

Univerzita Karlova v Praze

Fakulta tělesné výchovy a sportu

Studijní obor: Management tělesné výchovy a sportu

**PRŮZKUM POPULARITY FLORBALU
V ČESKÉ REPUBLICE**

Bakalářská práce

Vedoucí bakalářské práce:

PhDr. Vladimír Janák, CSc.

Autor:

Martin Beneš

Praha, březen 2011

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci vypracoval samostatně pod vedením PhDr. Vladimíra Janáka, CSc. a do seznamu použité literatury jsem uvedl všechny použité zdroje.

V Praze dne 28. 3. 2011

.....
vlastnoruční podpis autora

PODĚKOVÁNÍ

Rád bych poděkoval PhDr. Vladimíru Janákovi, CSc. za odborné vedení práce, za praktické rady a možnost využít jeho bohatých zkušeností. Rád bych zde také poděkoval mé rodině a přítelkyni, kteří mě po celou dobu studia vždy maximálně podporovali a bez kterých by tato práce nevznikla.

Název bakalářské práce:

Průzkum popularity florbalu v České republice

Abstrakt:

Tato bakalářská práce má za úkol zjistit názor lidí v České republice na florbal a především se zaměřuje na popularitu tohoto sportu. Teoretická část je zaměřena na historii a rozšíření florbalu u nás i ve světě. Krátce tu jsou popsána i pravidla, různé další zajímavosti a fakta z florbalového prostředí. Dále zde popisují proces marketingového výzkumu, který jsem provedl. Výzkumné metody jsem založil na primárním kvantitativním dotazování. Jednotlivé dotazníky jsem rozesílal elektronicky. Praktická část se tedy zabývá sběrem a analýzou dat výzkumu a tato data jsou následně interpretována z různých úhlů pohledu.

Klíčová slova:

sport, florbal, marketingový výzkum, dotazování, popularita

Title of the Bachelor's Thesis:

Survey of floorball popularity in the Czech Republic

Abstract:

Aim of this bachelor's thesis is to uncover general public's opinion about floorball and the popularity of this sport in the Czech Republic. The theoretical part focuses on history of floorball and how widespread it is here and around the world. Short description of rules and interesting facts from floorball environment are also included. Furthermore, I describe marketing research process I conducted. The research methods are based on primary quantitative interviewing, which was done electronically. The practical part thus focuses on the research data collection and analyses and their interpretation from different points of view.

Key words:

Sport, floorball, marketing research, interviewing, popularity

Obsah

1	ÚVOD.....	8
2	CÍLE A ÚKOLY PRÁCE	10
3	FLORBAL.....	11
3.1	Historie florbalu	11
3.2	Historie florbalu v ČR.....	13
3.2.1	Mantinely pro všechny.....	14
3.2.2	Florbal v ČR.....	15
3.2.3	MS 2008 v ČR	17
3.3	Pravidla florbalu.....	18
3.4	Handicapovaní sportovci.....	19
3.4.1	Florbal na kolech	20
3.4.2	Střílejte na vozíčkáře	20
3.5	Czech Open	21
3.6	Zahraniční florbal.....	22
3.6.1	Švédsko.....	22
3.6.2	Finsko.....	22
3.6.3	Švýcarsko.....	23
4	MARKETINOVÝ VÝZKUM.....	24
4.1	Historie a definice marketingového výzkumu	24
4.2	Proces marketingového výzkumu	26
4.2.1	Specifikace problému a stanovení výzkumných cílů.....	26
4.2.2	Sestavení plánu výzkumu	27
4.2.3	Sběr informací.....	30
4.2.4	Analýza informací.....	31
4.2.5	Prezentace výsledků.....	31
5	ANALÝZA VÝSLEDKŮ	32
5.1	Rozdělení respondentů	32
5.1.1	Rozdělení respondentů podle pohlaví.....	32
5.1.2	Rozdělení respondentů podle velikosti obce kde žijí.....	32
5.1.3	Rozdělení respondentů podle dosaženého vzdělání.....	34

5.1.4	Rozdělení respondentů podle věku	35
5.2	Vztah ke sportu	35
5.2.1	Porovnání mužů a žen	36
5.3	Popularita sportů	37
5.3.1	Popularita sportů u mužů	38
5.3.2	Popularita sportů u žen	40
5.4	Vztah k florbalu.....	41
5.4.1	Florbal a muži	42
5.4.2	Florbal a ženy.....	43
5.5	Periodicita hry	44
5.6	Czech Open	45
5.7	Důvody rostoucí popularity florbalu	46
5.8	Stoupající členská základna	47
5.9	Sledovanost florbalového světa.....	48
5.10	Informační kanály	49
5.11	Nejoblíbenější klub	50
5.12	Nejoblíbenější florbalová značka	50
5.13	Nezájem o florbal.....	50
6	Závěry a doporučení	52
7	Použitá literatura.....	54
7.1	Tištěné zdroje	54
7.2	Elektronické zdroje	56
7.3	Jiné zdroje	56
8	Přílohy	57
8.1	Seznam položených otázek respondentům.....	57
8.2	Zápis o utkání	63

1 ÚVOD

Podle historiků se sport začal vyvíjet v armádě, kde při výcviku používali vojáci nejrůznějších druhů her a soutěží, zaměřené na bojové dovednosti a fyzickou zdatnost. V Řecku vedly sportovní a fyzické aktivity k sebezdokonalení, které se stalo součástí kulturního života, a sama o sobě fyzická zdatnost byla považována za nedílnou součást dokonalosti. Ve středověku se pomalu začalo ustupovat od prvotní myšlenky sportu jako fyzického výcviku a sport se poprvé předvedl jako zábava podávána přihlížejícím. Velmi zásadní vliv na vývoj budoucího sportu mělo založení novodobých olympijských her. Ze sportu se tak pomalu začal stávat kulturní, ale i politický fenomén.

Sport už zdaleka neoznačuje pouze specifickou tělesnou aktivitu člověka, dnes již vyjadřuje velký kulturní fenomén. Fenomén, který zasahuje do mnoha oblastí společnosti a plní mnoho pro člověka důležitých funkcí. Zdravotní, sociální nebo čím dál tím více rostoucí funkcí ekonomickou.

S vývojem společnosti se také mění a vyvíjí sport sám, především pak to, jak je veřejností vnímán. V několika posledních dekadách došlo k významným změnám. Zrodily se nám nové sporty, které si začínají budovat svojí nezastupitelnou pozici, a na druhou stranu, jsou tu pak ale také sporty, které spíše ustupují ze slávy, a jejich popularita klesá. Mnohé je dáno změnami ekonomického a obchodního charakteru.

Ve své bakalářské práci bych se proto rád věnoval florbalu, velmi mladému, přesto neuvěřitelně rozšiřujícím se sportu. Rád bych Vás seznámil s počátky tohoto sportu, jakými cestami se dostal do České republiky, kdo byl hlavní průkopník florbalu u nás a především bych chtěl na základě svého výzkumu zjistit oblíbenost tohoto sportu v široké veřejnosti.

Právě florbal jsem si zvolil, protože ho dlouhodobě na vysoké úrovni aktivně hraji. Poslední dobou se pohybuji především ve florbalovém prostředí, kde se mi tento sport jeví jako velmi populární. Ve své práci chci však udělat průzkum co možná nejširší veřejnosti a zjistit, zda je tomu opravdu tak, a zdali se florbal již dostal do povědomí většiny lidí.

Práce bude rozdělena do kapitol, kde teoretický základ je zaměřen na historický původ a vývoj samotného sportu, dále bych zde rád popsal metodologii marketingového průzkumu a teorii dotazování, které mi budou vodítkem pro samotný výzkum.

Cílem praktické části bude v návaznosti na teorii shrnout, analyzovat a vyhodnotit získané informace. Sběr informací proběhne prostřednictvím elektronického dotazníkového průzkumu. Každá otázka bude pro zajímavost analyzována z vícera pohledů. Data bych rád získal plošně z celé republiky, aby byla výsledná zpráva co nejrepresentativnější.

2 CÍLE A ÚKOLY PRÁCE

Práce má za úkol zkoumat popularitu florbalu z co možná nejširšího výběru respondentů v České republice.

Teoretická část je zaměřena na historii florbalu, jeho pravidla a jiné zajímavosti. Dále zde definuji pojmy z oblasti průzkumu trhu, či marketingového výzkumu a nastíním proces sběru dat pro tento výzkum.

Praktická část se zabývá analýzou a prezentací výsledků výzkumu popularity florbalu v ČR.

Výzkumné otázky:

Co je příčinou takového rozmachu florbalu v ČR v posledních několika letech?

Bude tento trend pokračovat i v budoucnu?

Jaké jsou důvody výběru sportu právě pro florbal?

Hypotéza:

Je větší mediální pozornost příčinou vyšší popularity florbalu?

Úkoly:

- 1) Studium patřičné literatury k dané problematice
- 2) Tvorba dotazníku
- 3) Sběr informací
- 4) Analýza získaných informací

V této práci se pokusím potvrdit či vyvrátit důvody popularity florbalu, odhadnout jeho další vývoj, a zda se může v budoucnu stát tak atraktivním sportem pro sponzoring jako je například fotbal či lední hokej.

3 FLORBAL

3.1 Historie florbalu

Tak, jako má hokej svou kolébku v Kanadě, má florbal tu svou ve Skandinávii, přesněji ve Švédsku. Málo se ovšem ví, že florbal nevznikl právě ve Švédsku, ale ve státě Minneapolis v USA v továrně na plasty Cosom. Tamním dělníkům patří prvenství, neboť z dlouhé chvíle si pro zábavu vyrobili plastové hokejky, jimiž ovládali míčky již v roce 1958. V USA a Kanadě v šedesátých letech minulého století si hráli s plastovými hokejkami především studenti a děti a tehdy nově zrozená hra dostala název floorhockey a za mořem se dočkala i prvních turnajů.

Masovému rozkvětu se nový sport dočkal až poté, když byly plastové hole Cosom přivezeny na evropský kontinent, konkrétně roku 1968 do Skandinávie. Ve Švédsku, zemi s dostatečným množstvím tělocvičen a hráčů zapálených pro lední hokej, našla nově vznikající hra příhodné podmínky pro rozkvět. Na počátku sedmdesátých let objevovali kouzlo hry, kterou pojmenovali *innebandy*, švédští hokejisté v letním období v tělocvičnách a na venkovních hřištích. Florbal tak vlastně vznikl jako modifikovaná hra ledního hokeje, tehdy v mnoha variantách s různými typy míčků i lehkých puků.

V polovině sedmdesátých let se prosadila myšlenka sjednocení do jednoho sportu bezkontaktní povahy. Začaly se vyrábět první speciální nepružné hokejky, míček byl přejatý z odlehčeného typu míčku používaného v USA k zimním tréninkům nadhazovačů baseballu v hale. Američané zjistili, že na děrovaný míček působí menší odpor vzduchu a i přes nízkou váhu si zachovává kvalitní letové vlastnosti. A Švédové s ním začali hrát florbal. Ten rychle oslovil zájemce o sport hokejového typu nejenom z řad nebruslařů a jeho popularita se brzy rozšířila do sousedního Finska (*salibandy*). Ze Skandinávie se florbal šířil na jih, především do Švýcarska, kde se tento sport, pod názvem *unihockey*, stal také velmi populárním.

Severské země navázaly se Švýcary kontakt a v roce 1986 založili Mezinárodní florbalovou federaci (IFF - International Floorball Federation) ve švédské Huskvarně. Florbal se dále šíří do ostatních evropských zemí a v novém století již výrazně expanduje i napříč kontinenty. Po silné trojce (Švédsko, Finsko, Švýcarsko) se postupně do IFF zapojovaly další státy – Norsko, Maďarsko, Rusko a v roce 1993 také Česká republika. V roce 1994 se konalo první Mistrovství Evropy mužů ve Finsku, o rok

později první ME v ženské kategorii. Rok 1996 byl ve znamení prvního oficiálního mistrovství světa, jehož severské finále sledovalo přes 15 000 diváků ve stockholmské Globen aréně. Od té doby se mistrovství koná každoročně. V lichých letech o medaile bojují ženy a v sudých muži. V roce 2010 MS změnilo svůj systém, dosavadní „B“ a „C“ divizi nahradila kvalifikace na MS a počet účastníků mistrovství se zvýšil z 10 na 16.

Počet členských zemí neustále vzrůstá, jmenuji například Estonsko, Lotyšsko, Německo, Rakousko, ale i Singapur, či Brazílie, atd. Na přelomu tisíciletí registrovala IFF již 22 členských zemí a v nich více než 160 000 registrovaných hráčů a hráček v přibližně 3 000 oddílech. Tato čísla stále narůstají a v roce 2010 eviduje IFF již 52 členských asociací, přes 4 tisíce klubů a více jak 300 000 registrovaných hráčů. Současným prezidentem IFF je Tomas Ericsson ze Švédska, v roce 2010 byl do prestižní funkce viceprezidenta IFF zvolen český zástupce Filip Šuman.

