

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA PEDAGOGICKÁ
KATEDRA TĚLESNÉ A SPORTOVNÍ VÝCHOVY

Projektování sportovní akce – bubble fotbal
BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Josef Babák
Tělesná výchova a sport

Vedoucí práce: Mgr. Luboš Charvát

Plzeň 2017

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a zdrojů informací.

V Plzni 27. června 2017

vlastnoruční podpis

Poděkování

Rád bych touto formou poděkoval panu Mgr. Luboši Charvátovi za jeho odborné rady, ochotu, vstřícný přístup a trpělivost po celou dobu konzultací. Dále děkuji své rodině, která se podílela na organizaci turnaje, všem účastníkům za hladký průběh a hlavně sponzorům, bez kterých by se turnaj nemohl uskutečnit.

ZDE SE NACHÁZÍ ORIGINÁL ZADÁNÍ KVALIFIKAČNÍ PRÁCE.

OBSAH

SEZNAM ZKRATEK	3
ÚVOD	4
1 CÍL A ÚKOLY PRÁCE.....	5
1.1 CÍL PRÁCE.....	5
1.2 ÚKOLY PRÁCE.....	5
2 SPORT JAKO ŽIVOTNÍ STYL.....	7
2.1 VLIV SPORTU NA ZDRAVÍ ČLOVĚKA	7
3 PROJEKT.....	8
3.1 PROJEKTOVÝ MANAGEMENT	8
3.2 FÁZE A STRATEGIE PROJEKTOVÉHO MANAGEMENTU	8
3.3 ZÁVĚREČNÁ FÁZE A VYHODNOCENÍ PROJEKTU	9
3.4 RIZIKA PROJEKTU	10
4 SPORTOVNÍ MARKETING.....	11
4.1 UPLATNĚNÍ MARKETINGU PŘI SPORTOVNÍCH AKCÍCH	11
4.2 SWOT ANALÝZA ORGANIZACE SPORTOVNÍ AKCE	12
4.2.1 silné stránky.....	12
4.2.2 Slabé stránky.....	13
4.2.3 Příležitosti	13
4.2.4 Hrozby.....	13
5 REKLAMA	14
5.1 REKLAMA VE SPORTU.....	14
6 SPONZORING	16
6.1 SPORTOVNÍ SPONZORING	16
6.2 HISTORIE SPORTOVNÍHO SPONZORSTVÍ.....	16
6.3 DŮVODY SPONZOROVÁNÍ	16
6.4 FORMY SPONZOROVÁNÍ	17
7 HRACÍ SYSTÉMY	18
7.1 VÝBĚR HRACÍHO SYSTÉMU	18
7.1.1 Systém každý s každým.....	19
7.1.2 Vylučovací systém na jednu porážku.....	19
7.1.3 Vylučovací systém na dvě porážky	19
7.1.4 Smíšený systém	19
7.1.5 Švýcarský systém	19
8 BUBBLE FOTBAL.....	21
8.1 HISTORIE	21
8.2 CÍLOVÁ SKUPINA	21
8.3 VYBAVENÍ PRO HRU.....	22
8.4 HŘIŠTĚ, BRANKY A MÍČ.....	22
8.5 PRAVIDLA	22
8.5.1 Hřiště	22
8.5.2 Hrací doba.....	22
8.5.3 Týmy	22
8.5.4 začátek zápasu.....	22
8.5.5 Vstřelení branky.....	22
8.5.6 Brankář	23
8.5.7 Vhazování	23

8.5.8	Faulty	23
8.5.9	Konec zápasu	23
9	PŘÍPRAVA TURNAJE	25
9.1	USKUTEČNOST TURNAJE	25
9.1.1	SWOT analýza	25
9.2	FINANCOVÁNÍ AKCE	26
9.2.1	Sponzoring	27
9.3	DODAVATEL VYBAVENÍ.....	27
9.4	PERSONÁLNÍ ZAJIŠTĚNÍ.....	28
9.5	MATERIÁLNÍ ZAJIŠTĚNÍ.....	29
9.6	MÍSTO KONÁNÍ TURNAJE	29
9.7	DATUM A ČAS KONÁNÍ AKCE	29
9.8	PROPAGACE.....	30
9.8.1	Informace pro účastníky.....	30
9.9	CENY PRO VÍTĚZE	30
10	REALIZACE TURNAJE	31
10.1	HARMONOGRAM AKCE	31
10.2	PŘÍPRAVA AKCE V DEN KONÁNÍ.....	31
10.3	ÚČASTNÍCI TURNAJE.....	31
10.4	STANOVENÝ HERNÍ SYSTÉM.....	34
10.5	ROZPIS UTKÁNÍ VE SKUPINĚ	34
10.6	PRŮBĚH TURNAJE.....	34
10.7	VYHLÁŠENÍ VÍTĚZŮ	37
10.8	CELKOVÉ ZHODNOCENÍ TURNAJE	37
	ZÁVĚR.....	38
	RESUMÉ	40
	CIZOJAZYČNÉ RESUMÉ	41
	SEZNAM LITERATURY	42
	SEZNAM OBRÁZKŮ	44
	SEZNAM TABULEK	45
	PŘÍLOHY	I

SEZNAM ZKRATEK

aj. - a jiné

např. - například

FC – football club

ÚVOD

Tématem bakalářské práce je: „Projektování sportovní akce – bubble fotbal“. Vybrané téma jsem si zvolil proto, že se fotbalu věnuji od malička. Fotbal jako takový je u nás v České republice poměrně hodně rozšířený a těší se velké oblibě. Bubble fotbal je modifikací fotbalu. Hráči hrají ve speciálně vyrobených bublinách, hráč má na sobě bublinu nasazenou jako batoh pomocí bezpečnostních popruhů a před sebou se drží madel. Tento sport jsem vyzkoušel před dvěma lety se svými spolužáky a velice se mi zalíbil. Touto prací bych chtěl tento sport představit širší veřejnosti.

Práci jsem rozdělil na dvě části, na teoretickou část a praktickou část. V teoretické části představím bubble fotbal jako sport, popíši jeho pravidla pro potřeby turnaje, rozeberu rizika spojená s pořádáním sportovní akce. Dále popíši způsoby propagace turnaje. Zaměřím se také na sponzoring, bez kterého by se sport v dnešní době neobešel.

V praktické části se zaměřím na organizační záležitosti turnaje, výběr místa, datum konání, materiální a personální zajištění. Budou uvedena také rizika spojená s pořádáním sportovní akce, která budou promítnuta ve vytvořené SWOT analýze.

Cílem bakalářské práce je projektování a realizace bubble fotbalového turnaje. Turnaj bude sloužit jako volnočasová aktivita pro muže i ženy všech generací. Touto formou bych chtěl přivést širokou veřejnost ke sportovní aktivitě a tím předcházet civilizačním chorobám.

1 CÍL A ÚKOLY PRÁCE

1.1 CÍL PRÁCE

Cílem práce je projektování a organizace sportovní akce bubble fotbalového turnaje pro širokou veřejnost.

1.2 ÚKOLY PRÁCE

- Určení místa konání a termínu sportovní akce
- Zajištění materiálního, finančního a personálního zajištění turnaje
- Sponzoring a propagace turnaje
- Vytvoření herního systému a harmonogramu turnaje
- Realizace a vyhodnocení turnaje

I. TEORETICKÁ ČÁST

2 SPORT JAKO ŽIVOTNÍ STYL

Tělesný pohyb je základním projevem života a životně důležitou funkcí, umožňuje člověku jeho existenci. Hraje důležitou roli v každém věku života člověka. Čím je člověk mladší, tím je pohyb přirozenější. Nejdůležitější roli sehrává pohyb zejména v kojeneckém a batolecím věku, v tomto období je pohyb spontánní a odráží nejen potřeby dítěte, ale také jeho temperament, a dokonce i intelekt (Bursová, 2010).

2.1 VLIV SPORTU NA ZDRAVÍ ČLOVĚKA

Pohybová aktivita má výrazný vliv na zdraví člověka. Pravidelnou pohybovou aktivitou můžeme předcházet kardiovaskulárním chorobám, zvýšenému cholesterolu v krvi, diabetu, a dokonce i některým druhům rakoviny. Pohybová aktivita má samozřejmě i výrazný vliv na prevenci nadváhy a obezity. Vhodným cvičením lze také ovlivnit hustotu kostí tkáně (hustotu vápníku). Sport neovlivňuje pouze fyzickou stránku člověka, ale také jeho psychiku. Z tohoto pohledu lze uvést pozitivní vliv na snižování úrovně úzkosti, deprese či stresu (Křivohlavý, 2009).

„Pěstujte sport. Vaše srdce pak nebude muset pumpovat 80krát za minutu, aby udrželo normální životní funkce. V klidu pak provede trénované srdce 60 tepů – nebo méně. A vy se budete cítit výtečně (Strunz, 2000, s. 49).“

Důležitou součástí sportu je prožívání radosti, což se týká jak sportu profesionálního, tak rekreačního. Pokud jde pouze o sport drilový bez prvku radosti, ztrácí člověk většinou o takový sport dříve zájem. Radost ze sportu může člověku přinášet mnoho aspektů. Jedná se například o hrdost po výkonu, triumf při vítězství, rituální momenty (hromadná cvičení nebo tance), ale i například sportovní humor (Slepička, Hošek a Hátlová, 2009).

