem na jejich cenu, charakter nebo dostupnost.

V této práci se zabývám koncepcí rozvoje beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty a návrhem vhodné varianty využití místa pro volný čas. Vzhledem k tomu, že Česká obec sokolská (ČOS) je v regionu Orlicka-Třebovska tradičním provozovatelem sportovních zařízení, má dobré předpoklady zaujmout veřejnost prostřednictvím čím dál více populárního sportu, a to beach volejbalu. Tento sport má totiž oproti klasickému tzv. šestkovému volejbalu řadu výhod a momentálně prožívá svůj boom, neboť odpovídá trendům rozvoje volného času, jako je větší zážitek a zainteresovanost účastníků, otevřený prostor, menší a pevnější kolektiv při sportu (Dohnal, T., Hobza, V. et al., 2007). Přestože TJ Sokol Hylváty disponuje dvěma beach volejbalovými kurty umístěnými ve vhodném prostředí mezi lesem a řekou a s dobrou dostupností, využitelnost těchto kurtů je velmi nízká. Podle účetní knihy TJ Sokola Hylváty byly kurty za období od poloviny května do poloviny září v roce 2013 využity jen ze 7,5 %. Mým cílem je najít potenciál tohoto sportoviště z jak již zmiňovaného důvodu, ve vztahu k trávení volného času, tak i z ekonomických důvodů. Hospodaření malých a středně velkých sportovních klubů (včetně tělovýchovných jednot) s malou členskou základnou se pohybuje na hranici existence. Veškeré opravy sportovních zařízení jsou proto odkládány, aby sportovní kluby nemuseli omezovat svoji hlavní činnost. Prostřednictvím vhodných marketingových nástrojů se může klub sám snažit o vedlejší hospodářskou činnost, a zlepšit tak svoje finanční příjmy za účelem naplňování potřeb svých členů.

1 PŘEHLED POZNATKŮ

1.1 Význam tělesné kultury

Důležitou součástí občanské společnosti je vedle národní, politické, ekonomické, společenské, právní,... kultury, také kultura tělesná. Tu Hodaň (2010, 47) definuje jako „množinu organizací, institucí, legislativních norem, způsobů personálního a materiálního zabezpečení, uspořádanou do funkční struktury, vycházející ze vzájemných vazeb na vnější okolí, s cílem co nejefektivnějšího zabezpečení a uspokojení zvláštních pohybových potřeb člověka realizovaných prostřednictvím tělesných cvičení.“ Z toho vyplývá, že tělesná cvičení působí pozitivně na rozvoj člověka, a tak i přeneseně na celou společnost. Pokud se jedinec ztotožní s hodnotami tělesné kultury, dochází k jeho ovlivňování, hovoříme o změně životního stylu. A člověk jako sociální bytost v systému okolních vztahů, tak může řetězovitě ovlivnit životní způsob celé skupiny, společnosti (Hodaň, 2007).

Životní způsob představuje normu dané populace, která je pro ni charakteristická. Životní styl poukazuje na individuální rozdíly, vypovídá o zvláštnostech v chování, jednání a postojích jedince v té samé skupině. Životní styl je více dynamický, spontánně a neuvědoměle reaguje na změny sociálních rolí a sociálního prostředí. Ale životní styl člověka neutváří jen prostředí, nýbrž jeho kvalitu tvoří činnosti a práce na sobě samém. „Životní styl vypovídá o kvalitě života člověka,“ jak uvádí Hodaň (2007, 158) a doplňuje, že tělesná kultura prostřednictvím uzpůsobení pohybového režimu výrazně přispívá k optimalizaci životního stylu. Pohybová aktivita a výživa představují biologické determinanty, naproti tomu stres a závislosti (kouření, pití alkoholu, sociální sítě) spadají do oblasti psychické (Dohnal a kol. 2009).

Hodaň (2007) tak shrnuje cíl pohybové (tělocvičné) aktivity obecně. Pohybová aktivita nemá vliv jen na zdraví člověka (působí především jako prevence, k podpoře zdraví), ale je součástí i ostatních oblastí lidského života, vytváří a uspokojuje potřeby člověka, zkvalitňuje sociální, kulturní a ekonomické vztahy a také spoluutváří životní hodnoty.

Nyní uvádím příklad sociální změny díky pohybové aktivitě. Ta je doprovázena pocitovými vjemy, tudíž dochází k zapojení psychiky, která ovlivňuje sociální jednání a chování (vztahy s okolím). Také záleží, v jaké sociální skupině je aktivita realizována. Navíc s pohybem souvisí duševní hygiena (emoční stabilita) a upevňování některých

vlastností. Pokud pohybovou aktivitu vezmeme jako trénink běžných životních situací, existuje předpoklad, že se dočkáme menšího množství sociálních konfliktů, až vše vyústí ve zvýšenou sociální adaptaci a vyšší sociální zdatnost.

Příkladem, proč je pohyb základní potřebou člověka, je fakt, že během pohybové činnosti dochází ke stimulaci fyziologických pochodů v organismu, bez kterých by docházelo k poruchám a nemocem (např. atrofie svalů).

Z hlediska ekonomického se jedná o větší pracovní efektivitu (žádná přerušování kvůli nemocem, žádná potřeba následných materiálních, personálních a finančních zdrojů k léčení, snazší kompenzování profesních dysbalancí). Dále se bere v úvahu delší setrvání v pracovním poměru, a tím menší náklady z pohledu státu na sociální a zdravotní pojištění. Z výše uvedeného přeneseně vyplývá i větší psychická odolnost v nezaměstnanosti a jistota v sociálních vztazích (Hodaň, 2007).

Nutnost podpory pohybové aktivity jako veřejně prospěšné činnosti ze strany státního sektoru je nepochybná, nicméně nedostatečná. Proto je potřeba využít i možnosti v rámci soukromého sektoru. Jelikož je pohybová aktivita vedle přínosů, které jsem již zmínila i zábavou, podílejí se i domácnosti na vícezdrojovém financování tělesné kultury (Hodaň & Hobza, 2010).

Podpora pohybové aktivity se podle Kalmana, Hamříka a Pavelky (2009) děje prostřednictvím vzdělávání široké i odborné veřejnosti o významu pohybové aktivity. Dále skrze zpřístupnění sportovních zařízení, zvyšováním motivace populace k aktivnímu životnímu stylu díky komunikaci v médiích, budováním společné formy podpory a spoluprací jednotlivých aktivit.

1.1.1 Pohybová aktivita

Pohybovou aktivitu definuje Světová zdravotnická organizace (2004) jako „jakoukoli aktivitu produkovanou kosterním svalstvem způsobující zvýšení tepové a dechové frekvence“ (Kalman, Hamřík & Pavelka, 2009, 21). Z tohoto úhlu pohledu zkoumá pohybovou aktivitu antropomotorika. Z hlediska pojetí tělesné kultury se pohybová aktivita nahrazuje slovem tělocvičná aktivita a podle úrovně realizace se dále člení na (školní) tělesnou výchovu, tělocvičnou rekreaci a sport (Hodaň, 2010). Rozdíl v úrovni realizace spatřujeme v cílech, doby trvání, intenzity a opakování aktivity. Ve volném čase se nejčastěji realizuje tělocvičná aktivita a poté sport. Tělesné výchově se dále nebudeme věnovat, jelikož probíhá v přesně stanovený čas daný rozvrhem v rámci školního

vyučování a je pro ni charakteristické, že přítomnost na výuce a samotná aktivita je povinná.

Tělocvičnou rekreaci (TR) můžeme dělit podle věku na tělocvičnou rekreaci dětí, dospělých a seniorů. Dětská kategorie se dále člení na TR dětí předškolního, mladšího a staršího školního věku. Speciální přístup může vyžadovat skupina rodičů s dětmi. Další členění TR je Hodaněm a Dohnalem (2008, 38) určeno podle:

- „organizovanosti (organizovaná, částečně organizovaná, neorganizovaná),
- časové struktury (každodenní, víkendová, dlouhodobá),
- prostoru realizace (domov, pracoviště, sídliště, příměstská zařízení, rekreační oblasti),
- množství účastníků (individuální, rodinná, skupinová),
- zdravotního stavu (zdraví, zdravotně oslabení),
- pohlaví (mužské složky, ženské složky, koedukované skupiny),
- obsahu (...různá zaměření),
- zodpovědnosti“ (organizátor).

Pro TR je typické, že vychází z tělesné výchovy. Navazuje na získané pohybové vzdělání a dále ho buď udržuje, nebo rozvíjí. Tím, že se realizuje ve volném čase, více utváří životní způsob a životní styl jedince ve snaze optimalizovat jeho pohybový režim a celkově zvýšit kvalitu života. TR je činností vnitřně motivovanou a silně prožitkovou (Hodaň, 2010, 73-75). TR má pozitivní efekt na zdokonalování člověka díky záměrně volených tělesných cvičení. Tělesná cvičení mají přispívat k rozvoji osobnostního potenciálu, k prevenci před nezvládnutím různých sociálních rolí, ke kompenzaci jednostranného přetěžování, k regeneraci organismu, k rekondici a rehabilitaci. Naproti tomu pohybová rekreace má obecnější charakter, protože je realizována jakoukoli pohybovou činností. Je jedním z druhů rekreace vedle zájmové, sociální, intelektuální a kulturně-umělecké (Hodaň & Dohnal, 2008).

Pojem sport zahrnuje jak výkonnostní, tak vrcholový sport, včetně sportovní výchovy mládeže. „Základní organizační jednotkou, v níž je výkonnostní sport realizován, je občanské sdružení,¹ předmětem jehož činnosti je provozování organizovaného sportu, který je vykonáván jako volnočasová činnost mimo zaměstnání.“ Hodaň (2010, 76), stejně jako v předchozí větě, sděluje, že trenéři zde působící mají i přes svoji odbornou

¹ Podle nového občanského zákoníku se jedná o spolek, popřípadě pobočný spolek (zákon č.89/2012 Sb., § 214 až 302).

kvalifikaci roli dobrovolníka. Dále pro srovnání ještě uvádím definici sportu podle české legislativy (zákon č. 115/2001 Sb., o podpoře sportu). „Sport představuje všechny formy tělesné činnosti, které prostřednictvím organizované i neorganizované účasti si kladou za cíl harmonický rozvoj tělesné a psychické kondice, upevňování zdraví a dosahování sportovních výkonů v soutěžích všech úrovní.“ Je patrné, že tato definice umožňuje i provozování amatérského sportu. Důkazem toho je Česká asociace sportu pro všechny, Česká obec sokolská, Orel. Tyto spolkové organizace se snaží podporovat sport pro všechny, který je také určen zákonem o podpoře sportu (zákon č. 115/2001 Sb.) jako „organizovaný a neorganizovaný sport a pohybová rekreace určená širokým vrstvám obyvatelstva“. Důsledkem toho je, že neexistují ostré hranice mezi těmito pojmy a je těžké určit, jaké aktivity patří mezi TR a které do sportu. Záleží na úhlu pohledu, protože ta samá aktivita, například kroužek beach volejbalu pro děti ve volném čase se podle pravidelnosti opakování a cíle (výchova sportovní reprezentace) může zařadit do sportu, ale podle toho, že je uskutečňován ve volném čase a s cílem aktivního odpočinku od školního vyučování, se může řadit mezi TR.

Pohybová aktivita se dále vzhledem ke stávajícím trendům dá podle Jiráska, Kratochvíla a Hanuše (2009) řadit do tří směrů. Sporty, které vedou k osvojení pohybového základu, pohybové aktivity s možností provozování po celý život a „výzvové, adrenalinové“ sporty s důrazem na osobnostní rozvoj.