Mezinárodní florbalová federace nyní sídlí v Helsinkách a vynakládá úsilí o celosvětový kongres. V roce 2008 zaznamenala úspěch na diplomatickém poli. Florbal byl přizván do rodiny prozatímních sportů Mezinárodním olympijským výborem (MOV). Tento fakt florbalu otevřel dveře k Univerziádě jež je prvním krokem k zařazení do programu letních olympijských her, o které Mezinárodní federace pochopitelně usiluje.

Po Švédsku a Finsku je florbalově třetí nejvyspělejší zemí Švýcarsko následované Českou republikou. Toto rozložení sil se odráží zejména v kvalitě soutěží a samozřejmě se promítá do výsledků reprezentačních družstev. Z klubových soutěží je nejuznávanější švédská Superliga, která je výjimečná nejen svým nestandardním finále. Nejlepší dva ze čtrnácti celků zde hrají toto finále play-off pouze na jedno jediné utkání, které se hraje v zaplněné Globen aréně. Finská Salibandy liga je oproti švédské soutěži útočnější, rychlé přelévání hry je divácky atraktivní a dvojciferné výsledky nejsou nikterak výjimečné. Úroveň o poznání vyšší než česká Extraliga si udržuje i švýcarská NLA.

Rozvoj florbalu v ostatních zemích je neméně dynamický, čímž dochází k postupnému vyrovnávání. Florbalově mladší státy postupují vpřed mílovými kroky. Česká republika se snaží „šlapat na paty“ Švýcarsku a i postavení Švédska, zejména díky sousednímu Finsku, ztratilo také punc bezvýhradné exkluzivity. V ženské kategorii jsou síly přeskupeny rozdílněji. Primát drží díky ohromné základně a kvalitní soutěži

Švédky, na druhou nejvyšší příčku se vypracovaly švýcarské florbalistky před finskými. Do budoucna lze očekávat větší vyrovnávání světové špičky a zapojování se stále více florbalových zemí.

3.2 Historie florbalu v ČR

Prvnímu českému kontaktu s florbalem napomohl výměnný pobyt studentů z univerzity KY z Helsinek. Českým vysokoškolákům se hra ve Finsku zalíbila. Posléze se při pobytu Finů v Praze v roce 1984 odehrál historicky první mezinárodní zápas na české půdě. Malá tělocvična na VŠE byla svědkem střetnutí mezi Finy a Čechy. „Místo mantinelů jsme podél čar na parketách položili na bok lavičky, branka se vytvořila z přeskakovacích koz opatřených plachtou místo sítě. Ten sport se nám strašně líbil. Všichni jsme prožívali hokejová mistrovství světa, hlavně zápasy se Sovětským svazem, tohle hokej hodně připomínalo a padala při tom spousta gólů,“ vzpomínal Michal Bauer na výše zmiňovaný mezinárodní duel. Na konci pobytu zde finští studenti zanechali darem dvanáct hokejek s míčky a studenti VŠE s nimi hráli v malé tělocvičně téměř rok. Hokejky se začaly ale lámat a i přes snahu o jejich lepení či nastavování násadami od košťat apod., již nebylo možné hrát čtyři na čtyři. Kvůli absenci vybavení skupina studentů okolo Michala Bauera (nynější prezident klubu TJ JM Chodov) a Petra Chaloupky (nyní hraje veteránskou ligu za Tatraň Omlux Střešovice) florbalu dočasně zanechala.

Český florbal tým v roce 1985 „usnul“ a spal celých šest let. Poté dovezl hokejky ze Švédska Bernq Holmquist, ředitel švédské pobočky jedné pražské cestovní kanceláře. Začalo se tak v pražských Střešovicích, zejména díky bratrům Vaculíkovým, opět hrát. Ve stejné době znovu provozovali miniflorbal se svými zbylými holemi i výše zmiňovaní studenti VŠE. Další materiál se do Čech dostal například ze Švýcarska prostřednictvím letního soustředění florbalového družstva ve východočeské Jaroměři a asi sto hokejek od firmy Unihoc přivezl Martin Vaculík ze Švédska.

Podstatný byl zájezd tatranských průkopníků na turnaj do maďarské Budapešti a následné dovezení opravdových mantinelů v roce 1992. Díky nim se začaly hrát turnaje a později první ročníky soutěží. Florbal se začal šířit do všech koutů naší země. Kromě hlavního města se druhým největším ohniskem rozvoje stalo Ostravsko, o což se nejvíce

zasloužil Marcel Pudich (spoluzakladatel druhého nejúspěšnějšího klubu u nás 1. SC WOOW Vítkovice). Další centra vznikala v Brně nebo Liberci. Premiérovým mistrem národní ligy se v roce 1994 stal po zásluze pražský celek IBK Forza Tatran, který z celkového počtu 18 zápasů prohrál jediný.

Dalšímu rozvoji jistě napomohlo pořádání historicky druhého MS mužů v roce 1998 v Brně a v Praze. V roce 2003 byla Česká republika pořadatelem Evropského poháru mužů i žen a Světového šampionátu juniorů. Důležitým rozvojovým momentem bylo stále častější zařazování florbalu do výuky tělesné výchovy na školách a vznik prvních školních soutěží. V roce 1996 vznikla společnými silami tehdejších hráčů a trenérů první metodická příručka. Rozvoj podporuje ČFbU i nadále pomocí programů podpory či dlouhodobě připravovanou akcí „Mantinely pro všechny“.

3.2.1 Mantinely pro všechny

Česká florbalová unie v roce 2004 vyhlásila akci „Mantinely pro všechny“, která umožňuje všem zájemcům získat florbalové mantinely. Vzhledem k tomu, že ne všechny oddíly si mohou dovolit větší finanční investici, přišla ČFbU s pomocí. Všem florbalovým oddílům nabízí bezúročné financování nákupu certifikovaných florbalových mantinelů a umožní jim tak zkvalitnit jejich klubovou činnost. Oddíly poté dle dohodnutého splátkového kalendáře bezúročně půjčenou částku čtvrtletně splácejí formou nájemného. Doba splácení je nastavena na čtyři roky. Po splacení původní částky přejdou mantinely do vlastnictví oddílu.

ČFbU vyhlásila mezi dodavateli florbalových mantinelů výběrové řízení. Ti nejúspěšnější dodavatelé budou zařazeni do této akce, a jejich mantinely budou pak oddílům nabídnuty. Do akce se přihlásili tři dodavatelé, kteří splnili základní podmínku - tj., že jejich mantinely jsou certifikované IFF. Mantinely od těchto dodavatelů byly poté do akce zařazeny. Oddíly si mohou vybrat, které z nabídnutých mantinelů v rámci akce zvolí. Nabídky a podmínky jednotlivých dodavatelů jsou k dispozici ke srovnání na webu ČFbU. V první vlně bylo do akce přijato 25 žádostí, další žádosti jsou do akce zařazovány postupně tak, jak oddíly začnou vracet finanční prostředky. Kromě pomoci oddílům získat nové florbalové mantinely si od této akce

ČFbU slibovala, že povede k dalšímu rozvoji českého florbalu a přispěje i ke zvyšování jeho kvality.

3.2.2 Florbal v ČR

V ČR florbal zaštiťuje Česká florbalová unie (ČFbU). Založena byla v lednu roku 1992, o rok později byla přijata Mezinárodní florbalovou federací (IFF). Prvním prezidentem ČFbU se stal a šest let ve funkci vydržel Martin Vaculík, po něm působil ve dvouletém období František Babák. Od roku 2000 úspěšně řídí český florbal Filip Šuman. Hned během prvního roku své existence nashromáždila unie na 700 hráčů rozdělených do 40 klubů.

Obrázek 1: logo České florbalové unie



zdroj: www.cfbu.cz

V roce 1998 se v ČFbU účastnilo přes 4 500 hráčů ve 156 družstvech v 16 soutěžích. O deset let později, v roce 2008, to bylo již necelých 45 000 aktivních členů, tedy desetinásobek hráčů, téměř 1 200 družstev a 128 soutěžích. Tato čísla deklarují neuvěřitelně bouřlivý boom florbalu, jenž stále trvá. V letošní sezoně 2010 - 2011 počet členů úspěšně atakuje šedesátitisícovou hranici v téměř 1 400 družstvech po celé ČR. Při stávajícím tempu rozvoje bude florbal brzy druhým největším sportem po fotbalu. V mládežnické základně je druhý již nyní, v pohárové soutěži dospělých drží prvenství. V žádném kolektivním sportu není přihlášeno do pohárové soutěže tolik družstev, jako právě ve florbalu. Vzhledem ke krátké historii jsou raritou již zavedené veteránské kategorie.

Nejvíce registrovaných samozřejmě zápolí v kategoriích dětí a mládeže. V přípravce hrají děti od pěti let, následují dvouleté kategorie elévů a mladších žáků.

V těchto kategoriích není kladen přílišný důraz na výsledky a záměrně se neeviduje kanadské bodování. Po mladších žácích následuje tradičně kategorie starších žáků, kteří mají na konci sezony soutěžní vrchol v podobě mistrovství republiky. Dorostenci a junioři hrají v nejvyšší úrovni soutěže celostátního charakteru. V ženských složkách je prozatím kategorií méně a nejmladší dívky často hrají společné soutěže s chlapci. S rostoucí základnou budou přibývat další kategorie k zatím vytvořeným žákyním, dorostenkám, juniorkám a ženám. Výhledově budou dívčí kategorie dvouleté podobně jako u chlapců.

Dlouhodobě nejúspěšnějším klubem v kategorii dospělých je třináctinásobný mistr Tatra Sřešovice (nástupce Forzy). V jeho dresu zářili například již legendární Vladimír Fuchs (bývalý kapitán reprezentace a vítěz kanadského bodování na mistrovství světa v roce 1996) nebo Juraj Šádek (11 násobný vítěz české nejvyšší soutěže). Rekord v kanadském bodování extraligy drží nestárnoucí brněnský patriot Libor Schneider. Na mezinárodní klubové scéně nejvíce zazářil celek 1. SV WOOW Vítkovice ziskem stříbra na Evropském poháru v Lotyšsku v říjnu 2010. Ve finále podleli čeští vicemistři pouze švédskému elitnímu klubu Storvreta IBK, který v základní skupině dokonce dokázali přehrát. V ženské kategorii dříve vítězila tým Liberce, v posledních letech prokazuje suverénní nadvládu celek z hlavního města Herbadent Tigers SJM (dříve Děkanca). Ten v říjnu roku 2009 uspěl i na poháru mistryň ziskem bronzových medailí, stejně jako v sezoně 2007 - 2008. Nejvýraznější postavou ženského florbalu byla produktivní útočnice Ilona Novotná. Mimo jiné získala tři ocenění Florbalistka roku v řadě v letech 2007 - 2009. V posledních letech provází florbal zvýšená pozornost sportovní veřejnosti, frekvence televizních přenosů nabývá na pravidelnosti a zvýšený zájem o florbal pozorujeme i u ostatních médií.

Do českých soutěží postupně pronikají cizinci. Zejména ze sousedního Slovenska a Polska, ale i ze vzdálenějšího Ruska nebo z Finska. V Čechách se zabydlel i Švéd s finskými kořeny Johan Von der Pahlen, hráč s reprezentačními zkušenostmi a dvěma tituly z Evropského poháru mistrů je oporou Tatra Sřešovice.

Prvním oficiálním českým reprezentačním trenérem byl od roku 1995 Jaroslav Marks. Trénoval muže na ME a na prvních dvou MS (1996 – 4. místo, 1998 – 6. místo na domácím MS). Před ním byl s týmem jako trenér Pavel Berger pouze v přátelských zápasech ve Švýcarsku. Od roku 2000 převzal mužskou reprezentaci kouč Zdeněk

Skružný. Vedl družstvo na pěti mistrovstvích světa, z toho čtyřikrát dovedl tým do semifinále. Byl rovněž u největšího úspěchu, když čeští florbalisté vybojovali na MS 2004 ve Švýcarsku stříbrné medaile. V semifinále zdolali domácí výběr 5:3 a ve finále po boji podleli výběru Švédska 4:6. Po domácím mistrovství v roce 2008 nahradil Skružného ve funkci aktuální trenér Tomáš Trnavský, který v roce 2010 dovedl reprezentační mužstvo na MS ve Finsku k zisku bronzové medaile.

