

**UNIVERZITA KARLOVA**

**Fakulta tělesné výchovy a sportu**

**Katedra kinantropologie, humanitních věd a managementu sportu**



**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Management sportovní akce:**

**Český pohár ve freestyle snowboardingu 4x4**

**Vedoucí práce: Mgr. Josef Voráček**

**Vypracovala: Stanislava Slavovová**

**Praha 2010**

# **ABSTRAKT**

Tato bakalářská práce se zabývá organizací Českého poháru ve freestyle snowboardingu, který má oficiální název 4x4. Na základě teoretických poznatků je vypracována analýza předchozích ročníků, která napomáhá k sestavení komplexního plánu činností potřebných k organizaci dalšího ročníku. Práce se zabývá všemi aspekty příprav akce i s ohledem na možná úskalí. Slouží tak jako návod, jak akce podobného typu zorganizovat a jak se vyhnout nástrahám, které lze předpovědět.

# **ABSTRACT**

This bachelory thesis deals with the organization of the Czech Cup in freestyle snowboarding, which is the officially called 4x4. On the basis of theoretical knowledge there is made an analysis of previous years. This analysis helps to build a comprehensive plan of actions, which are necessary to organize the next edition. This work deals with all aspects of preparations for the event with regard to difficulties. Serving as a guide on how to organize similar events and how to avoid the pitfalls that can be predicted.

**Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně a použila pouze uvedené informační zdroje a literaturu.

V Praze dne 11. 4. 2010

.....

**Poděkování:**

Ráda bych na tomto místě poděkovala vedoucímu práce Mgr. Josefu Voráčkovi za odbornou pomoc a náležitě připomínky při realizaci této práce. Zároveň děkuji za čas strávený konzultací práce.

Dále děkuji Asociaci Českého snowboardingu za poskytnutí potřebných informací.

V neposlední řadě bych chtěla poděkovat Fakultě tělesné výchovy a sportu, která mi umožňuje současné studium.

# OBSAH

1. ÚVOD .....	8
2. CÍLE A ÚKOLY PRÁCE .....	9
3. TEORETICKÁ VÝCHODISKA .....	10
3.1. SPORTOVNÍ MANAGEMENT .....	10
3.1.1. Pojem management .....	10
3.1.2. Sportovní management .....	10
3.2. MARKETING .....	12
3.3. PLÁNOVÁNÍ .....	15
3.3.1. Strategický plán pro realizaci sportovní akce .....	15
3.4. SPONZOROVÁNÍ .....	18
3.5. SNOWBOARDING .....	20
3.5.1. Charakteristika .....	20
3.5.3. Závody a organizace .....	21
3.5.4. Freestyle snowboarding a jeho disciplíny .....	22
3.5.5. Systém hodnocení soutěží .....	23
4. METODOLOGIE .....	24
4.1. PŘÍPADOVÁ STUDIE .....	24
4.2. SWOT analýza .....	25
5. ANALÝZA PŘEDCHOZÍCH ROČNÍKŮ .....	27
5.1. ORGANIZÁTOR .....	27
5.2. HISTORIE PROJEKTU .....	27
5.3. SYSTÉM ZÁVODŮ .....	30
5.4. SWOT ANALÝZA .....	37
6. ČESKÝ POHÁR 2011 .....	40
6.1. SYSTÉM ZÁVODU .....	40

6.2. LOKALITY.....	44
6.3. JEDNOTLIVÉ ZÁVODY.....	46
6.4. ORGANIZACE.....	50
6.4.1. Příprava akce .....	50
6.4.2. Média.....	54
6.5. PERSONÁLNÍ ZAJIŠTĚNÍ .....	54
6.6. HARMONOGRAM PŘÍPRAV .....	58
6.7. FINANČNÍ ZAJIŠTĚNÍ .....	60
6.7.1. Rozpočet.....	60
6.7.2. Zdroje financí .....	61
7. ZÁVĚR.....	63
8. POUŽITÁ LITERATURA.....	64
9. SEZNAM PŘÍLOH.....	66

# 1. ÚVOD

Snowboarding se stal za posledních několik desetiletí možná nejdynamičtěji se rozvíjejícím zimním sportem. Od počátku, kdy se tomuto sportu věnovalo jen pár nadšenců, si našel své stabilní místo ve sportovním světě. Během krátké doby získal své zastoupení i na Olympijských hrách. Popularita tohoto sportu neustále stoupá a základna fanoušků se rozšiřuje vysokým tempem. Tento jev je patrný především v zahraničí, zejména v USA, kde mají úspěšní snowboardisté vysoké společenské postavení a jsou pro celý národ velmi populární. Pořádá se zde také velké množství sportovních klání, které jsou sledovány širokou veřejností.

V České republice prozatím stojí snowboarding jaksí v pozadí za více oblíbenými zimními sporty. Jeho základna se však také výrazně rozšiřuje. Jako hlavní aktér zde stojí Asociace Českého snowboardingu, která se snaží tento sport všemi možnými způsoby propagovat. Jedním z nástrojů zviditelnění snowboardingu je i Český pohár ve freestyle snowboardingu pojmenovaný 4x4. Uspořádání velké série závodů jistě napomáhá ke zviditelnění a představení sportu potencionálním fanouškům. Tento sport je navíc divácky velmi atraktivní, zejména díky akrobatickým prvkům, které působí na oko diváka velmi esteticky. Ze série závodů na národní úrovni navíc mohou vzejít talenty, kteří budou reprezentovat naši zemi v mezinárodním měřítku.

Sportovní akce národního formátu tak má na rozvoj sportu nepochybně kladný vliv. V průběhu času se i celá série závodů zvětšuje, přibývá závodníků i diváků. Snahou organizátora bude tento trend udržet a napomoci tak k dalšímu rozvoji snowboardingu v celé České republice.



## 2. CÍLE A ÚKOLY PRÁCE

Cílem práce je představit ucelený plán pro přípravu organizace Českého poháru ve freestyle snowboardingu pro rok 2011. Práce bude sloužit jako návod, jak akci tohoto typu zorganizovat. Bude se věnovat všem stránkám příprav, vymezí se činnosti související s přípravou akce, představí jednotlivá sportoviště v jejich finální podobě a představí mediální i finanční zajištění. Úkolem bude na základě teoretických poznatků určit souslednost činností potřebných k realizaci celé akce, na základě poznatků z minulých ročníků sestavit plán na další ročník a vymežit možná úskalí příprav.

Nástroje pro splnění cílů práce:

- analýza předchozích ročníků pomocí případové studie
- studium teoretických poznatků týkajících se organizace sportovní akce
- určení celkové situace pomocí swot analýzy

## 3. TEORETICKÁ VÝCHODISKA

### 3.1. SPORTOVNÍ MANAGEMENT

#### 3.1.1. Pojem management

Česky by se dal pojem management vyjádřit jako řízení. Podnikové řízení ve smyslu řízení všech jednotlivých firemních činností. DRUCKER (in ČÁSLAVOVÁ 2000) ve své definici uvádí: “Výklad pojmu management je zvláště nesnadný. Především jde o pojem specificky americký a je obtížné ho výstižně přeložit do ostatních jazyků, dokonce i do britské angličtiny. Označuje nejen funkci, ale také lidi, kteří ji vykonávají. Označuje nejen sociální postavení a jeho stupeň, ale také odbornou disciplínu a obor studia.“

#### 3.1.2. Sportovní management

Ve sportovním managementu se opět jedná o jakési řízení. V rámci sportu si však pod pojmem management můžeme představit řízení různých tělovýchovných a sportovních svazů, celků, klubů a družstev, kteří se vyjadřují jakési podnikatelské chování. Dále se jedná o řízení podnikatelských aktivit v oblasti výroby a prodeje sportovních potřeb, či poskytování placených sportovních služeb. Sportovní management ve svém oboru využívá mnoha dalších věd. (např. ekonomie, psychologie).

Podle ČÁSLAVOVÉ (2000) lze určit, kdo je sportovní manažer ve třech úrovních:

**manažer na úrovni vedení sportovní činnosti:** Jedná se o vedoucí sportovních družstev i jednotlivců ve vyšších soutěžích, specialisty vyškolené pro sportovní akce ad hoc, specialisty pro uplatnění sportu ve volném čase lidí, v pracovním procesu, mezi zdravotně handicapovanými lidmi atd.

**manažer na úrovni řízení určitého sportovního spolku:** Jedná se o členy výkonných výborů sportovních a tělovýchovných svazů, sekretáře svazů, vedoucí sportovních středisek řízených armádou nebo policií atd.

**manažeri v podnikatelském sektoru:** Jedná se o oblast výroby sportovního zboží či provozování placených tělovýchovných služeb, nebo pracovníci reklamních a marketingových agentur pro tělesnou výchovu a sport.

Tab. 1: činnosti manažera ve sportu

Základní činnosti manažera	Příklady aplikace základní činnosti manažera na činnosti sportovního manažera	Specifické činnosti
1. Plánování	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategický plán rozvoje přísl. organizace</li> <li>• dlouhodobý, střednědobý a akt. program</li> <li>• strategický postup manažera při plánování akcí a podniků TVS</li> </ul>	1. sponzorská činnost v TVS
2. Organizování	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Postupy vyhodnocování výsledků</li> <li>• Uplatnění metody CPM při organizování a zabezpečení tréninkových cyklů</li> <li>• využití výpočetní techniky při sport. soutěžích</li> <li>• portfolio metoda při vyhodnocování činnosti sport. klubů</li> </ul>	2. sportovní reklama
3. Vytváření organizačních struktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zdokonalování org. struktury TVS ČR</li> <li>• zdokonalování org. struktury sport. klubů</li> <li>• zdokonalování org. struktury placených TVS služeb</li> </ul>	3. transfer hráčů a trenérů
4. Výběr, rozmisťování a vedení lidí	<ul style="list-style-type: none"> <li>• výběr a rozmisťování lidí při práci ve spolecích TVS</li> <li>• výběr a rozmisťování lidí v placených TVS službách</li> </ul>	4. Znalost uspořádání fungování norem vrcholných mezinárodních organizací TVS
5. Kontrola	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ukazatele finanční kontroly TVS organizací</li> </ul>	5. zabezpečení norem a náležitostí při uzavírání smluv
6. Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• marketing v oblasti placených TVS služeb</li> <li>• marketing v podnicích vyrábějících TVS zboží</li> <li>• marketingová koncepce sport. klubů</li> </ul>	6. problematika ochrany zdraví, pojištění a soc. zabezpečení
7. Finance	<ul style="list-style-type: none"> <li>• přehled o aktuálních ekonomických trendech a opatřeních ve státní a podnikatelské sféře</li> <li>• reflexe v hospodaření spolků a org. TVS</li> </ul>	7. kontakty a spolupráce se zájmovými a odbornými organizacemi sportovců, trenérů a učitelů TVS
8. Právo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• reflexe daňových, živnostenských a dalších zákonů do podmínek organizací TVS</li> <li>• zákony o TVS, stanovy a další normy stát. a spol. organizací TVS</li> </ul>	
9. Komunikace	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ve vedení lidí v org.tvS</li> <li>• vyjednávání sponzorských kontaktů</li> </ul>	

zdroj: ČÁSLAVOVÁ (2000)

## 3.2. MARKETING

KOTLER (2007) uvádí: „Marketing se zabývá zjišťováním a naplňováním lidských a společenských potřeb. Jedna z nejstručnějších definic marketingu zní takto: Naplňovat potřeby se ziskem.“ Dále pak uvádí: „Chápeme marketing jako umění a vědu výběru cílových trhů a získávání, udržování si a rozšiřování počtu zákazníků vytvářením, poskytováním a sdělováním lepší hodnoty pro zákazníka. Kvalitní marketing je nikdy nekončící činnost.“

V rámci sportovního prostředí, tudíž sportovního marketingu by se dalo dodat, že se jedná o sportovní produkt, který má na trhu vyjít co nejpříznivěji. PITTS a STOTLAR (in ČÁSLAVOVÁ 2000) definují sportovní marketing následovně: „Je to proces navrhování a zdokonalování činností pro výrobu, oceňování, propagaci a distribuci sportovního produktu tak, aby se uspokojovaly potřeby a přání zákazníků a bylo dosaženo cílů firmy.“

Marketing je věda, vycházející z podnikatelské praxe. Na každý podnik působí mnoho vnějších vlivů, které ho vyvádějí z rovnováhy. Marketing se snaží takovéto vnější vlivy eliminovat. Mezi vnější vlivy se dá zařadit mnoho jevů. Může jím být např. ekonomické prostředí, ve kterém se firma nachází. Každá firma musí analyzovat současnou ekonomickou situaci a předvídat z ní budoucí dopady na vlastní firmu. Dalším vlivem je politické prostředí. Jedná se o prostředí ve veřejné sféře, které pomáhá, či naopak brání specifickým obchodním činnostem ve sportu. Vliv má i sociální a právní okolí, je velmi důležité znát jak kulturní prostředí země, ve které firma působí, tak její zákony. Velmi důležité je také sledovat svou vlastní konkurenci. Informace o konkurenci se dají využít k formování marketingové strategie. Jde o to sledovat a sbírat informace o společnostech, které se pohybují ve stejné obchodní činnosti. Je zároveň potřeba si uvědomit, že trh, na kterém chce firma působit, se neustále mění. Existuje několik skutečností, které trh za posledních pár let velmi změnil. Například prudký vývoj technologií vytvořil tzv. digitální věk, který se vyznačuje přesnější úrovní produkce, cílenější komunikací a odbornější tvorbou cen. Je to velký rozdíl oproti tzv. průmyslovému věku, kde byl kladen důraz na masovou výrobu a masovou spotřebu, obchody plné zboží, všudypřítomnou reklamu a radikální slevy. Navíc se značná část dnešního obchodu provádí pomocí elektronické sítě. Dalším významným činitelem v moderním marketingu je globalizace, která v mnohém

usnadňuje nákup zboží a služeb z cizích zemí. Také deregulace dělá jednotlivá odvětví konkurenceschopnější.

Základní strategií v marketingu je marketingový mix. Ten kombinuje základní nástroje marketingu, takzvané 4P: Produkt (product), cena (price), místo (place) a propagace (promotion). Definice marketingového mixu podle KOTLERA (2007): „Je to soubor marketingových nástrojů, které firma používá k tomu, aby usilovala o dosažení svých marketingových cílů na cílovém trhu.“ Je potřeba rozhodovat vyváženě o všech čtyřech P. Jaký produkt se bude prodávat za jakou cenu, jak se dostane na místo prodeje a jak ho budeme propagovat. Kombinace musí být promyšlená a vyvážená.

V centru marketingového mixu stojí produkt. Je potřeba produkt vždy dobře znát se všemi jeho detaily a odlišnostmi od produktu konkurence. Na produktu stojí všechny následující části marketingového mixu. Bez produktu není co oceňovat ani distribuovat. Je základem marketingové koncepce. HORÁKOVÁ (1992) definuje produkt následovně: „Produktem rozumíme hmotný i nehmotný statek, jenž je předmětem zájmu určité skupiny osob či organizací. Produktem je tedy výrobek, služby, myšlenka, volební program atd. V marketingu je produkt pojímán širěji, než v běžném životě. Tímto termínem se označuje celková nabídka zákazníkovi, tedy nejen zboží nebo služby samy o sobě, ale také další abstraktní nebo symbolické skutečnosti, jako prestiž výrobce, či prodejce, obchodní značka, kultura prodeje a další a další. Návrh, vývoj a zavádění spotřebitelsky atraktivního produktu jsou podstatnou součástí moderního marketingu.“

Cena výrazně ovlivňuje chování zákazníka při koupi. Je možno ji stanovit několika způsoby, mezi nejčastější patří cena stanovená přírůžkou a cena respektující návratnost investic. Nebo lze použít i jakoukoliv vlastní metodu cenové tvorby, vždy je však potřeba odhadnout, kolik bude zákazník ochoten zaplatit, jak bude při konkrétní ceně velký obrat a tím pádem zda se vůbec vyplatí realizovat konkrétní projekt. Cena se dá využít i jako nástroj působení na zákazníka. Jedná se o různé slevy, ať už jednorázové či množstevní.

Dalším P je distribuce. Je třeba zajistit přístup zákazníka k produktu, vytvořit distribuční síť. Zde se situace liší, jedná-li se o hmotný či nehmotný produkt. Hmotný produkt je fyzický výrobek. Musí se vyrobit a dopravit do místa prodeje. Nehmotný produkt se nedá nikam dopravit. Jedná se například o sportovní služby. Zákazník si

musí pro službu dojít na místo určení. Snažíme se zákazníka přesvědčit, že si má pro službu zajít právě tam, kde ji poskytujeme právě my. K tomu se využívá nástrojů propagace.

Propagace je komunikace prováděná za účelem prodeje produktu. Propagace zahrnuje reklamu, publicitu, opatření na podporu prodeje a osobní prodej. Každý produkt vyžaduje specifickou propagační strategii, ve které se využívá různé kombinace zmíněných propagačních nástrojů. Způsob propagace se odvíjí od základních cílů firmy, cílové skupiny zákazníků, finančních prostředků, které má firma k dispozici. Je také potřeba vhodně zvolit média, přes která bude produkt propagován.

ČÁSLAVOVÁ (2000) určuje formy marketingu, které se dají uplatnit ve sportovním prostředí. Upozorňuje, že celá řada podniků z praxe si vynucuje zpracovávat dílčí marketingové koncepty, které mají obvykle dvojí povahu.