Vše nemění nic na tom, že přestože jsou pohybové aktivity různého druhu s možností optimalizace pro každého jedince, přibývá neustále spíše sedavého způsobu trávení jak pracovního, tak mimopracovního času, a to především u dětí. Důkazem toho je shrnutí posledního výzkumu v publikaci Kalmana a Vašíčkové (2013). Autoři konstatují, že neustále ubývá pohybově aktivních dětí. Dívky jsou ještě méně pohybově aktivní než chlapci. Je prokázáno, že s přibývajícím věkem klesá pohybová aktivita dětí. Volný čas tráví rodina nejčastěji sledováním televize, poté návštěvou příbuzných. Pokud jsou děti samy, hrají hry, chatují, brouzdají po internetu, píšou domácí úkoly na počítači, posílají e-maily.

1.1.2 Volnočasové aktivity

Jak již bylo řečeno, nejvíce dochází k pohybové aktivitě ve volném čase. Volný čas Hájek, Hofbauer a Pávková (2008, 65-67) chápe jako čas, který zbývá po splnění všech povinností (zaměstnání, péči o domácnost a rodinné příslušníky, činnosti nezbytné

k zajištění biologických funkcí a časové ztráty související s plněním povinností). Pro volný čas dětí je charakteristické, že je ho více než u dospělé osoby, bývá pestřeji vyplněn, jeho součástí je pedagogický dozor, výběr obsahu a procesu naplňování je do značné míry omezen prostředím, rodiči, věkem a vyspělostí dítěte. Naproti tomu Dumazedier (Hodaň, 2008, 58) ve své definici poukazuje také na cíl volného času, nebo-li za jakým účelem si vybíráme volnočasové aktivity. Aby si jedinec buď „odpočinul, pobavil se nebo svobodně zdokonaloval svou tvůrčí kapacitu.“ Dále Dumazedier uděluje volnému času tři vlastnosti. Výběr aktivit musí být svobodný, podle vůle jedince. Volný čas je nezainteresovaný a naplňuje osobní potřeby. Pokud není splněna některá z výše uvedených vlastností, můžeme hovořit o polovolném času. Variantou je vedle volného času i čas vázaný, tj. čas na dopravu, čas na ostatní nutně související činnosti (Hodaň, 2008).

Způsob trávení volného času ukazuje na životní styl dítěte, ale i celé jeho rodiny. Podle Scémyho je podmíněn možnostmi, zkušenostmi, kulturou, hodnotami a zájmy jedince i blízkého okolí, které se podílí na výchovném procesu (Kalman & Vašíčková, 2013). Hodaň s Dohnalem (2008) doplňují determinanty volné času ještě geografickým prostředím, stupněm rozvoje konkrétní společnosti, sociálním statutem jednotlivce jako je zdravotní stav, vzdělání, profese, ekonomické zajištění, rodinný stav.

Stejně jako rekreace i volnočasové aktivity se dají členit podle Dumazdiera na „činnost:

- manuální,
- fyzickou,
- estetickou,
- intelektuální,
- sociální“ (Hodaň & Dohnal, 2008, 57).

Volnočasové aktivity lze členit i podle míry organizovanosti. Sportovní zařízení by mělo nabídnout příležitost pro uskutečnění činnosti spontánní, zájmové činnosti příležitostné i zájmové činnosti pravidelné. Činnost spontánní se vyznačuje tím, že pedagog vystupuje jako rádce, motivuje a dohlíží na bezpečný průběh, neboť při silném zaujetí činnostmi se všeobecně zapomíná na hrozící rizika a přeceňují se vlastní síly. Zájmová činnost příležitostná představuje „organizované, jednorázové i cyklické, rekreační, oddechové nebo vzdělávací aktivity (Hofbauer, 2004, 21). Činnost se pohybuje v časovém rozpětí stejně jako činnosti pravidelné. Pro zájmovou činnost pravidelnou platí

vedení odborně vzdělaným člověkem, stejně dlouhé intervaly mezi opakováním aktivit, snaha podporovat pozitivní vztah k předmětu zájmu. Výsledkem takové činnosti je získání nových vědomostí, dovedností, schopností, které se prezentují formou soutěže, turnaje, zápasu, výstavy, vystoupení (Hofbauer, 2004).

1.1.3 Sportovní zařízení

Pohybové aktivity se realizují ve sportovním zařízení. Sportovní zařízení je definováno jako „objekt, pozemek, vodní plocha, budova nebo jejich soubor sloužící výhradně nebo převážně pro provozování sportu (zákon č. 115/2001 Sb.). Jedná se o hřiště, kurty, tělocvičny, stadiony, cyklostezky, parky, rybníky, přehrady a jiné. Z toho vyplývá, že pohybová aktivita se může provozovat kdekoli. Záleží na omezeních a specifikách daného sportu a zákonech.

Pravidla jednotlivých sportů přesně definují hrací plochu (tráva, antuka, písek, „palubovka“,...) a její velikost. Každé zařízení musí ze zákona o ochraně veřejného zdraví (zákon č. 258/2000 Sb.) a dalších vyhlášek (vyhláška č. 410/2005 Sb. o hygienických požadavcích na prostory a provoz zařízení a provozoven pro výchovu a vzdělávání dětí a mladistvých, vyhláška č. 464/2000 Sb., kterou se stanoví hygienické požadavky na koupaliště, sauny a hygienické limity venkovních hracích ploch) splňovat hygienické, technické a provozní podmínky. Tím se rozumí „hygienické požadavky na prostorové podmínky, vybavení, provoz, osvětlení, vytápění, mikroklimatické podmínky, zásobování vodou a úklid“ (vyhláška č. 410/2005 Sb.). Veřejné zdraví je zákonem určeno jako „zdravotní stav obyvatelstva a jeho skupin. Tento zdravotní stav je určován souhrnem přírodních, životních a pracovních podmínek a způsobem života“ (zákon č. 258/2000 Sb.). K návštěvě, k provozu zařízení slouží návštěvní nebo provozní řád, který určuje podmínky vstupu a chování uvnitř.

1.2 Plážové kurty

V České republice dnes existuje velké množství plážových kurtů připravených k využití pro širokou veřejnost. Ale fungují za různých podmínek a účelem. Většina je postavena v rekreačních zařízeních při vodních plochách a nejčastějšími návštěvníky jsou ubytovaní hosté nebo ti, kteří chtějí příjemně strávit svůj volný čas a pobavit se. Podle vlastních zkušeností je kvalita těchto hřišť různá, spíše však nevyhovující, jelikož nikdy nebylo investováno do jejich opravy (málo hluboký písek, nerovnoměrně položený,

nemožné nastavit výšku sítě apod.) Přestože obce, pokud se spolupodílely na financování zařízení, mají ze zákona dbát na „rekonstrukci, udržování a provozování svých sportovních zařízení“ a mají povinnost „kontrolovat účelné využívání svých sportovních zařízení“ (zákon č. 115/2001 Sb.). Druhým typem jsou hřiště při sportovních klubech a tělovýchovných jednotách. Vybavení a zázemí je již na vyšší úrovni. Uživateli kurtů jsou členové klubů (vrcholoví a výkonnostní hráči) nebo veřejnost, pro kterou je charakteristické, že kurty navštěvuje pravidelně v rámci pohybové rekreace a sportu. Provozovateli jsou většinou neziskové organizace.

Aby se plážové sporty mohly u nás dále rozvíjet, je zapotřebí plážových kurtů, které by bylo možné využívat po celý rok. Tuto skutečnost splňují prostřednictvím „pevných“ nebo přetlakových nafukovacích hal pouze plážová hřiště v Brně a v Praze. Od roku 2012 se přidal Benešov a od listopadu 2013 Pardubice. Je pochopitelné, že náklady v zimě (výstavba, provoz a sundání přetlakové haly) jsou mnohem větší než v létě. Finanční variantou je vybudování „pevných“ hal, které mají přes zimu minimální náklady na provoz, nevýhodou ale zůstává vysoká pořizovací cena a fakt, že plážové sporty jsou tradičně provozovány na přímořských plážích na čerstvém vzduchu při slunečném počasí.

Naopak výhodou plážových kurtů zůstává, že se jedná o specifické podloží (písek), tedy o specifický pohyb. Beach kurty se často využívají pro tréninky fyzické kondice, neboť pohyb v hlubokém písku je náročnější (jak silově, tak koordinačně) a zároveň šetrnější na kloubní spojení (písek tlumí dopady z výskoků a přeběhů v poli a dochází tak ke zlepšení pevnosti kloubních pouzder, šlach a vazů). „Nekompaktní povrch hřiště má vliv na tvar klenby nožní, která se tvaruje a přizpůsobuje písčitému podkladu. Proto je v klenbě nožní kontinuálně udržovaná potřebná pružnost a napětí svalů pro její dobrou funkci. Poněvadž hráči hrají bos, odpadá požadavek použití sportovní obuvi a s tím i problém zdravotně-hygienický..., tím je eliminováno nebezpečí plísňových infekcí“ (Kaplan & Džavoronok, 2001, 9). Při pádech nedochází k odřeninám a spáleninám kůže. Písek je zajímavý i pro děti. Už od předškolního věku si hrají na pískovišti a i s přibývajícím věkem je to stále baví. Dají se provozovat činnosti esteticko-umělecké (kreslení do písku), manuální (stavění, nošení), fyzické i sociální. Co se týče samotného beach volejbalu, hra upevňuje tvorbu vnitřních hodnot, navazování sociálních kontaktů, soutěživost a týmovou spolupráci. Dalším plusem je divácká atraktivnost vrcholového pojetí tohoto sportu a tím spolupráce sponzorů a svazu při organizování turnajů.

Mezi plážové sporty v České republice patří:

- beach volejbal
- beach tenis
- beach házená
- beach fotbal
- beach rugby
- tchoukball

Tchoukball je také původně halový sport, ale dá se hrát kdekoli. Cílem hry je hodit míč o soupeřovu trampolínu tak, aby dopadl do vyznačeného území a soupeř tomu nestihl zabránit (<http://listofsports.com/tchoukball>, 10. 3. 2014).

Ale největší zastoupení na počet registrovaných hráčů má mezi plážovými sporty u nás beach volejbal. Pod Českým volejbalovým svazem je registrováno 937 volejbalových oddílů. V průměru je 67 oddílů v jednom kraji. Mezi nejznámější a největší beach volejbalové kluby u nás patří: Beachklub Pankrác (nejstarší), Prague beach team Střešovice, Beachvolejbalová akademie Praha, Beachklub Ládví, Beachklub Strahov, BVC Žraloci-Pňov, BVC Chodov, Plážový klub Pískomil Olomouc, SK Beachvolleyball Slavkov, Beach Volleyball Karviná. Všechny kluby, pokud jejich hráči chtějí hrát oficiální turnaje (stát se mistrem republiky), musí být registrováni pod Českým volejbalovým svazem.

1.2.1 Beach volejbal

Plážový volejbal dnes již spíše označovaný pod názvem anglického slova beach volejbal vlivem neustálého přejímání a zkracování slov vznikl ve dvacátých letech 20. století v Kalifornii. Jedná se o sport na pomezí individuálního a kolektivního, neboť se hraje ve dvou družstvech, mezi kterými je postavena síť. Jedno družstvo tvoří dva hráči. Jedná se o bezkontaktní sport, tudíž to je jeden z důvodů, proč lze tento sport zařadit mezi sporty celoživotně provozované. Zapletalová, L., Přidal, V. a Laurenčík, T. (2007, 135) potvrzují, že „plážový volejbal patří v současnosti k velmi populárním sportovním hrám..., od roku 1996 patří mezi olympijské sporty v kategorii mužů a žen.“

Jedna polovina hřiště je velká 8x8m a cílem hry je povoleným způsobem přehrát míč přes síť tak, aby dopadl na zem do soupeřova pole. Míč může být zahrán jakoukoli částí těla, přičemž platí, že jedno družstvo má pouze tři doteky. Jeden zápas se hraje na dva vítězné sety do jednadvaceti bodů. Často se na amatérských turnajích setkáme i s týmy o třech hráčích. Tato rekreační forma hraní má výhody v tom, že týmy déle udrží míč ve hře.