Dvě medaile dosud získala reprezentace juniorů, v roce 2007 ve Švýcarsku stříbrné a při domácím MS v roce 2003 se radovala z bronzových. Třetí příčku vybojovaly na domácím MS v Olomouci v roce 2010 i juniorské reprezentantky. Největším úspěchem ženské reprezentace byla 4. příčka na MS 2009 ve Švédsku, kdy české hráčky podlely v zápase o bronz finským florbalistkám 1:3. Všechny reprezentační týmy se pravidelně dvakrát za sezonu účastní turnajů Euro floorball tour, kde se střetávají s nejlepšími světovými výběry. V roce 2011 bude český florbal, konkrétně Mladá Boleslav, hostit premiérový klubový Champions cup a o rok později univerzitní MS. V univerzitním mistrovství se českým barvám daří. Roku 2008 vybojoval český akademický výběr mužů ve Finsku stříbrné medaile. O dva roky později přivezl ze Švédska stříbrné medaile. O další dva roky později přivezl ze Švédska stříbro ženský výběr a muži získali bronz.

3.2.3 MS 2008 v ČR

Předposlední MS mužů hostila v novém prosincovém termínu v roce 2008 Ostrava a Praha. Za pomoci několika stovek dobrovolníků se ČFbU podařilo uspořádat akci hodnocenou jako nejlepší florbalové mistrovství vůbec. MS bylo po pořadatelské stránce velice úspěšné. Po dobu jeho konání byl florbalu, i díky vhodně zvolenému termínu, jenž nekolidoval s jinou významnou akcí, v médiích věnován značný prostor. Celkový počet diváků překročil sto tisíc, čímž byl překonán rekord MS. Na zápas ČR – Švédsko v základní skupině v Ostravě se přišlo podívat téměř 9 tisíc fanoušků, což byl rovněž rekordní počet. Finále sledovalo v nejmodernější aréně v Praze přes čtrnáct tisíc fanoušků. Podle očekávání se do finále probojovaly skandinávské celky. Historicky poprvé prolomila švédskou nadvládu reprezentace Finska, jež v nádherném finále zvítězila v prodloužení. Domácí reprezentace sahala po medaili, když v dramatickém boji o třetí příčku nakonec těsně podlela Švýcarsku rovněž v prodloužení. Poslední MS

se uskutečnilo koncem roku 2010 ve Finsku, kde český výběr získal bronz. V roce 2013 bude ČR pořádat MS žen a pro rok 2018 bude opět kandidovat na pořadatelství nejprestižnějšího MS v mužské kategorii.

3.3 Pravidla florbalu

Florbalová pravidla čerpala prvky z ledního hokeje, fotbalu, basketbalu i jiných sportů. Vzniklé normy zabezpečují atraktivitu hry a při současné ochraně zdraví a hráčů garantují odehrání zápasů v duchu fair-play.

Podstatou hry je dosáhnout více branek než soupeř při dodržení všech ustanovení pravidel. Utkání řídí na hrací ploše dva rozhodčí. Hrací plocha má tvar obdélníku se zaoblenými rohy a v soutěžních podmínkách je dlouhá 40 a široká 20 metrů. Hrací plocha je obehnána mantinely o výšce 50 cm. Středová čára půlí hřiště na shodně veliké poloviny, vprostřed hřiště je na středové čáře vyznačen bod vhazování.

Na obou polovinách hrací plochy jsou čarami centrálně vyznačeny obdélníky brankovišť. Velké brankoviště má rozměry 4 x 5 metrů a slouží pouze pro vyznačení prostoru pro brankáře. Malé brankoviště tvoří obdélník o rozměrech 1 x 2,5 metru a jeho zadní část slouží zároveň jako branková čára. Na pomyslných prodloužených brankových čarách jsou 1, 5 metru od mantinelu po obou stranách vyznačeny body pro vhazování. Podobně je tomu na středové čáře.

Branky jsou 160 cm široké a 115 cm vysoké a jsou vybaveny kromě zadní obvodové sítě i vnitřními záchytnými síťkami. Na delší straně hřiště mantinely barevně označují desetimetrové prostory pro střídání hráčů.

Brankář není vybaven hokejkou a musí povinně nosit obličejovou masku. Míček může chytat ve velkém brankovišti i mimo něj, musí však nějakou část těla mít neustále uvnitř velkého brankoviště. Po opuštění velkého brankoviště pro něj dočasně platí stejná pravidla jako pro ostatní hráče. V malém brankovišti je brankář vládcem a hráči z pole do něj nesmějí vstupovat.

Florbal se hraje na dvacetiminutové třetiny čistým časem, přestávky k výměně stran jsou desetiminutové. Čistý čas znamená, že po každém přerušení hry se zastavuje i čas. Mladší kategorie, případně nižší soutěže se mohou hrát kratší dobu.

Každé družstvo může využít až 20 hráčů uvedených v zápise o utkání, během hry smí být na hřišti pouze šest hráčů, z toho maximálně jeden brankář. Kapitán týmu je označen širokou páskou na levé paži a jedině on má právo mluvit s rozhodčími. Družstvo má v utkání právo na jeden půlminutový time-out.

Utkání rozhodují 2 rozhodčí, kteří mají totožnou pravomoc. Jejich úkol je řídit hru, rozhodovat o regulérnosti vstřelených gólů a trestat přestupky.

Specialitou florbalu jsou nájezdy neboli trestná střelení. Oproti lednímu hokeji zde hráč na bránu neběží, ale velmi pomalu jde. Florbalová veřejnost tento proces často nazývá „náchody“ na branku.

3.4 Handicapovaní sportovci

Florbalu se daří také mezi handicapovanými sportovci. Rozlišujeme florbal stojících a florbal na vozících. CIFEWH je zkratka pro mezinárodní federaci florbalu na elektrických vozících (electric wheelchair hockey). Používají se speciálně upravené vozíky s pohonem, jejichž cena se pohybuje okolo 200 tisíc korun. Sedící hráči ovládají jednou rukou páčku k pohybu vozíku, zápěstí a předloktí druhé ruky mají pevně přivázané k hokejce. Branky i mantinely jsou snížené.

Odlišný je florbal vozíčkářů, kteří jsou schopní své vozíky ovládat manuálně. Mají sportovně upravené vozíky a často florbal kombinují se sledge hokejem. Ovládní vozíku je velmi namáhavé a pro nováčky složité. Hráči (včetně brankáře, má-li k dispozici alespoň jednu horní končetinu) navíc v jedné ruce drží hokejku a prokazují vysoký stupeň obratnosti. Vozíčkáři mají zvláštní dodatky k pravidlům, upravující například střídání, zakazující hraní hokejkou pod vozíkem či nad úrovní velkých kol vozíku atd.

Domácím průkopníkem a předsedou České federace florbalu vozíčkářů (ČFFV) je Petr Alina. První vozíčkářský zápas v ČR proběhl již v minulém století a od roku 2003 se pravidelně koná mistrovství republiky. Vozíčkářské florbalové ligy se účastní družstva z celé země. V mezinárodním měřítku je úspěšný národní tým pod vedením Petra Koutného. Je první českou reprezentací, které se podařilo porazit Švédy. V roce 2010 Česko v Jablonci hostilo turnaj šesti zemí, kde reprezentace podlehla ve finále

právě seveřanům. Sport handicapovaných je úspěšně podporován projekty „Florbal na kolech“ a „Střílejte na vozíčkáře“.

3.4.1 Florbal na kolech

Projekt "Florbal na kolech", jehož cílem je podpora handicapovaných sportovců, realizace sportovní činnosti, pronájem sportovních hal a nákup sportovních vozíků, byl oficiálně spuštěn 22. 11. 2008 při zahájení ostře sledovaného světového šampionátu florbalistů v Ostravě a v Praze a potrvá přesně tři roky až do 22. 11. 2011. Hlavním cílem charitativní akce je získat co nejvíce finančních prostředků na zakoupení speciálních sportovních vozíků, na kterých mohou handicapovaní nadšenci mnohem lépe hrát svůj oblíbený sport. Cena jednoho takového speciálu je 35.000,- Kč. Aktuální stav finančních příspěvků je průběžně zveřejňován na stránkách ČFbU. Přispět lze jednoduchou formou zasláním dárcovské SMS ve tvaru "DMS NAKOLECH" na číslo "87777". Cena jedné dárcovské SMS je 30,- Kč, z toho plných 27,- Kč dostanou právě florbalisté na kolech!

Obrázek 2: upoutávka na podporu vozíčkářů



zdroj: www.cfbu.cz

3.4.2 Střílejte na vozíčkáře

Se startem nové sezony 2010 – 2011 odstartoval díky spolupráci ČFbU a České federace florbalu vozíčkářů další charitativní projekt s názvem „Střílejte na vozíčkáře“. Do akce může přispět každý klub hrající ligové soutěže vstřelenými góly na nákup speciálních vozíků pro handicapované stoupence děrovaného míčku. Do tohoto charitativního projektu se může zapojit kterékoliv florbalové družstvo, hrající v sezóně 2010/2011 oficiální soutěž pod hlavičkou ČFbU. Základní podmínky ke vstupu do hry

jsou přitom pouze dvě. Ochota podpořit prostřednictvím svého oblíbeného sportu handicapované florbalové spoluhráče a závazek odeslat za každý vstřelený gól svého družstva v základní části sezóny 2010/2011 částku 30 korun na speciální účet pro florbalové vozíčkáře. Na jeden speciální florbalový vozík je potřeba 55.000,- Kč. Účast přislíbil i partner extraligy, společnost Fortuna. Sázková společnost po konci sezony pošle na konto nadace bonusovou částku, která bude rovná součtu příspěvku florbalových klubů. Znamená to tedy, že vklad zdvojnásobí. Díky tomu je na jeden vozík potřeba nastřílet 917 gólů. Patrony projektu se stali hráči Real Top Praha David Suchařípa, Jiří Mádl a Ivan Trojan.

Do charitativního projektu se zapojilo zatím téměř 70 týmů, například extraligové týmy z Kladna, Brna, či Liberce. Přispívají sem družstva od elévů až po veterány. Celkem už bylo v rámci akce vstřeleno více jak 7 tisíc branek a vystříleli již tedy 7 sportovních vozíků. „Děkujeme všem, kteří se stali účastníky našeho projektu a pomohli tak dobré věci. Tento skvělý průběh jsme na začátku nečekali a všem patří hluboká poklona. Projekt skončí na konci letošní sezóny, ale od příští rozjedeme jinou, a věřím, že minimálně stejně úspěšnou akci.“, uvedl za organizátory projektu Lubomír Skála.

Mezi nejlepší týmy, co se vstřelených branek týče, se řadí v ženské kategorii Herbadent SJM Praha 11 s 269 góly a mezi muži TJ JM Chodov se 154 góly. Herbadent má na svém kontě další primát, a to nejvíce vstřelených branek na utkání. Průměr činí téměř 12 gólů. Nejvíce přihlášených týmů mají Královské Vinohrady a nejlepším mládežnickým týmem je družstvo juniorek FbŠ Bohemians. Nejlepší střelec i střelkyně jsou z Prahy. Střelcům kraluje Lukáš Procházka z Kings Praha s 37 góly, mezi ženami je nejlepší Kristýna Jílková z Herbadentu s 31 brankami na kontě.

3.5 Czech Open

Česká republika drží primát v pořadatelsví největšího letního turnaje. Czech Open se odehrává tradičně v Praze v letním termínu od roku 1993. Již první ročník měl mezinárodní účast, když se jej zúčastnilo 43 družstev z osmi zemí a všechny medaile putovaly podle očekávání do Švédska. Od čtvrtého ročníku turnaje přesáhl počet zúčastněných týmů 100. Zatím posledního ročníku se zúčastnilo neuvěřitelných více jak

240 družstev ze 16 zemí. V elitní mužské kategorii získalo nejvíce titulů švédské družstvo Pixbo Wallenstam IBK a srdce fanoušků si získal ofenzivním pojetím hry výběr z finských hráčů Finnsta IBK. Dle nových regulí IFF se Finnsta turnaje již neúčastní, špičkové kluby z florbalově vyspělých zemí jsou však zárukou vysoké kvality.

3.6 Zahraniční florbal

3.6.1 Švédsko

Švédsko má ve florbalovém světě dodnes výsadní postavení a udává směr vývoje po všech stránkách. Tamní florbalový svaz byl jako vůbec první založen v roce 1981 (*Svenska Innebandyförbundet – SIFB*) a je spojen především s průkopníky Cristerem Gustafssonem a Andrásem Czitromem. Se vznikem svazu se začaly hrát ve Švédsku první oficiální soutěže a o 5 let později již základna čítala více než sto klubů.

Dnes je to asi nejkvalitnější a nejvíce sledovaná soutěž na světě. Jako první Čech v historii si tamní Superligu zahrál nejznámější český florbalista Radim Cepek, jenž má na svém kontu více než 100 startů v českém národním dresu. Po něm ve Švédské nejvyšší soutěži působili také Martin Richter a Milan Garčar. V sezoně 2010 – 2011 měli Češi zástupce dokonce ve švédském top klubu, Aleš Zálesný hrál v barvách Warbergu. V letošní sezoně se k těmto výjimečným českým florbalistům přidal i brankář Tomáš Kafka. Ten se tím pádem stal historicky prvním českým gólmanem chytajícím ve Švédsku.