3 PROJEKT

„Projekt je cílevědomý návrh na uskutečnění určité inovace v daných termínech zahájení a ukončení (Němec, 2002, s. 11).“

V projektu sledujeme konkrétní cíl a pro jeho dosažení volíme určitou strategii. Je důležité si stanovit určité počáteční zdroje a náklady a s tím spojené očekávané přínosy z realizace projektu. Při plánování si stanovíme jasný počátek a konec projektu. Projekt je vždy jedinečný, v každém projektu řešíme aktuální situaci (Němec, 2002). Trvání projektů je omezené časem, nachází se v nich vždy mnoho nejistot, které jsou skryté především v dodržení termínů, ale také materiálním či personálním zajištěním (Rosenau, 2007).

3.1 PROJEKTOVÝ MANAGEMENT

Z angličtiny převzatému pojmu „management“ odpovídá český pojem „řízení“, a to hlavně ve smyslu řízení všech podnikových činností (Čáslavová, 2000). Řízení projektu má jasně stanovený cíl, kterého musí být dosaženo v předem stanoveném čase, nákladech a kvalitě, při dodržení určené strategie a dodržení určitých postupů projektu, technik a nástrojů (Němec, 2002).

3.2 FÁZE A STRATEGIE PROJEKTOVÉHO MANAGEMENTU

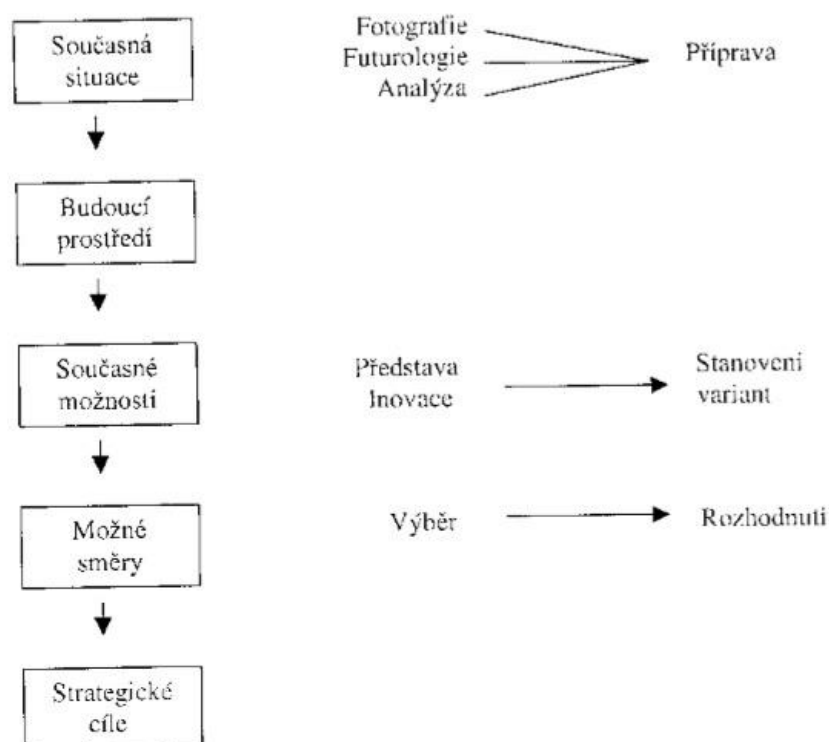
Řízení každého projektu probíhá na základě několika fází, dle kterých se může organizátor sportovních akcí snadno orientovat.

Mezi tyto fáze patří:

- Zhodnocení současné situace – aktuální stav, cíl akce, volba prostředků a nástrojů
- Budoucí prostředí – představa o tom, jaká rizika akce skrývá, snížení rizik na minimum, počítat s určitými časovými rezervami
- Současné možnosti – reálné zhodnocení možností, předností a nedostatků
- Možné směry – vymezení a výběr cílů, které jsou adekvátní současným možnostem
- Cíle – stanovení cílů dle předchozí fáze, jejich struktura, uspořádání či optimalizace
- Možné cesty – způsoby, jak dosáhnout cíle, zvážení strategie

- Zvolení strategie – zhodnocení možných strategií a zvolit nejvýhodnější
- Program akce – detaily plánu z hlediska co nejlepšího výsledku, rozdělení rolí jednotlivým účastníkům, časový rozpis, termíny a kontrolu akce
- Rozpočet – stanovení rozpočtu výdajů a příjmů z akce
- Přehled a kontrola – kontrolování celého průběhu akce a včasné řešení nedostatků či jejich eliminování na minimum (Čáslavová, 2000).

Obrázek 1 Ukázka strategického plánu



Zdroj: Čáslavová, 2009

3.3 ZÁVĚREČNÁ FÁZE A VYHODNOCENÍ PROJEKTU

Vyhodnocení průběhu a realizace projektu. Posouzení efektivnosti využití zdrojů a financování projektu. Zjištění hospodářského výsledku, rozdělení zisku či případné vyrovnání ztráty. Závěrečným vyhodnocením projektu získáme jakési poučení do budoucnosti. Jde o velmi cenné informace, které můžeme využít při dalším projektování akce a vyvarovat se tak dalším zbytečným chybám a uvědomit si, co by se dalo udělat jinak a lépe (Němec, 2002).

3.4 RIZIKA PROJEKTU

V plánovacím procesu si musíme položit otázku, co se stane, když dojde k nějaké rizikové události. Každý projekt má určitá rizika a musíme s nimi počítat. Možné příčiny vzniku projektových rizik mají dvojí charakter:

- Příčiny předvídatelné a ovlivnitelné – zcela nově řešený problém, nedostatečné finance, nízká motivace, nízká kvalifikace a zkušenost projektanta, přílišná velikost projektu, krátké termíny plnění
- Příčiny neovlivnitelné – změna politických podmínek, změna ekonomické situace, změna legislativy, technický pokrok

Rizikům předvídatelným se musíme snažit zabránit preventivními opatřeními nebo je snížit na co nejúnosnější míru. Pro případ, že riziková situace nastane i přes opatření, musíme zajistit především rezervy v čase a v rozpočtových nákladech. Příčiny neovlivnitelné se vyskytují spíše u dlouhodobých projektů (Němec, 2002).

4 SPORTOVNÍ MARKETING

„Sportovní marketing vyznačuje 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 vztahený přímo k zákazníkům sportu a marketing ostatních zákazníků a průmyslových produktů a služeb s využitím propagace ve sportu (Mullin, Hardy a Sutton, 2000, s. 35).“

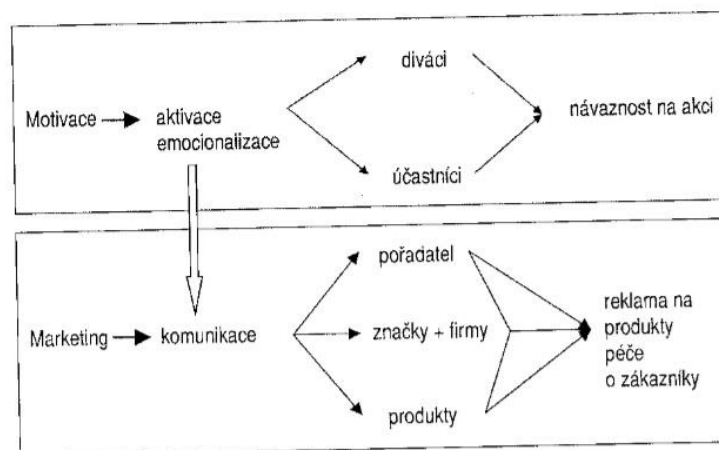
Sportovní marketing se v posledních letech dostává stále více do popředí. V oblasti sportovního marketingu se můžeme setkat s mnoha novinkami, jako je například snaha pořadatelů o co nejzajímavější prezentaci prodeje vstupenek či virtuální reklama. Sportovní organizace začínají klást velký důraz na potencionální zákazníky, kteří jsou velmi dobrým nástrojem pro propagaci jejich výrobků (Čáslavová, 2009).

Každý sportovní klub má vytvořenou sportovní strategii, která závisí především na spolupracujícím okolí, což zahrnuje dobrovolníky, investory, dodavatele a další. Dalším důležitým aspektem je důležité konkurenční okolí, ve kterém se sportovní organizace snaží o zmapování případných konkurenčních firem. Dalším bodem, na kterém závisí sportovní strategie je ekonomické okolí. Efektivní ekonomika dokáže velmi výrazně ovlivnit samotný chod organizace. V neposlední řadě je potřebné se zaměřit na politické, právní či sociální okolí (Čáslavová, 2009)

4.1 UPLATNĚNÍ MARKETINGU PŘI SPORTOVNÍCH AKCÍCH

Marketing při sportovních akcích je primárně zaměřen na získávání potencionálních zákazníků, přičemž využívá jejich motivace (Čáslavová, 2009).