Přestože měl být beach volejbal pouze varianta indoor halového volejbalu, vyvinul se v nový specifický sport s vlastními pravidly. Oficiální pravidla plážového volejbalu 2013-2016 (FIVB, 2012) jsou k nahlédnutí na internetových stránkách ČVS. Například v beach volejbale můžeme vidět údery jako „kaple“, „kobra“, které se při halovém volejbalu nepoužívají, neboť při šesti hráčích v poli nemají význam. Další odlišné pravidlo kromě povolených úderů je délka setu (jedenadvacet bodů) nebo to, že blok se počítá jako první úder ze tří. Beach je všeobecně více techničtější než silovějším sportem oproti volejbalu (myšleno halovému), neboť díky poměrně velkému poli, hráči mohou volit útok jak technický, tak razantní. Především na nižší úrovni je velká výhoda umět ovládat všechny možné údery a umět je rozmisťovat. Proto beach může hrát kdokoli. I méně dobří hráči s horšími fyzickými parametry (ne pro vrcholový sport) se mohou v této hře seberealizovat a dosáhnout dobrého výsledku na amatérských turnajích.

Samostatnou kategorii tvoří děti. Pro ně je připraven projekt Pražské junior beach ligy, který letošní sezónu 2013/2014 funguje teprve druhým rokem. Je to systém osmi turnajů v Praze, každý v jiném areálu. Děti jsou podle věku rozděleny do 4 kategorií, čím jsou starší, tím se jim zvětšuje hřiště a přibývají povolené údery, od přehazované až po regulérní beach volejbal.

Jsou to tyto kategorie:

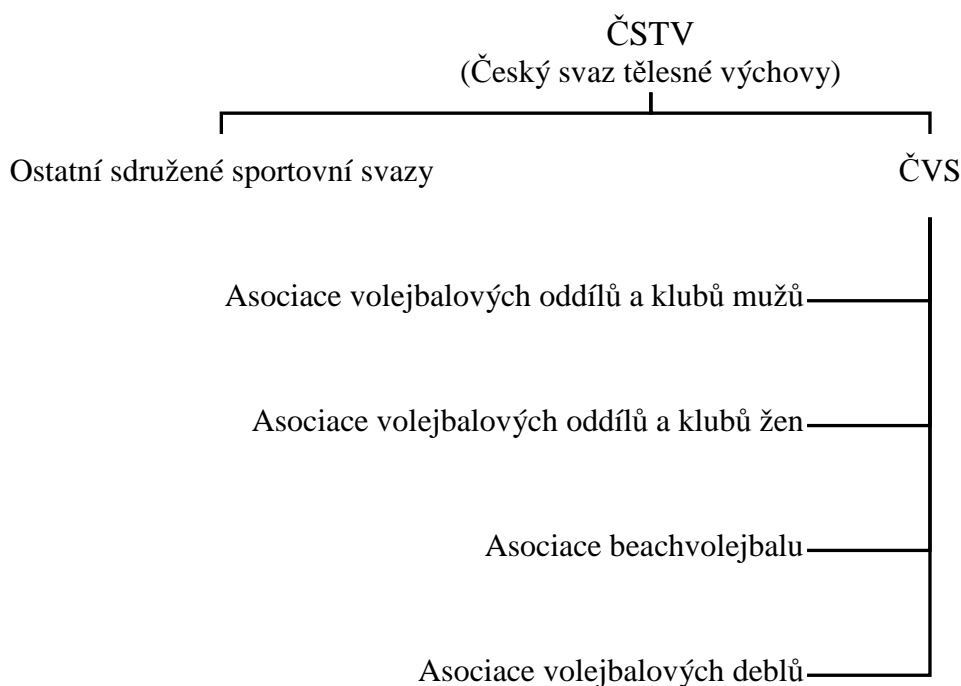
- žlutý - do 10 let,
- červený - do 12 let,
- zelený - do 14 let,
- modrý - junioři a juniorky - do 19 let (<http://www.beachliga.cz/> , 10. 3. 2014).

V kategorii dospělých se v České republice nejvyšší turnaje organizují pod záštitou Českého volejbalového svazu (ČVS). V sezóně, která trvá od června do září, se sbírají body z jednotlivých turnajů, podle kterých se na každém dalším turnaji nasazuje do hlavní soutěže, a na závěr se 16 párů s nejvyšším počtem bodů za sezónu kvalifikuje na Mistrovství České republiky (MČR). Turnaje mají různou bodovou hodnotu, ta je určena s vydáním termínového kalendáře. Body do českého žebříčku se získávají i účastí na zahraničních turnajích pořádaných FIVB (Fédération Internationale de Volleyball) a CEV (Confédération Européenne de Volleyball). Pro amatérské hráče, kteří nejsou registrováni, jsou vypisovány nehomologované turnaje od jednotlivých beach volejbalových klubů. Jedinou výjimkou je projekt regionálních turnajů pod ČVS, jenž má za cíl přivést nejlepší

„amatéry“ z krajů až na MČR. Postupový klíč je takový, že ten, kdo v součtu získá nejvíce bodů ze tří pořádaných turnajů v kraji, může se zúčastnit Finále regionů. První dva týmy z tohoto turnaje si vybojují přímý postup na MČR. Bohužel regionální turnaje se ještě neorganizují ve všech krajích, v roce 2013 například jen v 8 regionech.

1.2.1.1 Organizační struktura beach volejbalu

Vedle řízení a organizování volejbalové činnosti má ČVS „hájit zájmy sdružených subjektů a zabezpečovat státní reprezentaci ČR“ (<http://www.cstv.cz/sdruzene.htm>, 13. 3. 2014). V beach volejbale toto poslání spadá do kompetencí beachvolejbalové asociace.



Obrázek 1. Organizační struktura ČVS

1.3 Právní formy pro organizaci beach volejbalu

Hráči beach volejbalu se mohou sdružovat za veřejným nebo soukromým účelem (určuje se podle hlavní činnosti právnické osoby). Tomu odpovídalo rozdělení organizací na ziskové a neziskové. Mezi ty ziskové patřila nejčastěji společnost s ručením omezeným nebo akciová společnost. Podle nového občanského zákoníku (Zákon č. 89/2012 Sb.) se jedná o korporace. V neziskové sféře jsme se nejčastěji setkali s občanským sdružením. Podobně jako u ziskových organizací dnes podle nového občanského zákoníku hovoříme o spolicích a pobočných spolicích. Pokud organizace svojí činností přispívá k dosažení

veřejného blaha a splňuje další podmínky stanovené zákonem, získá status veřejné prospěšnosti.

1.3.1 Spolek

Spolek je samosprávný a dobrovolný svazek nejméně tří členů, který slouží k uspokojení a ochraně společných zájmů. V názvu právnické osoby musí být uvedeno slovo „spolek“ nebo „zapsaný spolek.“ Pokud spolky chtějí zastřešující organizaci, vytvoří nový spolek a v názvu uvedou jeho svazovou povahu.

Jedná se o neziskovou organizaci, tudíž hlavní činností spolku nemůže být podnikání nebo jiná výdělečná činnost. Peníze získané z vedlejší hospodářské činnosti musí být použity výhradně na podporu účelu spolku, kvůli kterému byl založen, na hospodárné využívání majetku (opravy, rekonstrukce) nebo správu spolku.

Nejdůležitějším dokumentem spolku jsou stanovy. Ty jsou podmínkou založení spolku a určují hlavní činnost, podmínky vzniku a zániku členství, povinnosti a práva členů, statutární orgány spolku. Musí být uloženy v sídle spolku.

Opakem svazu je vytvoření pobočného spolku. Ten podle stanov nadřazeného spolku získává právní osobnost. Stanovy tedy určují, zda hlavní spolek nese odpovědnost za dluhy pobočného spolku nebo ne. Společným znakem je status veřejné prospěšnosti. Pobočný spolek nemůže existovat bez hlavního.

Spolek má předepsanou organizační struktura, která se skládá z nejvyššího orgánu (pokud stanovy neurčí jinak, jedná se o členskou schůzi), statutárního orgánu (kolektivní - výbor, individuální - předseda) a nepovinných komisí (např. kontrolní). Zásadní věci o fungování spolku řeší nejvyšší orgán a jedná se o tyto záležitosti:

- zaměření činnosti spolku
- změna stanov
- schválení hospodářského záměru
- hodnocení činnosti spolku, jeho orgánů a členů
- rozhodování o zániku nebo přeměně spolku

Členství ve spolku je dobrovolné, nepřechází na zákonného zástupce. Člen je povinen se od data přijetí řídit podle stanov (zákon č. 89/2012 Sb). Podle velikosti členské základny se hovoří o malém, středním nebo velkém spolku. Zároveň podle počtu registrovaných členů ve sportovních organizacích se určuje výše dotací na činnost.

Všechna původní sdružení založená podle zákona č. 83/1990 Sb. o sdružování občanů získávají od 1. 1. 2014 status spolku, pokud nezažádali do 31. 12. 2013 o změnu právní formy na obecně prospěšnou společnost o.p.s. podle zákona č. 68/2013 Sb. nebo se netransformovali na ústav, popřípadě sociální družstvo. Nyní mohou vznikat právnické osoby jen podle nového občanského zákoníku. Ty založené před dnem 1. 1. 2014 mají k dispozici lhůtu tří let, aby změnilly svůj název a stanovy podle nové legislativy.

Mezi spolky provozující pohybové aktivity patří sportovní kluby, tělovýchovné jednoty, zájmová sdružení atd. Například sportovní klub je organizace věnující se určitému sportovnímu odvětví, podle kterého většinou nese svůj název. Pokud nemá název podle činnosti, je to podle místa působnosti (město), nebo podle zřizovatele (škola). Sportovní klub je typický pravidelnou činností zájmovou nebo výkonnostně orientovanou.

1.3.2 Tělovýchovná jednota

Tělovýchovná jednota (TJ) představuje sdružení, které z hlediska právní formy odpovídá spolku, ale svou historií, tradicí, organizací a odkazy na nejpočetnější organizace např. Českou obec sokolskou, Českou asociaci sportu pro všechny si zaslouží zvláštní kapitolu.

Tělovýchovná jednota je synonymem pro sportovní klub, prostřednictvím tělesných cvičení provozuje svoji hlavní činnost, která je zřejmá za stanov organizace. Jedná se o spolkovou činnost, pro kterou je charakteristické, že nabízí i jiné aktivity než tělocvičné. Pravidelný týdenní rozvrh je doplněn kulturními a vzdělávacími akcemi, víkendovými nebo týdenními pobyty v přírodě tak, aby bylo působení na jedince co nejkomplexnější. V minulosti se kladl velký důraz na výchovu během aktivity (Hodaň & Dohnal, 2008), neboť byla snaha o předání naučených informací a šíření společné myšlenky dalším generacím. Tělovýchovné jednoty tradičně působí jako pobočné spolky na úrovni obcí, krajů se svými vlastními statutárními orgány. Sdružují se v zastřešujících organizacích a sportovních svazech. V roce 2009 existovalo 150 sportovních svazů s celostátní působností. Sportovní kluby a TJ jsou představiteli vedle státního (Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy) a podnikatelského sektoru (subjekty nabízející sport pro veřejnost za úplatu) spolkové tělesné výchovy a sportu. Provozují sport pro všechny, výkonnostní i vrcholový (Čáslavová, 2009).

1.3.2.1 Česká obec sokolská

Česká obec sokolská je spolek, který sdružuje sokolské župy a tělocvičné jednoty Sokol jako pobočné spolky. V ČOS se sdružuje na 190 000 sportovců, což je čtvrtá nejpočetnější sportovní organizace v ČR (Čáslavová, 2009). „ČOS byla zřízena ve veřejném zájmu, jejím účelem a cílem je zvyšovat tělesnou zdatnost svých členů, organizovat a vykonávat tělovýchovnou, sportovní, kulturní a společenskou činnost, podporovat rozvoj osobnosti a vychovávat k čestnému jednání v životě soukromém i veřejném“ (Česká obec sokolská, 2013, 1).