- **marketing jako sponzorování**

V tomto pojetí se snaží tělovýchovné a sportovní organizace systémově zpracovávat nabídku výkonů činnosti pro sponzory podle hierarchické úrovně, vytvořit cenovou hladinu těchto nabídek, promýšlet prostředí tělovýchovných a sportovních akcí, v nichž se nabídky budou prezentovat, určit základní komunikační kanály, kterými bude sponzorování prezentováno a zabezpečit je obsahově a legislativně kvalitními modely sponzorských smluv.

- **marketing jako sportovní reklama**

Tělovýchovné a sportovní organizace v tomto ohledu připravují všechny kroky své komunikační politiky a to zvláště se zřetelem k běžnému fungování sportovních oddílů a zvláště z pozice významných tělovýchovných a sportovních akcí. Někdy jdou tyto koncepce za rámec sportovní reklamy a zabývají se širším pojetím vztahů a komunikace s veřejností.

### 3.3. PLÁNOVÁNÍ

Plánování je nezbytnou součástí manažerské činnosti. Při takové činnosti je potřeba realizace mnoha složitých a postupných kroků, které vyžadují různé přístupy. Takovou činnost je vždy potřeba dopředu dobře naplánovat, aby se slučovala s cíly firmy. Podle autorů VODÁČKA A VODÁČKOVÉ (1994) lze shrnout postup sestavení plánu v následnosti:

- příležitost či potřeba
- stanovení cílů
- zvážení předpokladů
- vypracování scénářů přípustných plánů
- výběr scénáře
- dořešení návazností
- plnění a jeho průběžné hodnocení
- změny plánu
- výsledné hodnocení

Veškeré plánování vychází z rozboru současného stavu. Každá firma má určeny určité cíle, které pomáhají k bezproblémovému vývoji firmy. Těmito cíly je určeno celé plánování, jelikož jeho podstatou je naplánovat činnosti tak, aby bylo těchto cílů v budoucnu dosaženo. Cíle firmy jsou určeny nitřním prostředím firmy, dosažitelnými prostředky a vnějšími vlivy na organizaci. Dále je potřeba analyzovat budoucí prostředí, ve kterém se bude firma pohybovat a určit tak možná rizika, příležitosti, nedostatky i přednosti. Cílů lze vždy dosáhnout několika možnými směry.

#### 3.3.1. Strategický plán pro realizaci sportovní akce

ČÁSLAVOVÁ (2000) ve své knize management sportu uvádí ucelený postup 10 kroků pro organizaci sportovní akce. Jednotlivé kroky na sebe navazují a mohou posloužit jako pomoc při začátku plánování. Jsou to obecné kroky, podle kterých se může řídit prakticky jakýkoliv organizátor sportovní akce. Tyto kroky nejsou dogmatem a záleží vždy na kreativitě každého manažera, jak sportovní akci naplánuje.

### **1. etapa: Současná situace**

Přehled současného stavu umožní organizátorovi rozhodnout o cíli akce a cestě, která k němu vede, i volbě prostředků a nástrojů k jeho uskutečnění. V případě, že je cíl předem zadán, odhalí tato etapa, zda je v silách organizátora tuto akci uskutečnit.

kontrolní otázka: Jak jsme na tom?

### **2. etapa: Budoucí prostředí**

Je třeba mít jasnou představu o tom, jaká rizika akce skrývá. Předvídatelná rizika by měl organizátor snížit na minimum a počítat s časovými i hmotnými rezervami. Při řešení nepředvídatelných rizik by měl dokázat svoji pružnost a invenci.

kontrolní otázka: Co lze předpokládat?

### **3. etapa: Naše současné možnosti**

Předmětem této fáze postupu je reálné zhodnocení svých možností, předností a nedostatků. Jen tak lze predestinovat stupeň úspěšnosti.

kontrolní otázka: Kam až jsme schopni postoupit?

### **4. etapa: Možné směry**

Záleží-li vymezení cílů akce na organizátorovi, může určit i několik cílů, o nichž se posléze rozhodne, budou-li všechny vzhledem k předchozím etapám cílem realizace, nebo se z nich stanoví výběr, který je adekvátní současným možnostem. Pozor, různé cíle mohou vyžadovat i různé směry jejich dosažení, někdy i naprosto protichůdné.

kontrolní otázka: Kam bychom mohli jít?

### **5. etapa: Naše cíle**

Představuje stanovení cílů na základě předchozí etapy, jejich strukturu, hierarchizaci, či optimalizaci.

kontrolní otázka: Kam chceme dospět?



## **6. etapa: Možné přístupové cesty**

V některých situacích existuje více způsobů, jak dosáhnout vytyčeného cíle. Dříve než uskutečníme akci, musíme zvážit ze všech hledisek všechny strategické varianty.

kontrolní otázka: Jak tam můžeme dojít?

## **7. etapa: Zvolená cesta strategie**

Zhodnocení účinků a důsledků různých možných strategií umožní zvolit tu, která je celkově nejvýhodnější.

kontrolní otázka: Co budeme dělat?

## **8. etapa: Program akce**

Když organizátor zvolil cíle i strategii jejich realizace, může se zabývat detaily plánu činnosti z hlediska co nejlepšího výsledku. Rozdělit role jednotlivých účastníků, stanovit plán akcí, časový rozpis a termíny a způsob kontroly.

kontrolní otázka: Jak to provedeme?

## **9. etapa: Rozpočet**

V návaznosti na předchozí etapu je nutné stanovit rozpočet výdajů a příjmů celé akce. Strana příjmů musí vyjadřovat typy finančních zdrojů, jejichž výši (např. poplatky účastníků, vstupné, dotace, dary od soukromých osob, dary od firem apod.). Strana výdajů musí účelově podle všech činností sportovní akce vyjadřovat druhy výdajů a jejich výši.

kontrolní otázka: Co budeme potřebovat?

## **10. etapa: Přehled a kontrola**

Aby nedocházelo k nežádoucím a často nákladným omylům a zpožděním celé akce, je třeba kontrolovat průběh akce a ve vhodný okamžik učinit zásah, který by eliminoval výkyvy.

kontrolní otázka: Co z toho vyplývá pro realizaci?

### 3.4. SPONZOROVÁNÍ

Firmy se v současnosti nezaměřují již pouze na klasickou reklamu, ale své finanční prostředky jsou ochotni vložit i do jiných komunikačních nástrojů.

DVOŘÁKOVÁ (2005) tvrdí: „Dnes je na trhu obrovská nabídka produktů a služeb a zákazník vidí řadu konkurentů, kteří je nabízejí ve srovnatelné kvalitě. Musí se rozhodnout. Na bázi racionální se rozhoduje, kdo mu dá za jeho peníze více. Na bázi emocionální přemýšlí, co ví o výrobcí, jak se mu líbí společnost, jak se prodávající firma prezentuje navenek. V konečném rozhodování právě známost firmy jako sponzora sehrává velkou roli.“

DVOŘÁKOVÁ (2005) též uvádí, že v souvislosti se sponzorskou činností je třeba si uvědomit rozdílné formy podpor:

- mecenášství - je opakovaná podpora sportu, kultury, vědy a ostatních oblastí bez očekávání protislužeb.
- dárcovství - je jednorázová podpora, kdy dárci má pouze radost a potěšení z toho, že sportovec, umělec, nebo vědec mohou vykonávat svoji činnost.
- nadační činnost spočívá v podpoře nadačních cílů z vlastních nahospodařených zisků.
- sponzorství - je jedna z marketingových komunikačních aktivit, kdy sponzor očekává za svoji službu protislužbu.

Sponzorování slouží k zabezpečení dodatečných finančních zdrojů, sloužících k realizaci různorodých aktivit. O tyto finanční prostředky mohou usilovat jak instituce, tak jednotlivci. Sponzoring je velmi významnou součástí zabezpečování finančních zdrojů pro organizace v tělesné výchově a sportu. Sponzorování je silným marketingovým nástrojem pro sportovní organizace. Na rozdíl od darů nepředstavuje pouze jednostranný akt, ale je potřeba u něj vymezit jak výhody sponzorovaného, tak výhody sponzorující strany. Je vhodné začít hledat sponzora pro sportovní událost asi 18 měsíců předem. Vždy záleží na finanční částce, která bude pro uskutečnění akce potřeba. Je dobré se ujistit, že vše co sponzorovi slibujeme, můžeme také dodržet.

ČÁSLAVOVÁ (2000) uvádí několik forem sponzorování:

- sponzorování jednotlivých sportovců
- sponzorování sportovních týmů
- sponzorování sportovních akcí
- sponzorování sportovních klubů

Každá z těchto forem nabízí rozmanité možnosti nabídky sponzorských balíčků. Hledání vhodného sponzora může být velmi složité, ale dá se v mnohém ulehčit. Pomocí může návaznost sportovního odvětví a předmětu podnikání, regionální vazba, hledání sponzorů u přátel sportovního klubu atd. Při hledání sponzora je také velmi důležité umět nabídnout více než druzí a správně odhadnout záměr budoucího sponzora. Podle toho je potřeba připravit správný sponzorský balíček a také ho vhodně ocenit, aby byla nabídka výhodná pro obě strany. ČÁSLAVOVÁ (2000) uvádí 3 typy sponzorování, které se významně odrážejí v ceně sponzorského balíčku:

- **exkluzivní sponzorování**

spojené s titulem oficiální sponzor (za vysokou cenu přejímá sponzor veškeré protivýkony)

- **hlavní sponzorování**

když hlavní sponzor přejímá nejdražší a nejatraktivnější protivýkony, vedlejší sponzoři si rozdělují méně atraktivní reklamní možnosti

- **kooperační sponzorování**

protivýkony jsou rozděleny na větší počet různých sponzorů, přičemž se dá využít rozličné doby platnosti sponzorských smluv, což napomáhá překlenutí finančně „úzkých míst“ z hlediska finančních zdrojů na zajištění tělovýchovné, sportovní a turistické činnosti.

Pokud se podaří vyjednat pro obě strany výhodné podmínky, stačí už jen podpis sponzorské smlouvy. Sponzorská smlouva musí obsahovat několik náležitostí. Náležitosti popisují autoři BRUHN a MUSSLER (in ČÁSLAVOVÁ 2000):

- název a účel
- majitelé práv
- popis výkonů akce
- druh sponzorování

- katalog reklamních možností
- sestavení celkového balíčku reklamních možností
- regulace využívání jména spolku pro vlastní reklamní opatření sponzora
- řízení exkluzivních akcí v hlavním sponzorování
- počet, druh a reklamní možnosti dílčích sponzorů
- stanovení odměn
- doba platnosti smlouvy

## 3.5. SNOWBOARDING

### 3.5.1. Charakteristika

Snowboarding je zimní sportovní odvětví, které umožňuje všestranné pohybové využití na úrovni rekreační i výkonnostní. Jeho podstatou je klouzání na sněhu pomocí speciálního prkna, na kterém stojí jezdec bokem do směru jízdy, obě nohy jsou připevněny k prknu pomocí vázání. Snowboard je řízen přímo bez mechanických prostředků. Ve snowboardingu rozlišujeme několik kategorií: freestyle, freeride, alpské disciplíny. Nás bude zajímat především freestyle.

### 3.5.2. Vznik a vývoj snowboardingu

První zmínky o takzvaném surfování na sněhu se datují do roku 1920 do USA. Byly to však jen první pokusy. Skutečný zárodek se datuje do roku 1965, kdy byl vyroben první předchůdce snowboardu zvaný snurfer. Vyrobil ho Sherman Popen tak, že spojil dvě lyže. V sedmdesátých letech se tento vynález dostal do rukou lyžaře a surfaře jménem Jake Burton. Ten v roce 1977 založil první firmu na výrobu a prodej snowboardů. Další významnou osobností pro zrození tohoto sportu byl Tom Sims, který zavedl ve výrobě novinku ve formě laminátové konstrukce s dřevěným jádrem a kovových hran, což byl revoluční nápad, jelikož umožňoval jízdu po tvrdém sněhu. Do té doby se dalo na snowboardu jezdit jen v měkkém sněhu a i tak byl velmi špatně ovladatelný. Od této chvíle se dalo jezdit i na sjezdovkách. Snowboarding se však setkává s velmi odmítavým postojem majitelů skiareálů. Zlom přichází až v osmdesátých letech, kdy se postupně začíná stavět snowboarding vedle lyžování jako rovnocenný partner.

### 3.5.3. Závody a organizace

V roce 1987 byly založeny organizace NASA (North American Snowboard Association) a SEA (Snowboard European Association). Ve stejném roce se tak konalo první neoficiální mistrovství světa. V roce 1991 se koná první světový pohár skládající se ze tří závodů. V nadcházející sezóně vzniká ISF (International Snowboard Federation). S jejím vznikem přichází série světového poháru pod názvem ISF World Pro Tour, která se koná v Evropě, Severní Americe a Japonsku. V sezóně 1992/1993 se pak koná první oficiální mistrovství světa v rakouském Ischglu. Důležitou součástí závodního světa jsou samozřejmě Olympijské hry. Snowboarding se na ZOH objevil poprvé v roce 1994 v norském Lillehammeru, kde byl představen jako ukázkový sport. V důsledku toho se snowboardingu chytila lyžařská asociace FIS, která si vytvořila vlastní světový pohár a zařadila snowboarding do svého programu jako lyžařskou disciplínu. U Mezinárodního Olympijského Výboru dostala výhradní právo na rozhodování o nominaci závodníků na OH. V roce 1995 byl snowboarding přijat jako oficiální olympijský sport. Na OH se závodí ve dvou disciplínách- Half pipe (U-rampa) a v obřím slalomu. Olympijských her se však neúčastní mnozí jezdci ze světové špičky z důvodu rozdělení světového poháru na dvě části. Z důvodu nesouhlasu zasahování FIS do ISF poháru většina špičky v roce 2002 svou účast na ZOH bojkotovala. Z toho důvodu ve stejném roce ISF zaniká a na její místo přichází WSF (World Snowboard Federation).

O rozhodování o nominaci závodníků na OH se stále jedná, FIS však drží výhradní právo. V současné době se tak jezdí dvě série světového poháru. WSF má svou vlastní sérii závodů zvanou TTR (Ticket To Ride), ze které však nevychází nominace na OH. TTR funguje následujícím způsobem: jakákoliv lokální organizace pod WSF může zorganizovat svůj vlastní závod. Podle kvality a velikosti překážek pak WSF závodů udělí určitý počet hvězdiček (1-6). Podle počtu hvězdiček si pak závodníci odnesou určitý počet bodů. Na konci roku vyhrává závodník s nejvyšším počtem bodů za celou sezónu. V minulosti se do TTR série zařadilo i finále Českého snowboardového poháru.

V Čechách se první závody konají v roce 1984, v Krušných horách. V roce 1985 se koná první mistrovství České republiky. V roce 1990 byla založena AČS (Asociace

Českého Snowboardingu), která dodnes pořádá Český pohár. AČS působí jako zástupce WSF, zatímco FIS u nás zastupuje snowboardová sekce při Svazu Lyžařů ČR.

#### 3.5.4. Freestyle snowboarding a jeho disciplíny

Jedná se o oblast snowboardingu zaměřenou na provádění skoků a triků. Dají se sem zařadit různorodé aktivity prováděné na veškerých přírodních i umělých překážkách (skocích, U-rampách, wallridech, zábradlích atd.). Soutěžními disciplínami v tomto odvětví jsou Halfpipe, Slopestyle, Big Air, Jibbing atd.

Halfpipe, alias U-rampa, je asi nejznámější disciplínou, možná proto, že je zastoupená na Olympijských hrách. V této disciplíně se provádí triky na stěnách speciálně upraveného sněhového žlabu. Jezdec jede shora dolů a ze strany na stranu, přičemž na stranách vylétává nad stěny U-rampy a provádí v letu trik. Po dopadu zpět do stěny plynule pokračuje na druhou stranu, kde opět vylétává nad hranu. Jednotlivé triky hodnotí rozhodčí. Hodnotí se nejen obtížnost triků a jejich provedení, ale i v jakém pořadí za sebou jsou triky provedeny, pokud po extrémně obtížném triku přijde další náročný, je to pro jezdce velké plus v závěrečném hodnocení. U-rampa má sklon 20 až 25 stupňů po spádnicí, její délka se pohybuje okolo 70-100 metrů a výška okolo 5 metrů. Tato disciplína je zařazena do Českého poháru ve freestyle snowboardingu.

Big Air je disciplína založená na provádění triků na upraveném můstku. Můstek se skládá ze tří částí: odraz, plošina, dopad. Kdy se jezdec odráží na odraze, začíná provádět trik, přelétává plošinu a dopadá na dopadu po skončení triku. Většinou se zde provádějí různé rotace, jejichž obtížnost se hodnotí podle stupňů rotace (180-1260 i více), výšky provedení a grabu (chycení snowboardu). I tato disciplína se velmi často objevuje v Českém poháru.

Jibbing je spíše neoficiální disciplínou a neexistuje mnoho závodů, na kterých by dominovala pouze tato disciplína, i když popularita tohoto odvětví neustále stoupá. Jedná se hlavně o jízdu po různých kovových či dřevěných zábradlích. Patří sem však jakékoliv přírodní či umělé překážky, které jezdec překonává a dělá na nich triky. Tato disciplína může být poněkud nebezpečná, protože pokud se něco nepovede, jezdec padá nejen do sněhu, ale může spadnout i přímo na překážku, která je většinou z tvrdého materiálu.

Slopestyle je velmi populární disciplínou a je nejčastěji se objevující i v rámci Českého poháru. Kombinuje v sobě totiž všechny předcházející disciplíny. Jezdec projíždí linií skládající se z několika skoků, zábradlí či dalších překážek, záleží vždy na fantazii organizátora. Je tak všestranně hodnocen. Tato disciplína nejlépe vypovídá o celkových kvalitách závodníka.