Obrázek 2 Vliv motivace na sportovní marketing



Zdroj: Čáslavová, 2009

4.2 SWOT ANALÝZA ORGANIZACE SPORTOVNÍ AKCE

Tato analýza by měla být prvním krokem při plánování sportovní akce. Ve SWOT analýze porovnáme velmi detailně všechny aspekty, které mohou ovlivnit celkový průběh dané akce. Je to analýza, která nám detailně pomáhá srovnat naše silné a slabé stránky. Těmito dvěma aspekty posuzujeme interní zdroje, které jsou nám dostupné pro plánování sportovní akce. Dalšími dvěma aspekty, které řadíme do externích faktorů jsou příležitosti a hrozby. Ty nám dávají informace o možných situacích, které mohou nastat a mohou přímo či nepřímo ovlivnit naši sportovní akci. Je důležité, aby nám byly při vytváření analýzy dostupné všechny detaily sportovní akce, především výše rozpočtu, personální zajištění, datum, místo a čas akce (Čáslavová, 2009).

Obrázek 3 Ukázka SWOT analýzy

	POMOCNÉ dosažení cíle	ŠKODLIVÉ dosažení cíle
VNITŘNÍ PŮVOD atributy organizace	S SILNÉ STRÁNKY strenghts	W SLABÉ STRÁNKY weaknesses
VNĚJŠÍ PŮVOD atributy prostředí	O PŘÍLEŽITOSTI opportunities	T HROZBY threats

Zdroj: Sunmarketing, ©2017

4.2.1 SILNÉ STRÁNKY

V analýze silné stránky podrobněji hodnotíme jako silné, průměrné nebo slabé. Jako příklad můžeme uvést:

- Finanční plánování – finanční rozpočet, účetnictví a management
- Personální řízení – výběr zaměstnanců, školení zaměstnanců, motivace zaměstnanců
- Bezpečnost a ochrana – personální obsazení, fanoušci, hráči, vstupy, hřiště

- Stravování – přístup personálu, výše ceny, množství produktů (Čáslavová,2009).

4.2.2 SLABÉ STRÁNKY

Slabé stránky lze hodnotit jako kritické, regulované nebo eliminované. Jako příklad si můžeme uvést:

- Personální konflikty
- Nedostatečná kvalifikovanost zaměstnanců
- Nedostatečné materiální zajištění
- Řešení náhlých problémů (Čáslavová,2009).

4.2.3 PŘÍLEŽITOSTI

Příležitosti hodnotíme jako předpokládané, zlepšené nebo žádající kontrolu. Z příkladů můžeme uvést následující:

- Akce spojené s historickým výročím
- Potencionální sponzoři
- Potencionální partneři a zaměstnanci
- Přátelé v daném oboru
- Turistické zajímavosti v okolí konání sportovní akce (Čáslavová,2009).

4.2.4 HROZBY

Hrozby lze dělit na vážné, dále kontrolované nebo žádající reference. Jako příklady lze uvést:

- Počasí a klimatické změny
- Výtržnosti a agresivita na akci
- Stávky a protestní akce
- Politická situace (Čáslavová,2009).

5 REKLAMA

„Reklama je placená forma neosobní prezentace výrobků, služeb nebo myšlenek určitého subjektu (firmy, instituce nebo jiné organizace) prostřednictvím komunikačních médií (Čáslavová, 2000, s. 36).“

Reklama spadá obecně pod pojem sportovní marketing. Patří mezi jednu ze součástí reklamní politiky. Zatímco informativní reklama staví především na ovlivňování image značky, sugestivní reklama ovlivňuje emoce či stupňuje sympatie. Pro informační funkci je dobré využít 3 klasické formy komunikativní politiky, mezi které řadíme již zmiňovanou reklamu, dále podporu prodeje a v neposlední řadě public relations neboli práci s veřejností (Marketing ve sportu, ©2007).

5.1 REKLAMA VE SPORTU

„Neoddělitelnou součástí komplexu otázek managementu a jmenovitě marketingu v tělesné výchově a sportu je reklama. Konkrétně jde o specifické a dynamicky se rozvíjející odvětví, označované jako sportovní reklama (Čáslavová, 2009, s. 168).“

K propagaci využívá reklama nejrůznějších zdrojů. Mezi zdroje lze zařadit především propagaci prostřednictvím televize, denního tisku, rádia, časopisů či plakátů. Pro účely této bakalářské práce je nutné především vymezení pojmu **sportovní reklama**. Sportovní reklama se může pojit s reklamou se sportovními motivy, která je prezentována výše uvedenými způsoby. Může se ale také vztahovat k reklamě, která využívá ke své propagaci specifických médií komunikace z oblasti sportu. Do této kategorie lze zařadit např. mantinely (reklamní pásy), dresy jednotlivých sportovců či reklamu na sportovním náčiní (Čáslavová, 2000).

Obrázek 4 Ukázka reklamy na dresu



Zdroj: PSG Zlín, ©2017

Každá z těchto sportovních reklam plní jinou funkci. Uvedeme si např. reklamu na sportovních dresech. Ta plní především funkci seznámení zákazníka s určitým produktem či firmou. Způsobem zobrazení této reklamy je obvykle nápis nebo motiv na hráčovo dresu, který dokresluje celkovou image. Doba působení této reklamy na potenciálního zákazníka se odvíjí od různých aspektů, např. od množství tréninků, zápasů či exhibicí. Konečný efekt neboli také úspěch tohoto způsobu reklamy je závislý např. na velikosti daného nápisu nebo na rychlosti pohybu hráče při sportovní aktivitě (Čáslavová, 2000).

6 SPONZORING

„Sponzorování představuje významný specifický prostředek k zabezpečení dostatečných finančních zdrojů, sloužících k realizaci zejména kulturních, vědeckých, charitativních a dalších aktivit v různých sférách. V tomto směru nečiní výjimku ani tělovýchovné, sportovní a turistické organizace, spolky, kluby, avšak i jednotlivci, usilující o získání finančních prostředků pro jejich mnohočetnou a rozsáhlou činnost (Čáslavová, 2009, s. 190).“

6.1 SPORTOVNÍ SPONZORING

Sportovní sponzoring představuje partnerský vztah mezi hospodářstvím a sportem, v tomto vztahu musí být zajištěno respektování zájmů obou uvedených stran. Mezi obecné sponzorské dary patří peněžní prostředky, materiální prostředky či služby. Tyto dary jsou poskytovány jak fyzickým osobám, tak organizacím. Nejčastěji jsou tyto prostředky poskytovány ve sféře sportovní, kulturní či sociální. Sponzor samozřejmě za své podporování očekává protislужby, platí zde vztah služby X protislужby. Protislужby většinou zahrnují propagaci jména či loga firmy daného sponzora, tato propagace probíhá např. formou reklamy na dresech sportovců (Novotný, 2000).

6.2 HISTORIE SPORTOVNÍHO SPONZORSTVÍ

Určité formy sponzorství ve sportu jsou známé již ze starověkého Řecka. Je známo, že vítězové olympijských her, byli za své úspěchy odměňováni. To jim umožňovalo snazší přípravu na hry a také doživotní zabezpečení. Později se objevila forma, která je známá a uplatňovaná do dneška – mecenášství. Svůj název si získala po velmi bohatém římském občanovi G. C. Maeceanasovi (česky mecenáš), který podporoval a chránil členy svého literárního kroužku. Pod pojmem „mecenášství“ si tedy můžeme představit podporu sportu, kultury a vědy bez očekávání protislужby (Novotný, 2000).

6.3 DŮVODY SPONZOROVÁNÍ

Nejčastějšími příčinami, které vedou podniky ke sponzorování je hlavně snaha o zvýšení povědomí veřejnosti o dané firmě, výrobku nebo službě. Je známo, že sponzoři si sport vybírají velmi často pro dosažení svých marketingových cílů. Je to dáno tím, že sport je u široké veřejnosti velmi oblíbeným. Sport je velmi univerzální, nejsou v něm takové rozdíly jako v jednotlivých náboženstvích nebo kulturách zemí, a tak sport v současné době ovlivňuje skoro 50 procent světové populace. Z tohoto důvodu je přes 70 procent sponzorských aktivit nasměrováno do oblasti sportovní činnosti (Novotný, 2000).