Mezi činnosti orgánů ČOS patří:

- podpora vzniku a činnosti sokolských jednot a žup, správa majetku,
- organizace a realizace tělesné výchovy a sportu, kulturních a společenských činností za účelem trávení volného času, zlepšení tělesné a duševní výkonnosti a duchovní úrovně svých členů,
- organizace výkonnostního a vrcholového sportu,
- rozšiřování sokolských tradic a ideálů,
- zajištění po metodické stránce tělovýchovný a sportovní proces s cílem jej stále zdokonalovat při respektování etických zásad olympijského hnutí a rozvíjet morální a etické základy sportu tak, aby chránili sport a sportovce před zneužíváním pro politické a komerční cíle,
- stanovovat zásady pro nakládání a ochranu majetku, rozvíjet vlastní hospodářskou činnost,
- usilovat o účast ve sportovní reprezentaci státu,
- udržet status veřejné prospěšnosti“ (Česká obec sokolská, 2013).

Všechny tyto úkoly se přenášejí i na sokolské župy a jednoty.

ČOS působí v 77 sportovních odvětví včetně volejbalu. Jen ve východočeské Pippichově župě je zaregistrováno 19 volejbalových oddílů s počtem 710 členů (<http://www.sokol-cos.cz/prehled-sportovnich-odvetvi-2338>, 15. 3. 2014). Ze své zkušenosti si troufám odhadovat, že většina provozuje beach volejbal jako doplňkový sport a je jen otázkou času, kdy bude zařazen do seznamu jako samostatné odvětví.

1.3.2.2 TJ Sokol Hylváty

Tato tělocvičná jednota se nachází v Pardubickém kraji, jedná se o městskou část Ústí nad Orlicí a byla založena v roce 1919. Nyní je zde zaregistrováno 171 členů v 12 oddílech (všestranosti, volejbale, fotbale, nohejbale, thajském boxu, badmintonu, tenise a stolním tenise). Jedná se o malý pobočný spolek ČOS s liniovou organizační strukturou (<http://sokol-hylvaty.wgz.cz/>, 15. 3. 2014).

Vzhledem k počtu obyvatel města Ústí nad Orlicí (14 472 obyvatel) a široké sportovní nabídce z řad jiných spolků a podnikatelských subjektů, se dá vyvozovat, že tělovýchovná jednota, přestože má velký kulturní, historický, materiální potenciál, upadá. Je pravda, že ve městě působí ještě TJ Sokol Kerhartice se 174 členy a TJ Sokol Ústí nad Orlicí se 478 členy (<http://www.sokol-cos.cz/prehled-sportovnich-odvetvi-2338>, 15. 3. 2014) jako konkurenční spolek, ale jak víme z osobního rozhovoru se starostkou TJ Sokola Hylváty, členská základna se oproti minulým letem stále ztenčuje. Ubývá dětí v kroužcích a noví členové nepřicházejí. Je zapotřebí v rámci cílů organizace více propagovat činnost spolku, aby díky vedlejší hospodářské činnosti mohla svoje aktivity dále provozovat a postupem času rozvíjet.

TJ disponuje několika budovami a hřišti. Vzhledem k dlouholeté tradici a nasbíraným zkušenostem má i z programové stránky co nabídnout široké veřejnosti. Hodnocení stávajících poměrů v TJ je součástí dotazníkového šetření v praktické části této práce.

Jedná se o tyto budovy:

- sokolovna U Tří mostů,
- areál Miloně Svojanovského
 - o tenisové antukové kurty (2 kurty bez umělých čar),
 - o volejbalový antukový kurt,
 - o beach volejbalové kurty (2 venkovní kurty bez osvětlení postaveny v roce 2009, v nájmu TJ od města),
 - o budova se sociálním zařízením z roku 2007.

Fotografie budov a areálu jsou k dispozici v příloze č. 1.

1.4 Marketing sportovní organizace

Vzhledem k tomu, že se sport podílí na hrubém domácím produktu čím dál větší měrou, roste i význam marketingu v oblasti sportu. Marketingová činnost může pomoci zvýšit příjem sportovních organizací (ziskových i neziskových). Jelikož se ve své práci věnují oddílu tělovýchovné jednoty, dále popíše specifika marketingu v neziskovém sektoru. Do jisté míry je zde marketing ochuzen, protože komerční činnost je u těchto organizací pouze doplňková dle daňového zákona, nicméně ne zanedbatelná. TJ musí také oslovovat potencionální zákazníky, aby mohla provozovat sportovní zařízení, odměňovat trenéry a vůbec provozovat danou činnost, pro kterou byla založena. Marketing neziskových organizací představuje „součást procesu řízení, zaměřuje se na identifikaci, předvídání a uspokojování požadavků zákazníka“ (Šimková, 2009, 97). To znamená, že je potřeba vytvořit takovou nabídku (produkt, službu), která bude podle potřeb zákazníků (členů TJ, sportovní veřejnosti, diváků, sponzorů, vedení organizace), v ideálním čase na ideálním místě za odpovídající cenu. Vytvořená nabídka musí být ideálně sdělena a kontrolována. Pro takové činnosti, které se soustřeďují na zákazníka, se používá označení marketingová koncepce. A pokud přidáme k marketingu vedle uspokojení aktuální potřeby zákazníka i cíl naplnit jeho dlouhodobé potřeby s ohledem na prospěšnost pro něho samého, hovoříme o koncepci společenského marketingu (Šimková, 2009). Sportovní kluby a oddíly tudíž mají velký potenciál naplnit tuto koncepci například tím, že budou podporovat pohybovou aktivitu obyvatelstva a přispívat ke zkvalitnění způsobu života. Sportovní marketing definuje například Mullin, Hardy a Sutton (Čáslavová, 2009, 99) jako „všechny aktivity beroucí v úvahu podněty a přání sportovních zákazníků a jejich naplnění prostřednictvím směny. Sportovní marketing vyvinul 2 hlavní linie: marketing sportovních výrobků a služeb vztažený přímo k zákazníkům sportu a marketing ostatních zákazníků a průmyslových produktů a služeb s využitím propagace ve sportu.“

Aby se dala vytvořit marketingová koncepce konkrétního spolku (TJ), je vhodné postupovat podle Čáslavové (2009). Marketingový koncept se člení na tři fáze:

- - analýza trhu a situace,
- - stanovení strategických cílů a volba strategie,
- - zvolení marketingových nástrojů podle zvolené strategie.

Definici trhu a situace provedeme prostřednictvím analýzy vnitřních a vnějších faktorů, nebo pomocí SWOT analýzy. V další kapitole je popsána první varianta.

1.4.1 Analýza vnitřních a vnějších faktorů organizace

Pro úspěšnou analýzu situace a prostředí okolo organizace je zapotřebí znát poslání a cíle tohoto sdružení. Ty zjistíme v zakládající listině organizace a jejích dokumentech. Poslání organizace může obsahovat i marketingové cíle, které musíme z časových důvodů aktualizovat a konkretizovat (Čáslavová, 2009). Další upřesnění marketingové strategie vychází z hodnocení prostředí, ve kterém klub funguje, ať už z vnějšího nebo vnitřního pohledu s ohledem na jednotlivé oblasti, jež by mohly chod klubu omezit nebo rozvíjet.

Vnější prostředí tvoří:

demografické faktory - velikost města popřípadě části, ve které TJ existuje, věková struktura obyvatelstva, sociální postavení, vzdělání, mobilita obyvatel → na základě toho se dozvídáme, pro koho připravuje náš produkt nejčastěji ve formě služby,

ekonomické faktory - ekonomická situace obce, kraje, státu, TJ, zastřešující organizace, stupeň infrastruktury → výsledkem je možnost žádat o dotace, granty, investovat,

politicko-právní faktory - legislativa, polický program, pravomoc řízení → napoví připravované změny v legislativě, politické programy v oblasti podpory sportu,

sociálně-kulturní faktory - ovlivňují pohled veřejnosti, kulturní a historické tradice, společenské akce → znalost těchto faktorů ovlivňuje cíle organizace, cílovou skupinu, výběr sportovního odvětví, organizaci krajských, celostátních, či mezinárodních soutěží,

přírodní faktory - atraktivnost prostředí pro stávající a budoucí členy (stín versus přímý svit slunce, orientace venkovního sportovního zařízení na světovou stranu, klima, reliéf),

technologické faktory - systém komunikace uvnitř organizace a organizace s okolím (propagace, systém rezervací).

Vnitřní prostředí zahrnuje:

správu organizace a dalších svěřených úkonů (hospodaření s rozpočtem organizace, personální obsazení, struktura, přijímání nových členů, změny stanov).

Prostředí můžeme také dělit na spolupracující a konkurenční. Spolupracující okolí představuje podle Čáslavové (2009, 101-102) „všechny právnické a fyzické osoby, které jsou ochotny bezúplatně či za úplatu se podílet na realizaci jednotlivých cílů, byť i jen

krátkodobě. Jde o dobrovolné pracovníky, dále pracovníky v určitém typu pracovního poměru, investory, dodavatele, finanční analytiku, právnické firmy v konzultantské pozici apod.“ Protikladem jsou konkurenti, což jsou právnické a fyzické osoby působící ve stejné oblasti. Je zapotřebí zanalyzovat jejich činnost pro správný odhad dalšího vývoje a trendů, včetně možnosti dále formovat koncepci rozvoje.

Všechny předešlé faktory více či méně ovlivňují tzv. tržní postavení organizace, nebo-li to jakým způsobem je vymezena vůči zákazníkům a vůči konkurenci. Podle Hála (2008, 17) se v tržním postavení promítá image organizace, ale i její vize a vyjádření klíčových hodnot.

1.4.2 Marketingové nástroje ve sportu

Mezi čtyři hlavní nástroje, které se označují za marketingový mix, patří produkt, cena, místo a propagace. Vedlejší tzv. 3P (lidé, proces, prezentace) se mezi marketingové nástroje přidala později, ale v oblasti tělesné kultury mají důležité postavení. Nástroje mají za úkol motivovat zákazníka ke koupi, k užití produktu. Zákazník rozhoduje na základě svých potřeb a hodnotí produkty podle největšího užitku.

1.4.2.1 Produkt

Pro produkt je typické, že se většinou jedná o výrobek nebo službu. V oblasti sportu jde o sportovní zboží, osoby, místa, myšlenky. Produkt má výhodu hmatatelnosti, může se předem prohlédnout, osahat, vyzkoušet. V případě reklamace vyměnit za nový. Často je jeden výrobek jako druhý, lze ho znovu vyrobit. Služba je vždy originální, je zdrojem prožitků a zážitků vlivem své závislosti na proměnlivém lidském výkonu. Pokud se spotřebuje, organizátor vyžaduje odměnu. Šedivý a Medlíková (2009) radí přivlastnit službě „hmatatelné“ znaky.

- Zabalit je. Tím je myšleno např. zpracovat leták (vizitku akce), zpříjemnit prostředí.
- Vytvořit reklamační řád. Dopředu stanovit normy, obsah, metodiku služby, aby byla zaručena deklarovaná úroveň a odbornost. V případě nespokojenosti mít připravené alternativy (vrácení části peněz, další akce zdarma).
- Předat „upomínkový předmět“ (certifikát, diplom, pozvánku, fotky).

Závěrem je třeba dodat, že především dobrá znalost vlastního produktu včetně jeho specifičnosti, určuje další marketingové nástroje.

1.4.2.2 Cena

Pro vhodné nastavení ceny produktu potřebujeme vědět, kolik procent ceny tvoří fixní a variabilní náklady, popřípadě k větší orientaci pomůže cena za podobnou službu u konkurence. Dalším faktorem je, jakou hodnotu spatřuje zákazník v daném produktu. Pokud organizace dokáže sehnat sponzory, dárce a nabízet tak službu zadarmo, stává se dostupnější pro zákazníka, ale zároveň vytváří dojem nekvality (Šedivý & Medlíková, 2009).