### 3.5.5. Systém hodnocení soutěží

- **Separation judging systém (systém odděleného hodnocení):**

Vhodný zejména pro závody národní či regionální úrovně. Rozhodují čtyři rozhodčí a každý se zaměřuje na rozdílné priority.

Rozhodčí 1: Motion, posuzuje provedení triků a grabů do rotace o 180°

Rozhodčí 2: Rotation, provedení rotačních triků a grabů

Rozhodčí 3: Amplitude, výška triků

Rozhodčí 4: Overall impression, celkový dojem

Hlavní rozhodčí dohlíží na jednotlivé rozhodčí a jejich hodnocení

- **Overall judging systém (systém celkového hodnocení):**

Používá se pro závody na mezinárodní úrovni. Sbor tvoří 4 rozhodčí, přičemž všichni hodnotí celkový dojem. Na jejich hodnocení dohlíží hlavní rozhodčí, který zároveň sám hodnotí.

## 4. METODOLOGIE

### 4.1. PŘÍPADOVÁ STUDIE

HENDL 2008: „STAKE definuje případovou studii, jako úsilí o porozumění určitému sociálnímu objektu v jeho jedinečnosti a komplexitě. Sociální objekt je pro něho ohraničeným systémem tzn., že představuje systém s určitými sociálními hranicemi.“

HENDL 2008: „YIN definuje případovou studii jako strategii pro zkoumání předem určeného jevu v přítomnosti, v rámci jednoho reálného kontextu, a to zvláště když hranice mezi jevem a kontextem nejsou zcela jasné.“

Případová studie patří mezi základní metodu kvalitativního výzkumu. Jedná se o detailní studium jednoho případu, nebo několika málo případů. V případové studii sbíráme velké množství dat od jednoho, nebo několika málo jedinců. Jde zde o zachycení složitosti případu se všemi jeho detaily a o popis vztahů. Slouží jako nástroj k pochopení podobných případů tomu, který zkoumáme. Na konci studie se případ vřazuje do širších souvislostí. Může se porovnávat s jinými případy. Základní výzkumnou otázkou při případové studii je, jaké jsou charakteristiky daného případu nebo skupiny porovnávaných případů. Při provádění studie nerušíme normálně probíhající jevy. Snažíme se sledovat co se děje a zachytit různé pohledy.

HENDL (2008) rozděluje případové studie na několik typů:

- **osobní případová studie**

Podrobný výzkum určitého aspektu u jedné osoby. Pozornost se věnuje např. minulosti, kontextovým faktorům a postojům, které předcházely určité události. Zkoumají se možné příčiny, determinanty, faktory, procesy a zkušenosti, jež k ní měly vztah. Může jít také o zachycení celého života. Pak mluvíme o historiích života. Avšak i takové historie kladou důraz na určitý aspekt života jedince.

- **studie komunity**

Zkoumá se jedna nebo více komunit ve městě, nebo celé město. Pro takové studie se někdy používá označení sociografie. Popisují se a analyzují vzorce hlavních aspektů života komunity a provádí se jejich komparace.



- **studium sociálních skupin**

Jde o zkoumání jak malých přímo komunikujících skupin, tak větších difuzních skupin. Tyto studie popisují a analyzují vztahy a aktivity ve skupině.

- **studium organizací a institucí**

Zkoumají se firmy, školy, odborové organizace, implementace programů a intervencí, kultura organizací, procesy změn a adaptací. Cíle jsou různorodé – hledání nejlepšího vzorce chování, zavedení určitého typu řízení, evaluace, zkoumání procesů změn a adaptace.

- **zkoumání programů, událostí, rolí a vztahů**

Studie se zaměřují na určitou událost. Zahrnují například analýzu interakce učitele a žáka, konfliktu rolí, stereotypů, adaptace.

Postup pro případovou studii se může případ od případu lišit, je však možné držet se zavedeného postupu. Nejprve je vhodné si určit výzkumnou otázku, tedy jev, který se bude zkoumat. Určí se také účel studie. Dále přichází fáze plánování. Zde si výzkumník určí, jak vybere případ, jaké použije techniky sběru dat a analýzy dat. Musí si určit, jaká data vlastně zvolí pro to, aby zodpověděl výzkumnou otázku. Následuje příprava sběru dat. Zde se připravuje jakási databáze pro organizaci dat. V další fázi se přejde k samotnému sběru dat, který se nejlépe provádí systematicky a pomocí mnoha zdrojů. Po sebrání všech potřebných dat přichází na řadu analýza a interpretace dat. Zkoumá se propojení mezi daty a výzkumnými otázkami. Provádí se analýza a interpretace pomocí různých grafů a tabulek. Následuje příprava závěrečné zprávy, která vykresluje výstupy ze zkoumání. Složitost případu je vhodné vykreslit zjednodušeným způsobem, aby mu uživatelé studie dále porozuměli.

V práci je případová studie použita pro analýzu předchozích ročníků Českého poháru ve freestyle snowboardingu, kapitola 5. Jsou zde prozkoumávány jednotlivé aspekty organizace předchozích ročníků, které jsou doplněny o konkrétní data.

## 4.2. SWOT analýza

SWOT analýza zahrnuje monitorování interního i externího prostředí firmy. Obsahuje celkové hodnocení slabých a silných stránek firmy a také příležitosti a hrozby. Podle toho je také pojmenována. SWOT jsou počáteční písmena prvků analýzy. S:

strength (silné stránky), W: weakness (slabé stránky), O: opportunities (příležitosti) a T: threats (hrozby). KOTLER (2007) uvádí: „Každá podnikatelská jednotka musí monitorovat klíčové síly makroprostředí (demograficko-ekonomické, přírodní, technologické, politicko-právní, společensko-kulturní) a významné složky mikroprostředí (zákazníky, konkurenty, dodavatele, distributory, dealery), které mají vliv na její schopnost docílit zisku. Podnikatelská jednotka by měla vytvořit marketingový informační systém, aby měla přehled o nejnovějších vývojových trendech. Ke každému trendu musí vedení najít příležitosti a hrozby s ním spojené.“

Cílem firmy by mělo být omezit své slabé stránky, podpořit své silné stránky, využít příležitostí a snažit se zamezit známým hrozbám. To je způsob, jak uspět v konkurenčním prostředí. Je to k tomu potřeba dostatek informací jak z vnitřního prostředí firmy, tak z jejího okolí. Silné a slabé stránky vypovídají o vnitřní situaci firmy, zatímco příležitosti a hrozby přicházejí zvenčí.

KOZEL (2006) uvádí návod jak provést SWOT analýzu: „Při provádění SWOT analýzy se sepíše silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby do čtyř kvadrantů a do každého se umístí jeden z uvedených pojmů. K němu se připiše určitý počet faktorů, který bude závislý na rozsahu a cíli našich analýz. Po vypsání všech důležitých faktorů, ovlivňujících naši firmu, je vhodné udělat tutéž činnost pro dílčí aktivity, jako např. pro konkurenty, výrobky, zeměpisné oblasti a tržní segmenty.“

SWOT analýza předchozích ročníků závodů je uvedena v kapitole 5.4. SWOT analýza. Konkrétní SWOT analýza je vytvořena na základě několika publikovaných rozhovorů s organizátorem akce. Dále se pak vychází z konkrétních zkušeností, které se zakládají na participaci při přípravě akce.

## 5. ANALÝZA PŘEDCHOZÍCH ROČNÍKŮ

### 5.1. ORGANIZÁTOR

Organizátorem Českého poháru ve freestyle snowboardingu je Asociace Českého snowboardingu (AČS). Tato organizace byla založena v únoru 1990 a nyní je členem World Snowboard Federation (WSF). AČS však prošla svým vývojem. V roce založení byl zorganizován Československý pohár, který představoval seriál šesti závodů. V roce 1997 se o snowboarding začal zajímat Svaz lyžařů ČR (SLČR) a založil svůj vlastní úsek snowboardingu. Obě organizace se zavázali k jisté formě spolupráce. AČS má na starosti hlavně závodění ve freestylových disciplínách, zatímco SLČR se stará převážně o disciplíny slalomové.

V roce 2002 se potýkala AČS s vážnými problémy uvnitř asociace a s organizačními neshodami, kvůli čemuž muselo být její působení na určitou dobu pozastaveno. V roce 2003 byla však její činnost stabilizována hlavně díky zvolení nového prezidenta asociace. Stal se jím dřívější člen WSF Libor Votruba. Po jeho nástupu již asociace pracuje spolehlivě a je tak schopna nejen každoročně organizovat český snowboardový pohár, ale též zajišťovat další činnosti napomáhající k rozvoji tohoto sportu. Mezi tyto činnosti se řadí zejména příprava českého reprezentačního družstva, ze kterého vycházejí nadějní sportovci. Příkladem je Šárka Pančochová, která v současné době vede v průběžném pořadí žebříčku světového poháru a bude Českou republiku též reprezentovat na Olympijských hrách ve Vancouveru. Mezi další činnosti AČS se řadí organizování kurzů pro instruktory, rozhodčí a trenéry, pořádání soustředění, zřizování škol a půjčoven nebo produkce informačních a propagačních materiálů.

### 5.2. HISTORIE PROJEKTU

Český pohár ve freestyle snowboardingu prošel od svého počátku velkými změnami. Jako každý závod se vyvíjel a s každým dalším ročníkem se stával kvalitnější a kvalitnější. Organizátor nabíral zkušenosti a závod se rozšiřoval. Zvětšovaly se odměny a tak bylo přilákáno více kvalitních jezdců. V souvislosti s tím je třeba zmínit i masivní rozsah snowboardingu jako takového. Především pak jeho freestylového odvětví. Důkazem je například to, že stále častěji můžeme potkat v českých horských

střediscích snowparky, což ještě donedávna nebylo častým jevem. Tento sport se stává populárnějším, tím se zvyšuje pozornost a zájem i o Český pohár. Roste kvalita sportovišť i počet odborníků, kteří jsou schopni kvalitní sportoviště připravit. I spolupráce se zahraničím zde má svou roli, například dále zmiňovaná akce Snowjam, každoročně pořádaná jako vrchol české závodní sezóny je zdárným příkladem, že účast zahraničí zvedá kvalitu závodů i v domácím prostředí.

Český pohár ve freestyle snowboardingu 4x4 se poprvé objevil v sezóně 2003/2004 po restrukturalizaci AČS. Do té doby se sice pořádala každoročně série závodů pod hlavičkou AČS, ale v roce 2003 dostává český pohár zcela novou formu. Celkem obsahuje osm závodů, které jsou rozděleny po čtyřech do dvou úrovní- national a local. Local závody jsou na nižší úrovni, z nichž byli vždy dva jezdci dosazeni do finále závodu na vyšší úrovni-national. Local závody se konaly postupně ve střediscích Dolní Morava v Jeseníkách, Čenkovice v Orlických horách, Neklid v Krušných horách a Bílá v Beskydech. Série national se pak jela v Rejdicích (Jizerské hory), na Dolní Moravě, ve Špindlerově mlýně (Krkonoše) a na programu byla i Pec pod Sněžkou (Krkonoše), tam se však závod kvůli počasí nekonal. Z national série se jezdci mohli kvalifikovat do druhého kola akce, která byla vyvrcholením závodní sezóny- Nokia Big Air Contestu ve Špindlerově Mlýně. Tam se kvalifikoval vždy vítěz jednotlivého závodu a mohl se tak zúčastnit velkého mezinárodního závodu pořádaného Martinem Černíkem. Titul mistra ČR však vyplýval z umístění na jednotlivých závodech série national.

Tento systém se osvědčil výborně a tak byl v následujícím ročníku 2004/2005 zachován. Závody se jely v podstatě stejným způsobem, jen do série local se přidalo nové sportoviště a sice snowpark na Horních Mísečkách v Krkonoších. Stejným způsobem fungoval pohár i v sezóně 2005/2006.

Změna nastala až v sezóně 2006/2007. Hlavním vylepšením této akce se stala zejména účast national závodů v bodování prestižní celosvětové série TTR. Jely se jako v předchozích ročnících 4 závody série local a sice ve střediscích Severák, Bílá, Šumavský Špičák a Horní mísečky. 3 závody national již patřily pod hlavičku TTR world snowboard tour a byly ohodnoceny jednou TTR hvězdou (viz.3.5.3.). Celá série byla zakončena finálním závodem ve Špindlerově Mlýně, který byl ohodnocen dokonce dvěma TTR hvězdami. Dva nejlepší jezdci ze závodů local byli nasazeni do finále

závodů national a výherci jednotlivých klání postupovali přímo do finálního závodu, odkud vzápětí vzešel mistr republiky. Celý tento ročník provázela nepřízeň počasí. Kvůli nedostatku sněhu musely být dokonce některé závody přesunuty do jiného místa konání.

V této sezóně také zaznamenal Český pohár zvýšenou mediální pozornost. AČS se rozhodla vyrábět vlastní televizní pořad, týkající se pouze snowboardingu. Převážný obsah tohoto pořadu se týkal reportáží právě ze závodů Českého poháru. Dále pak obsahoval novinky ze světa a rozhovory s jezdci. Stal se tak prvním pořadem, který se věnuje výhradně snowboardingu. Pořad se začal vysílat na TV Galaxie a samozřejmě na internetových stránkách AČS.

Další sezóna 2007/2008 proběhla opět podobně, s tím rozdílem, že hlavní finálový závod byl spojen s akcí Martin Černík Snowjam v Peci pod Sněžkou, který byl ohodnocen třemi TTR hvězdami. Úroveň závodů se tak posunula opět nahoru. Systém postupu z local do national byl stejný jako v předchozím ročníku. Navíc se organizátoři rozhodli, že v případě potřeby nebo nepříznivých podmínek budou měnit systém závodu přímo na místě. Částečně tak mohli eliminovat nepřízeň počasí, která je u snowboardingu velmi častým problémem.

V šesté sezóně závodů 2008/2009 se systém trochu pozměnil. Proběhly tři závody série national a jedno superfinále. National závody se konaly ve skiareálu Lipno, Rejdicích a na Neklidu. Superfinále se pak odjelo ve Špindlerově mlýně, kde se jely dvě disciplíny. V sobotu se konal závod v disciplíně slopestyle a v neděli se pak jel závod v U-rampě. První dva jezdci v z celkového pořadí pak již tradičně byli nasazeni přímo do semifinále závodu Quiksilver Snowjam, který se též konal ve Špindlerově mlýně. Tento závod se stal velmi výjimečným svojí tratí. Jel se jako závod slopestyle. Trať se skládala z U-rampy, downrailu (svažující se zábradlí) a velkého skoku. Právě obsazení U-rampy ve slopestyleové trati bylo unikátem. Nejlepší závodníci Českého poháru tak měli opět možnost se utkat se světovou špičkou v domácím prostředí.

Letošní ročník 2009/2010 se velmi podobá tomu minulému. Jen z areálu na Neklidu se závody přesouvají na Čihalku v Orlických horách. Do závodu Snowjam letos postupuje pouze první muž celkového pořadí.

### 5.3. SYSTÉM ZÁVODŮ

I systém závodů, jak již bylo naznačeno, doznal v průběhu času jistých změn. Systém rozdělení závodů na local a national fungoval dobře, ale bylo od něj nakonec upuštěno, aby bylo možné zajistit větší akce v kvalitnějších podmínkách. S vývojem snowboardingu se zvyšovala úroveň sportovců, bylo tak nutné zlepšit i kvalitu závodů. Proto byl nastaven systém tří závodů national a jednoho finálního závodu. Pro představu o systému budou podrobněji rozebrány čtyři poslední ročníky.

#### **ROČNÍK 2007**

Závod byl rozdělen do série local a national a vše bylo zakončeno jedním superfinále. Celkem se tak jelo 8 závodů, což bylo velmi časově i organizačně náročné. První dva závody proběhly tak, že z local závodu byli první dva jezdci každé kategorie nominováni do finále konkrétního následujícího závodu série national. Z dalších dvou závodů local postupoval vítěz do finále závěrečného závodu ve Špindlerově mlýně. V každém závodě mohl získat závodník určitý počet bodů, které se sčítaly, a na konci sezóny závodník s nejvyšším počtem bodů získal titul mistr ČR. Všechny závody se jely v disciplíně slopestyle. Ve finálním závodě byl obsažen jeden den závodu ve slopestyle a druhý den v U-rampě.

Dotace bodů v jednotlivých závodech probíhala následujícím způsobem: V sérii local získal závodník za první místo 16 bodů po té posoupně za druhé místo 14 bodů, za třetí místo 12 bodů, za čtvrté místo 10 bodů a tak dále až za osmé místo 2 body. V sérii national již získával závodník 32 bodů za první místo poté posoupně 30 bodů za druhé místo, 28 bodů za třetí místo, 26 bodů za čtvrté místo a tak dále až za šestnácté místo 2 body. Ve finále pak bylo udělováno 48 bodů za první místo poté posoupně 44 bodů za druhé místo, 40 bodů za třetí místo, 36 bodů za čtvrté místo a tak dále až za dvanácté místo 4 body. Finále v disciplíně U-rampa mělo své zvláštní bodové ohodnocení, které bylo stejné jako pro sérii national.

Samotný jednotlivý závod se skládal z kvalifikace a finále. V kvalifikaci měl každý závodník dvě jízd, z čehož ta lepší se počítala. Postup z kvalifikace do finále závisel na počtu přihlášených. Pokud se přihlásilo do 8 závodníků, do finále postupovali 4. Pro 9-24 přihlášených pak do finále postupovalo 8 jezdců a nad 24 přihlášených se ve finále objevilo 16 jezdců. Tento systém platil pro každou kategorii. Finále se pak jelo

formou jamu (závodníci jezdí za sebou volné jízdy, rozhodčí je hodnotí a nejlepší jízda se jim počítá).