6.4 FORMY SPONZOROVÁNÍ

Rozlišujeme několik forem sponzorování ve sportu:

- sponzorování jednotlivých sportovců – nejvíce rozšířené ve vrcholovém sportu
- sponzorování sportovních týmů – u nás rozšířená i ve výkonnostním sportu
- sponzorování sportovních akcí – zde je využíváno velké množství reklamních možností např. na vstupenkách či programových sešitech
- sponzorování sportovních klubů – tato forma má nejširší možnosti z hlediska protislужby sponzorovi
- sponzorování ligových soutěží – v posledních letech velmi využívaná možnost v ligových soutěžích, kde firmy mají své označení v názvu soutěže (Čáslavová, 2009)

7 HRACÍ SYSTÉMY

Stanovení toho správného herního systému je jednou z prvních a klíčových předpokladů zdárného průběhu každé soutěže nebo turnaje. Každý herní systém má své klady a zápory. Je nutné velmi dobře promyslet, který herní systém je pro danou soutěž či turnaj ten nejvhodnější. Při výběru je třeba dávat pozor na:

- Optimální využití času a hřišť, které máme k dispozici
- Aby si co možná nejvíce utkání zahrála i ta nejslabší družstva či jednotlivci
- Naopak brát zřetel i na ta nejsilnější družstva, která postoupí do finále, aby měla dostatek sil na rozhodující finálová utkání a mohla bojovat s nasazením

Mezi nepoužívanější hrací systémy řadíme:

- Systém každý s každým
- Vylučovací systém na jednu porážku
- Vylučovací systém na dvě porážky
- Smíšený systém (Votík, 1998)
- Švýcarský systém (Tournament online, ©2017)

7.1 VÝBĚR HRACÍHO SYSTÉMU

Organizace a celkové zajištění turnaje je možné naplánovat s dostatečným předstihem. Je vhodné, aby si pořadatel předem připravil možné herní systémy pro pořádání turnaje. Po uzavření registrací, když už je jasný počet přihlášených účastníků je možné zvolit, již tu správnou variantu hracího systému. Pořadatel musí vybrat co nejlepší herní systém tak, aby byla zajištěna plynulost turnaje, všichni účastníci si zahráli co nejvíce a aby byla soutěž ukončena ve stanoveném čase. Pro volbu správného hracího systému je důležité:

- Čas vyhrazený na soutěž
- Počet hřišť
- Celkový počet účastníků
- Délka hrací doby (Votík, 1998)

7.1.1 SYSTÉM KAŽDÝ S KAŽDÝM

System je používán ve všech mistrovských soutěžích. Tento systém je vhodný především pro dlouhodobé soutěže. Jednorázové turnaje či soutěže je při tomto systému vhodné hrát pouze za předpokladu malého počtu účastníků. Tento systém se hraje buď na jedno nebo dvě kola. Velkou výhodou tohoto systému je velká přesnost a spravedlivost určení konečného pořadí zúčastněných. Nevýhodou je časová náročnost systému (Votík, 1998).

7.1.2 VYLUČOVACÍ SYSTÉM NA JEDNU PORÁŽKU

System se používá při krátkodobých soutěžích s velkým počtem účastníků. Počet utkání je minimální, kdo prohraje, ihned vypadává ze soutěže. U tohoto systému se často stává, že kvalitnější účastníci jsou vyřazeni dříve než ti slabší, díky šťastnému losu. Pokud známe výkonnost účastníků předem, je vhodné nasadit nejsilnější tak, aby na sebe nenarazili hned v prvních kolech. Ostatní účastníci se poté přilosují k již nasazeným. System lze vylepšit pořádáním tzv. „soutěže útěchy“, ta se hraje ihned po skončení prvního kola stejným systémem. Celkový počet utkání vypočteme dle vzorce $x=n-1$ (Votík, 1998).

7.1.3 VYLUČOVACÍ SYSTÉM NA DVĚ PORÁŽKY

System je velmi podobný systému vylučování na jednu porážku. Tento systém je však objektivnější, jelikož účastník, který prohraje v prvním kole má ještě šanci obsadit až 2. místo. Poražení jednotlivých kol jsou zařazováni do „pavouka poražených“ a teprve druhá porážka je vyřazuje z celé soutěže. Celkový počet utkání vypočteme dle vzorce $x=2n-3$ (Votík, 1998).

7.1.4 SMÍŠENÝ SYSTÉM

System je nejčastěji používán při soutěžích a turnajích s krátkodobým trváním a velkým počtem účastníků. Dají se v něm dát dohromady výhody systémů každý s každým a vylučovací systém. Výhodou tohoto systému je jeho pružnost a je možné tento systém obměňovat dle aktuální potřeby. Účastníci jsou rozděleni do skupin, kde nejprve hrají systémem každý s každým. Nejlepší z každé skupiny postupují do finálové skupiny, ostatní vypadávají nebo hrají ve skupině pro poražené. Dále se určí systém pro finálovou skupinu a pro skupiny poražených (Votík, 1998).

7.1.5 ŠVÝCARSKÝ SYSTÉM

Švýcarský systém je velmi specifickou formou soutěžního systému, ve kterém se s výjimkou prvního kola, utkávají účastníci přibližně stejné výkonnosti. Tento systém se používá při velkém počtu účastníků. U švýcarského systému se počet odehraných kol

rovná zhruba jedné třetině přihlášených. Nejjednodušším a jediným možným způsobem, jak spárovat hráče, pokud neznáme jejich výkonnost je náhodný los. Pokud je nám výkonnost hráčů již známa, je možné využít los dle nasazení, omezí se tím počáteční nadhodnocení slabých hráčů, a naopak podhodnocení hráčů silných. Ve druhém a dalších kolech se hráči párují dle předchozích výsledků. Tento systém funguje bezproblémově při sudém počtu hráčů. V případě lichého počtu hráčů, daný hráč jedno kolo nehraje, je mu buď započítána automatická výhra či prohra nebo se zápas v daném kole nezapočítá (Tournament online, ©2017).

8 BUBBLE FOTBAL

Bubble fotbal je známý také pod názvem zorbing fotbal. Je to druh volnočasové aktivity, která pochází z původního zorbingu. Sport se provozuje ve speciálně vyrobených koulích. Hráč má na sobě kouli nasazenou podobně jako batoh pomocí speciálních popruhů a před sebou se drží madel. Nohy vyčnívají z této koule ven, zatímco horní část těla je zakryta nafouknutou koulí. Sport se může hrát uvnitř ve sportovní hale nebo venku na přírodní či umělé trávě (Crazy Bubbles, ©2017; Zorbing Time, ©2016).

Obrázek 5 Ukázka hry bubble fotbalu



Zdroj: vlastní

8.1 HISTORIE

Bubble fotbal je moderní netradiční sportovní aktivita původem z Nového Zélandu, kde se začala vyvíjet v roce 2009 jako modifikace klasické zorbingové koule. Do České republiky se sport dostal na přelomu roku 2013/2014. (Bumperball, ©2017; Zorbing Time, ©2016; Crazy Bubbles, ©2017).

8.2 CÍLOVÁ SKUPINA

Bubble fotbal je vhodný pro širokou škálu věkových skupin a výkonnostních úrovní. Polstrovaný postroj na vnitřní straně bubliny je bezpečný a přístupný všem. Existuje mnoho způsobů, jak hru hrát. Ke hře nepotřebujete mimořádné fotbalové schopnosti, hra je založena spíše na týmové spolupráci (Bumperball, ©2017; Zorbing Time, ©2016).

8.3 VYBAVENÍ PRO HRU

Sport se provozuje ve speciálně vyrobených koulích, hráč má na sobě bublinu nasazenou podobně jako batoh pomocí popruhů a před sebou se drží madel. Doporučené je sportovní oblečení a sportovní obuv vhodná na daný povrch hřiště. Dále jsou doporučené chrániče holení a kolen, které se mohou díky častým pádům snadno poranit nebo odřít (Zorbing fotbal, ©2017; Crazy Bubbles, ©2017).

8.4 HŘIŠTĚ, BRANKY A MÍČ

Bubble fotbal nemá striktně stanovené rozměry hřiště a branky, nejčastěji se hraje na hřišti velikosti malé kopané a tomu odpovídající branky. Bubble fotbal se hraje s klasickým fotbalovým míčem velikosti 5.

8.5 PRAVIDLA

Bubble fotbal nemá přesně definovaná pravidla, záleží vždy na organizátorovi akce nebo domluvě účastníků. Pro účely turnaje jsem stanovil níže uvedená pravidla.

8.5.1 HŘIŠTĚ

Turnaj bude probíhat na umělém trávníku, hřišti velikosti malé kopané. Hřiště pro malou kopanou má minimální šířku 22 m, maximální 30 m, minimální délka je 40 m a maximální 56 m. Pokutové území je vyznačené obdélníkem 6x9 m. Hřiště je rozděleno středovou čarou (Votík, 1998).

8.5.2 HRACÍ DOBA

Hrací doba je 2 x 5 minut. V případě faulu rozhodčí zastaví čas. Co se považováno za faul a další porušení pravidel, je vypsáno níže.

8.5.3 TÝMY

Tým je složen ze 4–8 hráčů, 4 hráči v poli a až 4 náhradníci. Střídání hráčů probíhá v poločase. Hráč nesmí vstoupit na hrací plochu, aniž by na sobě měl hrací bublinu.

8.5.4 ZAČÁTEK ZÁPASU

Každý zápas začíná bublinovým rozstřelem. Míč je položen doprostřed hrací plochy, každý tým je na své brankové čáře, na znamení rozhodčího se hráči obou týmů rozběhnou proti sobě.