1.4.2.3 Místo/distribuce

V sekci distribuce analyzujeme distribuční kanály vzhledem k jejich ceně a způsobu. Na základě toho rozhodujeme o vzniku a charakteru distribuční sítě a její hustoty. Odlišné způsoby přístupu vyžadují hmotné/nehmotné produkty. U služeb, míst, myšlenek dochází k většímu vlivu propagace, neboť zákazník musí sám přijít do sportovního zařízení, zjišťuje si reference (o místě, organizaci). Johnová (2008) doplňuje předchozí vysvětlení od Čáslavové (2009) tím, že distribuce zahrnuje orientaci zákazníka ve sportovním zařízení prostřednictvím informačních tabulí, popisek. Dále působí vhodné načasování jednorázových akcí, otevírací doby.

1.4.2.4 Propagace

Propagací se podle Čáslavové (2009, 111) rozumí „přesvědčivá komunikace, prováděná za účelem prodeje.“ Zahrnuje reklamu, publicitu, opatření na podporu prodeje a osobní prodej.

Používá se reklama na sportovní výrobky, na sportovní služby. Je umístěna na specifických médiích (vybavení, výstroj, výzbroj). Do publicity patří poskytování pozitivních referencí, hodnocení kvality znalci a jinými odborníky ve sportovní oblasti. Podpora prodeje zahrnuje pořádání exhibičního utkání s all star týmy, dny otevřených dveří ve sportovních zařízeních, slevy na permanentky, soutěže o dárky typu nejhezčí fotky při provozování sportovní aktivity apod.

1.4.2.5 Lidé

Rozdíly mezi podobnými službami představují instruktoři, cvičitelé, trenéři. Záleží na typu osobnosti, všeobecném a odborném vzdělání, životních a sportovních zkušenostech třebaže na nižší úrovni, na volných, charakterových a intelektových vlastnostech

(cílevědomost, pracovitost, čestnost, obětavost, tvořivost, operativnost atd.) a na schopnostech (Jansa a kol., 2012).

1.4.3 Marketing sportovních akcí

Marketing sportovních akcí slouží k prezentaci výsledků (výkonů), ke komunikaci značek a firem, k reklamě produktů a získávání potenciálních zákazníků. Přímá účast zákazníka na akci znamená vznik osobního prožitku, který má silný emocionální náboj a motivuje k činnostem.

Při plánování sportovní akce můžeme zohlednit následující parametry, abychom získali jasnou představu o přípravě, průběhu a výsledcích. Další výhodou bude, že si tak nastavíme kritéria, podle kterých můžeme akci zhodnotit.

Hlediska:

- finanční plánování (rozpočet, účetnictví, management),
- personální management (výběr členů, školení, motivace zaměstnanců, dobrovolníků)
- bezpečnost (vstupy, sportoviště, diváci, hráči),
- pohostinnost (pozvánky, pohodlí, logistika, doprovodné aktivity),
- občerstvení a nápoje,
- písemnosti (interní zápisy, bulletiny, média),
- řídicí schopnosti (empatie, motivace, operativnost),
- konflikty,
- čas,
- zařízení,
- sponzoři,
- přírodní vlivy (Čáslavová, 2009).

Právě u sportovních zařízení se nejčastěji zabýváme marketingem sportovní akce.

V další části práce se budeme snažit určit vzhledem k vyjmenovaným marketingovým nástrojům ty, které povedou ke zvýšení návštěvnosti beach volejbalových kurtů.

2 CÍLE

Cílem bakalářské práce je navrhnout koncepci rozvoje beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty tak, aby byla podporována pohybová aktivita občanů regionu Orlicko-Třebovsko.

2.1 Dílčí cíle

- analyzovat současný stav a vytížení beach volejbalových kurtů
- zjistit potenciální faktory ovlivňující návštěvnost beach volejbalových kurtů
- zhodnotit míry vlivu těchto faktorů
- analyzovat názory návštěvníků beach volejbalových kurtů

2.2 Výzkumné otázky

Vzhledem ke zkušenostem a pozorování jsem si stanovila následující výzkumné otázky.

Výzkumná otázka č. 1: Je nezájem občanů regionu Orlicko-Třebovsko o využívání beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty způsoben minimální potřebou realizovat pohybovou aktivitu?

Výzkumná otázka č. 2: Je nezájem občanů regionu Orlicko-Třebovsko o využívání beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty způsoben nevyhovujícím sportovním zařízením?

Výzkumná otázka č. 3: Zvýší se návštěvnost beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty zaměřením se na jiné plážové sporty?

3 METODIKA

V bakalářské práci je použito několik výzkumných metod a technik, které slouží ke zjištění současného vytíženosti beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty, na jejichž základě má být navrhnutá koncepce rozvoje. Praktická část je založena na kvantitativně orientovaném šetření. Jako prostředek sběru dat bylo použito výzkumné techniky dotazníku. Pro zjištění vstupního problému a posléze popsání současného stavu byly uplatňovány zákonitosti explorativního a deskriptivního výzkumu.

Cílem explorativního výzkumu je podle Kozla a kol. (2009, 115) „vysvětlení nejasných a nepřehledných skutečností.“ Explorativní výzkum „využíváme k předběžnému zkoumání situace s minimálním objemem finančních a časových nákladů. Slouží k pochopení a definování problému, ke specifikaci vlivů prostředí obklopující problém a určení alternativních řešení problému.“

Deskriptivní výzkum se snaží získat popis určité skutečnosti nebo jevu. Je charakteristický standardizovanými postupy, data získává formou dotazování, pozorování, ze sekundárních zdrojů (Kozel a kol. 2009).

3.1 Dotazník

Dotazník je nejčastější formou sběru kvantitativních dat. Chrástka (2007, 163) považuje dotazník za „soustavu předem připravených a pečlivě formulovaných otázek, které jsou promyšleně seřazeny a na které dotazovaná osoba (respondent) odpovídá písemně.“ Mezi nevýhody patří, že respondent může odpovídat velmi subjektivně, otázku může vynechat, má omezený prostor na vyjadřování kvůli vymezeným odpovědím.

Dotazník má předepsanou strukturu (Gavora, 2000):

- úvodní část (oslovení, smysl a účel dotazníku, zaručení anonymity, pokyny k vyplnění),
- hlavní část (vlastní otázky včetně identifikačních v záměrném uspořádání),
- závěrečná část (poděkování).

Gavora (2000) dělí otázky na tři typy.

- Otevřené - přímá otázka, která vyžaduje konkrétní odpověď, kterou respondent sám vymyslí.

- Polouzavřené - nepřímá otázka, tazatelem je nabídnuto několik variant odpovědí, respondent se přikloní k jedné z nich, nebo napíše svou vlastní.
- Uzavřené - nabídnutá odpověď. Příkladem je otázka typu ano/ne.

K vyhodnocení dotazníku se používá statistických metod.

V rámci výzkumného šetření byl sestaven dotazník pro návštěvníky beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty. Cílovou skupinu tvořili respondenti, kteří si zarezervovali místní beach volejbalové kurty. Jednalo se o záměrný výběr respondentů. Dotazník byl těm, kteří souhlasili s vyplněním, osobně předán při jejich využívání kurtu a poté byl od nich zpět vybrán. Návratnost dotazníku byla 100%. Šetření probíhalo jeden týden v srpnu 2013 a jeden týden v dubnu 2014. Celkem bylo vyhodnoceno 36 dotazníků. Odpovědělo 21 žen a 15 mužů.

3.1.1 Cíle dotazníku

Cílem bylo zjistit základní identifikační údaje respondentů, ale především bylo dotazováno na názory jednotlivých respondentů. Úkolem bylo evidovat jejich spokojenost, či nespokojenost se sportovním zařízením, informační, technickou, programovou či finanční stránkou.

3.1.2 Obsah dotazníku

V úvodu se nacházelo zdůvodnění, proč byl dotazník sestaven a že se jedná o anonymní odpovědi. Dále bylo popsáno, jakým způsobem má být vyplněn a byl zde uveden příklad. Hlavní část se skládala ze 14 otázek, byly zde zastoupeny otázky trojího typu, otevřené, polouzavřené, zavřené. Otázky se týkaly pohybové aktivity (otázka č. 3 a č. 4), potenciálu sportovního zařízení (otázka č. 5, č. 7, č. 12 a č. 13), programové stránky (otázka č. 8) a marketingu (otázka č. 6, č. 9, č. 10, č. 11).

3.2 Další použité metody

3.2.1 Pozorování

Metoda pozorování umožňuje podle Křováčkové (Skutil a kol., 2011) sledovat a následně analyzovat jevy, které bychom pomocí dotazování nikdy neodhalili, jelikož se používá výhradně smyslů. Rozlišujeme pozorování:

- zúčastněné a nezúčastněné,

- přímé a nepřímé,
- skryté a zjevné,
- krátkodobé a dlouhodobé,
- strukturované a nestrukturované,
- standardizované a nestandardizované.

3.2.2 Analýza a syntéza poznatků

Vysvětlení těchto metod nabízí Pstružina (nb.vse.cz/kfil/win/atlas1/analyza.htm, 13. 3. 2014).

„Analýzou, postupným rozpoznáváním a vydělováním nedůležitého pronikáme k podstatám a obecnému v jevech, věcech či procesech.“

Syntéza má „jako metodologický princip analýzu vždy doplňovat. Tím nám syntéza umožňuje poznání předmětu v jeho úplnosti. Pomocí syntézy nalézáme vztahy nějakého jevu k jiným jevům, zařazujeme jev, nebo proces do většího celku a objasňujeme vztahy a mechanismus funkcí u tohoto jevu.“

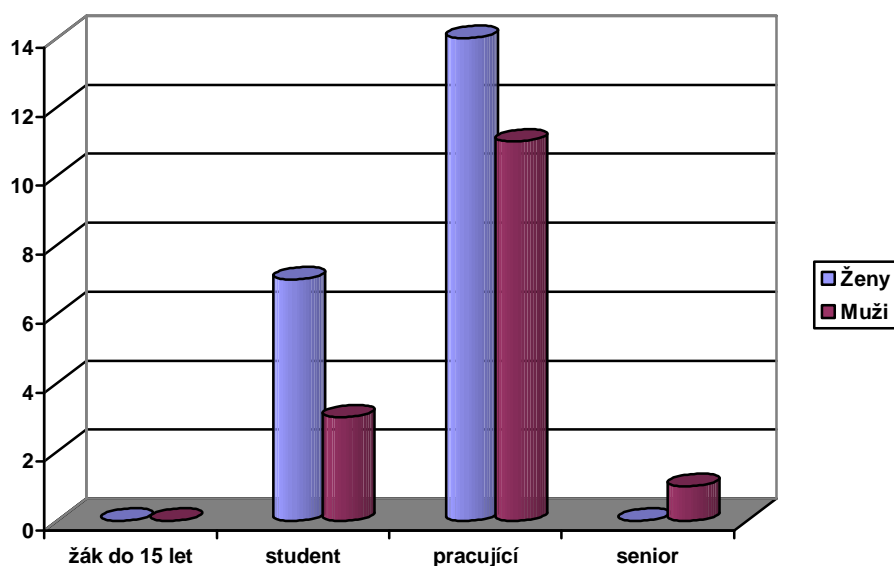
Tyto metody byly použity z časových důvodů. Dotazník umožňoval rychlé získání odpovědí od konkrétních respondentů se 100% návratností. Druhým důvodem ke zvolení metod byla dostupnost zdrojů.