Pro tento ročník byl také nastaven univerzální časový harmonogram, který platil pro všechny závody. Samozřejmě není vždy možné tento harmonogram vždy přesně dodržet, vzhledem k nestálosti počasí v horském prostředí je vždy třeba počítat s možným časovým skluzem. Nicméně plán byl následující:

8:30-10:00	přihlašování do závodu
9:30-10:30	trénink
11: 00	start závodu
2 jízdy kvalifikace	
jam 65 minut	
vyhlášení výsledků	

Rozdělení do věkových kategorií je následující:

- děti (holky) do 13 let
- děti (kluci) do 13 let
- juniorky od 14 do 17 let
- junioři od 14 do 17 let
- ženy od 17 let a výše
- muži od 17 let a výše

K otevření kategorie byla nutná účast minimálně osmi závodníků, pokud nebyl splněn tento limit, závodník z dané kategorie přecházel automaticky do kategorie vyšší.

Další důležitou součástí závodu jsou prize money. Fungují jako hlavní motiv účasti na závodech. Čím vyšší jsou prize money tím kvalitnější závodníci se poháru zúčastní. Rozdělení odměn záviselo na druhu závodu. Celkem bylo rozděleno 280 000 Kč. Na závodech v sérii local se rozdávalo 20 000Kč, v sérii national 35 000Kč a ve finále pro disciplínu slopestyle 50 000Kč a pro disciplínu U-rampa 40 000Kč. Způsob rozdělení se uvádí v následující tabulce.

Tab. 2: rozdělení prize money pro sérii local a national (v Kč)

Umístění	local		national	
	Muži	ženy	muži	ženy
1	5 000	3 000	10 000	5 000
2	3 000	2 000	5 000	3 000
3	2 000	1 500	4 000	2 000
4	1 500	500	2 000	1 500
5	1 000		1 500	
6	500		1 000	
celkem	13 000	7 000	23 500	11 500

zdroj: BOČEK, J. *Poštovní spořitelna 4x4 Český pohár ve freestyle snowboardingu 2007* [online]. AČS, 11.1.2007 [cit. 2010-02-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.snowboarding.cz/index.php?clanek=115>>.

Tab. 3: rozdělení prize money pro superfinále (v Kč)

Umístění	Slopestyle muži	Slopestyle ženy	U-rampa muži	U-rampa ženy
1	20 000	8 000	15 000	6 000
2	8 000	4 000	6 000	3 000
3	4 000	2 000	4 000	2 000
4	3 000	1 000	3 000	1 000
celkem	35 000	15 000	28 000	12 000

zdroj: BOČEK, J. *Poštovní spořitelna 4x4 Český pohár ve freestyle snowboardingu 2007* [online]. AČS, 11.1.2007 [cit. 2010-02-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.snowboarding.cz/index.php?clanek=115>>.

Pro přihlášení do závodu bylo potřeba zaplatit startovné. To činilo pro série local a national 100 Kč pro členy AČS a 150 Kč pro nečleny. Ve finálovém závodě pak bylo startovné 200 Kč. Vyhlášení výsledků celého poháru proběhlo po skončení sezóny v Praze.



## ROČNÍK 2008

Další ročník Českého poháru se od předchozího moc nelišil. Hlavní rozdíl spočíval v tom, že finální závod probíhal v rámci Snowjamu Martina Černíka v Peci pod Sněžkou. Jinak byl systém závodu stejný. Závody série local se jely v následujících střediscích: Horní Mísečky, Bílá, Severák, Herlíkovice. Série national se pak jela v Rejdicích a na Neklidu. První dva v pořadí v závodech na Horních Mísečkách a na Bílé postupovali do finále závodu v Rejdicích. Ze Severáku a Herlíkovic se pak postupovalo na Neklid. První dva jezdci průběžného pořadí pak postupovali přímo do semifinále Quiksilver Snowjam. Systém závodu byl stejný jako v předchozím ročníku. Pouze s tím rozdílem že finále se nejelo formou jamu, ale každý závodník měl 2 jízdy, přičemž ta lepší se počítala a rozhodovala tak o pořadí.

Prize money se rozdávaly také stejným způsobem. Novinkou byla odměna pro celkové vítěze poháru. Odměny jsou uvedeny v následující tabulce:

Tab. 4: odměna pro celkové vítěze poháru (v Kč)

Pořadí	Muži	Ženy
1	7 500	5 000
2	5 000	2 500
3	3 000	2 000
celkem	15 500	9 500

zdroj: BOČEK, J. *O2 4x4 Český pohár ve freestyle snowboardingu 2008- celkové propozice* [online]. AČS, 16.1.2008 [cit. 2010-02-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.snowboarding.cz/index.php?clanek=148>>.

Další speciální odměnou bylo půjčení Škody Roomster na celý rok pro vítěze v mužské kategorii. V každé další kategorii dostal vítěz pohár. Kategorie zůstaly stejné jako minulý rok. Další novinkou byla sleva na permanentky ve všech střediscích, kde se závodilo.

## ROČNÍK 2009

V roce 2009 už prošla organizace Českého poháru celkem významnými změnami. Byla zrušena série závodů local. Zůstaly tak pouze national závody a jedno finále. National závody se jely tři: Na Neklidu, v Rejdicích a ve skiareálu Lipno. Všechny tři v disciplíně slopestyle. Finále pak proběhlo ve Špindlerově mlýně v disciplíně slopestyle a half-pipe. První dva jezdci průběžného bodování se již tradičně kvalifikovali rovnou do semifinále závodu Quiksilver Snowjam, který se konal ve Špindlerově mlýně.

Systém bodování závodů také prošel významnou změnou. Jelikož všechny závody patří do bodování série TTR, začalo se v tomto roce bodovat systémem stejným jako u TTR. To znamená, že závodník získal v Českém poháru stejně bodů, jako mu bylo připsáno do TTR bodování. Počet udělených bodů záleží na ohodnocení závodu TTR hvězdičkami. Závody série national byly ohodnoceny jednou TTR hvězdou a každý závod finále pak měl dvě hvězdy. Snowjam byl ohodnocen třemi hvězdami, jeho výsledky však neovlivňovaly pořadí v samotném Českém poháru. Příklad bodování uvádí následující tabulka:

Tab. 5: bodování TTR

Pořadí	TTR*	TTR**	TTR***
1	100	200	400
2	94,23	188,46	376,92
3	90	180	360
4	86,81	173,61	347,22
5	84,24	168,48	336,96
6	Atd.	Atd.	Atd.

zdroj: BOČEK, J. *Propozice 4x4 Český pohár ve freestyle snowboardingu a Rookie cup 2009* [online]. AČS, 16.1.2009 [cit. 2010-02-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.snowboarding.cz/index.php?strana=6>>.

Každý závod byl rozdělen na kvalifikaci a finále. V kvalifikaci se jely dvě jízdy, z čehož ta lepší se počítala. Ve finále se jely tři jízdy, počítala se ta nejlepší. Postup z kvalifikace do finále opět záležel na počtu přihlášených. Systém se však trochu

změnil. Do 12 přihlášených postupovali do finále 4 nejlepší jezdci, 13-25 přihlášených znamenalo postup osmi nejlepších a nad 25 přihlášených postupovalo do finále 16 jezdců.

Časový harmonogram prošel také jistými změnami. Na každý závod byl přidán jeden den. Byl to pátek, označený jako warm-up day, tedy den určený pro trénink na závodní trati. V sobotu se pak jel samotný závod. V případě finálního závodu platil pro neděli stejný harmonogram jako pro sobotu.

Harmonogram:

Pátek:

10:30	začátek registrace jezdců
10:00	oficiální trénink
16:00	konec tréninku
17:00	úprava tratí na závodní den
20:30	konec registrace

Sobota:

9:00	registrace jezdců
9:30	trénink
10:00	konec registrace
10:15	konec tréninku
10:30	začátek závodu
16:00 - 17:00	konec závodu a vyhlášení výsledků

Prize money byly rozděleny následujícím způsobem:

Tab. 6: Rozdělení prize money 2009 (v Kč)

Pořadí	national		Final slopestyle		Final half-pipe	
	muži	ženy	muži	ženy	muži	ženy
1	16 000	7 000	16 000	7 000	6 000	3 000
2	7 000	4 000	7 000	4 000	4 000	2 000
3	5 000	1 500	5 000	1 500	2 000	1 000
4	2 000	1 000	2 000	1 000	1 000	500
5	1 000		1 000		500	
6	500		500			
celkem	31 500	13 500	31 500	13 500	13 500	6 500

zdroj: BOČEK, J. *Propozice 4x4 Český pohár ve freestyle snowboardingu a Rookie cup 2009* [online]. AČS, 16.1.2009 [cit. 2010-02-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.snowboarding.cz/index.php?strana=6>>.

Pro celkového vítěze byl opět připraven roční pronájem Škody Fabie. Navíc mezi celkové vítěze se rozdělovalo dalších 50 000 Kč. Vítěz mužské kategorie získal dalších 20 000 Kč a vítězka ženské kategorie 9 000 Kč.

Na místě každého závodu byl zajištěn doprovodný program, který zajišťovali sponzoři a partneři akce. Doprovodný program zahrnoval test centrum snowboardů, stánky s občerstvením, internetový stánek, relax zónu a také večerní zábavní program.

Startovné bylo nastaveno na 200 Kč pro členy AČS a 400 Kč pro nečleny. Velkou novinkou byla permanentka ke startu zdarma.

## ROČNÍK 2010

I v roce 2010 zůstává zachován nový systém, tedy tři závody série national a jeden finální závod. Resorty pro rok 2010 jsou Lipno, Rejdice a nově také Čihalka v Orlických horách. Finále se opět pojede ve Špindlerově Mlýně a bude se tentokrát konat jako jeden závod, který obsáhne U-rampu i klasický slopestyle. Bodování zůstává stejné jako v předchozím ročníku, počítá se tedy stejně jako bodování TTR. Systém kvalifikace i postupu do finále se nemění. Novinkou však bude speciální disciplína a sice best trick. Best trick probíhá tak, že jezdci volně předvádějí jednotlivé triky a nejlepší jeden trik pak vyhraje speciální cenu. Tato disciplína je divácky velmi

atraktivní, jelikož jezdci si v ní mohou dovolit vyzkoušet triky, které v normálním závodě nezkouší, protože by tím riskovali, že se jim jízda nepovede.

Časový harmonogram zůstává stejný, opět je na programu pátek jako warm-up day a v sobotu se jede hlavní závod. S jediným rozdílem, že ještě před koncem závodního dne je na programu ještě právě disciplína best trick.

Tab. 7: Prize money 2010 (v Kč)

Pořadí	national		final		Celkové pořadí	
	muži	ženy	muži	ženy	muži	ženy
1	15 000	6 500	20 000	9 000	20 000	9 000
2	6 000	3 500	10 000	5 000	9 000	4 500
3	5 000	1 500	5 000	2 500	5 000	2 500
4	2 000	1 000	3 000	1 500		
5	1 000		1 500	700		
6	500		1 000	300		
celkem	29 500	12 500	40 500	19 000	34 000	16 000

zdroj: BOČEK, J. *Impromat 4x4 Český pohár ve freestyle snowboardingu 2010* [online]. AČS, 11.1.2010 [cit. 2010-02-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.snowboarding.cz/index.php?clanek=207>>.

Navíc za disciplínu best trick dostane nejlepší muž 3000 Kč a nejlepší žena 1 500 Kč. Vítěz celé série dostane opět na rok auto. Startovné se také nemění.

## 5.4. SWOT ANALÝZA

Z analýzy předchozích ročníků vychází také SWOT analýza. Určuje, jak si Český pohár stojí, co ho ohrožuje a čeho lze při organizaci využít. Některé ukazatele jsou konstantní a nedají se změnit, s některými se dá naopak pracovat. Jednotlivé složky vycházejí ze zkušeností s organizováním předchozích ročníků a z rozhovorů s dlouhodobým hlavním organizátorem, který akci hodnotí.

Tab. 8: SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
masivní rozvoj snowboardingu	finanční závislost na sponzorech
stoupá popularita tohoto sportu	relativně nový sport
jediný organizátor velké série závodů v ČR	neznalost diváků
divácky atraktivní sport	
koná se v populárních zimních střediscích	
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
možnost exhibice	nepřízeň počasí
zvětšování závodu	nedostatek sněhu
zkvalitňování tratí a překážek	středisko nebude spolupracovat
objevení talentů	

zdroj: vlastní zpracování

První silnou stránkou je masivní rozvoj snowboardingu, který je nepochybně realitou. Rozšiřuje se tak základna sportovců a udržuje se popularita Českého poháru jako největšího závodního klání, které je pro popularitu každého sportu potřeba. AČS je jediným organizátorem, který akci tohoto typu v České republice pořádá. O popularitě akce svědčí například ocenění nejlepší akce roku v soutěži Board awards. O divácké atraktivitě rovněž není sporu. Svědčí o tom čím dál větší návštěvnost ze strany diváků. Všechny těchto silných stránek se pak dá využít pro přilákání sponzorů a zvětšení atraktivity celé akce.

Hlavní slabou stránkou je pak finanční závislost na sponzorech. Tato závislost nejspíš bude realitou i v budoucnu, jelikož hlavní organizátor AČS není samostatně výdělečnou organizací. To, že je snowboarding relativně mladý sport a diváci ho ještě tolik neznají, však v budoucnu realitou být nemusí. Snowboardová základna se zvětšuje a povědomí ve společnosti se zvyšuje. Napomáhají tomu i velké zahraniční akce, mediální pozornost, nebo účast snowboardingu na OH.

Příležitostí se dá vytyčit několik. Možnost exhibice je vzhledem k divácké atraktivitě vysoká. Této příležitosti se snaží organizátoři využít například zařazením

disciplíny best trick, která se odehrává pod umělým osvětlením a má tak silný exhibiční charakter, který je dále využitelný například v médiích. Zvětšování závodu je opět příležitostí pro zviditelnění akce. Závod se však dá zvětšovat jen do určité míry vzhledem k podmínkám na Českých horách i časového ohraničení. Pokud se bude dále zvyšovat účast závodníků, bude potřeba změnit systém závodu. Zkvalitňování tratí a překážek je příležitostí pro zkvalitňování podmínek pro snowboarding v celé ČR. V místech, kde se Český pohár koná, jsou kvalitně připravené tratě, které následně mohou používat normální návštěvníci. Objevení talentů je hlavní příležitostí, kterou Český pohár využívá. Právě v rámci tohoto závodu lze objevit talenty, kteří mohou následně reprezentovat Českou republiku a zvyšovat dále popularitu tohoto sportu.

Velkou hrozbou je nepřízeň počasí. Tato hrozba se dá však jen velmi těžce eliminovat. Riziko lze snížit výběrem vhodných termínů pro závody, ve kterých se podle dlouhodobé předpovědi předpokládají ideální podmínky. Tyto podmínky ale nejsou nikdy zaručeny. Hrozba, že středisko nebude spolupracovat, se dá velmi dobře eliminovat výběrem středisek, se kterými má organizátor kladné vztahy. Jedná se o střediska, ve kterých se akce koná opakovaně. Ani zde však není spolupráce zaručena, např. z důvodu změny vedení apod.

## 6. ČESKÝ POHÁR 2011

Následující kapitola bude zaměřena na přípravu dalšího ročníku Českého poháru ve freestyle snowboardingu. Bude navazovat na předcházející ročníky a respektovat vývoj závodu.

### 6.1. SYSTÉM ZÁVODU

System závodu bude probíhat podobně jako v předcházejících ročnících. Více než čtyři závody v rámci Českého poháru by byly zbytečné a organizačně velmi náročné. Proto se zůstane u tří závodů nižší úrovně a jednoho hlavního závodu. Tři závody se pojedou v lokalitách Rejdice, Čihalka a Dolní Morava. Bude tak zajištěna různorodost závodů, aby jako celkový vítěz celé série vzešel jezdec, který je kvalitní z více pohledů. Tyto tři střediska by zároveň měla být zárukou dostatku sněhu v období konání Českého poháru. Jako lokalita pro hlavní závod byl již tradičně vybrán Špindlerův Mlýn. Tento areál nabízí nejen kvalitní zázemí pro konání závodu, ale též je schopen zajistit závodní atmosféru, která je také důležitá. V rámci menších závodů se pojedou disciplína slopestyle. Finále bude rozděleno do dvou dní, kdy v jednom se pojedou slopestyle a ve druhém U-rampa. Novinkou bude také zařazení disciplíny best-trick, která se pojedou pouze na dvou závodech, a sice v Rejdicích a Špindlerově mlýně. Tato disciplína se v obou střediscích bude konat v rámci večerního lyžování a bude tak divácky velmi atraktivní.

### SYSTÉM BODOVÁNÍ

System bodování samotného závodu do celkového žebříčku Českého poháru bude stejný jako je tomu u bodování TTR. O účast závodů Českého poháru v rámci TTR tour se musí žádat dopředu. Je tedy zapotřebí poslat propozice jednotlivých závodů včetně parametrů překážek zástupci TTR, který následně rozhodne o přidělení počtu TTR hvězd pro jednotlivé závody. I v případě, že by připravené závody nezískaly žádnou TTR hvězdu, bude se postupovat podle bodování TTR jako by závod jednu hvězdu získal. Není pravděpodobné, že by některý závod hvězdu nezískal, jelikož v předcházejících letech se to vždy povedlo a mohlo se tak přejít na systém bodování podle TTR. Lze předpokládat, že menší závody získají jednu TTR hvězdu a finále získá TTR hvězdy dvě. Předpoklad je založen především na velikosti překážek. Také o



postupu z Českého poháru do semifinále závodu Snowjam se bude jednat. Cílem bude dosáhnout situace z předchozích let.