Švédská liga je zatím jedinou soutěží, kde se finále nejvyšší soutěže hraje na jeden jediný zápas. Švédské superfinále se již 6 let hraje v Globen Areně a sleduje ho kolem 14 tisíc diváků.

3.6.2 Finsko

Finská nejvyšší liga je také velmi populární především pro svou florbalovou atraktivitu. Hra není příliš svázána taktikou, o to více se útočí. Zápas často končí dvojcifernými výsledky a to se divákům pochopitelně musí líbit. Finskou ligu okusilo

mnoho českých reprezentantů a reprezentantek, například Pavel Brus, Tomáš Sladký, Aleš Zálesný nebo Denisa Billá.

3.6.3 Švýcarsko

Ve Švýcarsku mají tradici jiné formy sportu využívající brankáře s hokejkou a také hra družstev na menším hřišti s pouze třemi hráči. Nižší soutěže se ve Švýcarsku dodnes hrají systémem 3 + 1 v menších tělocvičnách (Kleinfeld), klasický florbal 5 + 1 na větších hřištích (Grossfeld), samotný sport je označován jako unihockey.

Švýcarsko je poslední zemí, která se může pyšnit kvalitnější nejvyšší soutěží v porovnání s námi. Pro Čechy je nejbližší a navíc poskytuje snad nejlepší florbalové podmínky na světě. Právě proto zde nacházíme nejpočetnější kolonii krajánků.

4 MARKETINOVÝ VÝZKUM

4.1 Historie a definice marketingového výzkumu

Marketingový výzkum představuje formu získávání informací o obchodním trhu, jehož součástí je například velikost trhu, cílové skupiny, profil spotřebitelů, konkurence, rizika apod.

Marketing byl v minulosti uplatňován především v Americe, stejně jako samotný marketingový výzkum. U nás se největšího rozmachu marketingový výzkum dočkal po „Sametové revoluci“ v roce 1989.

Marketingový výzkum má za sebou dlouhou historii a prošel si již několika vývojovými etapami. Od jeho počátku až dodnes vyšlo mnoho publikací, které se od sebe liší v závislosti na úhlu pohledu na jeho význam a uplatnění.

Philip Kotler (2001, s. 116) říká, že *„Marketingový výzkum je systematické určování, shromažďování, analyzování a vyhodnocování informací, týkajících se určitého problému, před kterým firma stojí.“*

Kolektiv autorů VŠE (1999, s. 63) pozoruje hlavní úlohu marketingového výzkumu *„... ve specifikaci, shromažďování, analýze a interpretaci informací, které umožňují porozumět trhu, na kterém podnik podniká nebo hodlá podnikat, identifikovat problémy spojené s podnikáním na tomto trhu a identifikovat příležitosti, které se na něm pro podnikání vyskytují nebo mohou vyskytnout a formulovat směry marketingové činnosti a hodnotit její výsledky.“*

Příbová (1996, s. 8) přebírá definici marketingového výzkumu od Americké marketingové asociace, která jej popisuje jako *„... prostředek, který spojuje spotřebitele, zákazníka a veřejnost s marketingovým prostředím prostřednictvím informací užívaných ke zjišťování a determinaci marketingových příležitostí a problémů, k tvorbě, zdokonalování a hodnocení marketingových akcí, monitorování marketingového úsilí a k zlepšení celého marketingu jako procesu. Marketingový výzkum specifikuje požadavky podle vhodnosti k řešení těchto problémů, vytváří metody procesu, řídí a uskutečňuje proces sběru dat, analyzuje výsledky a sděluje poznatky a jejich důsledky.“*

V literatuře se setkáváme s množstvím pohledů na členění marketingového výzkumu. Nejpoužívanější druhy výzkumu popisuje například Kotler (1998):

- kvantitativní výzkum
- kvalitativní výzkum
- výzkum médií a výzkum účinnosti reklamy
- výzkum business-to-business (B2B), resp. průmyslový výzkum

Uvedené druhy marketingového výzkumu nacházejí uplatnění především v následujících oblastech (Kolektiv autorů VŠE, 1999):

- *výzkum trhu*, zabývající se zkoumáním rozsahu, umístění a charakteristik trhu, analýzou trhu a prognózování vývoje na trhu,

- *výrobní výzkum*, zaměřuje se na otázky spotřebitelské akceptace existujících nebo nových výrobků a na specifikaci charakteristik výrobků, které by měly mít z hlediska spotřebitele,

- *výzkum propagace*, který se zaměřuje hlavně na hodnocení a měření účinnosti propagace a rovněž na výběr nejvhodnějších propagačních médií

Účelů, pro které může být marketingový výzkum prováděn, je zase několik:

- deskripce, tj. popis určitého stavu nebo probíhajících trendů na trhu na základě monitorování trhu a marketingového prostředí,

- explanace, tj. vysvětlování příčin určitých zkoumaných jevů nebo procesů a měření efektů vyplývajících ze sledovaných kauzálních vztahů

- predikce, tj. odhad budoucího vývoje na sledovaném trhu s přihlédnutím ke všem relevantním faktorům, které na tento vývoj mohou mít vliv

4.2 Proces marketingového výzkumu

Každý marketingový výzkum je svým způsobem jedinečný. Důvod je především ten, že daný zkoumaný problém je jedinečný. Samotný proces marketingového výzkumu je ale velmi podobný a dal by se shrnout do následujících kroků:

1. Specifikace problému a stanovení výzkumných cílů
2. Stanovení plánu výzkumu
3. Sběr informací
4. Analýza informací
5. Prezentace výsledků

Tyto kroky nejprve popíší z teoretického rámce, dále pak popíší jeho průběh a význam v mém průzkumu. Důležité je podotknout, že teoretická východiska marketingového výzkumu jsou koncipována pro zkoumání především výrobků, reklamy a trhu a u průzkumu popularity sportu se musí počítat s možnými odchylkami.

4.2.1 Specifikace problému a stanovení výzkumných cílů

Před zahájením výzkumu je důležité si správně stanovit a popsat cíle, které bychom chtěli po průzkumu zodpovědět. Správné definování problému nás ochrání od mnohých komplikací v průběhu výzkumu. Při realizaci tohoto úkolu je potřeba si určit správnou šíři daného problému. Široká specifikace nám přinese příliš mnoho informací, které pro nás nebudou potřebné, naopak úzká specifikace nám nepřinese dostatek vypovídajících údajů.

Cíle výzkumu si můžeme vymezit tzv. výzkumnými otázkami, které nám přesně vyjádří, co má náš výzkum zjistit.

Cílem mého pozorování je analyzovat a zjistit nejoblíbenější sporty u nás, dále pak především popularitu florbalu v České republice. Chtěl bych zjistit, jak se veřejnost staví k rostoucí oblibě tohoto sportu a jakými kanály tento velmi mladý sport pozorují. Pro zodpovězení výše uvedených cílů je potřeba provést následující kroky:

- vytvoření dotazníku
- sběr informací
- vyhodnocení dotazníků pomocí tabulek a grafů
- analyzovat a interpretovat zjištěné výsledky

4.2.2 Sestavení plánu výzkumu

Ve druhé etapě výzkumu je třeba vytvořit vhodný plán ke sběru požadovaných informací. V praxi je nutné nejprve důkladně promyslet a následně porovnat náklady a výnosy, které s daným výzkumem souvisí. Výnosy by měly v každém případě převýšit náklady, protože jinak by vůbec nebylo smysluplné a efektivní průzkum provádět. Po zodpovězení otázky nákladů a výnosů je třeba dále rozhodnout, jaké informační zdroje, výzkumné přístupy, metody, plány výběrů a kontaktování budou zvoleny. (Kotler, 2001)

4.2.2.1 Druhy informací

V marketingovém výzkumu je možné získaná a zkoumaná data klasifikovat podle několika kritérií. Nejčastěji jsou data členěna na:

1. interní - získané od vlastních pracovníků (spoluhráčů) nebo z dokumentů evidovaných vlastní společností či podnikem nebo

externí - jedná se v podstatě o všechny ostatní informace, které nepocházejí z vlastních zdrojů podniku (statistiky, tiskové zdroje, ...)

2. primární - byly získány prostřednictvím vlastního výzkumu a slouží pouze k jeho účelům, dříve nebyly nikdy a nikde publikovány nebo zveřejněny, mohou však být z již existujících zdrojů odvozeny nebo

sekundární - tyto informace byly použity a zveřejněny již dříve k jinému účelu, mohou však mít významnou a stejně důležitou vypovídající hodnotu jako informace primární

3. kvantitativní - tyto informace vyjadřují určité množství, velikost, objem, úroveň nebo intenzitu zkoumaných jevů nebo

kvalitativní - popisují a charakterizují zkoumaný problém prostřednictvím různých pojmů a tříd, protože se nedají přímo měřit

Každou informaci je možné zařadit všemi výše uvedenými způsoby. V praxi je běžné zjišťovat nejprve informace sekundární, protože by mohly být použitelné

k požadovanému účelu. Teprve pokud je nenajdeme nebo se ukáže, že nalezená data nejsou relevantní a dostatečná, je třeba zajistit data primární.

4.2.2.2 Přístupy pro získání informací

Je mnoho způsobů, jak informace získat. Důležité je přitom znát, zda jsou požadovány informace primární nebo sekundární.

V případě sekundárních údajů je nutné si uvědomit, jaké údaje jsou požadovány. Poté je potřeba si stanovit, v jakých interních a externích zdrojích je možné je najít. Dalším krokem je pak jejich samotné získání s následným posouzením jejich validity. Takovýto sběr informací bývá někdy také označován jako *desk research*, neboli průzkum od stolu.

V případě, že se jedná o data primární, tzv. *field research*, je na výběr hned z několika možných postupů, kterými jsou

- dotazování
- pozorování
- experiment
- kvalitativní metody

Každý z těchto postupů má svá specifika a charakteristické rysy a dále se dělí podle mnoha kritérií. S použitím každého z nich souvisí také konkrétní nástroje pro sběr informací. Za dva hlavní jsou považovány dotazníky a technická zařízení. Po výše uvedeném výčtu možných postupů bude v další části popsáno především šetření dotazováním, které je základem pro výzkum této práce. (Kolektiv autorů VŠE, 1999)

4.2.2.3 Metoda výzkumu

Pro šetření dotazováním je nejdůležitějším nástrojem dotazník. Kotler (2001, s. 125) uvádí dotazník jako „... soubor otázek, na něž mají respondenti odpovídat. Pro svou pružnost je to nejpoužívanější nástroj pro sběr primárních informací. Musí však

být velice pečlivě připraven, vyzkoušen a zbaven sebemenších nedostatků dříve, než bude uplatněn v širokém měřítku.“

Při sestavení dotazníku je třeba dbát na množství, formulaci a sled otázek. I jedna špatně položená otázka může mít totiž negativní vliv na celý výzkum. S ohledem na obsah se dělí otázky na uzavřené a otevřené. Uzavřené nabízejí dotazovanému na výběr z již předem formulovaných odpovědí, otevřené ho naopak vybízejí k vlastnímu vyjádření. Každá varianta otázek má své klady a zápory.

4.2.2.4 Výběr respondentů

Jako jednu z posledních věcí před samotným sběrem informací je nutné naplánovat, jak budou respondenti vybíráni. K tomu je potřeba vymezit několik základních bodů:

- Je třeba určit cílovou populaci, která bude zkoumána a vybrat z ní respondenty.
- Kolik zástupců by měl mít zvolený soubor? Je zřejmé, že čím více bude dotázaných, tím bude výzkum objektivnější a věrohodnější.
- Poslední bod je to, jakým způsobem by měli být dotazovaní vybíráni. Teorie zde nabízí dvě základní možnosti - pravděpodobnostní a nepravděpodobnostní výběrový soubor. Oba dva mohou být trojího typu.
 1. pravděpodobnostní: a) prostý náhodný, b) vrstvený náhodný a c) shlukový soubor
 2. nepravděpodobnostní: a) soubor vhodné příležitosti, b) soubor vhodného úsudku, c) určený soubor

4.2.2.5 Oslovení respondentů

Jsou-li splněny všechny doposud uvedené kroky, je možné přistoupit k oslovení subjektů. Oslovení a kontaktování může mít několik podob. Jednou z nich je klasický tištěný dotazník zasláný poštou, nebo prostřednictvím internetu, další možností je telefonické nebo osobní dotazování a nakonec interview.