4 VÝSLEDKY

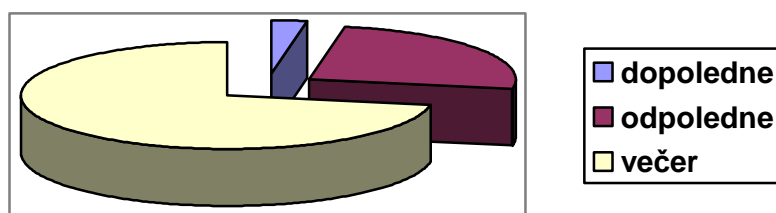
4.1 Zjištěné výsledky

V nadcházející kapitole budou zpracovány odpovědi z dotazníkového šetření. Úplná podoba dotazníku je přílohou č. 2.

Prostřednictvím identifikačních otázek bylo zjištěno, že dotazník vyplnilo 21 žen a 15 mužů. Mezi nejpočetnější skupinu respondentů patřili studenti a pracující. Na tuto otázku se v přímém kontextu váže otázka č. 10. Kdy byste mohli navštěvovat beach volejbalové kurty během dne?



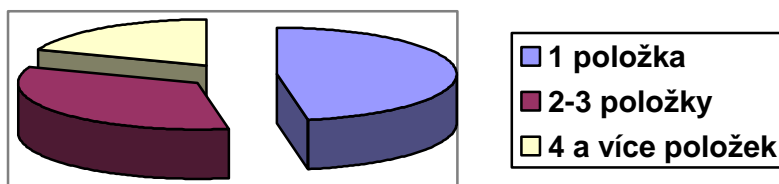
Obrázek 2. Graf absolutní hodnoty zastoupení mužů a žen v dotazníkovém šetření vzhledem k sociální skupině



Obrázek 3. Výsečový graf zobrazující preferovaný čas k využití beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty

Z grafu je patrné, že dopoledne je minimálně využíváno, přestože kvůli orientaci slunce jsou podmínky pro hraní ideální. Není zde domluvena ani žádná spolupráce se základní školou, která je vzdálena pouhých 5 minut chůze od kurtů. Na kurtech s výjimkou 3 akcí za sezónu nejsou pořádány organizované akce, pouze soukromé.

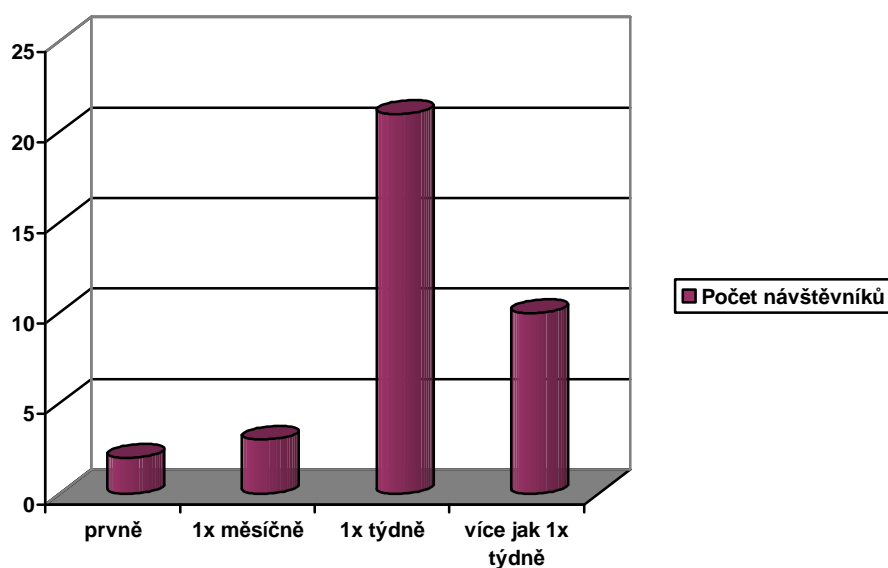
Jeden blok otázek se věnoval pohybové aktivitě. Zda kurty využívají jedinci pohybově aktivní i v jiných oblastech sportovního odvětví a jak často. Výsledkem bylo, že většina provozuje i jiné sporty.



Obrázek 4. Výsečový graf zobrazující počet uvedených pohybových aktivit, kterým se respondenti věnují

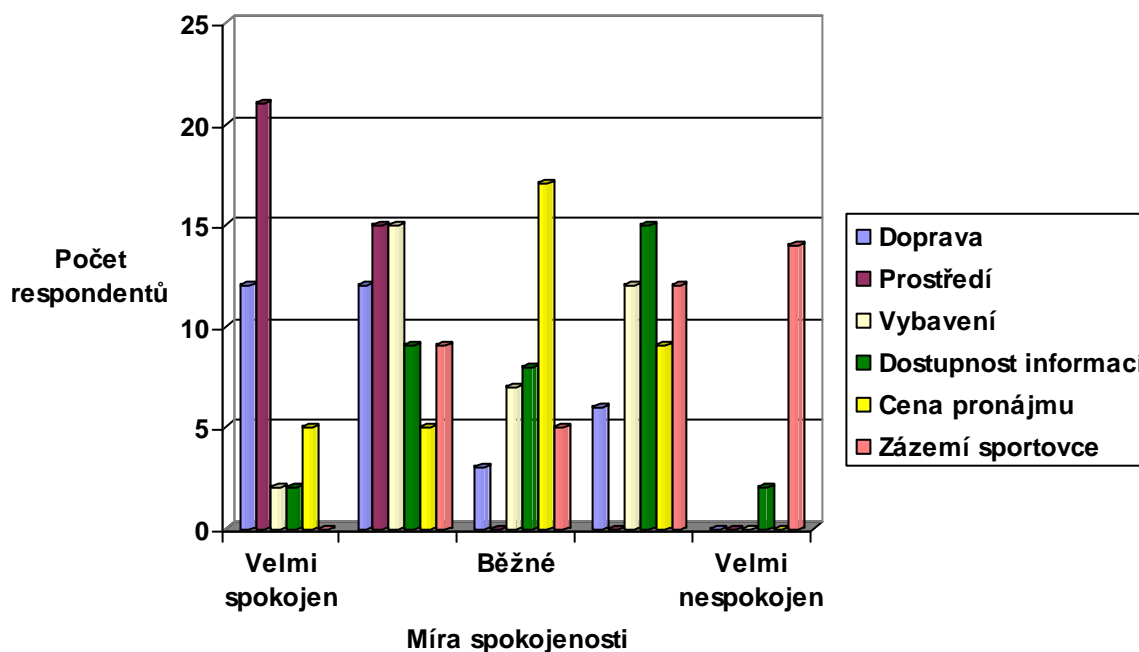
Mezi nejčastěji zmiňované sporty patřil volejbal, protože ve městě a v jeho okolí má tento sport velkou tradici a respondenti ho většinou hráli při dotazování. Druhý sportem byl tenis díky blízkosti antukových tenisových kurtů.

Dotazníková otázka věnující se frekvenci návštěvnosti je shrnuta v následujícím grafu a vyplývá z toho, že nynějšími nejčastějšími uživateli jsou pravidelně jednou týdně trénující skupiny. Přičemž polovina z nich je tvořena členy TJ Sokola Hylváty využívající výhody organizace.



Obrázek 5. Graf frekvence návštěvnosti beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty

Druhá skupina otázek byla zaměřena na hodnocení současného stavu sportovního zařízení. Úkolem bylo zjistit potenciál a možnosti rozvoje zařízení. Tuto skutečnost zjišťovaly otázky č. 5, 7, 12 a 13.



Obrázek 6. Graf míry spokojenosti s jednotlivými oblastmi

Doprava byla hodnocena velmi pozitivně, jelikož návštěvníky jsou zpravidla lidé bydlící velmi blízko kurtů a na kurty dochází buď pěšky, nebo na kole. Pokud by byli zájemci i z větší vzdálenosti, dostupnost je také velmi dobrá (vlaková zastávka vzdálena 15 minut chůzí a autobusová 5 minut, k dispozici místa na zaparkování).

Co se týče prostředí, tak to je hodnoceno ze všeho nejlépe. Areál je na okraji městské části mezi řekou a lesem. Jedná se o klidné prostředí. V blízkosti je navíc pro městem pro děti vybudované hřiště s prolézačkami. Nevýhodou zůstává brzký stín od stromů a tím i rychlejší ochlazení.

Vybavením kurtů je myšleno dostatek odkládacích ploch, židlí, míčů, snadná manipulace s výškou sítě, náradí na úklid. To vše je možné označit za nedostatečné. Důvodem je, že všechny věci by zůstávaly na kurtech a přestože jsou oploceny, bylo by potřebí je více zabezpečit. V blízkosti není totiž žádná budova na uskladnění. Nicméně se ani nereinvestovalo do míčů, a tudíž je nutné si přinést vlastní.

Samotné informace o možnosti návštěvnosti kurtů jsou minimální. Pouze TJ Sokol Hylváty jako organizace uvádí na svých internetových stránkách ceny kurtů a kontaktní údaje. Zcela chybí údaje o aktuálních rezervacích, či dlouhodobě prodaných hodinových

časech. Proto se stávalo, že v lukrativních večerních hodinách se sešlo více skupin, aniž by bylo kde hrát. TJ Sokol Hylváty ani do budoucna nepočítá s online rezervačním systémem.

Cena byla hodnocena průměrně.

Za stěžejní důvod malé účasti většina uvedla zázemí sportovce. Přestože do 100m od kurtů je rekonstruovaná budova sociálního zařízení, zdá se, že je to daleko. Kohoutek a sprcha s vodou přímo na kurtu musí být, zvláště když fungovala při otevření areálu. Znamená to větší náklady na provoz a údržbu, ale souhlasím s respondenty, že je to standart a zvyšuje se komfort sportovců. Tato skutečnost byla zmiňována i v otázce č. 13, jako největší nevýhoda areálu.

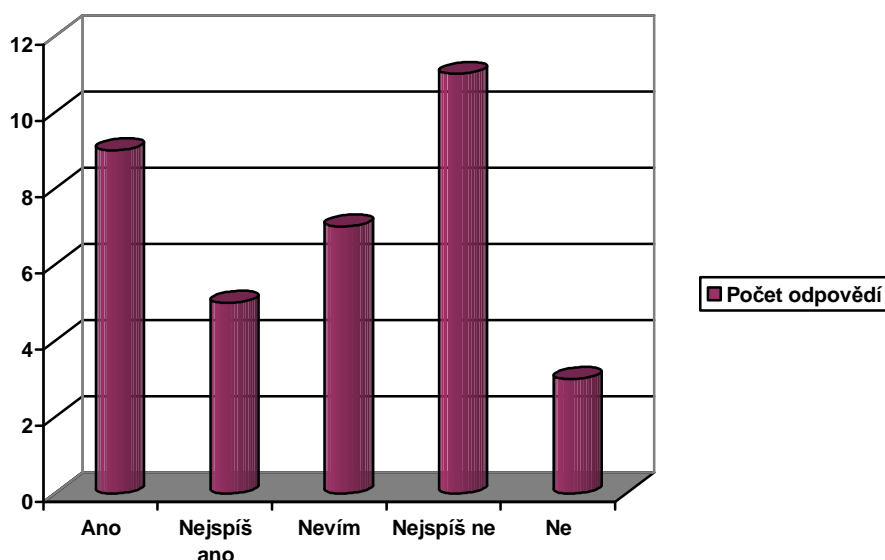
Programová oblast zjišťovala potenciální zájem o vyjmenované aktivity v beach volejbale a jiných sportech. Nejvíce respondentů souhlasilo s účastí na pátečních a víkendových turnajích. Kladně byla ohodnocena i možnost realizovat jiné plážové sporty (beach tenis, beach fotbal). Pro tuto možnost se vyjádřilo 61 % dotázaných a pouze 17 % tuto variantu rezolutně odmítlo. Naopak možnost pravidelných kroužků a tréninků byla polovinou dotázaných zavrhnuta. Jelikož se k účasti v šetření nepodařilo sehnat respondenty mladší 15 let, otázka na ochotu absolvovat dětské příměstské kempy nemá vypovídající hodnotu.