## **FORMÁT ZÁVODU**

V každém jednotlivém závodě se pojedou kvalifikace a finále. V kvalifikaci bude mít každý závodník dvě jízdy, z čehož vždy lepší trik na každé překážce zvláště se počítá. Závodník tedy bude hodnocen za jízdu, která bude zkombinovaná z obou jízd, které odjel. Jinými slovy tak bude hodnocen za nejlepší triky, které udělal. Následně ve finále se pojedou další dvě jízdy, ve kterých se bude počítat lepší jízda jako celek, jízda se tedy nebude dělit na jednotlivé triky a závodník dostane dvě celkové známky. Ta lepší bude započítaná. O vítězi pak bude rozhodovat pouze tato jedna známka z finálového kola. Rozhodčí budou u každého skoku hodnotit stupeň rotace, grab, výšku, délku dopad a styl. Každý rozhodčí dává známku za celkový dojem a známky všech rozhodčích se na konci sečtou. V rámci disciplíny best trick, se pojedou hodinový jam, který budou sledovat 4 rozhodčí, nejlepší trik, který se zdaří v průběhu tohoto jamu, pak bude odměněn. V případě, že se více jezdcům podaří udělat stejný nejlepší trik, budou rozhodčí brát v úvahu také výšku, délku, styl a pokud bude potřeba tak i ohlasy diváků.

## **ROZHODČÍ**

O vítězi budou vždy rozhodovat čtyři akreditovaní rozhodčí. Licence pro rozhodčí freestyle snowboardingu uděluje výhradně AČS. Existuje několik osob, které se této činnosti věnují pravidelně a lze je tak považovat za odborníky vhodné pro Český pohár.

## **POSTUP DO FINÁLE**

Do finále vždy postoupí 10 jezdců z kvalifikace. Pokud se jich deset nepřihlásí, postupuje pět závodníků. Vzhledem k tomu, že paralelně existuje juniorský pohár, budou vyhlášeny pouze dvě dospělé kategorie: mužská a ženská.

## **ČASOVÝ FORMÁT**

Časový formát závodu bude probíhat podobně jako v předcházejících ročnících. Začne se v pátek, kdy bude tzv. warm-up day ve kterém budou mít jezdci možnost tréninku a přípravy na samotný závodní den. Každý snowpark je trochu jiný, tento

tréninkový den je tedy nezbytný aby si jezdec na terén zvykl a připravil si triky, které bude chtít v závodě předvést. Tímto způsobem se zvedne jak úroveň závodu, tak lze předejít možným zraněním vyplývajícím z neznalosti tratě. V sobotu pak bude následovat samotný závod. Vždy v sobotu večer se pak bude konat večírek pro sportovce v rámci doprovodného programu každé akce.

Čtyři závody Českého poháru se budou konat rovnoměrně v průběhu zimy. Pohár začne až v polovině ledna. Bude tak zajištěn dostatek sněhu a jezdci budou mít dostatek času připravit se na závodní sezónu. Rozvržení termínů poháru je následující:

14. a 15. ledna 2011	Rejdice
4. a 5. února 2011	Čihalka
18. a 19. února 2011	Dolní Morava
4.-6. března 2011	Špindlerův Mlýn

## **STARTOVNÉ**

Startovné bude pro všechny závody stejné. Pro členy AČS bude startovné 200 Kč a pro nečleny 400. Za poplatek 200 Kč se lze na místě zapsat jako člen AČS. Takto bude poskytnuto zvýhodnění jezdcům, kteří mají v plánu odjet celou sérii závodů Českého poháru. Závodník, který zaplatil startovné, už nebude muset platit poplatek za vleky. Každý závodník dostane košilku s číslem, která ho opravňuje využívat jednoho vleku, který je určen jako vlek pro závodníky. Bude zde též zajištěn postraní vchod na vlek pro závodníky, aby nebylo závodu zneužíváno ostatními návštěvníky skiareálů, kteří se však závodu neúčastní.

## **ČASOVÝ HARMONOGRAM**

Každý závod bude mít jeden společný časový harmonogram. V tréninkovém dni se budou moci závodníci přihlašovat do závodu celý den, v závodním dni pak pouze ráno. Harmonogram je následující

pátek:

9:30	otevření race office, začátek tréninku
16:00	uzavření race office, konec tréninku
17:00	úprava tratě

sobota:

9:30	otevření race office, začátek tréninku
10:30	uzavření race office, konec tréninku
11:00	kvalifikace ženy
12:00	kvalifikace muži
13:30	finále ženy
14:00	finále muži
16:00-17:00	konec závodu, vyhlášení výsledků

## ODMĚNY

Odměny pro závodníky budou jak v podobě prize money tak také věcných cen. Každý závodník, který se umístí na předních pozicích, rovněž získá diplom. Věcné ceny dodají sponzoři akce, prize money jsou součástí rozpočtu Českého poháru. Prize money budou udíleny pro 5 nejlepších jezdců v každé kategorii. V závodě final v disciplíně half.pipe v ženské kategorii se udělují prize-money pouze do 4 místa. Speciální odměna pak dostane závodník, který zvítězí v disciplíně best trick. Pro tu je připravena odměna 5 000 Kč. Rozdělení prize money bude probíhat následovně: Na prize money pro závody nižší úrovně bude použito celkem 50 000 Kč.

Tab 9: Rozdělení prize money v sérii national (v Kč)

Pořadí	muži	ženy
1	15 000	7 000
2	8 000	5 000
3	5 000	3 000
4	3 000	2 000
5	1 000	1 000
celkem	32 000	18 000

zdroj: vlastní zpracování

Pro finálový závod bude použito 60 000 Kč pro disciplínu slopestyle a 30 000 Kč pro disciplínu half-pipe. Celkem bude tedy uděleno 90 000 Kč.

Tab. 10: prize money finále (v Kč)

pořadí	slopestyle		Half-pipe	
	muži	ženy	muži	ženy
1	20 000	10 000	8 000	5 000
2	10 000	5 000	5 000	3 000
3	5 000	3 000	3 000	2 000
4	3 000	2 000	2 000	1 000
5	1 000	1 000	1 000	
celkem	39 000	21 000	19 000	11 000

zdroj: vlastní zpracování

Celkem se tedy v průběhu celého Českého poháru rozdává 250 000 Kč. V rámci jednotlivých závodů budou vždy hned po skončení vyhlášeny výsledky a předány věcné ceny. Pro prize money si pak mohou závodníci přijít do race office, aby se nepředávaly přímo venku na sněhu.

## VEČERNÍ PROGRAM

Po skončení každého závodu bude následovat večerní program, a sice večírek pro závodníky i návštěvníky. Večírek bude organizován vždy v místě konání závodu a bude obsahovat též hudební doprovod.

## 6.2. LOKALITY

### REJDICE

Rejdice jsou jedním z nejkvalitnějších středisek u nás, co se týče pohledu snowboardistů. V tomto malém areálu má své místo jeden z největších snowparků v České republice. Český pohár se tu koná již tradičně, především právě díky kvalitám snowparku i zájmem střediska spolupracovat s AČS. Tento areál se nachází na rozmezí Jizerských hor a Krkonoš u obce Kořenov. Rejdice jsou hostitelem mnoha sportovních událostí. Kromě Českého poháru ve freestyle snowboardingu to je také Freeskiing open 2008, nebo dětská olympiáda pro roky 2010 a 2011.

Samotný snowpark se nachází na délce jednoho kilometru sjezdovky. Obsahuje velké množství překážek různých velikostí. Pro organizace Českého poháru je tedy velmi vhodný. Jako ideální se zde jeví disciplína slopestyle. Hlavním správcem

snowparku je zkušený Jan Zajíc, který se o snowpark bude starat i v průběhu závodu Českého poháru.

## **DOLNÍ MORAVA**

Lyžařské středisko Sněžník na Dolní Moravě se nachází u obce Králíky. Rozléhá se v nadmořské výšce 650-1104 m.n.m. V minulosti se zde již několik závodů Českého poháru konalo. Důvodem výběru tohoto areálu je jeho poloha na Moravě. Rozložení závodů tak bude rovnoměrnější v rámci České republiky, což je pro celorepublikový pohár velmi vhodné. Snowpark na Dolní Moravě byl založen před 11 lety. Dnes se jmenuje Flowpark, díky hlavnímu sponzorovi- firmě Flow.

## **ČIHALKA**

Snowpark Čihalka se nachází v lyžařském areálu Olešnice v Orlických horách. Park je v průměru 60 metrů široký a sjezdovka, na které se rozkládá má převýšení 60 metrů. Místní park patří rozhodně k menším, ale ne tak k méně kvalitním. Místní odborníci se o park velmi kvalitně starají a využívají u toho též svoji kreativitu, park tak patří mezi jezdcí k velmi oblíbeným. Pro Organizaci Českého poháru je vhodný svými překážkami i polohou.

## **ŠPINDLERŮV MLÝN**

V Čechách největší a nejznámější skiareál je vhodný i pro pořádání finálového klání Českého poháru ve freestyle snowboardingu. Tento lyžařský areál se nachází v Krkonoších, u obce Vrchlabí. V současné době je možné nalézt v tomto středisku tři snowparky. Jeden na Horních Mísečkách, který obsluhuje samostatný vlek, druhý je snowpark Hromovka, který je určen spíše pro začátečníky. Třetím snowparkem je park Svatý Petr, který je pro pořádání Českého poháru nejzajímavější. Obsahuje dvě platformy velkých skoků a U-rampu. Zároveň se nachází v dolní části černé sjezdovky na Svatém Petru, tím pádem je zde zajištěn velmi pohodlný přístup diváků. Nespočet občerstvovacích stánků v okolí láká velké množství lidí a tak je černá sjezdovka na Svatém Petru dějištěm mnoha sportovních klání. O kvalitu snowparku se stará samostatná firma Snowparkdesign, která je velkým odborníkem ve svém oboru.

## 6.3. JEDNOTLIVÉ ZÁVODY

### REJDICE

Závod v Rejdicích se bude konat jako první ze série závodu. Rejdice jsou totiž střediskem, ve kterém se pravidelně objevuje sněhová pokrývka jako na jednom z prvních míst v ČR. Je tak alespoň částečně pojištěna nepřízeň počasí a snižuje se pravděpodobnost, že nedostatek sněhu zkomplikuje konání závodů. Toto riziko však nelze nikdy zcela vyloučit. Datum pro závod v Rejdicích je určeno na 14. a 15. ledna 2011. V tomto období již bývá pravidelně dostatek sněhu a snowpark je plně v provozu.

Závod začne již v pátek, 14. ledna. Od 10 hodin budou mít jezdci možnost se registrovat race office (kanceláři určené pro závod), která se bude nacházet v prostoru občerstvení u dolní stanice vleku. Po zaplacení startovného dostane jezdec závodnickou košilkou a bude moci začít trénovat v již připraveném snowparku, vleky budou v ceně startovného. Race office bude fungovat až do 16 hodin. Následovat bude úprava tratě pro závod. Sobota 15.ledna bude závodním dnem a postupovat se bude podle společného harmonogramu.

V Rejdicích se pojede disciplína slopestyle. Jako zpestření bude navíc v rámci večerního lyžování v osvětleném snowparku vyhlášena disciplína best trick, kdy se jezdci budou snažit předvést co nejlepší trik. Vítěz si pak odnese 5 000 Kč prize money.

U dolní stanice se bude nacházet také relax zóna a občerstvovací stanice, kde budou mít jezdci zajištěné občerstvení zdarma. Zároveň zde bude prostor pro různé reklamní stánky. Zajištěno bude testcentrum nejnovějších snowboardů od firmy Burton, která s Českým pohárem již tradičně spolupracuje. Návštěvníci si tak budou moci vyzkoušet i koupit různé pomůcky pro snowboarding.

Podoba závodní trati bude konzultována s hlavním správcem parku. Bude záležet na momentálním stavu sněhové pokrývky i stavu, ve kterém se bude snowpark momentálně nacházet. Podoba trati se může před závodem ještě změnit, pokud ale vše proběhne hladce, trať bude mít následující podobu: Pojede se na čtyřech za sebou jdoucích platformách. Dvě horní budou jibbovací a na dvou dolních se bude skákat. Na první platformě bude mít závodník na výběr speedrail (zábradlí nakloněné směrem z kopce), nebo bedna 7m. Na druhé platformě bude lámaná bedna 2 a 5m, nebo rovná

bedna 6m. Následuje platforma se skoky o dvou odrazech. Závodník tak má na výběr skok 8 nebo 5 metrů a na závěrečné platformě jsou největší skoky, a sice 18 a 10 metrů. Závodník má vždy na výběr ze dvou překážek, přičemž rozhodčí přihlíží na výběr překážky, jelikož jedna z dvojice na platformě je vždy náročnější. Disciplína best trick se pak bude odehrávat na poslední platformě, tedy na největším skoku. Park je osvětlen pro večerní lyžování, budou zde však dodána další světla, aby návštěvníci i rozhodčí dobře viděli na jezdce, kteří budou závodit. Best trick začne cca v 19:30 a bude trvat hodinu. Po skončení rozhodčí určí vítěze, který bude vyhlášen na závěrečném večírku, kde mu budou předány také věcné ceny a prize money.

Závěrečný večírek pak bude probíhat v O2 extra pubu, který je situován přímo na konci snowparku. Večírek bude probíhat od 20:00 a bude tak probíhat současně se soutěží o best trick. Návštěvníci mohou tak spojit sledování závodu s vlastní zábavou a ohřát se. Po skončení best tricku proběhne přesun závodníků do extra pubu, kde budou vyhlášeny výsledky.

## **ČIHALKA**

Termín pro závod na Čihalce je určen na 4. a 5. února 2011. V tomto termínu lze také počítat s dostatečnou sněhovou pokrývkou, to by průběh závodu nemělo ohrozit. V pátek 4.2. bude opět probíhat tréninkový den, jezdci budou mít možnost se do závodu registrovat od 10 hodin v race office, která se bude nacházet přímo v chalupě Čihalka. Celý den pak bude probíhat trénink na závodní trati, která bude již plně připravená. Race office zavírá v 16 hodin a otevírá opět v závodní den ráno v 9:30. Sobota je pak závodním dnem, ve kterém bude čas na trénink již jen ráno. Vlek bude opět v ceně startovního.

Pro jezdce i návštěvníky bude opět připravena občerstvovací zóna, kterou připraví partneři akce. Pro jezdce bude občerstvení zdarma. Bude zde opět relax zóna a test centrum pro návštěvníky akce. Navíc bude celý den v této zóně probíhat doprovodný program.

I zde se pojede disciplína slopestyle. Závodní trať na Čihalce bude mít čtyři platformy. Stejně jako v Rejdicích budou první dvě jibbovací a druhé dvě budou určeny na skákání. První platforma bude obsahovat step-up rail 5m, což je překážka ve formě zábradlí, které směřuje směrem nahoru a jezdec po jeho přejetí ještě nějakou chvíli letí a

dopadá do dopadu jako na skoku. Druhou překážkou první platformy bude 5m rovná bedna. Na další platformě bude připravena speciální překážka, a sice bedna postavená na střeše auta. Bude mít tři části, do kopce rovnou část po střeše a nakloněnou dolů přes kapotu do dopadu. Tato divácky velmi atraktivní překážka bude fungovat jako zpestření celého závodu. Další platforma už se bude skládat klasicky ze dvou odrazů na skoky. Jeden bude mít 8 metrů a druhý 14, závodník si tak může vybrat podle svých schopností a zkušeností. Poslední překážkou nebude klasický skok, ale skok ve formě corneru (skok vytvarovaný tak, že se na něj najíždí zepředu, ale dopadá se do boku, jezdec se tak v průběhu letu otočí o 90 stupňů). I tato překážka bude zpestřením klasického programu.

Závod bude končit v 16:00 hodin a bude následovat vyhlášení vítězů a předání věcných cen. Prize money budou opět předány v race office. Následovat bude večírek pro jezdce i návštěvníky, který se bude konat přímo v chalupě Čihalka. Hudební doprovod bude zajištěn. Večírek bude začínat ve 20:00.

## **DOLNÍ MORAVA**

Na Dolní Moravě je závod naplánován na 18. a 19. února. Místní závod má za úkol nalákat více moravských jezdců k účasti v Českém poháru. V minulých ročnících byl na Dolní Moravě problém se sněhem, proto byl tento závod naplánován jako poslední ze série national, aby bylo alespoň sníženo riziko nedostatku sněhu. V pátek 18. začne klasicky trénink závodníků a v sobotu se pak bude konat hlavní závod. Celý program proběhne podle daného závodního schématu.

Trat' bude připravena dle možností parku a počasí. Bude obsahovat corner, skok jednu jibbovací platformu a wallride. Opět tedy bude pro jezdce něčím speciální a bude tedy zajištěna různorodost tratí v jednotlivých závodech. Skok bude o velikosti cca 8 metrů, vše bude záležet na sněhových podmínkách. Následuje 6m corner. Na jibbovací platformě budou mít závodníci na výběr mezi 8m dlouhou speed bednou (bedna nakloněná z kopce) a 12m zábradlí. Na konci trati bude připraven wallride, což je speciální překážka, která není v českých střediscích až tak častá. Jedná se o kovovou zeď, která je mírně nakloněná ve směru jízdy. Jezdec na zeď najede zepředu a snaží se dojet co nejvýše, ne však tak vysoko aby přepadl na druhou stranu, resp. za zeď. Nahoře je možné udělat různé otočky. Následně jezdec ze zdi seskakuje na tu stranu, ze které na



zed' vjel. Lze na ni naskakovat také ze strany. Rozhodčí budou rozhodovat o nejlepším závodníkovi dle výše uvedeného systému.