4.2.2.6 Plán vlastního průzkumu

Vlastní průzkum popularity florbalu bude založen na základě údajů, které budou zjištěny prostřednictvím originálních dotazníků, tedy na primárních informacích. Jednotliví respondenti obdrží dotazník společně s průvodním dopisem elektronickou poštou.

Dotazník obsahuje 16 otázek. Některé z nich mají za úkol zjistit základní statistické údaje, většina má ale ryze výzkumný charakter. Objevují se zde uzavřené a polouzavřené. Více již napoví vlastní dotazník, který je uveden v příloze této práce.

4.2.3 Sběr informací

Sběr informací patří mezi nejproblematictější krok výzkumu. Nejenom že s tím jsou spojeny největší náklady na celý výzkum, ale potíže může přinést také neochota respondentů dotazník vyplnit, popřípadě odpovědět na některé otázky. Další překážkou mohou být lživé a nepoctivé odpovědi nebo zaujatost respondentů

S rozvojem techniky a technických zařízení se objevují vedle klasických také nové prostředky pro sběr informací, především v podobě počítačových programů. Podle svých možností má dnes strůjce výzkumu na výběr od klasického tištěného dotazníku přes různé optické snímače, peoplemetry až po programy „šité na míru“. Faktem je, že stále modernější přístroje přinášejí přes větší náklady spolehlivější a přínosnější informace připravené k okamžitému zpracování.

Na rozdíl od marketingových výzkumů probíhajících v tržní praxi, byly náklady na můj průzkum popularity florbalu zanedbatelné. Představovaly pouze náklady časové, které bych ale začlenil do přípravy své práce. Snahou bylo získat co nejvíce dotazníků, které by mi dali co nejreprezentativnější a nejspolehlivější data jako obraz skutečné reality ke zkoumanému problému. Nakonec jsem nashromáždil 527 vyplněných dotazníků, které, věřím, mají již určitou vypovídající hodnotu vzhledem k danému tématu.

4.2.4 Analýza informací

Téměř poslední fází procesu marketingového výzkumu je dosažení požadovaných výsledků z disponibilních dat. Získané informace z dotazníků je třeba přehledně implementovat do grafů a tabulek, které vyjadřují četnost výskytu jednotlivých veličin.

Vlastní interpretace údajů získaných výzkumem byla rozdělena na dvě části. První z nich obsahuje statistické údaje celého výběru respondentů, jejich počet, dosažené vzdělání, rozdělení podle pohlaví, podle velikosti obce, kde bydlí a podle jejich věku.

Druhá část zobrazuje interpretaci a analýzu otázek, týkajících se zadaného tématu. Nejprve je vždy popsán celý výběr respondentů, poté jsou porovnání muži a ženy a u některých je vybráno i další kritérium.

4.2.5 Prezentace výsledků

Prezentace výsledků a závěrů, které byly získány analýzou sebraných dat, představuje poslední krok výzkumu. V tomto případě je dobré se vyhnout velkému množství výsledných informací, které nemusí být ani tak důležité, ale spíše naznačit nejdůležitější výsledky a trendy plynoucí z provedené analýzy. Výsledná prezentace by samozřejmě neměla obsahovat mylné závěry a měla by být i nadále použitelná. (Kotler, 2001).

5 ANALÝZA VÝSLEDKŮ

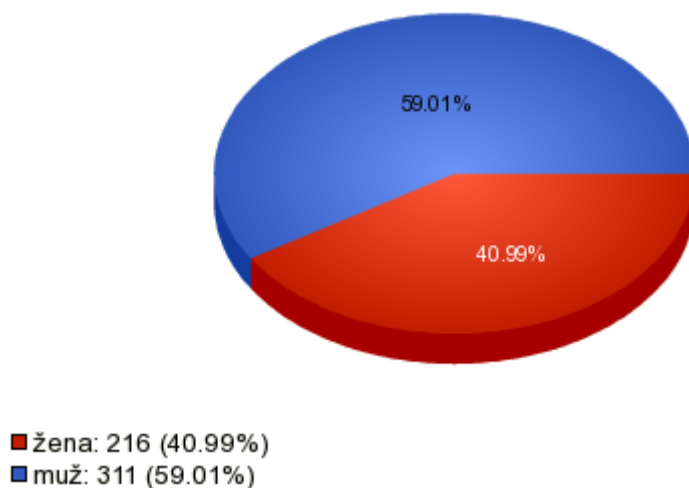
Jak jsem již uvedl, vyplněných dotazníků se mi vrátilo 527. Protože měli respondenti odpovídat také na několik statistických otázek, mohu celý soubor rozdělit podle několika kritérií. Těmi jsou: pohlaví, velikost obce kde žijí, vzdělání a věk.

5.1 Rozdělení respondentů

5.1.1 Rozdělení respondentů podle pohlaví

V celkovém výběru jsou zastoupeny samozřejmě muži i ženy - mužů je o několik procent více. V celkových veličinách je poměr 311 na straně mužů a 216 na straně žen.

Graf 1: Pohlaví respondentů



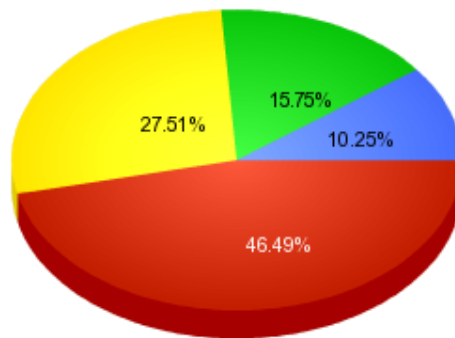
Pramen: vlastní zdroj

5.1.2 Rozdělení respondentů podle velikosti obce kde žijí

U této otázky bylo důležité zamyslet se nad její podstatou a vztahu k danému tématu. Florbal se hraje především v tělocvičnách nebo krytých halách, výjimečně venku na veřejném prostranství. Proto mě zajímalo, z jak velké obce respondent pochází, resp. kde žije. Nabízím hypotézu, že čím větší je obec, ve které žijeme, tím je větší množství nabízených kapacit ke sportovnímu vyžití neboli daleko větší pravděpodobnost setkání se s florballem. Z následného grafu vyplývá, že téměř polovina

lidí, kteří se dostali k mému dotazníku a vyplnili ho, je z obce, která má minimálně 100 000 obyvatel. Je to přesně 245 osob, tedy 46,49% z celkového souboru. Musím říci, že mě tato skutečnost nepřekvapila, protože sám nyní žiju v Praze a mnoho mých známých a přátel se k mému dotazníku mohla snáze dostat. Co mě ale pozitivně překvapilo je to, že je to pouze necelá polovina. Osob, které žijí v obci o velikosti 30 000 - 100 000 obyvatel je 145, tedy 27,51% z celku. Dalších 83 lidí bydlí v malém městě o velikosti 5 000 - 30 000 obyvatel a ti představují necelých 16% ze všech. Posledních více jak 10%, přesněji 54 respondenti žijí v obcích, jejichž velikost nedosahuje ani 5 000 obyvatel.

Graf 2: Rozdělení respondentů dle velikosti obce



- více jak 100 000 obyvatel: 245 (46.49%)
- 30 000 – 100 000 obyvatel: 145 (27.51%)
- 5000 – 30 000 obyvatel: 83 (15.75%)
- méně než 5 000 obyvatel: 54 (10.25%)

Pramen: vlastní zdroj

Před samotným výzkumem jsem si myslel, že podíl osob žijící ve městech čítající více jak 100 000 obyvatel bude podstatně více. Tento fakt, věřím, se bude odrážet na reliabilitě daného výzkumu, který tak budu moci považovat za velmi reprezentativní i vůči celé české populaci.

5.1.3 Rozdělení respondentů podle dosaženého vzdělání

Celkový soubor respondentů mohou podle dosaženého vzdělání rozdělit do čtyř skupin. Pro porovnání se skutečnými údaji populace ČR jsem do tabulky zanesl data Českého statistického úřadu ze sčítání obyvatelstva v roce 2001 (www.czso.cz).

Vzdělanost sledovaného výběru je mírně ve prospěch vyššího vzdělání. Základního vzdělání bez jakéhokoliv dalšího studia dosáhlo 23 dotázaných. Jsou to necelá 4,4% z celku, což značí výrazný vzdělanostní růst oproti sčítání z roku 2001. Střední školu bez maturity, tedy s výučním listem, ukončilo více jak 31% respondentů. Je to o několik procent méně než na začátku tisíciletí, avšak zde se přikláním k názoru, že velké procento studentů se přesunulo na vyšší vzdělanostní úroveň, tedy na studium střední školy ukončené státními maturitními zkouškami. Tuto možnost zaškrtila téměř polovina dotázaných. Výrazný posun je i ve vysokoškolském studiu, kde se našlo 85 respondentů, tedy více jak 16%.

Tabulka 1: Dosažené vzdělání respondentů

VZDĚLÁNÍ	ČSÚ (%)	Σ	%
ZÁKLADNÍ	10,1	23	4,4%
STŘEDNÍ - VYUČENÍ	43,4	168	31,9%
ÚPLNÉ STŘEDNÍ	34,2	251	47,6%
VYSOKOŠKOLSKÉ	11,8	85	16,1%

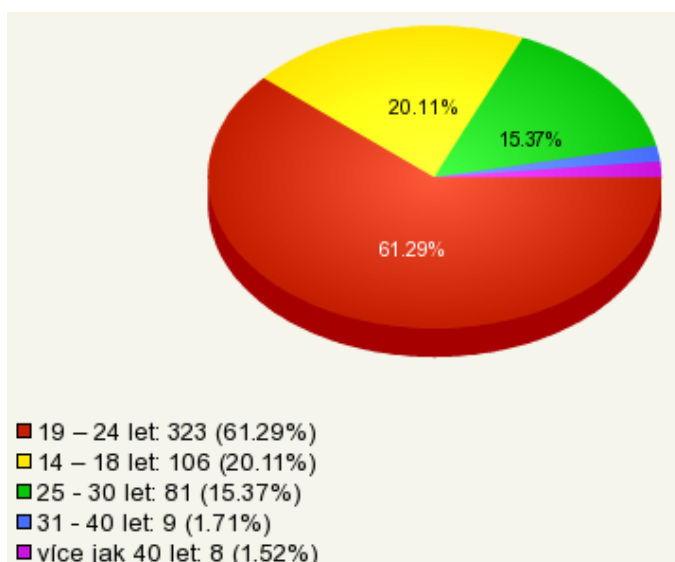
Pramen: vlastní zdroj a ČSÚ r. 2001

Musíme vzít v potaz fakt, že data z ČSÚ jsou téměř deset let stará. Téměř s jistotou lze konstatovat, že po letošním novém sčítání obyvatel se budou dnešní čísla přibližovat těm mým. Nelze říci v jaké výši, ale fenomén vzdělání je v moderním světě určitě na vzestupu. Dnes je nepsanou povinností dokončit minimálně středoškolské vzdělání a ti kdo se chtějí ale uplatnit na dobře placených místech, by měli dokončit i školu vysokou.

5.1.4 Rozdělení respondentů podle věku

Tento dotazník byl rozeslán potenciálním respondentům především pomocí facebooku a emailu. Rozesílání probíhalo v rámci možností od více subjektů, především z důvodu dosažení co nejvyšší reprezentativnosti výzkumu. Dále byl téměř dva dny zobrazen na portále vyplnto.cz. Asi právě díky těmto aspektům se mi sešlo téměř 97% dotazníků od lidí ve věkovém intervalu od 14 do 30 let. Zbývá necelá 4%, přesněji 17 lidí, jsem však pro ještě vyšší vypovídající hodnotu ve výzkumu zanechal. Ale je potřeba při čtení výsledků analýzy tento fakt brát na vědomí.

Graf 3: Rozdělení respondentů dle věku



Pramen: vlastní zdroj

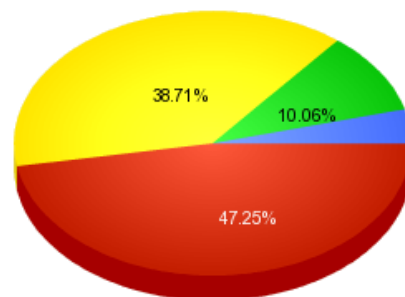
5.2 Vztah ke sportu

První otázka měla za úkol primárně zjistit vztah respondentů ke sportu, tedy především míru aktivity sportování, to zda je sport součástí života jedinců nebo zda se potvrdí názory odborníků, kteří nynější dobu prezentují, především díky moderním technologiím, jako nejvíce pohodlnou v dějinách lidstva.