8.5.5 VSTŘELENÍ BRANKY

Gól může být vstřelen každou částí těla nebo bublinou. Neplatí góly vstřelené rukou. Po vstřelení každého gólu nastává opět bublinový rozstřel jako v případě začátku zápasu.

8.5.6 BRANKÁŘ

Neexistuje žádný oficiálně zvolený brankář, brání tedy ten, kdo se nachází nejbliž branky.

8.5.7 VHAZOVÁNÍ

Jelikož mají hráči ruce skryté v bublině, bude se místo vhažování kopat. Pokud z vhažování padne gól, nebude uznán jako platný. Musí proběhnout alespoň jeden dotyk spoluhráče po přihrávce.

8.5.8 FAULY

- a) zlomyslné narážení do hráče, který k protihráči stojí zády. V prvním případě dojde k napomenutí, ve druhém případě bude takový hráč vyloučen na 1 minutu.
- b) při narážení a kopání do hráče, který leží na zemi jsou postihy stejné jako v bodě „a“
- c) neúměrná agrese – postihy stejné jako v bodě „a“

8.5.9 KONEC ZÁPASU

Tým, který vstřelí více branek, vyhrává. V případě výhry získává tým 3 body, v případě remízy 1 bod a za prohru 0 bodů.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

9 PŘÍPRAVA TURNAJE

Aby celý průběh a organizace akce proběhla hladce, snažil jsem se celou akci nejprve detailně naplánovat. Jako první jsem řešil financování akce, jelikož pronájem koulí na bubble fotbal je velmi nákladný. Dalším bodem řešení bylo místo, datum a čas konání akce. Jako další a asi zásadní bod pro organizaci turnaje bylo vyhledání co možná nejlevnějšího a nejspolehlivějšího dodavatele koulí určených pro hru.

9.1 USKUTEČNITELNOST TURNAJE

Na úplném začátku veškerého plánování turnaje je důležité zhodnotit, zda je akce vůbec uskutečnitelná. Musíme zvážit potřebné náležitosti, finanční stránku akce a veškerá rizika spojená s pořádáním. Pro tyto účely jsem se rozhodl provést SWOT analýzu, kterou detailně popisují v teoretické části.

9.1.1 SWOT ANALÝZA

Tabulka 1 SWOT analýza

<p>S</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finanční plánování • Personální zajištění • Atraktivní sportovní aktivita • Zajištění občerstvení 	<p>W</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nízká osobní zkušenost • Termín akce • Vysoká cena registrace
<p>O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atraktivnost lokality • Navázání nových vztahů • Tradice 	<p>T</p> <ul style="list-style-type: none"> • Počasí • Závislost na dodavateli

Zdroj: Vlastní

- Silné stránky

Jelikož mám jako střední školu vystudovanou Obchodní akademii považuji dovednosti v oblasti **finančního plánování** za své silné stránky. Jako další silnou stránku řadím **personální zajištění**, jelikož obsahuje lidi z mého okolí, kterým důvěřuji a mohu se na ně spolehnout v každé situaci. Dále si myslím, že bubble fotbal jako **sportovní aktivita** bude velmi atraktivní, jelikož je v České republice velmi mladá. Jako poslední bod této kategorie bych zmínil **zajištění občerstvení** v místě konání akce, pro diváky i hráče to bude určitě příjemným.

- Slabé stránky

Mezi slabé stránky řadím nízkou **osobní zkušenost** s pořádáním sportovního turnaje. Dalším bodem je volba **termínu akce**, jelikož není možné zajistit ideální termín, který by vyhovoval všem potencionálním účastníkům. Měsíc květen je pro pořádání sportovních akcí velmi kritický z důvodu konání nespočtu sportovních aktivit a jiných kulturních akcí. Jako poslední součástí, která může ovlivnit účast na turnaji je **vysoká cena registrace** do turnaje díky finanční náročnosti materiálního vybavení.

- Příležitosti

Mezi možné příležitosti bych zařadil **atraktivnost lokality**. Město Žatec je velmi historicky založené, nachází se zde nespočet kulturních památek. Jako další bych zařadil **navázání nových přátelských či sportovních vztahů**. Pokud akce proběhne bez komplikací a bude mít kladný ohlas u zúčastněných, je možnost navázání **tradice** této sportovní akce.

- Hrozby

Jelikož se akce bude konat venku, největší hrozbu představuje **počasí**. Další hrozbou je **závislost** na dodavateli sportovního vybavení a pronajímatele hřiště. Jelikož budu s oběma stranami spolupracovat poprvé, nemohu dopředu odhadnout jejich spolehlivost.

9.2 FINANCOVÁNÍ AKCE

Financování akce bylo asi tím nejsložitějším bodem při přípravě akce. Pronájem vybavení na bubble fotbal je velice nákladný. Bylo proto velice důležité pečlivě rozpracovat finanční plán akce. Najít co možná nejlevnějšího, ale zároveň spolehlivého dodavatele koulí určených pro hru. Zároveň bylo vhodné najít sponzora této akce. Jako poslední jsem musel

určit výši startovného pro tým v turnaji, aby byly pokryty veškeré náklady. Níže jsou v tabulce zobrazeny celkové náklady a zisk za celý turnaj.

Tabulka 2 Výdaje

Výdaje	
Pronájem vybavení pro hru + doprava	5 950 Kč
Pronájem hřiště + šatny	1 400 Kč
Ceny pro vítěze	650 Kč
Občerstvení	600 Kč
Celkem	8 600 Kč

Zdroj: Vlastní

Tabulka 3 Příjmy

Příjmy	
Startovné (1400 Kč/tým) 4 týmy	6 600 Kč
Sponzorský dar	2 000 Kč
Celkem	8 600 Kč

Zdroj: Vlastní

9.2.1 SPONZORING

Z hlediska finanční náročnosti akce bylo nutné zajistit sponzoring. S žádostí o pomoc a radu se získáním sponzorského daru jsem se nejprve obrátil na svoji rodinu. S řešením přišel můj otec, který má známého podnikatele Jaroslava Zárubu. Pana Zárubu jsem proto ihned telefonicky kontaktoval a domluvili jsme si osobní schůzku, kde jsme dořešili potřebné detaily. Nejenom, že pan Záruba přispěl finanční částkou 2 000 Kč, ale z této akce byl tak nadšený, že se turnaje sám zúčastnil. Pan Záruba jako protislužbu požadoval zmínění jeho osoby při závěrečném vyhlášení.

Tento sponzorský dar bohatě pokryl potřebné náklady této akce, proto již nebylo potřeba oslovovat další sponzory.

9.3 DODAVATEL VYBAVENÍ

Jak jsem již zmínil, bylo velmi důležité najít cenově přijatelného a zároveň spolehlivého dodavatele vybavení pro hru. Na internetu jsme vyhledal kolem deseti

dodavatelů, z nichž pouze čtyři splňovali všechny mé požadavky a obsahovali i rozšířené služby jako jsou doprava, míč a rozlišovací dresy, proškolení, jak vybavení užívat a rozhodčího. V tomto užším výběru dodavatelů rozhodovala již pouze cena.

Cenové rozpětí pronájmu za 3 hodiny se pohybovalo od 4 000 do 9 570 Kč bez ceny za dopravu. Nejpříjemnější cenu 4000 Kč nabízela firma Bumper Ball Game. Sídlo této firmy se nacházelo bohužel až v Šumperku a náklady na dopravu by byly příliš vysoké. Dalšími potencionálními dodavateli byli Bubble-Fotbal a Super Zorbing, které jsem vyloučil z důvodu vyšší ceny za pronájem a dopravu. Z celého výběru dopadla nejlépe firma Zorbing fotbal.

Jejich webové stránky vypadaly velice solidně, obsahovaly několik fotogalerií a videí z již proběhlých akcí, které vypadaly opravdu zdařile. Cena pronájmu jejich vybavení byla také velmi příznivá. V ceně za pronájem vybavení bylo i vše potřebné pro hru, jako je fotbalový míč, rozlišovací dresy a také chrániče na kolena. Cena také zahrnovala potřebné proškolení, jak správně vybavení užívat a v neposlední řadě i rozhodčího pro hru. Tyto služby mi tím pádem ušetřily mnoho dalších starostí. Proto jsem neváhal a kontaktoval jsem dodavatele přes rezervační formulář, který se nachází na jejich webových stránkách. Druhý den mi na moji rezervaci dodavatel odpověděl telefonickým hovorem, kde jsme si upřesnili potřebné informace, zároveň mi zaslal emailem podrobné informace a kalkulaci s cenou pronájmu a dopravy.

9.4 PERSONÁLNÍ ZAJIŠTĚNÍ

Pro správný chod každé sportovní akce je velmi důležité mít adekvátní personální zajištění. Jako pomocné síly pro potřeby turnaje jsem oslovil své nejbližší ze svého okolí. Oslovil jsem je hlavně z důvodu velké spolehlivosti a zasvěcenosti do problému. Dalším z důvodů byly finance, nikdo z pořadatelského týmu nevyžadoval žádné finanční ohodnocení. Pořadatelský tým se skládal z následujících členů:

- Hlavní organizátor – funkci hlavního organizátora jsem zastával já. Měl jsem na starost organizaci celého turnaje, finanční zajištění, propagaci, výběr místa a času konání akce, výběr dodavatele vybavení. V den konání turnaje jsem zajišťoval prezenci týmů, funkci uvaděče, časoměřiče a zapisovatele výsledků.