Závěrečný večírek se uskuteční v nedaleké diskotéce Valevil. Večírek začne opět ve 20:00 a o hudební produkci se postará pozvaný DJ.

## **ŠPINDLERŮV MLÝN**

Poslední závod a zároveň finálový závod se bude konat 4. - 6. března 2011 ve Špindlerově mlýně. Bude se na rozdíl od předchozích závodů konat ve dvou dnech. V jednom dni se pojede disciplína slopestyle a ve druhém half-pipe. Race office pro registraci jezdců, která se bude nacházet v areálu BSS snowboardové školy tak bude otevřena i v neděli před závodem v U-rampě aby měli možnost se registrovat jezdci, kteří přijedou pouze na závod v U-rampě. Začne se opět tréninkovým dnem, kdy už bude pro závodníky připravena jak slopestyleová trať, tak U-rampa. Závodníci se mohou už od pátku přihlašovat do obou dvou závodů. Startovné se platí pro každý závod zvlášť. Vleky jsou opět v ceně. V sobotu i v neděli se bude postupovat podle harmonogramu závodního dne.

Slopestyleová trať se bude skládat z jednoho speedrailu a jednoho bigairu o dvou odrazech 18m a 12m. Halfpipe závod se pojede v U-rampě umístěné v horní části snowparku ve Svatém Petru. Ve Špindlerově Mlýně se také uskuteční večerní soutěž v disciplíně best trick, která se bude konat na velkém skoku v dolní části snowparku na Svatém Petru. Skok bude nasvícen a v rámci večerního lyžování bude fungovat vlek i sjezdovka.

Večírek se uskuteční v sobotu v Erpetu, který se nachází přímo v dolní části na Svatém Petru, opět od 20:00. Hudba bude zajištěna opět vlastním DJem.

## 6.4. ORGANIZACE

### 6.4.1. Příprava akce

#### **STŘEDISKA**

Pro každý jednotlivý závod bude potřeba zajistit mnoho jednotlivých věcí. Nejdůležitější pro každý jednotlivý závod bude domluva se střediskem, ve kterém se má závod konat. Ve všech vybraných střediscích se již závod Českého poháru konal, s komunikací by tedy neměl být problém. Byla vybrána střediska, ve kterých stojí kvalitní snowparky, nebude tedy zapotřebí speciálně stavět nové závodnické tratě. Český pohár přinese ve středisku zvýšený zájem o snowboarding i zvýšenou mediální pozornost, tato akce je tak pro středisko jednoznačným přínosem. Středisku se bude za jeho služby platit vždy za jednotlivou akci předem domluvený poplatek, který bude pro každou akci jiný. Je zřejmé, že větší střediska, jako je Špindlerův Mlýn, budou za svoje služby požadovat také vyšší částku. Za tento poplatek středisko zajistí následující náležitosti:

- postraní vchod na vleky pro závodníky, kteří na základě toho, že na sobě budou mít závodnickou košilku, budou na vlek vpuštění tímto speciálním vchodem a zdarma
- prostor, ve kterém se bude po dobu závodu nacházet kancelář závodu
- pro potřeby závodu vyhrazený prostor, který nebude volně přístupný veřejnosti a bude od prostoru, který mohou užívat ostatní návštěvníci střediska viditelně ohraničen. Tento prostor bude sloužit jako závodistiště.
- Poskytne na dobu trvání akce techniku a své zaměstnance, kteří se běžně starají o chod snowparku.
- uzavře chod snowparku již určený čas před závodem, aby bylo možné závodní trať dopředu připravit
- zapůjčí na dobu trvání akce své vlastní zábrany, které je zvyklé běžně používat
- poskytne předem domluvené závodní překážky

Ve Špindlerově mlýně bude navíc v ceně pronájem stanoviště pro rozhodčí v disciplíně slopestyle, které je zde k dispozici.

## **TRAŤ**

Trať bude vždy připravena s předstihem tak, aby již na tréninkový den byla upravena ve finální závodní podobě. Trať bude ohraničena od ostatního prostoru areálu a pro veřejnost bude uzavřena po celou dobu konání závodu. Na úpravu trati budou vyhrazeni technici, kteří budou spolupracovat s místním personálem a společně připraví trať tak, aby odpovídala naplánované podobě a byla tedy splněna kritéria pro udělení TTR hvězdy. Po skončení závodu bude třeba poslat fotografie z akce a výsledky do TTR, aby bylo potvrzeno hodnocení akce a mohly být závodníkům zapsány body do světového žebříčku.

## **PŘEKÁŽKY**

Překážky pro závodnickou trať budou pronajaty od střediska. Některé speciální však budou dodány v první den přípravy závodiště, aby byly zakomponovány do závodnické trati. Jedná se například o speciální překážku, která bude použita v závodě na Čihalce (box přes auto). Pokud by některé ze středisek nebylo schopné požadované překážky zajistit, dodá je sám organizátor, nebo bude pro závod použita jiná překážka, která bude momentálně k dispozici.

## **DOPROVODNÝ PROGRAM**

V den konání akce bude zapotřebí postavit stánky pro doprovodný program. Technici vyberou po domluvě se střediskem nejvhodnější místo pro umístění relax zóny, kde se budou moci občerstvit a pobavit jak závodníci, tak hlavně návštěvníci akce. Většinou se tato zóna staví u dolní stanice lanovky, která je užívána pro závodní účely, nebo v dolní části snowparku. Je vhodné, aby z této zóny návštěvníci přímo viděli na právě probíhající závod. V této zóně se bude nacházet několik různých stánků. Jedním z nich bude test centrum, kde si budou moci návštěvníci vyzkoušet nové modely snowboardů a vázání. Test centrum bude zajišťovat jeden s partnerů akce. Je možné, že test center se podaří domluvit i více než pouze jedno, návštěvníci pak budou mít možnost vyzkoušet více snowboardů od různých firem a budou mít možnost srovnání. Dalšími stánky budou stánky občerstvovací. Závodníci zde dostanou občerstvení zdarma. Každý závodník při zaplacení startovného dostane mimo závodnické košilky také kartičku, která ho bude opravňovat ke konzumaci určitého množství zdarma. Stánky s občerstvením budou provozovat partneři akce. Již tradičně se jedná o firmu

Red Bull, bude oslovena i v následující sezóně. Spolupráce bude nabídnuta i dalším firmám. Dále bude v relax zóně postaven jeden větší stan, který bude sloužit k odpočinku. Opět zde bude využito spolupráce s partnery akce, kteří si budou moci postavit tento větší stan jako svůj reklamní. Ve stanu budou křesílka či polštáře, na kterých si budou moci účastníci akce odpočinout v případě nepříznivého počasí. Další místa k sezení budou umístěny venku v prostoru relax zóny. Celkem jich bude cca 40. U hlavního stanu zajistí též partner akce doprovodný program, kde se budou konat různé soutěže na sněhu. Návštěvníci budou mít možnost vyhrát věcné ceny a pobavit se.

## **REKLAMNÍ MATERIÁLY**

Technický tým také zajistí, aby v den konání akce byly vyvěšeny všechny reklamní materiály domluvené se sponzory akce. Jistě bude zapotřebí rozvěsit bannery po celé závodní trati. Obvyklé jsou vlajky s logem sponzora vedle skoků, nápisy a bannery připevněné na odrazech nebo startovací a cílová brána s logem sponzora. Všechny tyto materiály budou dopředu připravené po uzavření sponzorských smluv. Pro den konání tedy bude mít technický tým za úkol tyto reklamní předměty rozvěsit a po dobu konání akce kontrolovat, zda jsou na svém místě. S tím souvisí výše zmíněná startovní a cílová brána. Vybere se vhodné umístění tak, aby se na startu mohli závodníci shromažďovat. Pro cíl pak bude důležitý dostatek prostoru, aby nebyli ohroženi návštěvníci.

## **HUDEBNÍ DOPROVOD**

Celou akci pak bude provázet hudební doprovod a komentátor. Bude tedy třeba nainstalovat příslušnou techniku. Technici budou mít za úkol zajistit přívod elektrické energie do prostoru závodního štábu. Zde se bude postupovat po dohodě se střediskem. Pokud to bude možné a středisko má vlastním způsobem zajištěný přívod energie, použije se jejich vybavení. Tam kde vybavení k dispozici nemají, zajistí organizátor benzinový agregát a vlastní techniku. Zapotřebí budou cca 4 reproduktory, dva v relax zóně a dva na závodní trati. Dále pak stánek pro DJe a komentátora. DJ použije na akci vlastní vybavení a bude za to finančně ohodnocen. Pro komentátora postačí mikrofon, který se napojí na DJ pult.

## **OSVĚTLENÍ**

Dále bude zapotřebí osvětlení pro noční závod best trick, který se bude konat v Rejdicích a ve Špindlerově mlýně, zde budou třeba cca 4 reflektory jako přídavné osvětlení k tomu, které bude svítit v rámci nočního lyžování. Instalaci světel i reproduktorů zajistí technický tým.

## **ZÁVODNÍ KOŠILKY**

Pro závodníky bude zapotřebí vyrobit závodnické košilky. Každý závodník po registraci v kanceláři závodu získá za vratnou zálohu tuto košilku, která ho bude opravňovat k užívání vleků zdarma a bude zároveň jeho identifikací pro závod. Na košilce budou umístěny loga sponzorů akce podle sponzorských smluv.

## **VEČÍRKY**

Po každém závodě bude připraven večírek pro závodníky i návštěvníky akce. Bude vždy v místě konání závodu. Konkrétní podniky jsou uvedeny výše. Akce se zajišťuje s dostatečným předstihem. O hudbu se bude starat vlastní DJ, který bude mít na starosti i produkci přes den. Navíc mu přijde na pomoc ještě jeden DJ, který bude pronajatý speciálně na večerní akci. O ceně pronájmu podniků bude jednat organizační koordinátor. Cena bude jistě v různých podnicích jiná, jak je ve zvyku někde chtějí zaplatit za pronájem, někde bude stačit záloha a místo pronájmu postačí zvýšená konzumace během akce.

## **BEZPEČNOST**

Co se týče bezpečnosti, akce bude nahlášena u horské služby v jednotlivých střediscích. Pokud se stane nehoda a bude zapotřebí někoho ošetřit horská služba, která je zkušená v terénu, bude okamžitě k dispozici. Kontrolu bezpečnosti na trati bude mít na starosti cílový startér, který bude pohyb závodníků koordinovat tak, aby nedošlo ke zbytečné nehodě. U snowboardingu se však s určitými zraněními musí počítat, přesto se však bude organizátor snažit připravit trať tak, aby hrozilo co nejmenší nebezpečí. Celá akce bude také potřeba pojistit proti nenadálým situacím, které by mohli průběh akce ohrozit. O přesné formě pojištění se bude jednat s pojišťovnou s dostatečným předstihem.

## 6.4.2. Média

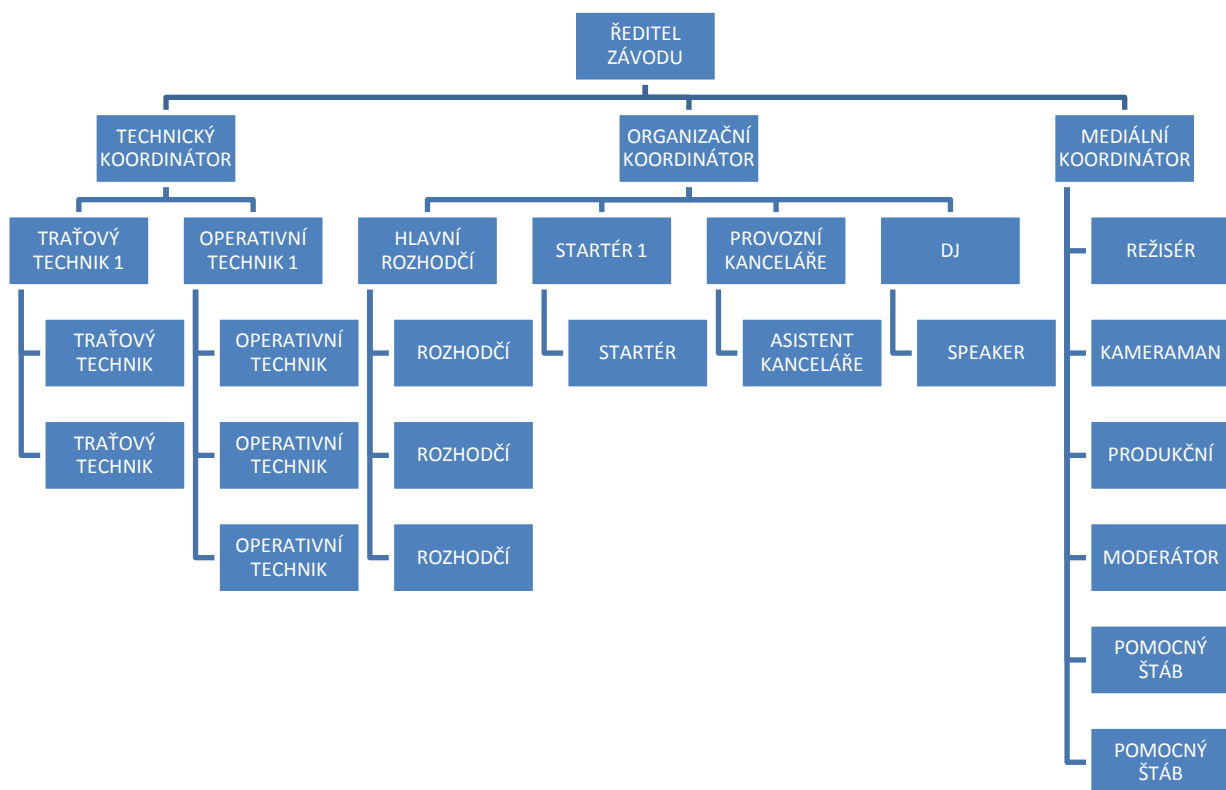
Jako hlavní mediální nástroj bude sloužit vlastní výroba televizního pořadu s názvem 360°. Výrobu tohoto pořadu zajistí profesionální agentura. V předchozích ročnících již tento pořad vznikl, další ročník tedy bude navazovat. Vyrobený pořad bude majetkem organizátora, je tedy možné ho později prodat různým televizním stanicím. Tradičním partnerem je v tomto ohledu televizní kanál Nova Sport. Pořad bude naplánován ředitelem závodu a mediálním koordinátorem. Jeden díl se vždy bude vztahovat k jednomu závodnímu seriálu Českého poháru. Bude obsahovat reportáž o průběhu závodu, rozhovor s jezdci, výsledky závodu a na závěr vždy bude rubrika tricktip, kde jeden z jezdců vysvětlí divákům, jak se dělá vybraný trik. Celý pořad se bude natáčet vždy v průběhu závodního víkendu. Rubrika tricktip se bude natáčet už v pátek během tréninkového dne a pokud se něco nestihne, dotáčet se bude v neděli.

Dále se budou akce účastnit mediální partneři. Ti budou mít za úkol ve svých médiích na akci upozornit a budou se moci akce zúčastnit a informovat o ní. Již tradičním partnerem je server freeride.cz, který je zaměřen na extrémní sporty. Dá se předpokládat, že spolupráce vydrží i nadále. S dalšími potenciálními partnery se bude jednat.

## 6.5. PERSONÁLNÍ ZAJIŠTĚNÍ

Pro realizaci bude potřeba celou akci personálně zajistit. Pro celý pohár bude zapotřebí cca 30 lidí. 27 z nich je uvedeno v organizační struktuře. Budou však zapotřebí i další pracovníci. Zejména lidé, kteří se budou starat o občerstvení a obsluhu relax zóny. Jelikož není v tuto chvíli zcela jasné, kolik takovýchto pracovníků bude potřeba a jestli si je seženou partneři akce, či je bude muset sehnat organizátor, stojí tito lidé momentálně mimo organizační strukturu.

Obr. 1: Organizační struktura



zdroj: vlastní zpracování

## ŘEDITEL ZÁVODU

Na vrcholu organizační struktury stojí ředitel závodu. Ten bude mít na starosti zajištění celé akce. Musí celou akci naplánovat, určit harmonogram akce, sehnat pracovníky, kteří mu akci připraví. V jeho popisu práce bude také domluva se středisky, kde se budou jednotlivé závody konat. Nejdůležitější činností ředitele však je bezesporu povinnost celou akci finančně zajistit. Ředitel musí sestavit rozpočet, odhadnout kolik bude potřebovat pro realizaci celého poháru peněz a tyto peníze sehnat od sponzorů či případně od jiných zdrojů. Na této činnosti je závislý celý průběh Českého poháru ve freestyle snowboarding. Je to hlavní osoba celého závodu, která na něm musí začít pracovat s velkým předstihem.

## **TECHNICKÝ TÝM**

Technický koordinátor bude mít na starosti technické zajištění celé akce. Bude jednat se střediskem o vybavení, které má k dispozici. Pokud mu ho nezapůjčí středisko, bude na něm, aby potřebný materiál sehnal. Bude dohlížet na podobu závodní trati a komunikovat s místními správci, aby byla trať co nejkvalitnější a pokud možno co nejvíce odpovídala naplánované podobě. V případě komplikací, jako může být například nepřízeň počasí, bude mít technický koordinátor za úkol učinit kroky potřebné k tomu, aby byl dopad komplikací na závod co nejmenší. Bude zároveň vedoucím celého technického týmu a rozdělí úkoly tak, aby bylo vše zajištěno podle plánu.