Tato teze byla brzy vyvrácena. Pouze 20 osob, tedy necelá 4%, se ztotožnilo s odpovědí, že se sportu vůbec nevěnují. To považuji za velký úspěch. Dalších 53 respondentů odpovědělo, že se sportu věnují velmi zřídka. Těchto více jak 10%

tázaných tedy sportuje průměrně jednou za 14 dnů. Lidí, kteří sport aktivně vyhledávají, se našlo téměř 39%. Do této kategorie spadají všichni ti, kteří sportují jednou až dvakrát týdně. Do nejpočetnější kategorie se přihlásilo 249, tedy skoro 48% osob. Tito lidé jsou aktivními sportovci, kteří trénují několikrát týdně. Je to poměrně velké číslo, částečně vyvrací domněnky o tom, že dospívajícím chybí pohyb a jsou líní.

Graf 4: Vztah ke sportu



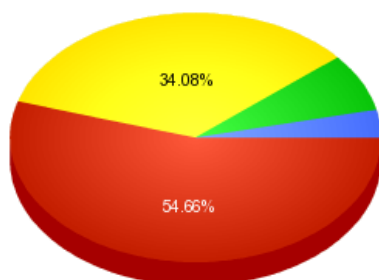
- jsem aktivní sportovec (profesionál), trénuji několikrát týdně: 249 (47.25%)
- pohyb a sport vyhledávám, jednou až dvakrát týdně sportuji: 204 (38.71%)
- sportuji velmi zřídka (jednou za 14 dnů): 53 (10.06%)
- sportu se nevěnuji: 20 (3.8%)

Pramen: vlastní zdroj

5.2.1 Porovnání mužů a žen

Minulý graf se zabíral celým souborem dotázaných, při pohledu rozdělení na muže a ženy vidíme, že aktivních sportovců, profesionálů, kteří se sportu věnují téměř denně, je mnohem více mužského pohlaví a to téměř o 20%. Ženy více preferují pravidelný přísun sportovní aktivity, maximálně ale do dvou sportovních jednotek za týden.

Graf 5: Vztah ke sportu - muži

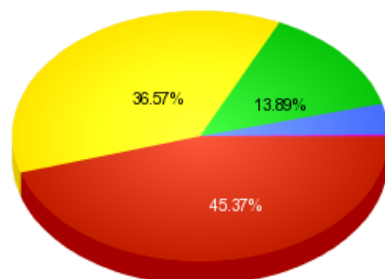


- jsem aktivní sportovec (profesionál), trénuji několikrát týdně: 170 (54.66%)
- pohyb a sport vyhledávám, jednou až dvakrát týdně sportuji: 106 (34.08%)
- sportuji velmi zřídka (jednou za 14 dnů): 23 (7.4%)
- sportu se nevěnuji: 12 (3.86%)

Pramen: vlastní zdroj

Sportu se nevěnuje jen 12 mužů a 8 žen. Ze všech mužů se pravidelně sportu věnuje téměř 90% dotázaných, u žen je to o něco méně, ale přesto je to číslo poměrně vysoké.

Graf 6: Vztah ke sportu - ženy



- pohyb a sport vyhledávám, jednou až dvakrát týdně sportuji: 98 (45.37%)
- jsem aktivní sportovec (profesionál), trénuji několikrát týdně: 79 (36.57%)
- sportuji velmi zřídka (jednou za 14 dnů): 30 (13.89%)
- sportu se nevěnuji: 8 (3.7%)

Pramen: vlastní zdroj

5.3 Popularita sportů

Další otázka směřovala na oblíbenost různých sportů. Respondenti měli na výběr velké množství obecně populárních sportů a měli i možnost napsat jiný, v dotazníku nezmíněný sport. Každý dotázaný měl zaškrtnout právě 4 jeho oblíbené sporty. V tomto případě nezáleželo, zda jeho oblíbený sport aktivně provozuje, či nikoli. Konkrétní

sparty jsou seřazeny podle množství odpovědí v dotaznících a jsou shrnuty v následující tabulce.

Tabulka 2: Oblíbenost sportů

Sport	Celkem		Muži		Ženy	
	Σ	%	Σ	%	Σ	%
florbal	339	64,3%	241	77,5%	98	45,4%
lední hokej	277	52,6%	195	62,7%	82	38,0%
lyžování, snowboard	263	49,9%	130	41,8%	133	61,6%
fotbal	260	49,3%	210	67,5%	50	23,1%
tenis	189	35,9%	112	36,0%	77	35,6%
plavání	169	32,1%	55	17,7%	114	52,8%
volejbal	135	25,6%	55	17,7%	80	37,0%
basketbal	101	19,2%	59	19,0%	42	19,4%
atletika	87	16,5%	43	13,8%	44	20,4%
fitness, posilování	67	12,7%	11	3,5%	56	25,9%
házená	39	7,4%	24	7,7%	15	6,9%
ostatní	182	34,5%	109	35,0%	73	33,8%

Pramen: vlastní zdroj

Z uvedeného přehledu je patrné, že v daném zkoumaném souboru je jasně nejspěšnější a tím také nejpopulárnější florbal. Rovných 339 tázaných, tedy více jak 64%, jmenovalo tento sport mezi svými čtyřmi nejoblíbenějšími sporty. Pozoruhodné je, že 9 z 10 nejoblíbenějších sportů je shodných jak mezi muži, tak mezi ženami. Mezi muži se v první desítce umístila házená, u žen se navíc objevilo fitness. Z celkového pohledu mě velmi překvapilo, že se na třetím místě umístil zimní sport lyžování, ale je to asi spíš jen subjektivní pohled na výsledek, protože sám lyžování příliš neprovozují. Naopak jsem čekal, že záliba ve fitness bude mnohem větší.

5.3.1 Popularita sportů u mužů

U mužů se na prvním místě objevil s celkovým počtem 241 hlasů florbal. Je to téměř 78% dotázaných. Je to jasný signál tomu, že se tento mladý sport dostává, a možná už dostal, do povědomí většiny populace. Číslo je to veliké, a je nutno vzít

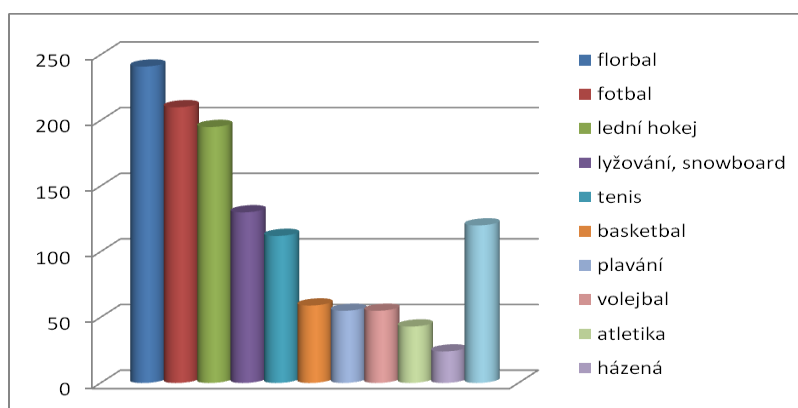
v potaz, že se tohoto průzkumu, až na výjimky, zúčastnili velmi mladí lidé, kteří se s florbalom mohli setkat ve školách při tělocviku. Kdy jindy, než při tělesné výchově, s plastovou hokejkou v ruce, jsme si mohli zahrát na ikony a legendy ledního hokeje? Jágr, Reichel, Eliáš nebo Hašek, to byla nejčastěji skloňovaná jména právě při počátcích florbalu ve školách. Myslím si, že právě díky podobnosti s hokejem, je florbal tak populární.

Na druhém a třetím místě se objevily dva dlouhodobě nejpoblárnější sporty v České republice a to fotbal a lední hokej. Oba přesáhli 62% hranici oblíbenosti. Tyto tři sporty zvítězili mezi muži na plné čáře.

Na čtvrtém místě se umístilo lyžování a snowboarding, které získalo o více než 20% méně hlasů, konkrétně ho ve svém dotazníku zmínilo 130 respondentů. Na dalších místech se umístil tenis se 112 a basketbal s 59 hlasy. Na sedmém a osmém místě se umístil volejbal a plavání se shodným množstvím 55 hlasy. Na posledních dvou místech se nachází atletika, resp. házená, které ve svých dotaznících zmínilo 43, resp. 24 osob.

Velmi mě překvapila neúčast, fitness či posilování, kterému jsem myslel, že se věnuje více než jen 3,5%, tedy pouze 11 dotázaných. Poslední sloupec grafu znázorňuje 109 hlasů pro jiné sporty, mezi nimiž lze sledovat například také „gaučing“, či lenošení, které ale svým množstvím nepřesáhly ani hranici 7 hlasů.

Graf 7: Oblíbenost sportů - muži



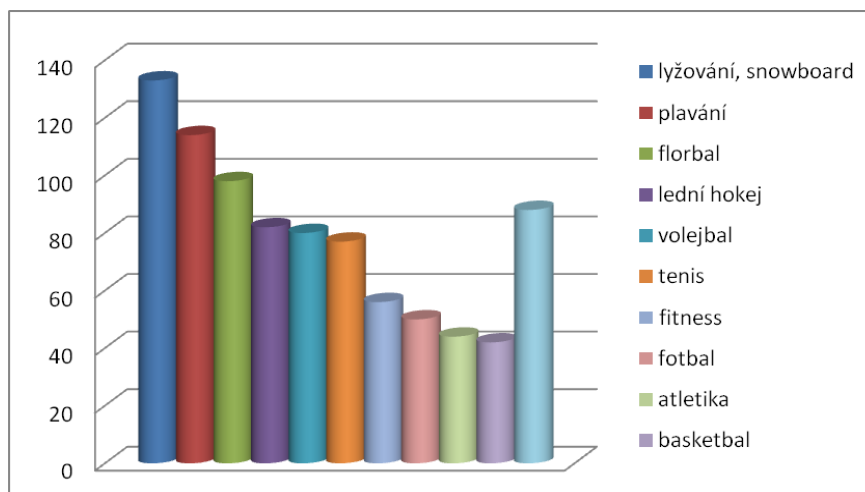
Pramen: vlastní zdroj

5.3.2 Popularita sportů u žen

Mezi ženami se na prvním místě umístilo lyžování a snowboarding, když tento sport ve svém dotazníku napsalo téměř 62%, tedy 133 respondentek. Jak jsem již zmínil u mužů, kde mě vysoká popularita překvapila, zde se musím opakovat, protože takového vítěze jsem opravdu nečekal. Na druhém místě se se 7% ztrátou umístilo plavání, které zmínilo 114 žen, a přibližně se stejným odstupem se na bronzovém stupínku v popularitě umístil mezi ženami florbal, který si našel cestu na 98 dotazníků.

Sporty na čtvrtém, pátém a šestém místě získaly téměř stejné množství hlasů. Lední hokej, volejbal a tenis na svém dotazníku uvedlo 82, 80, resp. 77 žen. Více jak jedna čtvrtina dotázaných žen navštěvuje fitcentrum, posilovnu, aerobic nebo jiná fyzicky náročná cvičení podobného druhu. Mezi ženami se prosadil i „kulatý nesmysl“, jak mnoho žen rádo nazývá fotbalový míč a hlasovalo pro něj téměř 24% respondentek. Na posledních dvou místech s téměř shodným množstvím křížků v dotazníku (44 a 42) se umístila atletika a basketbal.

Graf 8: Oblíbenost sportů - ženy



Pramen: vlastní zdroj

Velmi mě překvapilo, že se na 8. místě v ženské popularitě umístil fotbal, naopak mě docela zklamalo postavení fitness. Kolem sebe často pozoruji reklamy na hodiny aerobiku, nově zumby, pilates nebo spinningu, ale myslím si, že 25% popularita těchto aktivit není nijak vysoká.

Na závěr bych se rád podělil o zajímavé odpovědi v dotazníku na tuto otázku. Poprvé jsem slyšel pojem „Krav Maga“, což je systém sebeobrany. Lenošení a „gaučing“ jsem tu již zmiňoval, dalším zajímavým pojmem je „agility“, který představuje činnosti psů se psem. Dalo by se říci, že je to takový parkur pro psy. Další, pro mě neznámý pojem, je longboard. Je to jízda na takovém podivném skateboardu a prý je v tom také daleko více adrenalinu. Pod pojmem MMA se nachází bojové umění, jakási syntéza různých bojových stylů, no a přes švihadla nebo práci jsem se dostal i k válení se ve dvou, potažmo k sexu. Holt dnes už jsou populární i jiné sporty a aktivity, než na které byli zvyklí naši prarodiče.

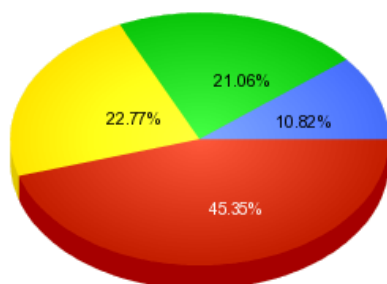
5.4 Vztah k florbalu

Ve třetí otázce jsem začal pomalu zjišťovat vztah respondentů k florbalu. Opět nebylo podstatné, jestli florbal aktivně provozují nebo ho jen pasivně pozorují.