- Pomocný organizátor – pomocným organizátorem akce byl můj otec Josef Babák. Ten měl na starosti zajištění občerstvení v místě akce a koordinaci zúčastněných týmů.
- Rozhodčí – tato funkce je důležitá pro hladký průběh turnaje. Funkci rozhodčího zastával pracovník firmy dodavatele sportovního vybavení pro hru. Tento pracovník zároveň zajišťoval proškolení a přípravu sportovního vybavení pro hru.
- Zdravotník – velmi důležitou osobou na každém turnaji je zajištění zdravotní první pomoci. Tuto funkci zastávala moje přítelkyně Bc. Aneta Vernerová, která má vystudovanou fyzioterapii. Byla pro tuto pozici tedy nejvhodnější.
- Fotograf – fotografie hrají velmi důležitou roli pro zpětnou vazbu zúčastněných a propagaci akce do budoucna. Pro funkci fotografa jsem si vybral moji matku Evu Svobodovou, která dokumentovala celý průběh akce.

9.5 MATERIÁLNÍ ZAJIŠTĚNÍ

O materiální zajištění se postarala firma Zorbing Fotbal. Kromě vybavení pro hru firma také zajistila ostatní materiální zajištění jako jsou chrániče na kolena, rozlišovací dresy a míč. V místě konání akce byl k dispozici přístřešek s posezením pro případ špatného počasí, který využívali jak diváci, tak samotní hráči.

9.6 MÍSTO KONÁNÍ TURNAJE

Správný výběr místa je velmi důležitý. Turnaj se měl konat ve městě Žatec. Měl jsem na výběr z několika sportovních zařízení. Realizace byla možná jak ve kryté hale, tak na venkovním hřišti. Po pečlivém zvážení všech pro a proti jsem zvolil hřiště na fotbal s umělým povrchem v areálu atletického stadionu Mladí města Žatce. Toto místo jsem zvolil zejména z hlediska finančního. Dalšími kritérii byly dobrá dostupnost a také moderní vybavení celého areálu. V neposlední řadě také možnost uskutečnit turnaj venku na čerstvém vzduchu.

9.7 DATUM A ČAS KONÁNÍ AKCE

Termín je důležité naplánovat s dostatečným předstihem. Nejprve bylo nutné zajistit místo konání a také pronájem sportovního vybavení pro akci. Tyto termíny jsem musel také skloubit se svým osobním časem, kterého mám díky škole, sportu a pracovní vytíženosti velmi málo. Dále jsem musel vybrat termín, který nekolidoval s jinou sportovní akcí v okolí.

Tento bod byl asi nejsložitějším z celého plánování akce a jak se později dozvíme, byl také kritickým.

9.8 PROPAGACE

Propagace je také jedním z důležitých článků pro plánování sportovní akce. S propagací jsem začal ihned po stanovení místa a termínu akce. Je důležité, aby se sportovní akce začala propagovat s dostatečným předstihem. O akci se tak dozví větší počet potencionálních účastníků či diváků. Jako formu propagace jsem zvolil internet vytvořením události na sociální síti facebook. Internet je v dnešní době asi nejpoužívanějším pro šíření reklamy. Já sám jsem se již několikrát zúčastnil akce, která byla takto propagována. Tato propagace měla poměrně velký úspěch, prakticky ihned po zveřejnění mě začala kontaktovat celá řada zájemců. Tato propagace také pokračovala i v několika dalších dnech, událost jsem sdílel také na oficiálních facebookových stránkách města Žatce a několika stránkách zaměřených na sportovní aktivity.

9.8.1 INFORMACE PRO ÚČASTNÍKY

Tyto informace měli případní zájemci k dispozici na facebookových stránkách.

- Přihlašujte své týmy po 4–8 hráčích, 4 hráči v poli a až 4 náhradníci
- Registrace provádějte přes email na babakjos@seznam.cz, do přihlášky uvádějte název týmu a jméno kapitána
- Startovné za tým 1 400 Kč, startovné je nutné uradit předem na účet organizátora, startovné je nevratné – lze převést na náhradní tým
- Maximální počet týmů pro turnaj je 6

9.9 CENY PRO VÍTĚZE

Jako hlavní cena pro vítěze byla pořízena dárková sada piv, která byla zakoupena z prostředků finančního sponzorského daru. Dárková sada byla zakoupena s úmyslem, aby každý člen vítězného týmu obdržel věcnou cenu. Všechny týmy obdržely medaile v podobě oplatek Fidorka příslušné barvy symbolizující dané umístění a pamětní diplom.

10 REALIZACE TURNAJE

10.1 HARMONOGRAM AKCE

- 9:00 možnost vstupu do areálu atletického stadionu Mláďí, možnost využití šaten pro převlečení a úschovu věcí
- 9:30 – 9:45 prezence týmů, odevzdání soupisek týmů
- 9:50 oficiální zahájení turnaje, vysvětlení pravidel a herního systému
- 10:00 proškolení o užívání vybavení na bubble fotbal, možnost vybavení vyzkoušet a seznámit se s ním
- 10:15 výkop prvního utkání
- 10:15 – 13:15 jednotlivá utkání dle herního systému
- 13:30 vyhlášení výsledků

10.2 PŘÍPRAVA AKCE V DEN KONÁNÍ

V den konání akce jsem se na místo spolu s ostatními členy realizačního týmu dostavil s dostatečným předstihem v 8:30. Doladili jsme spolu se správcem areálu poslední potřebné záležitosti pro plynulý průběh akce. Správce nám odemkl budovu, kde se nacházely šatny a umožnil přístup k elektrice, která byla potřebná k nafouknutí koulí na bubble fotbal. Dále jsme připravili stůl s občerstvením a nápoji pro účastníky turnaje. Toto občerstvení bylo zdarma v ceně registrace. Dalším krokem byla příprava informační tabule s rozpisem utkání a harmonogramem akce. V neposlední řadě jsme také připravili diplomy a ceny pro vítěze turnaje.

Zástupce dodavatele sportovního vybavení dorazil na místo v 9:00, vyřešili jsme spolu administrativní záležitosti a domluvili se na celém průběhu akce, kterou jsem mu předtím nastínil po telefonu. Poté jsme společně připravili potřebné vybavení.

10.3 ÚČASTNÍCI TURNAJE

Turnaje se zúčastnily bohužel pouze 4 týmy i přes velký zájem. Důvody si uvedeme níže v závěru této bakalářské práce. Zde uvádím soupisky jednotlivých týmů:

Tabulka 4 Soupiska týmu 1

SOUPISKA TÝMU 1	
Název týmu	Ítrovci
Kapitán	Petr Švihlík
Jména hráčů	Milan Kováč Michael Janoušek Oldřich Malý Vít Troch Patrik Hurt

Zdroj: Vlastní

Tabulka 5 Soupiska týmu 2

SOUPISKA TÝMU 2	
Název týmu	Zombie
Kapitán	Jaroslav Záruba
Jména hráčů	Jan Burda Zdeněk Pokorný Petr Svoboda Helena Pokorná Eva Žáčková Karel Fau

Zdroj: Vlastní

Tabulka 6 Soupiska týmu 3

SOUPISKA TÝMU 3	
Název týmu	Tantrum Monstra
Kapitán	Jakub Černý
Jména hráčů	Martin Schröper Bohuslav Šála Jakub Čapský Miroslav Pavliš Lenka Hornová Tomáš Hadač Kamila Medová

Zdroj: Vlastní

Tabulka 7 Soupiska týmu 4

SOUPISKA TÝMU 4	
Název týmu	FC Válec
Kapitán	Petr Pinkr
Jména hráčů	Igor Vajda Jan Milenko Martin Svoboda Matěj Mács Pavel Votava

Zdroj: Vlastní

10.4 STANOVENÝ HERNÍ SYSTÉM

Díky nízkému počtu zúčastněných týmů jsem zvolil jako herní systém každý s každým na dvě kola. Tento systém zaručil, že si účastníci dostatečně zahráli i při malém počtu týmů.

10.5 ROZPIS UTKÁNÍ VE SKUPINĚ

Tabulka 8 Rozpis utkání

ROZPIS UTKÁNÍ			
1.	ZOMBIE	x	ÍTROVCI
2.	TANTRUM MONSTRA	x	ZOMBIE
3.	ÍTROVCI	x	FC VÁLEC
4.	FC VÁLEC	x	ZOMBIE
5.	ÍTROVCI	x	TANTRUM MONSTRA
6.	TANTRUM MONSTRA	x	FC VÁLEC
7.	ZOMBIE	x	ÍTROVCI
8.	TANTRUM MONSTRA	x	ZOMBIE
9.	ÍTROVCI	x	FC VÁLEC
10.	FC VÁLEC	x	ZOMBIE
11.	ÍTROVCI	x	TANTRUM MONSTRA
12.	TANTRUM MONSTRA	x	FC VÁLEC

Zdroj: Vlastní

10.6 PRŮBĚH TURNAJE

- 1) Do prvního zápasu proti sobě nastoupili týmy Zombie a Ítrovci. Toto utkání začalo ve velmi pohodovém tempu, týmy se teprve seznamovali s herní výbavou, kterými byly nafukovací koule. První poločas tak skončil se skórem 0:0. Ve

druhém poločasu byli oba týmy již aktivnější a každý vstřelili po jednom gólu, konečné skóre tak bylo 1:1.