Traťoví technici pak budou mít na starosti celou trať v průběhu závodu. Budou se starat o to, aby byla trať kvalitně připravena, a budou plnit úkoly technického koordinátora.

Tým operativních techniků pak budou mít na starosti všechno ostatní technické zajištění. Postarají se o zábrany na sportovišti, postaví startovní a cílový oblouk, zajistí elektřinu a rozmístění reproduktorů i osvětlení. Dále pak postaví stánky, rozmístí reklamní předměty jako bannery a vlajky atd. Jejich úkolem bude vždy plnit úkoly které jim zadá technický koordinátor.

## **ORGANIZAČNÍ KOORDINÁTOR**

Organizační koordinátor je další důležitou osobou, která je pro hladký průběh závodu nezbytná. Bude mít na starosti veškerou organizaci. Ještě před akcí zajistí vše potřebné pro spuštění. Bude též jednat se středisky, zejména o prostorech pro kancelář závodu. Zajistí ubytování pro všechny zaměstnance. Pomůže řediteli závodu se sháněním sponzorů. Bude koordinovat doprovodné pracovníky pro občerstvovací zónu a zajistí DJe a komentátora akce. Zároveň bude mít na starosti účetnictví.

## **ROZHODČÍ**

Rozhodčí budou v průběhu závodu posuzovat výkony závodníků. Budou celkem čtyři a každý z nich musí být certifikovaný odborník. Budou mít za úkol nestranně a poctivě soudit sportovní výkony, které budou závodníci předvádět. Systém, podle kterého budou rozhodovat, je popsán výše. Svě známky budou pomocí vysílačky diktovat do race office kde se později vyhodnotí výsledky.



## **PROVOZ KANCELÁŘE**

V kanceláři bude provozní a asistent kanceláře. Ty budou mít na starosti celý její chod, to znamená především registrace jezdců. Po zaplacení startovního zapíše závodníka, vydají mu košilku se startovním číslem, přijmou od něj zálohu za košilku a vydají mu kartičku na občerstvení. Po skončení závodu budou výhercům vydávat peníze, přijmou zpět košilky a vrátí zálohy. Zároveň budou zapisovat známky rozhodčích, vypisovat diplomy a připravovat balíčky věcných výher pro závodníky.

## **STARTÉŘI**

Dále budou k dispozici dva startéři. Jeden bude na startu vypouštět závodníky k jízdě a druhý bude na v cíli sledovat průběh jízd. Po skončení a uvolnění závodní trati nahlásí prvnímu startérovi, že trať je volná a může vyjet další závodník. Cílový startér bude mít také důležitý úkol sledovat bezpečnost v průběhu celého závodu. V případě nehody či úrazu bude první osobou, která zajistí pro závodníka pomoc.

## **ZÁBAVA**

O zábavu v průběhu závodu se budou starat DJ a speaker. DJ bude mít na starosti muziku a zajištění techniky, kterou bude pro hudební produkci potřebovat. Bude hrát nejen v průběhu závodu, ale pokud nebude naplánováno jinak, tak i v průběhu závěrečného večírku, který se bude konat vždy v sobotu po skončení závodu. Speaker pak bude mít na starosti komentář celé akce. Bude hlásit, kdo udělal jaký trik, bude představovat závodníky, bude komentovat provedení a bude bavit návštěvníky. Speaker funguje jako spojka pro lidi, kteří tomuto sportu například až tolik nerozumí. Má za úkol jim přiblížit co se v průběhu závodu vlastně děje.

## **MEDIÁLNÍ KOORDINÁTOR**

Další důležitou osobou bude mediální koordinátor, který bude mít na starosti v první řadě televizní štáb, který bude vyrábět vlastní televizní pořad týkající se Českého poháru ve freestyle snowboardingu. Bude určovat jak a co natočit podle předem připraveného zadání. Zároveň pak se bude starat o ostatní novináře, kteří budou mít zájem se tématice Českého poháru věnovat. Bude fungovat též jako tiskový mluvčí.

Každý zaměstnanec se zúčastní každého ze závodů celé série. Každý z nich však nezačne pracovat stejně dlouho před zahájením akce. Ředitel závodu spolu s

koordinátory jednotlivých úseků budou mít za úkol celou akci zajistit a naplánovat, začnou tedy pracovat mnohem dříve než ostatní. Tyto pracovníci tak budou pracovat na hlavní pracovní poměr, jelikož příprava si vyžádá dlouhé časové období. Tito lidé pak zároveň budou použitelní pro organizaci dalších klání v oboru. Televizní štáb bude zajištěn agenturou, které bude zaplacená dohodnutá částka za výrobu všech dílů televizního pořadu. Další zaměstnanci pak budou zaplaceni formou dohody o provedení práce, což se jeví jako nejjednodušší způsob vzhledem k nestálosti jejich pracovních pozic.

Pro všechny zaměstnance bude zajištěno ubytování v místě konání závodu a to vždy od čtvrtka do neděle. V ceně bude i snídaně, oběd dostanou v rámci občerstvení spolu se závodníky. Večeře nebude zajištěna. Bude jim také proplacena doprava z místa bydliště, každý si ji však bude muset zajistit sám.

## 6.6. HARMONOGRAM PŘÍPRAV

Pro přípravu akce je potřeba zajistit velké množství náležitostí. Aby vše fungovalo tak jak má, je nutné všechny tyto náležitosti zajistit včas, zajistí se tak hladký průběh akce. Je nutné počítat také s určitou časovou rezervou, jelikož se u každé jednotlivé činnosti mohou vyskytnout nepředvídatelné komplikace.

- rok až 9 měsíců před akcí:  
naplánování celého projektu, stanovení rozpočtu, oslovení generálního sponzora, určení data konání, vymezení činností potřebných pro přípravu, oslovení středisek, určení podoby sportovišť
- 8 měsíců předem:  
potvrzení místa konání akce, shánění sponzorů, shánění mediálních partnerů, uzavření smlouvy s generálním sponzorem
- 6 měsíců předem:  
uzavření smlouvy se středisky, pokračuje shánění sponzorů, oslovení televizních stanic
- 4 měsíce předem:  
uzavření smluv se sponzory a mediálními partnery, shánění zaměstnanců, začátek mediální aktivity, vytvoření loga a reklamních materiálů, zaslání

propozic závodu do TTR a požádat o přidělení určeného počtu TTR hvězdiček, zajistit testcentrum, partnery kteří se budou starat o občerstvení a partnera, který poskytne věcné ceny pro závodníky, sehnat pojišťovnu

- 3 měsíce předem:  
sehnat všechny zaměstnance, zajistit večírky, zajistit výrobu potřených překážek pro závodní tratě, zajistit ubytování pro zaměstnance, rozeslat informativní e-maily sportovcům, dát do výroby závodnické košilky
- 2 měsíce předem:  
smlouva na výrobu TV pořadu, kontrola rozpočtu, začátek propagační kampaně, nákup veškerého materiálu
- 3 týdny předem  
doladění všech maličkostí
- 2 dny před každým jednotlivým závodem:  
nájezd traťových techniků a příprava závodnické trati, nahlášení akce horské službě
- 1 den předem:  
nájezd všech zaměstnanců, doladění trati
- tréninkový den:  
postup podle harmonogramu tréninkového dne, registrace závodníků, postavení stanů a celé relax zóny, otevření race office, natáčení rubriky tricktip, rozvod elektřiny a rozmístění reproduktorů a DJ pultu, večer finální úprava trati
- závodní den:  
postup podle harmonogramu závodního dne
- po akci:  
kontrola financí, vydání tiskové zprávy, dodělávka televizního pořadu, příprava na další závod série
- po skončení série:  
kontrola financí, dokumentace celé série, poděkování sponzorům, závěrečný večírek s vyhlášením výsledků

## 6.7. FINANČNÍ ZAJIŠTĚNÍ

Finanční zajištění je možná nejdůležitější součástí celé organizace. Pokud na organizaci závodu nejsou peníze, nemůže se žádný závod uskutečnit. Je tedy potřeba určit kolik peněz bude pro realizace akce potřeba a následně také způsob jak lze tyto peníze získat.

### 6.7.1. Rozpočet

S velkým předstihem je potřeba určit strukturu rozpočtu, Je možné, že rozpočet nebude tak dlouhou dobu před akcí zcela přesný, bude se časem měnit, ale od původního by se neměl vychýlit zásadním způsobem. Struktura rozpočtu je následující.

#### **VÝDAJE**

Struktura výdajů vychází ze zkušenosti z minulých ročníků. Jedná se však pouze o odhad. Skutečná částka, která bude potřeba pro zajištění akce, se bude v průběhu příprav formovat. Výdaje zahrnují:

- obecné a administrativní výdaje
  - zaměstnanci
  - pojištění
  - ubytování
  - cestovné
  - zábava
- produkce
  - materiál
  - televizní pořad
  - oblečení
- sport
  - pronájem středisek
  - prize money
  - příslušenství, energie
- rezerva

## PŘÍJMY

Příjmy jsou určeny velikostí výdajů, které je potřeba pokrýt. Zdroje příjmů vycházejí především ze sponzoringu. Jedním z hlavních cílů organizátora akce bude získat danou částku od sponzorů v daném časovém termínu. Příjmy se skládají z následujících složek:

- příjmy od generálního sponzora
- příjmy od ostatních sponzorů
- příjmy z prodeje televizního pořadu

Tab. 11: rozpočet (v Kč)

VÝDAJE		PŘÍJMY	
obecné výdaje	700 000	od generálního sponzora	1 000 000
produkce	800 000	od ostatních sponzorů	300 000
sport	500 000	z prodeje televizního pořadu	900 000
rezerva	200 000		
celkem	2 200 000	celkem	2 200 000

zdroj: vlastní zpracování

### 6.7.2. Zdroje financí

Hlavním zdrojem financí budou příjmy od partnerů akce. Jeden generální sponzor získá titul generální partner akce a celá série Českého poháru po něm bude pojmenována. Bylo tomu tak vždy i v předchozích ročnících. V právě probíhajícím ročníku se stala hlavním partnerem firma Impromat. Organizátor se pokusí využít sponzora i pro další ročník akce ale, není zaručeno, že sponzoři budou chtít dále spolupracovat. Je tedy potřeba vytvořit sponzorské balíčky, které se následně partnerům prodají, aby byly získány potřebné finanční prostředky.

Dalším zdrojem pak bude prodej televizního pořadu televizním stanicím. Tam se bude jednat o takovou cenu, aby televizní pořad vydělal alespoň na svou vlastní produkci.

Sponzorské balíčky budou nabízeny různým firmám. Zde je příklad některých firem, které jsou vhodnými adepty na sponzorování celé akce:

**Telefónica O2:** generální sponzoring

Tato firma je předním integrovaným telekomunikačním operátorem v České republice. Své služby zaměřuje i na mladé lidi. V současné době provozuje program O2 Extra, který je zaměřen právě na mladé, a do kterého podpora Českého poháru ve freestyle snowboardingu dobře zapadá. Telefónica spolupracuje s organizátorem již delší dobu. Patří mezi velké společnosti, tudíž lze předpokládat, že nebude mít problém s požadovanou částkou a je schopna výhod generálního partnera v plném rozsahu využít.

**Burton:**

Firma Burton se zabývá výrobou snowboardového vybavení. Je tudíž vhodným materiálním sponzorem pro Český pohár. Spolupráce s touto firmou, respektive její Českou pobočkou, funguje zdárně již několik let.

**Red Bull:**

Firma Red Bull je známým výrobcem energetických nápojů. Velmi aktivně zasahuje do světa všech extrémních sportů, podporuje sportovce i mnoho akcí. Některé akce zaměřené na extrémní sporty, včetně snowboardingu, dokonce sama pořádá. Český pohár je tedy prostředím, do kterého se bude sponzoring firmy Red Bull hodit.

**Freeride.cz:**

Jedná se o internetový portál zabývající se extrémními sporty. Má dokonce svoji vlastní sekci o snowboardingu. Stává se tak ideálním mediálním partnerem, který bude informovat o průběhu akcí a lákat návštěvníky.

**Rádio Spin:**

Rádio zaměřené především na hudební styl hip hop a RnB. Toto rádio poslouchá mnoho návštěvníků Českého poháru, je tak dalším vhodným mediálním partnerem.

## 7. ZÁVĚR

Všechny dosavadní ročníky Českého poháru ve freestyle snowboardingu 4x4 proběhly úspěšně. Veškerá úskalí, se kterými se organizátor potýkal, byla překonána. Hlavní nebezpečí tkví zejména v počasí. Pokud není v dané lokalitě dostatek sněhu, je nutné závod přesunout na jiné místo. Je zapotřebí využít umění organizátora, aby přes všechny nástrahy série proběhla úspěšně. Všechny činnosti potřebné pro přípravu závodu byly vytyčeny. Dále už je zapotřebí spolupráce realizačního týmu, aby vše proběhlo úspěšně, bez časového skluzu. Důležité je zejména finanční zajištění akce v dostatečném předstihu. Pak už může akce probíhat podle plánu, mohou být připravovány další ročníky. Důležité je, aby série Českého poháru přilákala k tomuto sportu co nejvíce nových sportovců i fanoušků, což je v současnosti realitou.

## 8. POUŽITÁ LITERATURA

1. AČS. *Historie* [online]. 26.2.2010 [cit. 2010-02-26]. Dostupné z WWW: <<http://www.snowboarding.cz/index.php?sekce=historie>>.
2. BOČEK, J. *Poštovní spořitelna 4x4 Český pohár ve freestyle snowboardingu 2007* [online]. AČS, 11.1.2007 [cit. 2010-02-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.snowboarding.cz/index.php?clanek=115>>.
3. BOČEK, J. *O2 4x4 Český pohár ve freestyle snowboardingu 2008- celkové propozice* [online]. AČS, 16.1.2008 [cit. 2010-02-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.snowboarding.cz/index.php?clanek=148>>.
4. BOČEK, J. *Propozice 4x4 Český pohár ve freestyle snowboardingu a Rookie cup 2009* [online]. AČS 16.1.2009 [cit. 2010-02-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.snowboarding.cz/index.php?strana=6>>.
5. BOČEK, J. *Impromat 4x4 Český pohár ve freestyle snowboardingu 2010* [online]. AČS 11.1.2010, 1, [cit. 2010-02-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.snowboarding.cz/index.php?clanek=207>>.
6. ČÁSLAVOVÁ, E. *Management sportu*. Praha: East west publishing company a east publishing praha, 2000. 172 s. ISBN 80-7219-010-5
7. DVOŘÁKOVÁ, Š. *Sportovní marketing*. Brno: Masarykova univerzita, 2005. 72 s. ISBN 80-210-3901-9
8. HENDL, J. *Kvalitativní výzkum*. Praha: Portál, 2008. 408 s. ISBN 978-80-7367-485-4
9. HORÁKOVÁ, I. *Marketing v současné světové praxi*. Praha: Grada Publishing, a.s., 1992. 365 s. ISBN 80-85424-83-5
10. KOTLER, P. – KELLER, K. L. *Marketing Management*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
11. KOZEL, R. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2006. 277 s. ISBN 802470966X
12. LOUKA, O. *Snowboarding*. Ustí nad Labem: Ujep a AČS, 2002. 103 s. ISBN 80-7044-438-X
13. SOLOMON, J. *An insider`s guide to managing sporting events*. Leeds UK: Human kinetics, 2002. 211 s. ISBN 0-7360-3108-1

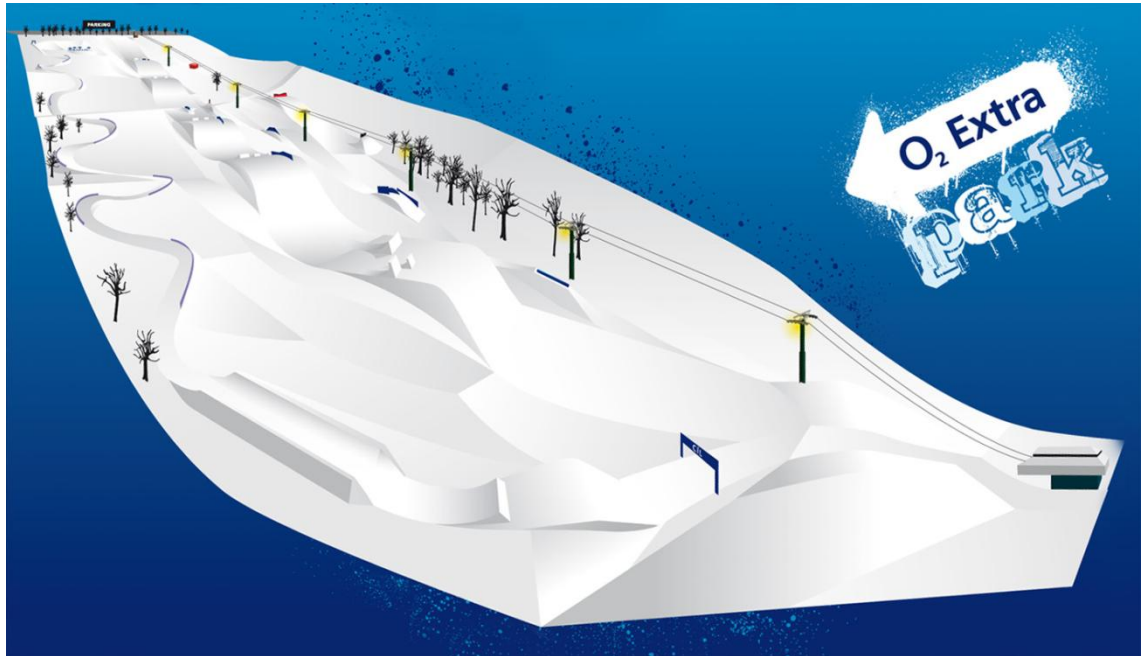


14. ŠMÍDA, D. *Jarda Boček o letošním ročníku O2 4x4* [online]. Freeride.cz, 19. 1. 2009 [cit. 2010-02-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.freeride.cz/snowboard/clanky/rozhovor/s-jardou-bockem-o-o2-4x4--6143/>>.
15. ŠMÍDA, D. *S Jardou Bočkem o letošním ročníku série Impromat 4x4* [online]. Freeride.cz, 18. 1. 2010 [cit. 2010-02-26]. Dostupný z WWW: <<http://www.freeride.cz/snowboard/clanky/rozhovor/s-jardou-bockem-o-letosnim-rocniku-serie-impromat-4x4--8348/>>.
16. VODÁČEK, L. - VODÁČKOVÁ, O. *Management, teorie a praxe 80. a 90. let*. Praha: Management press, 1994. 257 s. ISBN 80-85603-55-1