O tento sport nejevilo žádnou pozornost 57, tedy necelých 11% dotázaných. Dalších více jak 21% respondentů vidí ve florbalu dobrou příležitost sejít se s přáteli, zasportovat si a udělat si třeba chuť a zajít si pak někam sednout na skleničku a popovídat si. Téměř čtvrtina lidí florbal registruje jako nový, mladý sport, ale samotné je nijak neoslovil a tak o něm moc informací nemají. Nejvíce hlasů u této otázky dostala odpověď, že florbal je součást života respondentů, že se s ním setkávají denně. Takto odpovědělo 239 účastníků výzkumu.

Tady bych se rád vrátil ke své hypotéze z úvodu práce. Takovouto oblibu, resp. známost florbalu, zajisté přinášejí média a celková propagace sportu. Když zkusím porovnat dnešní dobu a rok např. 2005, tak v té době se nehrál žádný zápas, který by byl přenášen živě televizní kamerou. Dnes je to kolem 10 zápasů základní části. Zápasů play off, které mimo jiné právě v době, kdy píšete tuto svou práci, probíhá, jsou přenášeny pravidelně každý hrací den.

Graf 9: Florbal v našem životě



- florbal je součástí mého života, setkávám se s ním denně: 239 (45.35%)
- florbal registruji, ale moc toho o něm nevím: 120 (22.77%)
- hrají ho rád, dobře si zaběhám a vidím se s přáteli: 111 (21.06%)
- o florbal se nezajímám: 57 (10.82%)

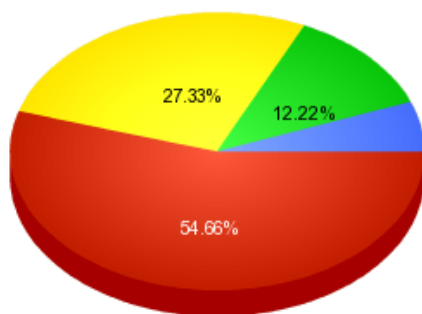
Pramen: vlastní zdroj

Další důležitý aspekt v takovéto oblibě florbalu vidím v tom, že český sportovní divák - fanoušek, nejvíce fandí tam, kde se daří. Česká florbalová reprezentace se pravidelně zúčastňuje MS, na kterých dochází vždy minimálně do semifinále. Právě MS jsou v posledních letech přenášeny Českou televizí stejně komfortně jako například hokejová MS. Ve studiích nechybí odborníci, kvalitní technika například v podobě elektronické tužky nebo každý den krátké souhrny, co se za ten určitý den stalo. Když si pak divák spojí úspěch, kvalitu a mediální obraz sportu, začne se o něj více zajímat.

5.4.1 Florbal a muži

Krátce bych rozebral tuto otázku na poli mužů a žen. Pouze necelých 6% respondentů mužů odpovědělo, že se o florbal vůbec nezajímají, dalších 12% dotázaných florbal registrují, ale nijak příliš toho o něm neví. Zbýlých 82% mužů se s florbalem setkává velmi často, z toho 55% denně. Myslím si, že to je ten pravý obrázek, který nám vykresluje, jak moc je nyní florbal populární především u mladých lidí.

Graf 10: Muži a florbal



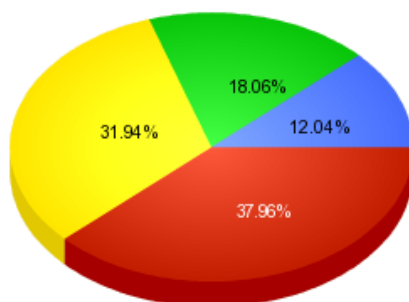
- florbal je součástí mého života, setkávám se s ním denně: 170 (54.66%)
- hrají ho rád, dobře si zaběhám a vidím se s přáteli: 85 (27.33%)
- florbal registruji, ale moc toho o něm nevím: 38 (12.22%)
- o florbal se nezajímám: 18 (5.79%)

Pramen: vlastní zdroj

5.4.2 Florbal a ženy

Největší část žen florbal registruje, ale příliš se o něj nezajímá, je to necelých 38%. O florbal se vůbec nezajímá 18%, tedy 39 dotázaných a 12% žen si ho jde rádo s kamarádkami někdy zahrát. Více jak 31% respondentek se s florbalem setkává denně. Toto vysoké číslo potvrzuje velkou oblibu florbalu i na poli žen.

Graf 11: Ženy a florbal



- florbal registruji, ale moc toho o něm nevím: 82 (37.96%)
- florbal je součástí mého života, setkávám se s ním denně: 69 (31.94%)
- o florbal se nezajímám: 39 (18.06%)
- hrají ho rád, dobře si zaběhám a vidím se s přáteli: 26 (12.04%)

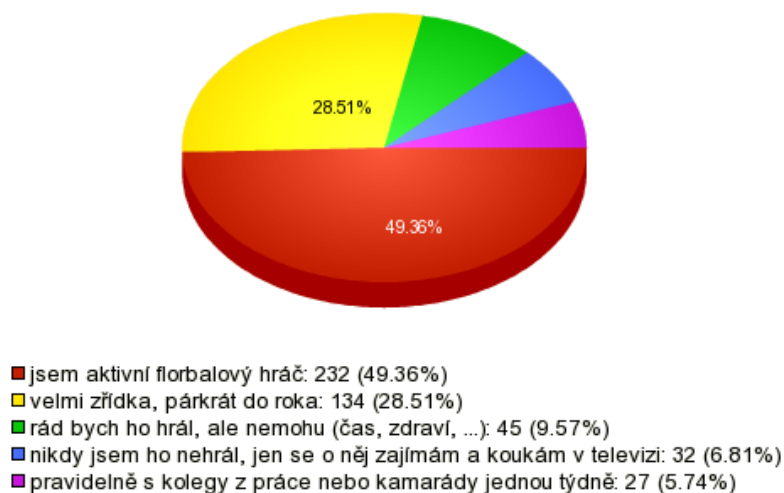
Pramen: vlastní zdroj

5.5 Periodicita hry

V další části výzkumu jsem se zabíral už jen florballem, takže s těmi respondenty, kteří mi v minulé otázce odpověděli, že se o florbal nezajímají, jsem se pro velkou část dotazníku „rozloučil“.

Oblibu florbalu jsem zjistil, ale velmi mě také zajímalo, jak často a zdali dotázaní, florbal aktivně provozují. Celkem 32 osob mi odpovědělo, že florbal nikdy nehrálo, ale sám sport je zajímavá a pozorují ho například v televizi. Dalších 45 by ho rádo hrálo, ale z různých časových nebo zdravotních důvodů ho hrát nemohou. Zbýlých 393 respondentů florbal hraje. Z toho 134 velmi zřídka, asi tak párkrát do roka. Pravidelně s kamarády nebo kolegy z práce hraje florbal 27 dotázaných. Téměř polovina respondentů ale florbal hraje závodně. Pro někoho je to možná překvapivě velké číslo, ale statisticky je členská základna florbalové mládeže druhou největší po fotbale. Tisíce družstev po celé republice hraje mnoho soutěží, Česká republika prožívá florbalový boom a téměř každý mladý člověk chce něco dělat a sport mu nabízí ještě bonbónek navíc a to pocit z vítězství.

Graf 12: Četnost a úroveň hraní florbalu



Pramen: vlastní zdroj

Pouze 2% mužů uvedlo, že florbal nikdy nehrálo a pouze ho pozoruje v televizi, naproti tomu stejně odpovědělo 15% dívek. Poměrně vyrovnané množství odpovědí (10%) vyšlo u možnosti, že by florbal rádi hráli, ale nemohou. Naproti tomu aktivních florbalistů je 58% a florbalistek 34%. Párkrát do roka si florbal zahraje 23% mužů a

38% žen. Pravidelně s kamarády či kolegy si chodí zahrát 7% mužů a 4% žen. U mužů je vidět, že florbal hrají většinou v plném zapálení o body do tabulek soutěží, u dívek takovéto závěry vyvozovat nelze.

5.6 Czech Open

V teoretické části jsem se zmínil o největším turnaji na světě pořádaný v letních měsících v Praze. Zajímalo mě, kolik z aktivních hráčů, tento turnaj pravidelně navštěvuje.

Graf 13: Účast aktivních hráčů na turnaji „Czech Open“



Pramen: vlastní zdroj

Více jak 53% florbalistů navštěvuje každý ročník tohoto turnaje. Necelých 29% má s turnajem zkušenosti, ale pravidelně ho nenavštěvují. Více jak 18% ze všech respondentů, kteří se přihlásili k aktivní hře florbalu, tento turnaj nikdy nenavštívilo.

Výsledek šetření je pro mě poněkud zarážející. Turnaj se koná o velkých prázdninách, nabízí hru pro juniory, obě dospělé kategorie a navíc elitní skupiny mužů a žen, jenž předvádí ten nejlepší florbal na klubové úrovni, který je možné vůbec vidět. To, že téměř pětina hráčů florbalu nikdy neokusila atmosféru tohoto báječného turnaje, mě velmi překvapilo, protože jsem toto číslo očekával téměř nulové.

5.7 Důvody rostoucí popularity florbalu

Před 10 lety hrálo registrovaně florbal něco kolem deseti tisíc lidí. Dnes je to šestinásobek. Žádný jiný sport takový nárůst nezaznamenal. Jaké jsou důvody florbalového boomu? Můj výzkum mi měl přinést odpověď.

V této otázce jsem nabídl respondentům několik možných důvodů a nechal jsem jim prostor i pro svoje náměty. Každý měl vybrat právě 3 možnosti nebo se o nich rozepsat. Sešlo se mi mnoho názorů a já zde uvedu jen ty nejvíce frekventované odpovědi.

Téměř 58% dotázaných si myslí, že florbalová popularita roste, protože je to nenáročný sport na prostor. Rozměry hřiště jsou 20 m x 40 m a takováto plocha se najde téměř v každé kryté hale, či tělocvičně. S tím koresponduje druhá nejčtenější odpověď (54%), která říká, že florbal je výborný sport právě do tělocvičen, kam si můžeme o víkendech nebo ve volných chvílích zajít zahrát s kamarády, ať ve výjimečných situacích nebo s určitou pravidelností.

Poslední odpověď, která si našla cestu více jak 50% dotázaných je, že florbal není nákladný sport. S touto odpovědí já bohužel nesouhlasím, ale uvědomuji si, že florbal je jako nenákladný sport prezentován. Porovná-li totiž náklady na vybavení, cenu za pronájem hal nebo roční příspěvky hráčů, není mezi florbalem a ledním hokejem takový rozdíl, aby se o jednom sportu mluvilo jako o „levném“ a o druhém jako o „drahém“.

Dalších 40% respondentů si myslí, že florbalová obliba stoupá z důvodu zkvalitnění florbalového zázemí. Určitě mohu potvrdit, že před pěti, deseti lety nebyli tak kvalitní trenéři jako dnes, hrálo se bez mantinelů, v plno případech nebyly v halách florbalové branky apod. Rozhodně tento posun dopředu pozitivně ovlivnil i florbalovou veřejnost.

Téměř pětina lidí nachází důvody růstu v úspěších florbalové reprezentace a více jak 15% odpovědí směřovalo také na zvýšenou pozornost médií, která florbalu nepochybně pomáhá.

Tabulka 3: Důvody popularity florbalu

Důvod	celkem		muži		ženy	
	Σ	%	Σ	%	Σ	%
finanční náročnost	253	53,8%	167	57,0%	86	48,6%
sport do tělocvičny	256	54,5%	153	52,2%	103	58,2%
pozornost médií	73	15,5%	50	17,1%	23	13,0%
úspěšná reprezentace	93	19,8%	46	15,7%	47	26,6%
dá se hrát kdekoliv	270	57,4%	167	57,0%	103	58,2%
florbalové zázemí	188	40,0%	112	38,2%	76	42,9%

Pramen: vlastní zdroj

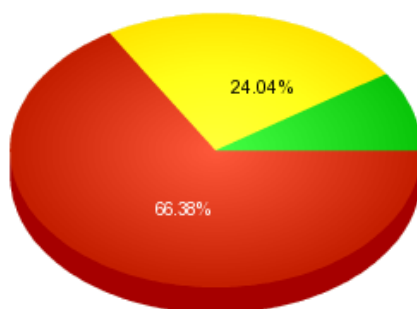
Odpovědi mužů a žen jsou poměrně shodné, jediná výjimka je odpověď u žen, že popularitu florbalu pozitivně ovlivňuje úspěšná reprezentace. Tady musím upřesnit, že se jedná o mužskou reprezentaci, která je díky mediálnímu zájmu hodně na očích a všichni víme, že kde je úspěšný muž, tam musí být i nějaká žena.