- 2) Druhé utkání bylo od začátku trochu svižnější než to první. Tým Zombie byl sice již rozehraný po prvním zápasu, ale tým Tantrum Monstra měl zkušenosti, z již v minulosti absolvovaného turnaje v tomto sportu. Nebylo tak divu, že po celý zápas určovali tempo hry a vyhráli s konečným výsledkem 4:0.
- 3) Další utkání bylo po celou dobu zápasu velmi vyrovnané. Žádnému týmu se nepodařilo vstřelit branku, konečný výsledek tak byl 0:0.
- 4) Ve čtvrtém zápasu jsme mohli vidět mnoho šancí ke vstřelení branky. Tento poměrně vyrovnaný souboj skončil výsledkem ve prospěch týmu Zombie, když vyhráli 2:0.
- 5) K dalšímu zápasu nastoupily týmy Tantrum Monstra a Ítrovci. Ihned po zahájení hry tým Ítrovci vstřelil rychlé dvě branky, tento náskok si udrželi až do konce utkání, které tak skončilo jejich výhrou 2:0.
- 6) V posledním utkání prvního kola padly celkem 4 branky. Z toho 3 branky vstřelilo po celou dobu zápasu lépe hrající mužstvo Tantrum Monstra.
- 7) Druhé kolo zápasů začínalo stejnými celky jako to první. Hra byla dlouho dobu velice vyrovnaná, v jednu chvíli se Zombie dokonce málem dostali do vedení, když šel jejich hráč sám na branku, ten ale minul. V závěru utkání vstřelil tým Ítrovci branku, a během poslední minuty ještě další dvě. Toto velmi vyrovnané utkání nakonec skončilo velmi nešťastně pro tým Zombie, když je tým Ítrovci převálcoval třígólovým rozdílem.
- 8) Další zápas skupiny byl asi tím nejbojovnějším z celého turnaje. Hráči týmu Zombie věděli, že musí tento zápas vyhrát, pokud chtějí ještě pomýšlet na výhru. Celá hra se odehrávala ve vysokém tempu. Zápas skončil zaslouženě remízou 0:0.
- 9) Třetí zápas druhého kola byl opět velmi vyrovnaným utkáním. Tým FC Válec byl v podobné pozici jako tým Zombie v předešlém utkání a potřeboval zvítězit. I přes veškerou jejich snahu však skončil tento zápas těsnou výhrou ve prospěch týmu Ítrovci 3:2.

- 10) S blížícím se koncem celého turnaje byla již na hráčích vidět patrná únava. I tak bylo toto utkání divácky velmi atraktivní. Oba celky měly mnoho šancí ke vstřelení branky. Konečný stav skončil zaslouženě 1:1.
- 11) Předposlední zápas byl ve znamení pomyslného finále. Tým Ítrovci nastupoval do utkání s vědomím, že musí minimálně remizovat pro výhru v celém turnaji. Druhý tým se nacházel v těžší pozici, pro jejich celkový úspěch byla nutná výhra. Celé utkání bylo velmi vyrovnané s velkým množstvím možností o vstřelení branky na obou stranách. Konečné skóre 2:2 tak znamenalo celkové vítězství týmu Ítrovci v turnaji.
- 12) Poslední zápas skupiny se odehrával v poklidném tempu, jelikož bylo o konečném pořadí týmů již rozhodnuto. I přesto bylo utkání bohaté na branky, padlo jich celkem 5. Z výhry 4:1 se radoval tým Tantrum Monstra.

Tabulka 9 Výsledky utkání 1 kolo

VÝSLEDKY UTKÁNÍ 1. KOLO				
	ZOMBIE	T. MONSTRA	ÍTROVCI	FC VÁLEC
ZOMBIE		0:4	1:1	2:0
T. MONSTRA	4:0		0:2	3:1
ÍTROVCI	1:1	2:0		0:0
FC VÁLEC	0:2	1:3	0:0	

Zdroj: Vlastní

Tabulka 10 Výsledky utkání 2. kolo

VÝSLEDKY UTKÁNÍ 2. KOLO				
	ZOMBIE	T. MONSTRA	ÍTROVCI	FC VÁLEC
ZOMBIE		0:0	0:3	1:1
T. MONSTRA	0:0		2:2	4:1
ÍTROVCI	3:0	2:2		3:2
FC VÁLEC	1:1	1:4	2:3	

Zdroj: Vlastní

Tabulka 11 Celkové pořadí týmů

CELKOVÉ POŘADÍ		
Pořadí	Název týmu	Body
1.	ÍTROVCI	12
2.	TANTRUM MONSTRA	11
3.	ZOMBIE	6
4.	FC VÁLEC	2

Zdroj: Vlastní

10.7 VYHLÁŠENÍ VÍTĚZŮ

Vyhlášení vítězů bylo provedeno ihned po dohrání finálového zápasu. Každý z hráčů obdržel oplátku Fidorka, která symbolizovala medaili, tašku s drobným občerstvením a pamětní diplom. Vítězové získali dárkovou sadu piv. Při vyhlášení panovala uvolněná a přátelská atmosféra, vše proběhlo bez jakýchkoliv komplikací.

10.8 CELKOVÉ ZHODNOCENÍ TURNAJE

Celkově bych celý tento turnaj hodnotil velmi kladně. Vše proběhlo bez jakýchkoliv komplikací. Celá akce probíhala přesně dle stanoveného harmonogramu. Jednotlivé zápasy byly odehrány plynule bez větších prostožů a v duchu fair play. Po celou dobu turnaje panovala přátelská atmosféra.

Zúčastněné týmy hodnotily turnaj velice kladně. Tato sportovní aktivita je velice zaujala a chtěly by ji provozovat i nadále. Účastníci mi sdělili, že by se podobné akce rádi zúčastnili i do budoucna.

Turnaje se zúčastnily 4 týmy s celkovým počtem 27 hráčů. Tento malý počet týmů zajistil přátelskou až rodinnou atmosféru. Každopádně mé představy byly jiné a doufal jsem ve větší počet zúčastněných. V možných budoucích ročnících akce se budu snažit toto riziko eliminovat.

ZÁVĚR

Cílem této práce bylo projektování a organizace sportovní akce bubble fotbalového turnaje pro širokou veřejnost. Organizace sportovní akce pro mě byla zcela novou a obohacující zkušeností. Se sportovními akcemi jsem měl do té doby zkušenosti pouze jako jejich účastník. Před samotnou realizací bylo prioritní nastudování potřebné literatury a zorientování se v problematice projektování turnajů. Důležitý bod představovalo stanovení potencionálních rizik, která mohou nastat v průběhu přípravy i konání samotné akce. V tomto ohledu pro mě bylo velice přínosné vytvoření SWOT analýzy.

Prvním stanoveným úkolem práce bylo určení místa a termínu akce. Tento bod, konkrétně určení termínu akce, se k mému překvapení ukázal jako nejrizikovější. I přes velký zájem o turnaj se vzhledem k termínu zúčastnily nakonec pouze 4 týmy. Tuto skutečnost přisuzuji zejména tomu, že je měsíc květen velmi atraktivní pro pořádání kulturních a jiných sportovních akcí. Potencionální zájemci tak již měli v termín pořádání bubble fotbalového turnaje jiný program a nemohli se tedy zúčastnit. Tento bod vnímám ve finále jako poučení do budoucna pro pořádání podobných akcí. Zároveň si ale myslím, že není v mé plné moci výběr vhodného termínu ovlivnit. Výběr místa konání proběhl bez větších komplikací, a to především díky konání turnaje v místě mého bydliště. Stadion, kde se turnaj uskutečnil mně tak byl dobře znám z minulosti.

Dalším úkolem bylo získání materiálního, finančního a personálního zajištění. Tento bod byl z časového hlediska nejnáročnější. Pro hladký průběh akce bylo klíčové vybrat nejvhodnějšího dodavatele materiálního zajištění pro hru, a to jak z hlediska finančního, tak z hlediska nabídky poskytovaných služeb.