## **9. SEZNAM PŘÍLOH**

- příloha č.1: model snowparku Rejdice
- příloha č.2: model snowparku Špindlerův mlýn
- příloha č.3: reklamní plakát 2005
- příloha č 4: reklamní plakát 2010
- příloha č.5: online přihláška do závodu 4x4 a Rookie Cup 2010
- příloha č.6: reportáž z finále 2010

příloha č.1: model snowparku Rejdice



zdroj: SKIREGION. *Rejdice* [online]. 4.11.2009 [cit. 2010-03-26]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.skiregion.cz/images/rejdice/rejdice-mapa-snowpark-high.jpg>>

příloha č.2: model snowparku Špindlerův mlýn



zdroj: SKIAREAL. *Billabong snowpark Svatý Petr*. 16.10.2010 [cit. 2010-03-26].  
Dostupné z WWW: <[http://www.skiareal.cz/images/snowpark\\_SV.jpg](http://www.skiareal.cz/images/snowpark_SV.jpg)>

příloha č.3: reklamní plakát 2005

**ACS** ASOCIACE ČESKÉHO SNOWBOARDINGU A WSF UVÁDÍ: **Boarders zone**

# 4x4

PRESENTED BY: **BURTON SNOWBOARDS**

POWERED BY: **OSTO**

## ČESKÝ POHÁR VE FREETYLE SNOWBOARDINGU

**Local series:**

- 22.1. Horní Měsečky - BSS snowboard school - slopestyle
- 5.2. Bílá - Flow - slopestyle
- 12.2. Klínovec - Nugget a Frople snowboards - big air
- 5.3. Rejdice - Elan snowboards - slopestyle

**National series:**

- 29.1. Špindlerův Mlýn - Burton snowboards a Pepsi snowpark - halfpipe/rail jam
- 19.2. Dolní Morava - Skateshop.cz - slopestyle
- 26.2. Neklid - Vehicle Nitro - slopestyle
- 19. + 20.3. Pec pod Sněžkou - LTB Classic - halfpipe/slopestyle

Na každém závodě bude připravena Burton snowboards "jibbing" překážka pro veřejnost, na které bude mít každý z vás možnost získat spoustu cen za nejlepší a nejstylovější triky... Mimo to si budete moci na připravených překážkách vyzkoušet Burton snowdecks, nebo se občerstvit a odpočinout v Burton chill-out zóně.

Po každém závodě bude následovat **OSTO** riders party... živé kapely, Djs, happy hours, soutěže, exhibice...

PRODUCED BY: 4ELEMENTS/PROD. [www.snowboarding.cz](http://www.snowboarding.cz) **BRAUN**

**LEVEL** PlayStation 2 **board** **SNOW X MAG** **SR** **FANNOVA** **MANO 9/8** **BSS SNOWBOARD SCHOOL** **board rider**

Zdroj: AČS. 4x4\_poster\_big [online]. 18.1.2005 [cit.2010-03-26]. Dostupný z WWW>  
<[http://www.snowboarding.cz/clanky/images/4x4\\_poster\\_big.jpg](http://www.snowboarding.cz/clanky/images/4x4_poster_big.jpg)>





O<sub>2</sub> Snowboard Tour

FUJITSU IMPROMAT RICOH IMPROMAT

ASOCIACE ČESKÉHO SNOWBOARDINGU UVÁDÍ

**4X4**

**ČESKÝ POHÁR VE FREESTYLE SNOWBOARDINGU 2010**

SWATCH TRX Boarders Zone U.S.F. ACS

**SLOPE STYLE**

<b>30. ledna</b>	- Lipno
<b>6. února</b>	- O <sub>2</sub> Extra Park Rejdice
<b>20. února</b>	- Čihalka
<b>13. března</b>	- Špindlerův Mlýn Finals

[www.snowboarding.cz](http://www.snowboarding.cz)  
[www.o2extra.cz](http://www.o2extra.cz)

**VSTUP ZDARMA**

O<sub>2</sub> Extra

O<sub>2</sub> SKUPINA ČEZ WWW.SIKATIE SHOP.CZ auto Podbabská acal VOLCOM TISK HORÁK

EVROPA2 COOL nova Sport denik.cz LEVEL free magazine MY RIDE SR

Zdroj: FREERIDE.CZ. 38f92f16 [online]. 18.1.2010 [cit. 2010-03-26]. Dostupný z WWW: <<http://img.freeride.cz/files/e7/38f92f16.jpg>>

## příloha č.5: online přihláška do závodu 4x4 a Rookie Cup 2010

1  *Série*  *Impromat 4x4*  *02 Rookie Cup*

2  *Závod*  *Lipno*  *Rejdice*  *Čihalka*  *Špindlerův Mlýn*

3

Jméno

Příjmení

Datum narození

Kód AČS

Město

Země

Telefon

Email

Sponsoři

Stance  Regular (levá)  Goofy (pravá)

Disciplína  Slopestyle  Big Air  Half Pipe

### 4 Podmínky účasti

Účastník je plně zodpovědný za svůj odpovídající zdravotní stav, veškeré sportovní aktivity, účast a chování při závodě. Bere na vědomí rizika možného úrazu a je s tím plně srozuměn. Účastník se zapojuje do všech aktivit během závodu výlučně na vlastní nebezpečí a pořadatel tak neodpovídá za jakoukoliv újmu na majetku nebo zdraví účastníka. Účastník výslovně prohlašuje, že jeho zdravotní stav a fyzická kondice odpovídá náročnosti závodu.

**V případě, že vám ještě nebylo 18 let, musíte na závody donést písemné svolení zákonného zástupce.**

Prohlášení účastníka

Prohlašuji, že souhlasím se shora uvedenými podmínkami účasti a tímto výslovně prohlašuji, že jsem řádně pojištěn podle předpisů o veřejném zdravotním pojištění a současně potvrzuji, že jsem řádně a v dostatečném rozsahu pojištěn proti riziku úrazu a jiné újmy na zdraví v souvislosti se shora uvedenou činností.

zdroj: AČS, *Online přihláška do závodu 4x4 a Rookie Cup 2010* [online]. 11.4.2010 [cit. 2010-04-11]. Dostupný z WWW:

<<http://www.snowboarding.cz/index.php?sekce=prihlaska>>

příloha č.6: reportáž z finále 2010

### **Impromat 4x4 2010 Finále Špindlerův Mlýn**

Letošní série Impromat 4x4 Český pohár ve freestyle snowboardingu vyvrcholila finálovým závodem, který se jel 13. března ve Svatém Petru, a kde se rozhodovalo o celkovém vítězi 4x4ky...

Letošní 4x4ka nějak rychle utekla. Sotva proběhlo Lipno, následovaly Rejdice, legendární Čihalka a hle, už je tu finále ve Špindlu. Naše nejznámější středisko určitě není potřeba představovat, už proto, že tady má většina českých snowboardistů najeto víc, než Loprais na Sahaře. Značná část jezdců tu tráví velkou část zimy a skoky v průseku patří k nejlepším u nás. Není se tedy čemu divit, že už pár dní před závodem se Špindlem proháněla početná sebranka jezdců a startovka slibovala víc než solidní battle.



Riders - Lucka Zábranská - Matěj Novák

Myšlenka jet ve Špindlu slopestyle v kombinaci rampa + rail + kicker, se kterou přišli loni organizátoři Snowjamu, se ukázala natolik nosná, že i finále **Impromat 4x4** se jelo tímto formátem. První dvě kvalifikační jízdy se odehrály bez extra velkých překvapení. Jezdci dávali spíš triky na jistotu než extrémní hrot. Zmínku si určitě zaslouží bratři **Porkertové**, kteří se zlepšují doslova den ode dne. Bohužel sotva kvalda skončilo, postavilo si hlavu počasí a nepříjemný nárazový vítr vedl k tomu, že si jezdci na riders meetingu odhlasovali přerušeni závodu.



Matěj Novák při backflipu - Martin Mikyska - Diana Augustinová



Po delší debatě bylo nakonec rozhodnuto, že pauzy bude využito pro O2 Extra Trik, který se za normálních okolností jezdí až po finále. I když k vidění toho bylo povícero, nejvíc zabil **Boris Čičman**. Ten svou fs 720 z přední hrany dotáhl do dokonalosti a při best triku jí vyslal v mega stylu málem až dolů do Špindlu. Z holek to v best tricku dotáhla nejdál **Gabriela Matoušková** se svou bs 360 s backside grabem na středním skoku.



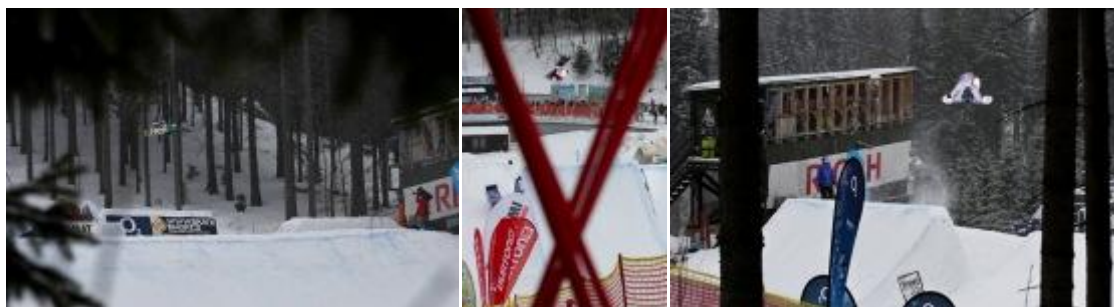
Petr Horák - Dan Porkert - Martin Matoušek

Dlouhé čekání na to, až počasí umožní odjet finále, mělo za následek, že část jezdců svou účast v závodě zabalila. Zdali to bylo pouze kvůli povětrnostním podmínkám, nebo fičáku, kterým finalistům hrozil dopingový komisař a jeho zkumavky, ví každý z odstoupivších jezdců nejlépe sám. My nikomu sahat do svědomí nebudeme a radši se mrkneme na ty nejlepší, kteří měli kule (dámy prominou) se ve finále poprat o to nejlepší umístění.



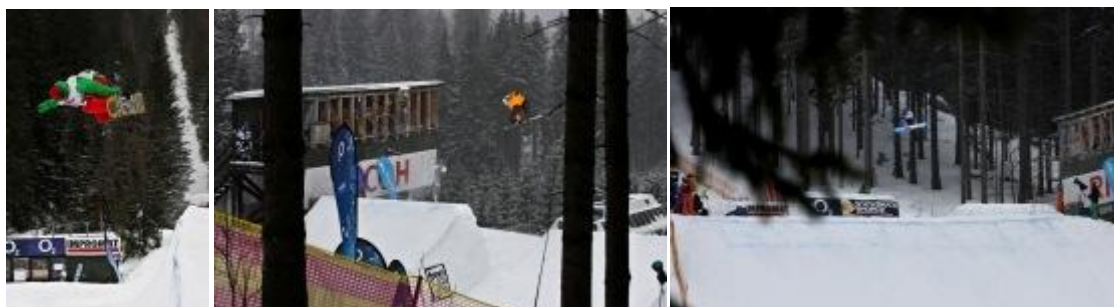
Kuba Král - Zája - Boris Čičman - Štěpán Křováček

Mezi holkami doletěla na třetí místo **Diana Augustinová**. Didi se v rampě solidně zlepšila a na rozdíl od řady dalších holek je schopná rozhlédnout se po okolí i z větší výšky, než jen z kopingu. Trochu překvapivě si **Diana** dala i velký skok, nicméně její air trochu postrádal výšku a jistotu. Druhé místo obsadila **Bóďa Šebestová**, především díky 360 v rampě. Nejlepší pak byla opět **Lucka Zábranská** hlavně díky tomu, že se nebála skákat na největším skoku. I když to byl „jen“ rovnák s indy grabem, na vítěství to stačilo.



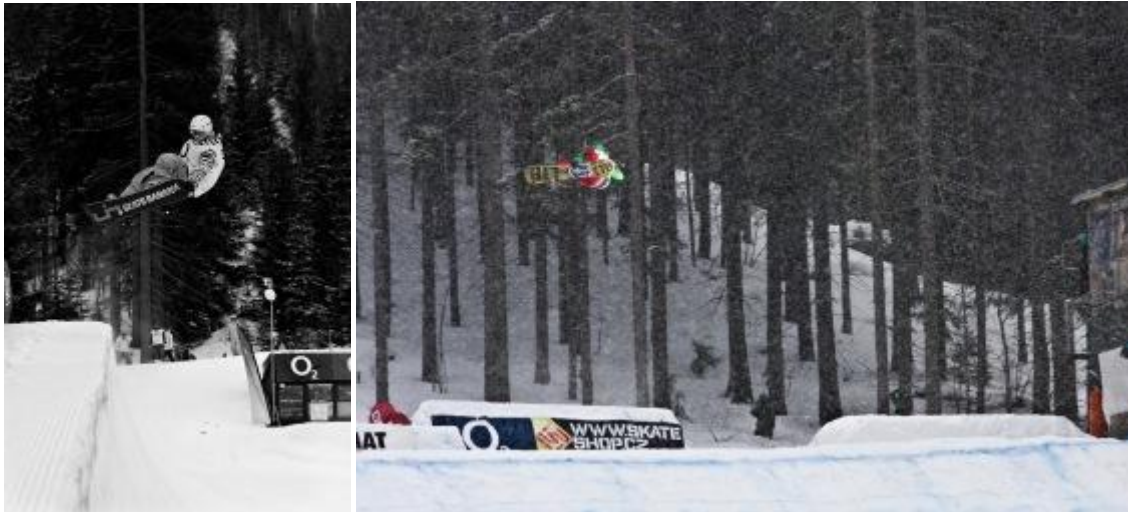
Ondra Porker - Darek Bergmann - Pavel Vyroubal

Mezi chlapama skončil na pátém místě **Matěj Novák**. Vzhledem k tomu, že **Matěj** hodně umí rampu, čekalo se i vyšší umístění. Jeho jízdy (fs 720, cab 720, air a air) patřily určitě k nejlepším, bohužel Matěj v obou finálových kolech chyboval a vše musel zachraňovat na kickeru. Tam si dal svou obligátní bs 720 v leže. **Lukáš Tomšů** je (kromě progresu mladšů) asi největším překvapením letošní Impromat 4x4 a zároveň skryťák, který konečně vychází na světlo. V rampě sice nezabíjí jako třeba zmíněný **Matěj** (snad s výjimkou solidního alleyoopa), nicméně na kickeru vytáhl z kapsy svůj nový hit - cab 720 v luxusním stylu. Odměnou budiž čtvrté místo a také fakt, že **Lukáš** je novou posilou Nugget teamu.



Pepé Samek - Honza Zajíc - Lukáš Tomšů

Třetí místo obsadil jeden z mladšů s velkým progresem, a sice **Martin Mikyska**. V rampě mu to jde viz. jeho vysoké airy, back to back 540 a zkoušel i fs 720. Na skoku pak **Martin** dal bs 720, bohužel bez grabu. Druhý byl **Honza Zajíc**, který se v rampě mimo jiné umotal fs 720 na prvním hitu. Na kickeru k tomu přidal fs 900, které by sice slušela trochu větší výška nicméně i tak si Zája druhým místem spolehlivě zajistil celkové vítězství v seriálu **Impromat 4x4**.



Martin Mikyska - Pepé Samek

Vítězem finále **Impromat 4x4** se poprávu stal největší srdač a televizní hvězda **Pepé Samek**. Pepého filosofie „hlavně ať je to vysoko“ platí nejen na čumily okolo rampy, ale hlavně na rozhodčí. Kromě rovných pilotáží obohatil **Pepé** své jízdy také kombinací fs 540 + fs 360, na railu si dal bs grind tail tap a vše pak zabil obří bs 720 na big airu.



Nejlepší holky - nejlepší kluci - vítěz O2 Extra Triku Boris Čičman

Tolik trošku smolné finále Impromat 4x4. Je škoda že zrovna finále doplatilo na počasí a prostoje, nicméně je to snowboarding, ne kulečnick, a s podobnými věcmi je třeba počítat. Respekt si určitě zaslouží pořadatelská parta. Nevím přesně, čím to je, jestli zkušenostmi, novými pravidly nebo progrese mladáků, každopádně podle mého šlo o dosud nepovedenější ročník Českého poháru. Tak si to nenecháme zkazit ne...?

zdroj: ŠMÍDA, D. *Impromat 4x4 2010 Finále Špindlerův Mlýn* [online]. Freeride.cz, 25.3.2010 [cit. 2010-02-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.freeride.cz/snowboard/clanky/report/impromat-4x4-2010-finale-spindleruv-mlyn--9049/>>