Otázky zaměřené na marketing zjišťovaly, jakých marketingových nástrojů se používá k využití beach volejbalových kurtů. Odpovědi na položku dotazníku č. 6 (Jak jste se o beach volejbalových kurtech dozvěděli?) jsou shrnuty v následující tabulce.

Tabulka 1. Způsob informování o beach volejbalových kurtech TJ Sokola Hylváty

	Počet odpovědí
Doporučili mi je známí	31
Viděl/a jsem letáček o konání akce	0
Viděl/a jsem kurty z cyklostezky	5
Z novin	0
Z internetu	0

Lze konstatovat, že TJ Sokol neuplatňuje žádnou metodu propagace. Kvůli nedostatečně obsahově a formálně řešeným internetovým stránkám neprobíhá komunikace touto cestou. Nespolupracuje s ostatními organizacemi, kde by mohla na své kurty odkazovat. TJ nevyužívá Ústeckých informačních listů. Výhradně používá „reklamy“ osobního doporučení v rámci pořádaných sportovních akcí. Další otázka č. 9 zjišťovala míru ochoty se zaregistrovat jako člen TJ. Registrace přinese možnost využívat výhod organizace, ale i povinnosti. Důvody pro nečlenství jsou povinné příspěvky, proces registrace, poskytování údajů, status člena v tzv. nemoderní organizaci. TJ Sokol by díky větší členské základně měla více prostoru pro vedlejší hospodářskou činnost a získala by členy, kteří by kurty navštěvovali pravidelněji a celkově by byla usnadněna vzájemná komunikace.



Obrázek 7. Graf míry souhlasu s členstvím v TJ Sokol Hylváty

Otázka č. 11 ukazuje na vztah respondentů k beach volejbalovému oddílu. Důvody, proč by měli podpořit tuto aktivitu, jsou popsány v první kapitole, ale z odpovědí vyplývá, že nikdo z dotazovaných dobrovolně nepodpoří TJ věcným nebo peněžitým sponzoringem. Jedna čtvrtina z nich nepodpoří TJ vůbec, přestože jejich služeb využívá. Tři čtvrtiny by se podíleli na chodu oddílu vlastními silami z pozice hráče. Tím je myšleno udržování pořádku a úklid kurtu, šíření nabídek akcí pořádaných TJ, organizace akcí.

4.2 Doporučení

Doporučením s ohledem na zjištěné výsledky by bylo zavést prázdninové programy pro děti a během roku převést školní tělesnou výchovu na beach volejbalové kurty. Nejbližší základní škola je vzdálena pouze 500 metrů, navštěvuje ji 205 žáků. Formou dvou po sobě navazujících hodin tělesné výchovy, které jsou čím dál častěji v rozvrhu takto zařazovány z organizačních důvodů, je reálné uskutečnit vyučovací hodinu i mimo budovu školy. Druhou variantou je nabídnutí kroužku beach volejbalu v rámci zájmové činnosti na zmíněné škole. Výhodou je seznámení dětí s pro ně „netradičním“ sportem a areálem, který budou moci navštěvovat i ve volném čase.

Pro skupinu pracujících je potřeba lépe zorganizovat večerní hodiny systémem online rezervací. Základem je informovanost a schopnost pružně reagovat tak, aby o změně věděla i veřejnost. Navrhuji zavést jednoduchý online rezervační systém, zjednodušit přístup ke klíčům od areálu a půjčovaným míčům formou vytvoření schránky s kódovým zámkem.

Připojuji doporučení na pořádání volejbalových soustředěních v areálu TJ Sokol Hylváty. „Šestkoví“ volejbalisté tvořili nejvíce návštěvníků beach kurtů, protože beach volejbal jim slouží jako doplňková aktivita. Je třeba využít velké volejbalové základny v regionu. Důkazem toho je účast 5 družstev (Ústí nad Orlicí, Kerhartice, Česká Třebová, Česká Třebová II., Choceň) v sezóně 2012/2013 v druholigové soutěži. Pro budoucí rozvoj by bylo vhodné rozšířit nabídku beach volejbalových sportů doprovázenou propagační kampaní.

Pokud TJ pořádá akce, navrhuji zajistit možnost občerstvení, tak aby účastníci mohli zároveň sledovat dění na kurtech. Nejbližší obchod, restaurace sportovcům svoji vzdáleností nevyhovuje.

Pro optimalizování pohybového režimu by se TJ mohla snažit prostřednictvím podpory prodeje motivovat své členy i veřejnost k tréninku minimálně dvakrát týdně. Mezi prvky podpory prodeje by mohla patřit sleva na rezervaci druhého kurtu v tom samém týdnu, desátá rezervace zdarma a podobně.

Na posledním místě uvádím nejdůležitější fakt. Návštěvníci si představují větší komfort během pohybové aktivity. Navrhuji v co nejkratším čase zprovoznit sprchu a kohoutek přímo na kurtech, upravit svah nad kurty pro sezení. Toto řešení by mělo permanentní charakter než systém plastových židlí, které se během působení přírodních

vlivů a člověka rychle ničí. Jiné úpravy areál nezbytně nevyžaduje, je vhodným místem pro trávení volného času.

Z hlediska použití marketingových nástrojů k rozvoji beach kurtů se nabízí vedle produktu, o kterém jsem se již zmínila (uveřejnění možných aktivit a variant programu na viditelném místě), především propagace a lidé. Koncepce rozvoje by se dala vybudovat jako u jiných beach volejbalových areálů na vyzdvižení jednoho člověka, který by měl oddíl, rezervace, trénování na starosti. Hráčská a zároveň trenérská a manažerská osobnost by přilákala potenciální zájemce. S nástrojem ceny by se dalo pracovat, ale z odpovědí respondentů se zdá vhodně nastavená.

5 DISKUZE

Beach volejbal se stává stále více populárnějším sportem. Důkazem toho je i to, že po roční pauze se v Praze bude konat turnaj světové série. V kategorii žen se v květnu 2014 uskuteční FIVB Prague Open. Zájem o provozování tohoto sportu by se měl zvětšovat i díky pozitivním vlivům na zdraví člověka a jeho životní styl. Výhody pohybu v písku shrnuje Kaplan a Džavoronok (2009). Všeobecně se dá usoudit, že i ostatní plážové sporty lákají své příznivce na netradičnost a nové zážitky. Tyto sporty by mohly být prostředkem zážitkové pedagogiky a aktivní rekreace.

Beach volejbal se uskutečňuje ve sportovních zařízeních, které provozují různé organizace. Může se jednat o tělovýchovné jednoty, sportovní kluby, zájmová sdružení, která působí ve volném čase. TJ Sokol Hylváty tak přispívá svými aktivitami ke smysluplnému trávení volného času a zkvalitňování života tím, že poskytuje potřebné místo, programy a cvičitele (instruktory, trenéry). Navazuje na své dlouholeté tradice, ale zároveň odrazuje mladé sportovce nedomoderností. Jako malý spolek se 171 členy musí využívat každé příležitosti k rozvoji v souladu se stanovami České obce sokolské. TJ se například zavazuje hospodárně nakládat s majetkem. V tomto konkrétním případě to znamená udržovat beach volejbalové kurty prostřednictvím návštěvního řádu a jiných opatření ve stavu, který by vybízel veřejnost k pohybové aktivitě a zlepšovala se finanční stránka TJ. Nemluvě o prostředcích na vybudování areálu, které by byly znehodnoceny kvůli nevyužívání kurtů a nenaplnění předem stanovených vizí při plánování výstavby.

Zjištěné výsledky se nedají aplikovat na celou populaci regionu Orlicka-Třebovska, výběrový soubor byl značně omezen časovým průběhem dotazníkového šetření. Doporučené návrhy se zakládají na odpovědích respondentů ze srpna 2013 a dubna 2014 a je třeba brát ohled na časové zdržení od doby analyzování výsledků po jejich případné přenesení do praxe. Dále není jisté, zda vedení TJ Sokola Hylváty přijme vytvořenou koncepci a bude ochotno navržené body realizovat, neboť vyžadují investici v podobě materiálních, finančních a personálních zdrojů.

ZÁVĚRY

Cílem bakalářské práce bylo na základě dotazníkového šetření a vlastního pozorování navrhnout koncepci rozvoje beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty tak, aby byla podporována pohybová aktivita občanů regionu Orlicka-Třebovska a zároveň docházelo k ekonomicky efektivnímu využívání areálu.

Výsledkem práce jsou stanové faktory, které návštěvnost kurtů ovlivňují nejvíce. V pozitivním hledisku jsou jimi prostředí areálu, dopravní dostupnost, pohybová aktivita účastníků ve smyslu aktivního životního stylu.

Mezi negativní aspekty patří:

- vybavení areálu (místa na sezení, sociální zázemí),
- systém rezervací a obecně získávání informací o konaných akcích, předání klíčů,
- programová nabídka.

Reakcí na analýzu dotazníků včetně názorů respondentů byly navrženy tyto doporučení:

- zprovoznit online systém rezervací,
- opravit sprchu a kohoutek s vodou přímo na kurtech,
- upravit svah, aby byla vytvořena místa k sezení,
- zorganizovat akce, které by představily plážové sporty
- uspořádat víkendové turnaje v beach volejbale a výkonnostní soustředění pro hráče „šestkového“ volejbalu,
- více se zaměřit na propagaci areálu na vlastních internetových stránkách a spolupracovat s médii.

Výzkumná otázka č. 1: Je nezájem občanů regionu Orlicko-Třebovska o využívání beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty způsoben minimální potřebou realizovat pohybovou aktivitu?

Ne není. Respondenti podle uvedených odpovědí jsou pohybově aktivní. 47 % dotázaných uvedlo, že se věnuje jednomu sportu, 33 % dotázaných zmínilo 2-3 položky sportovních aktivit a 7 % dotázaných uvedlo více jak 4 položky.

Výzkumná otázka č. 2: Je nezájem občanů regionu Orlicko-Třebovska o využívání beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty způsoben nevyhovujícím sportovním zařízením?

Ano, nevyhovující zázemí a vybavení sportovního zařízení tvoří jeden z faktorů ovlivňující návštěvnost. 38 % respondentů uvedlo, že je velmi nespokojeno se zázemím sportovce, 33 % se ztotožňuje s názorem, že je spíše nespokojeno. Stejně množství respondentů, tedy 33 %, vyjádřilo míru nespokojenosti s vybavením kurtů. Dohromady 71 % dotázaných by chtělo nápravu tohoto stavu.

Výzkumná otázka č. 3: Zvýší se návštěvnost beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty zaměřením se na jiné plážové sporty?

Ano, na základě odpovědí existuje předpoklad, že by respondenti měli zájem vyzkoušet jiné plážové sporty než beach volejbal. Dohromady 61 % dotázaných uvedlo, že by se aktivity zúčastnily nebo spíše zúčastnili.

Doufám, že zjištěné výsledky budou využity ke zvýšení návštěvnosti a napomohou TJ Sokol Hylváty rozvíjet vedlejší hospodářskou činnost za účelem podpory pohybové aktivity formou beach volejbalu a ostatních plážových sportů.

SOUHRN

Tato bakalářská práce navrhuje koncepci rozvoje beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty. Je tvořena jednotlivými doporučeními v oblastech potenciálu sportovního zařízení, pohybové aktivity, programové nabídky a marketingu.

Práce je strukturovaná na kapitoly. Úvod naznačuje řešený problém pohybové aktivity ve volném čase a minimální vytíženost beach volejbalových kurtů. Propojují tyto dva problémy a rozvádím je zde do širších souvislostí.

Teoretické poznatky shrnují nejdůležitější fakta z tělesné kultury, plážových sportů, právních forem organizace a sportovního marketingu.