S výběrem firmy Zorbing fotbal jsem byl ve finále velmi spokojen. Pozitivně hodnotím zejména bezproblémovou komunikaci a poskytnutí veškerého vybavení pro hru (fotbalový míč, chrániče na kolena, rozlišovací dresy aj.). V ceně bylo mimo jiné zajištění rozhodčího, což se ve výsledku ukázalo jako jediná slabá stránka. Na turnaj se dostavil rozhodčí, který neměl dostatečné znalosti o pravidlech Bubble fotbalu, které jsem předem určil a zasílal je firmě elektronickou formou. Musel jsem tak zejména v počátečních zápasech zastat mimo jiné funkci rozhodčího, s čímž jsem dopředu nepočítal. Díky dostatečné přípravě jsem však tuto roli zvládl bez větších problémů. Finanční a personální

zajištění se ukázalo jako bezproblémové, a to zejména díky pomoci rodinných příslušníků a přátel.

Neméně důležitým úkolem práce, který jsem si na začátku stanovil, byla vhodná propagace a sponzoring turnaje. Propagaci jsem volil s ohledem na cílovou skupinu potencionálních účastníků. Využil jsem tedy především sociální síť Facebook, přes kterou jsem vytvořil událost. Tato forma propagace se ukázala jako velmi vhodná a zároveň finančně nenáročná. Sponzoring turnaje se mně podařilo zajistit přes rodinného známého, což mně zároveň ušetřilo velké množství času, který jsem mohl věnovat do dalších, pro mě potřebnějších aktivit.

Předposledním úkolem této bakalářské práce bylo vytvoření herního systému a harmonogramu. Vytvoření herního systému mně nečinilo problém, a to především díky podrobně nastudované problematice, týkající se pořádání turnajů. Tvorba harmonogramu se odvíjela od doby pronájmu stadionu a stanoveného herního systému.

Posledním úkolem byla samotná realizace turnaje s následným vyhodnocením. Turnaj proběhl bez větších komplikací, a to především díky adekvátnímu personálnímu zajištění a stanovení správného herního systému. Pozitivně vnímám zejména přátelskou atmosféru, která vládla po celou dobu turnaje a také kladnou zpětnou vazbu od účastníků. Velice mě potěšil jejich zájem o pravidelné pořádání akce do budoucna.

Pořádání sportovního turnaje pro mě bylo velkým přínosem. Získal jsem cenné zkušenosti zejména z oblasti sponzoringu, výběru vhodného dodavatele či propagace. Tyto zkušenosti jistě využiji do budoucna při pořádání podobných akcí. Uvědomil jsem si, jak i sebemenší faktor může ovlivnit celý turnaj. Stanovení termínu akce jsem na počátku považoval za jednu z „banalit“. Tento faktor se však ve finále stal nejrizikovějším. I přesto hodnotím celý turnaj velmi kladně a pokud by se měl stát do budoucna tradicí, předčilo by to veškerá má očekávání.

Cíl této bakalářské práce byl splněn ve všech stanovených bodech.

RESUMÉ

Tato bakalářská práce je vytvořena s cílem projektování a organizace sportovní akce bubble fotbalového turnaje pro širokou veřejnost. Je členěna na část teoretickou a praktickou, přičemž teoretická část poskytuje základní informace o pravidlech hry, hracích systémech, reklamě či sponzoringu. Praktická část se naopak věnuje samotnému průběhu turnaje v bubble fotbale, včetně jeho přípravy a propagace.

S ohledem na realizaci turnaje se nejrizikovějším bodem stalo stanovení vhodného termínu akce. I přes tuto skutečnost se turnaj uskutečnil a setkal se s velkým ohlasem zúčastněných. Zpětnou vazbou byla mimo pozitivních ohlasů také možná realizace budoucích ročníků akce. Všechny úkoly bakalářské práce byly splněny.

CIZOJAZYČNÉ RESUMÉ

This bachelor thesis is created with the goal to design and organize a sporting event of the bubble football tournament for the general public. It is divided into theoretical and practical part, where theoretical part provides basic information about games rules, gaming systems, advertising or sponsoring. The practical part deals with the tournament itself, including its preparation and promotion.

In view of the tournament's realization, the most risky point was the selection of a suitable event date. Despite this fact, the tournament took place and met with great enthusiasm. Feedback was also the possible realization of the event in future years. All the tasks of the bachelor's thesis have been fulfilled.

SEZNAM LITERATURY**Knižní zdroje:**

- 1) BURSOVÁ, Marta. *Kompenzační cvičení: uvolňovací, protahovací, posilovací*. Praha: Grada, 2005. Fitness, síla, kondice. ISBN 80-247-0948-1.
- 2) ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management a marketing sportu*. Praha: Olympia, 2009. ISBN 978-80-7376-150-9.
- 3) ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management v tělesné výchově a sportu: (vybrané kapitoly) ; Eva Čáslavová*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-246-0050-1.
- 4) KŘIVOHLAVÝ, Jaro. *Psychologie zdraví*. Vyd. 3. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-568-4.
- 5) MICHALÍK, Petr, Zdeněk ROUB a Václav VRBÍK. *Zpracování diplomové a bakalářské práce na počítači*. 3. vyd. V Plzni: Západočeská univerzita, 2009, 68 s. ISBN 978-80-7043-828-2.
- 6) MULLIN, Bernard James, Stephen HARDY a William Anthony SUTTON. *Sport marketing*. 2nd ed. Champaign: Human Kinetics, c2000. ISBN 0-88011-877-6.
- 7) NOVOTNÝ, Jiří. *Ekonomika sportu*. Praha: ISV, 2000. ISBN 80-85866-68-4.
- 8) ROSENAU, M., D. *Řízení projektů*. 3. vyd. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80.251-1506-0
- 9) SLEPIČKA, Pavel, Václav HOŠEK a Běla HÁTLOVÁ. *Psychologie sportu*. Vyd. 2. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1602-5.
- 10) STRUNZ, Ulrich. *Žijeme zdravě: navždy mladí*. Praha: Svojtka & Co., 2000. ISBN 80-7237-327-7.
- 11) VOTÍK, Jaromír. *Sportovní příprava ve fotbalu*. Vyd. 3. upr. a rozš. Plzeň: Západočeská univerzita, 1998. ISBN 80-7082-414-X.

Elektronické zdroje:

- 1) Bumper ball. *Run it straight* [online]. 2017 [cit. 2017-06-07]. Dostupné z: <http://www.bumperball.co.nz/>
- 2) Crazy Bubbles. *Mistrovství bublin* [online]. 2017 [cit. 2017-06-07]. Dostupné z: www.crazybubbles.cz
- 3) Marketing ve sportu. *Sponzoring* [online]. 2007 [cit. 2017-06-06]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/elportal/estud/fsps/ps07/mark/pages/02.html#n02>

- 4) PSG Zlín. *Aukce hraných dresů* [online]. 2017 [cit. 2017-06-07]. Dostupné z: <http://www.hokej.zlin.cz/clanek.asp?id=754>
- 5) Sun marketing. *SWOT analýza* [online]. 2017 [cit. 2017-06-08]. Dostupné z: <http://www.sunmarketing.cz/nastroje/slovník/swot-analyza>
- 6) Tournament online. *Švýcarský systém losování zápasů* [online]. 2017 [cit. 2017-06-08]. Dostupné z: <http://www.tournamentonline.cz/cz/s843/Uvodni-stranka/Pro-poradatele-turnaju/c2185-Proc-svycarsky-system-losovani>
- 7) Zorbing fotbal. *Zorbing fotbal* [online]. 2017 [cit. 2017-06-07]. Dostupné z: <http://www.zorbing-fotbal.cz/>
- 8) Zorbing Time. *Zorb football* [online]. 2017 [cit. 2017-06-07]. Dostupné z: <http://www.zorbingtime.com/zorb-football/>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Ukázka strategického plánu	9
Obrázek 2 Vliv motivace na sportovní marketing.....	11
Obrázek 3 Ukázka SWOT analýzy.....	12
Obrázek 4 Ukázka reklamy na dresu	14
Obrázek 5 Ukázka hry bubble fotbalu.....	21

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 SWOT analýza.....	25
Tabulka 2 Výdaje.....	27
Tabulka 3 Příjmy	27
Tabulka 4 Soupiska týmu 1	32
Tabulka 5 Soupiska týmu 2	32
Tabulka 6 Soupiska týmu 3	33
Tabulka 7 Soupiska týmu 4	33
Tabulka 8 Rozpis utkání	34
Tabulka 9 Výsledky utkání 1 kolo.....	36
Tabulka 10 Výsledky utkání 2. kolo.....	36
Tabulka 12 Celkové pořadí týmů	37

PŘÍLOHY



Příloha č. 1

Foto: Příprava vybavení (zdroj: archiv autora)



Příloha č. 2

Foto: Zkouška vybavení (zdroj: archiv autora)



Příloha č. 3

Foto: Ukázka hry (zdroj: archiv autora)



Příloha č. 4

Foto: Ukázka střetu hráčů (zdroj: archiv autora)



Příloha č. 5

Foto: Ukázka hry (zdroj: archiv autora)



Příloha č. 6

Foto: Fanoušci (zdroj: archiv autora)



Příloha č. 7

Foto: Příprava na bublinový rozstřel (zdroj: archiv autora)



Příloha č. 8

Foto: Vyhlášení vítězů (zdroj: archiv autora)



Příloha č. 9

Foto: Předání cen vítěznému týmu (zdroj: archiv autora)