Další kapitola představuje hlavní cíl práce, který je konkretizován dílčími cíli a výzkumnými otázkami.

Metodická část popisuje použité metody. K výzkumnému šetření návštěvnosti beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty byl vypracován dotazník. Odpovědi respondentů byly analyzovány a kategorizovány v kapitole zjištěné výsledky. Následnou část tvoří doporučení na zvýšení návštěvnosti, čímž byl splněn hlavní cíl práce.

V diskuzi jsou výsledky uvedeny v širším pojetí a objasňovány další aspekty, které je mohou ovlivňovat. Závěr práce odpovídá na otázky stanovené v cílech a zjednodušeně rekapituluje výsledky.

SUMMARY

This bachelor thesis suggests the concept of development of beach volleyball courts TJ Sokol Hylváty. It consists of individual recommendations in the areas of potential sport facility, physical activities , programming and marketing.

The work is structured into chapters. Introduction points the main problem of lack of physical activity in leisure time and minimum capacity utilization of beach volleyball courts. Connects these two problems and a elaborates into a wider context.

This chapter summarizes theoretical observations of the most important facts of physical culture, beach sports, legal forms of organization and sports marketing.

The next chapter presents the main goal of this thesis, which is instantiated by partial objectives and research questions.

Methodology section describes used methods of my research. There was prepared questionnaire for the survey at beach volleyball courts TJ Sokol Hylváty attendance. The respondents' answers were analyzed and categorized in the chapter “found results”. The next part consists of recommendations to increase attendance, which was the primary aim of the work.

The results are enlighten in the section “discussion” and there are investigated other aspects that may affect them. Conclusion of the work responds to the questions set out in the objectives and simply summarizes the results.

REFERENČNÍ SEZNAM

- Čáslavová, E. (2009). *Management a marketing sportu*. Praha: Olympia.
- Česká obec sokolská (2013). *Stanovy České obce sokolské*.
- Dohnal, T., et al. (2009). *Tři dimenze pojmu rekreologie*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Dohnal, T., Hobza, V. et al. (2007). *Vybrané kapitoly z komunální rekreace*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- FIVB (2012). *Oficiální pravidla plážového volejbalu 2013-2016*. Dostupné na http://www.cvf.cz/soubory/737/FIVB_pravidla_2013_2016.pdf.
- Gavora, P. (2000). *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido.
- Hájek, B., Hofbauer, B. & Pávková, J. (2008). *Pedagogické ovlivňování volného času: současné trendy*. Praha: Portál.
- Hálek, V. (2008). *Marketing obcí*. Hradec Králové: Gaudeamus.
- Hodaň, B. (2007). *Sociokulturní kinantropologie II. Systémové pojetí tělesné kultury*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Hodaň, B. & Dohnal, T. (2008). *Rekreologie*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Hodaň, B. & Hobza, V. (2010). *Financování tělesné kultury jako složky občanské společnosti*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Hofbauer, B. (2004). *Děti, mládež a volný čas*. Praha: Portál.
- Chrástka, M. (2007). *Metody pedagogického výzkumu. Základy kvantitativního výzkumu*. Praha: Grada Publishing.
- Jansa, P. a kol. (2012). *Pedagogika sportu*. Praha: Karolinum.
- Johnová, R. (2008). *Marketing kulturního dědictví a umění*. Praha: Grada Publishing.
- Kalman, M., Hamřík, Z. & Pavelka, J. (2008). *Podpora pohybové aktivity pro odbornou veřejnost*. Olomouc: ORE-institut.

- Kalman, M. & Vašíčková, J. (eds.) (2013). *Zdraví a životní styl dětí a školáků*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Kaplan, O. & Džavoronok, M. (2009). *Plážový volejbal*. Praha: Grada Publishing.
- Kozel, R. a kol. (2009). *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing.
- Skutil a kol. (2011). *Základy pedagogicko-psychologického výzkumu pro studenty učitelství*. Praha: Portál.
- Šedivý, M. & Medlíková, O. (2009). *Úspěšná nezisková organizace*. Praha: Grada Publishing.
- Šimková, E. (2009). *Management a marketing v praxi neziskových organizací*. Hradec Králové: Gaudeamus.
- TJ Sokol Hylváty (2013). *Účetní kniha*.
- Zapletalová, L., Přidal, V., & Laurenčík, T. (2007). *Volejbal. Základy techniky, taktiky a výučby*. Bratislava: Univerzita Komenského.

Právní předpisy:

Zákon č. 68/2013 Sb., o změně právní formy občanského sdružení na obecně prospěšnou společnost

Zákon č.89/2012 Sb., občanský zákoník

Zákon č. 115/2001 Sb., zákon o podpoře sportu

Zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví

Vyhláška č. 410/2005 Sb., o hygienických požadavcích na prostory a provoz zařízení a provozoven pro výchovu a vzdělávání dětí a mladistvých

Vyhláška č. 464/2000 Sb., kterou se stanoví hygienické požadavky na koupaliště, sauny a hygienické limity venkovních hracích ploch

Internetové zdroje:

ČSO. Retrieved 10. 3. 2014 from the World Wide Web: <http://www.sokol-cos.cz/prehled-sportovnich-odvetvi-2338/>.

ČSTV. Retrieved 10. 3. 2014 from the World Wide Web: <http://www.cstv.cz/sdruzene.htm>.

Listofsports. Retrieved 10. 3. 2014 from the World Wide Web: <http://listofsports.com/tchoukball/>.

Pražská junior beach liga (2014). Retrieved 10. 3. 2014 from the World Wide Web: <http://www.beachliga.cz/>.

Pstružina. *Atlas filosofie vědy*. Retrieved 10. 3. 2014 from the World Wide Web: nb.vse.cz/kfil/win/atlas1/analyza.htm.

SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK

Tabulka 1. Způsob informování o beach volejbalových kurtech TJ Sokola Hylváty

Obrázek 1. Organizační struktura ČVS

Obrázek 2. Graf absolutní hodnoty zastoupení mužů a žen v dotazníkovém šetření
vzhledem k sociální skupině

Obrázek 3. Výšečový graf zobrazující preferovaný čas k využití beach volejbalových kurtů
TJ Sokola Hylváty

Obrázek 4. Výšečový graf zobrazující počet uvedených pohybových aktivit, kterým se
respondenti věnují

Obrázek 5. Graf frekvence návštěvnosti beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty

Obrázek 6. Graf míry spokojenosti s jednotlivými oblastmi

Obrázek 7. Graf míry souhlasu s členstvím v TJ Sokol Hylváty

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1. Fotografie budov a areálu (TJ Sokol Hylváty, <http://sokol-hylvaty.wgz.cz/rubriky/homepage>, 15. 3. 2014)

Příloha č. 2. Dotazník

Příloha č. 1. Fotografie budov a areálu (TJ Sokol Hylváty, <http://sokol-hylvaty.wgz.cz/rubriky/homepage>, 15. 3. 2014)



Vysvětlivky: Fotografie tělocvičny, sociálního zařízení a beach volejbalového areálu.

Dotazník

Vážení sportovní přátelé,

ráda bych Vás touto cestou požádala, zda-li byste byli ochotni odpovědět na několik otázek v tomto dotazníku. Zabere Vám to pouze pět minut a výsledky naší spolupráce mi pomohou ve zpracovávání závěrečné práce na Fakultě tělesné kultury Univerzity Palackého v Olomouci, a současně Vaše odpovědi budou nápomocné při vytváření koncepce rozvoje beach volejbalových kurtů TJ Sokola Hylváty v Ústí nad Orlicí. Cílem je zanalyzovat aktuální stav tak, aby díky tomuto šetření vznikly co nejlepší podmínky pro realizaci beach volejbalu.

Dotazník je anonymní, odpovídejte prosím na otázky pravdivě.

Nyní přistupte k samotnému vyplňování. Vaše odpovědi jsou symbolizovány křížkem v políčku, které nejlépe vystihuje Váš názor, popřípadě křížkem na stupnici. Některé otázky umožňují zakřížkovat více odpovědí. Kde nebude nabídnuta odpověď, napište své stanovisko vlastními slovy.

Předem děkuji za Váš čas a ochotu

Lenka Dudlová

Příklad: Věnujete se nějakému sportu?

Ne	<input type="checkbox"/>	Ano	<input checked="" type="checkbox"/>
----	--------------------------	-----	-------------------------------------

Pokud ano, jakému?.....[cyklistika](#), [plavání](#).....

1. Jste?

Muž	<input type="checkbox"/>	Žena	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------	------	--------------------------

2. Jste?

žák do 15 let	<input type="checkbox"/>	student	<input type="checkbox"/>	pracující	<input type="checkbox"/>	senior	<input type="checkbox"/>
---------------	--------------------------	---------	--------------------------	-----------	--------------------------	--------	--------------------------

3. Věnujete se nějakému sportu?

Ne	<input type="checkbox"/>	Ano	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	-----	--------------------------

Pokud ano, jakému?.....

4. Jak často chodíte hrát beach volejbal během letní sezóny?

	byl/a jsem jednou
	jednou měsíčně
	jednou týdně
	více jak jednou týdně

5. Z jaké vzdálenosti na beach volejbalové kurty v Hylvátech dojíždíte?

ze vzdálenosti do 5km		5-15km		více jak 15km	
-----------------------	--	--------	--	---------------	--

6. Jak jste se o beach volejbalových kurtech dozvěděli?

	doporučili mi je známí
	viděl/a jsem letáček o konání akce
	viděl/a jsem kurty z cyklostezky
	z novin
	z internetu
	jiné (uveďte.....)

7. Jak jste spokojeni s beach volejbalovými kurty s ohledem na...?

(zaškrtněte číslo, které nejvíce vystihuje vaši spokojenost, podobně jako známky ve škole)

- 1- velmi spokojen/a
- 2- spokojen/a
- 3- nevím/běžné
- 4- nespokojena
- 5- velmi nespokojen/a)

- a) dopravu (parkoviště, vzdálenost od zastávek...)
- b) prostředí (klidné x rušné prostředí, krajina,...)
- c) vybavení (půjčené balóny, síť, hrabla, židle, stojany na kola...)
- d) dostupnost informací (rezervace, kontakt, aktuality)
- e) cenu pronájmu
- f) zázemí návštěvníka (šatny, sociální zařízení,...)

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

8. Zúčastnili byste se v beach volejbale?

(zaškrtněte číslo, které nejvíce vystihuje Váš názor)

- 1- ano
- 2- nejspíš ano
- 3- nevím/možná
- 4- nejspíš ne
- 5- ne)

- a) pátečních odpoledních turnajů
- b) víkendových turnajů
- c) kroužků, tréninků
- d) dětských prázdninových kempů
- e) výkonnostních kempů
- f) jiných plážových sportů

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

9. Byli byste ochotni jako potenciální hráči beach volejbalu se zaregistrovat jako člen TJ Sokola Hylváty?

(zaškrtněte číslo, které nejvíce vystihuje Váš názor

- 1- ano
- 2- nejspíš ano
- 3- nevím/možná
- 4- nejspíš ne
- 5- ne)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

10. Kdy byste mohli navštěvovat beach volejbalové kurty během dne?

<input type="checkbox"/>	dopoledne (8-14h)
<input type="checkbox"/>	odpoledne (14-17h)
<input type="checkbox"/>	večer (17-20)

11. Podpořili byste nějakým způsobem beach volejbalový oddíl?

<input type="checkbox"/>	jako hráč
<input type="checkbox"/>	věcným sponzoringem
<input type="checkbox"/>	peněžitým sponzoringem
<input type="checkbox"/>	nepodpořili

12. V čem spatřuje největší výhodu areálu?

.....

13. V čem spatřuje největší nevýhodu areálu?

.....

14. Místo pro Vaše další názory a postřehy k vyplňování dotazníku

.....
.....
.....
.....

Ještě jednou děkuji za vyplnění dotazníku

S pozdravem Lenka Dudlová