5.8 Stoupající členská základna

Z průběhu výzkumu víme, že se z florbalu stal plnohodnotný sport, který má v Česku výraznou základnu. Máme ale jistotu, že se florbal za nějakou dobu, až opadne dnešní nadšení a chuť do něčeho nového, nevrátí zpět mezi průměrně oblíbené sporty u nás? Stejně jako móda má své výstřelky, může mít podobný život i produkt s názvem florbal. Dle odpovědí lidí v tomto průzkumu si však myslím, že se florbal stal již stálíci na českém sportovním poli.

Pouze necelých 10 % respondentů si myslí, že florbalová horečka postupem doby pomine a popularita spolu s členskou základnou začnou výrazně klesat. Téměř čtvrtina lidí si naopak myslí, že florbalový boom bude pokračovat, a že se florbal stane hned po fotbale druhým největším a časem i druhým nejoblíbenějším sportem u nás. Většina, stejně jako já, si ale myslí, že se raketa jménem florbal časem zastaví, její popularita ustrne a sám sport se bude držet mezi 5 nejvyhledávanějšími sporty na dlouhou dobu. Výpovědi žen a mužů byly u této otázky opět velmi podobné.

Graf 14: Florbal do budoucna



- florbal má na to se udržet mezi 5ti nejvyhledávanějšími sporty na dlouhou dobu: 312 (66.38%)
- bude bojovat s tenisem a hokejem o 2. příčku, ale na úroveň fotbalu se nedostane: 113 (24.04%)
- je to pouze dočasný boom : 45 (9.57%)

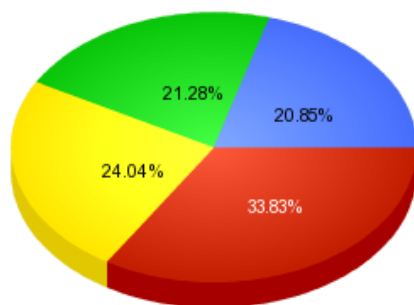
Pramen: vlastní zdroj

5.9 Sledovanost florbalového světa

V následující otázce jsem se zajímal, zda lidé kromě samotného hraní, také sledují novinky ze světového florbalového dění, české extraligy nebo hledají informace o jiných florbalových zajímavostech.

V této otázce se respondenti téměř rozdělili na rovné čtvrtiny, co se týče svých odpovědí. Zde 21% z nich florbalové dění vůbec nesledují, dalších 21% pravidelně sleduje výsledky různých soutěží, a jednou za čas nějaké to utkání také navštíví. Skoro čtvrtina dotázaných se občas podívá na výsledky soutěže, kde mají nějakého známého, jinak je florbalové dění nechává klidnými. Jedna třetina ze všech florbalových nadšenců si výsledky a novinky shání denně, a také poměrně pravidelně navštěvuje florbalové zápasy.

Graf 15: Zájem a sledovanost



- florbalové novinky sháním denně a za sezonu vidím alespoň 5 utkání živě: 159 (33.83%)
- jednou za čas zjistím, jak se hraje extraliga nebo soutěž, kde někoho znám: 113 (24.04%)
- pravidelně sleduji výsledky různých soutěží, jednou za čas navštívím florbalový zápas: 100 (21.28%)
- florbalové dění nesleduji: 98 (20.85%)

Pramen: vlastní zdroj

Tato otázka také naznačila, že florbal bude pravděpodobně více oblíbený u mužů než u žen. Odpověď, „florbalové dění nesleduji“, zaznamenalo 34% žen, kdežto u mužů bylo toto procento jen těsně nad 10%.

5.10 Informační kanály

V návaznosti na minulou otázku, jak moc lidé florbal sledují, mě zajímalo, jakými kanály se k jednotlivým respondentům florbalové informace dostávají. Každý měl podat tři alternativy.

Nejvíce hlasů dostala Česká florbalová unie se svým portálem cfbu.cz, označilo ji více jak 53% dotázaných. Na druhém místě se umístila Česká televize se svými přímými přenosy z extraligových utkání, na které se pravidelně dívá 43% ze zkoumaných osob. Až na třetím místě s četností 42% se umístil oficiální florbalový server ČR florbal.cz, kterého jsem velmi favorizoval na vítěze.

Z dalších informačních kanálů bych zmínil sportovní zpravodajství a denní tisk, které zaujalo 28%, resp. 21% lidí. Na posledním místě mezi nejčastěji uvedenými se umístily jiné weby, kde předpokládám, že se jedná především o internetové stránky samotných klubů. Tuto možnost jsem objevil u téměř 15% dotázaných.

5.11 Nejoblíbenější klub

Poslední dvě otázky byly čistě zvědavé. V první z nich jsem se ptal na popularitu českých extraligových klubů. Na prvním místě se umístil nejúspěšnější klub v historii České republiky, Tatran Střešovice. Hlasovalo pro něj 75 lidí. Na druhém místě se umístil letošní nováček mezi českou florbalovou elitou, tým Kladna, kterému fandí 59 respondentů. Na pomyslném bronzovém stupínku se umístil pražský tým SSK Future se 45 hlasy. Čtvrté místo obsadil tým z pražské městské části Chodov se 38 hlasy a jako jediný moravský klub mezi pěti nejpoblíbenějšími týmy české extraligy se umístil tým Vítkovic, ke kterému si našlo fanouškovskou cestu 29 lidí.

5.12 Nejoblíbenější florbalová značka

Po světě existuje kolem 10 florbalových značek, které se svými výrobky specializují na florbal a téměř všechny jsou v zastoupení i v ČR. Většinou koresponduje popularita značky s popularitou extraligového týmu, který používá dresy a výstroj toho či onoho výrobce. Ve svém výzkumu jsem se ptal, jaká je oblíbená florbalová značka respondentů. Nejúspěšnější značka je Unihoc se 133 hlasy. V těchto barvách hraje Tatran a Kladno, takže lze usuzovat, že převážná část dotázaných, kteří fandí těmto dvěma týmům, si oblíbili i značku s týmem spojenou. Na druhém místě se umístil Exel s 57 hlasy. Následuje Canadian, jehož si vybralo 52 lidí, x3m a Salming si vybralo 43, resp. 40 respondentů.

5.13 Nezájem o florbal

Touto prací jsem nechtěl znát názory jen těch, kteří si florbal oblíbili a nějakou formou se o tento sport zajímají, ale také jsem se chtěl dozvědět, proč někteří lidé tento sport ignorují nebo jaký je důvod jejich nezájmu o tuto hru. Proto jsem všem, kteří ve třetí otázce zaškrtnuli odpověď „o florbal se nezajímám“, položil otázku „jaký je důvod vašeho nezájmu o florbal“. Nabídl jsem několik odpovědí, ale nechal jsem respondentům také možnost, aby sami napsali, proč je tomu tak.

Skoro 74% z 57 jedinců tento sport ničím nezaujal. Shodně 18%, tedy deset dotázaných, považuje tento sport jako lacinou náhradu hokeje nebo jim vadí, že u nás

florbal nemá téměř žádnou historii a tradici. Čtyři respondenti se o sport všeobecně nezajímají a dalším dvěma vadí nedostatečné financování tohoto sportu.

Více jak polovina florbalových ignorantů, sportuje jednou či dvakrát týdně, čtvrtina sportuje velmi zřídka, osm osob se sportu nevěnuje vůbec a pět jich aktivně, či profesionálně sportuje. Nejpopulárnějšími sporty mezi všemi, kteří florbalu nefandí, jsou lyžování, plavání, volejbal a tenis.

Do této skupiny patří více jak dvojnásobné množství žen než mužů. Přesněji je tento poměr 39 ku 18. 80% z nich je ve věkové skupině od 19 do 24 let a necelých 50% jich bydlí v obci, která má více jak 100 000 obyvatel.

6 Závěry a doporučení

Cílem této práce bylo prostřednictvím dotazníkového šetření zjistit popularitu florbalu v široké veřejnosti. Sledovanou skupinou byla převážně populace ve věku mezi 14 a 30 lety.

První část práce měla za úkol seznámit čtenáře s tímto mladým, halovým sportem. Především aspekty vzniku a rozšíření florbalu po celém světě. Dále nastínit krátká pravidla a vyzdvihnout zajímavé florbalové projekty a činnosti.

V další části jsem se zabíral procesem marketingového výzkumu. Nejdůležitější část této práce mi měla odpovědět na několik důležitých otázek. V první řadě mě zajímal vztah lidí ke sportu jako takovému. Chtěl jsem znát oblíbenost různých sportů, a zda se mezi ně řadí i florbal. Následovaly otázky týkající se florbalu, například jak často lidé florbal hrají, jaké jsou důvody výběru právě tohoto sportu nebo jak se dívají na vývoj tohoto sportu do budoucna. V neposlední řadě mě zajímalo, kde si lidé shánějí informace a novinky z florbalového prostředí, ale také nejoblíbenější klub a značka. Na závěr jsem se také u těch, kteří florbalu nijak nefandí, zajímal, proč tomu tak je.

Na základě zvolené metody sběru dat bylo možné shromáždit dostatečné množství údajů a následně je vhodným způsobem zanást do tabulek a grafů, analyzovat a interpretovat.

Již první otázka, která zjišťovala obecný vztah lidí ke sportu, přinesla pozitivní odpověď. Jen zanedbatelné množství mladých lidí se ke sportu staví negativně. Lidé více či méně pravidelně sportují. Tento fakt přispívá k fyzické zdatnosti ale také psychické odolnosti jedince. Mezi současné nejoblíbenější sporty patří lední hokej, lyžování a právě florbal. Mezi muži dominují kolektivní sporty jako florbal, fotbal a lední hokej. U žen je to především lyžování a plavání.

O samotný florbal se zajímalo 9 z 10 dotázaných a téměř každý druhý se s florbalem setkává denně. Je to jasný vzkaz, který nám říká, že mezi mladými tento sport téměř nemá konkurenci. Hovoří tu pro i statistika. Dnes je florbal druhý největší sport mezi mládeží a nově také druhý největší kolektivní sport u nás, shodně za fotbalem. Předehnal i takové velikány jako je lední hokej, volejbal nebo basketbal. Tento průzkum taky prokázal, že téměř polovina florbalistů, hraje nějakou soutěž. Dnes

je zaregistrováno více jak 1 400 soutěžních klubů a žádný jiný sport nemá tak rozlehlou síť soutěží jako právě florbal.

Mezi hlavní výhody florbalu patří nízká finanční náročnost a také to, že se tento sport dá hrát téměř kdekoli. Mnoho lidí řadí florbal mezi pět nejvyhledávanějších sportů a věří, že v této kategorii také dlouho zůstane. Většina florbalových příznivců si shání novinky a aktuality denně, především z oficiálních webů nebo z televizních přenosů. Nejpopulárnějším klub je jednoznačně Tatran Střešovice, stejně jako značka Unihoc, která tento klub obléká.

Již několik let se florbal snaží získat si přízeň u Mezinárodního olympijského výboru a na začátku roku 2011 se mu toto přání splnilo. Výkonný výbor MOV rozhodl o zařazení florbalu do kategorie sportů, z nichž jsou vybíráni kandidáti pro zařazení na olympijský program. Florbal tímto krokem získává vyšší šanci pro boj o zařazení i na jiné multisportovní akce jako například Univerziáda či Světové hry.

Věřím, že se za několik let florbal dostane do společnosti sportů jako je basketbal, volejbal, házená i co se týče materiálního zázemí. Do sportovních hal si najde časem cestu mnohem více diváků, než je tomu dnes a probudí se i významní sponzoři, kteří ve florbalu uvidí možnost, jak oslovit určitou cílovou skupinu, především mladé lidi.

Florbal provází můj život téměř jedno desetiletí. Velmi dobře si vybavuji svůj první kontakt s tímto sportem. Bylo to v tercii karlovarského gymnázia, pan učitel přinesl první hokejky a pro nás neznámý sport nám představil. Ihned jsem si jej zamiloval. Florbal ušel od té doby veliký kus cesty a možná ještě větší kus na něj čeká. Jsou však dvě věci, které si zatím nese s sebou. Radost a lásku. Bez nich by totiž člověk těžko obětoval veškerý svůj volný čas právě tomuto sportu. Nikdo z nás nemá z florbalu víc, než jen radost a prožitek ze hry. Ať už florbal hraje jen tak pro radost nebo rádoby jako profesionál.

7 Použitá literatura

Informace, které jsem potřeboval k vypracování teoretické části mé bakalářské práce, jsem čerpal hlavně z literatury, která se zabývá florballem. Především jeho historií, tréninkem, pravidly hry a hraním v zahraničí. Dále jsem použil vlastních znalostí, neboť se ve florbalovém prostředí poměrně dlouho pohybuji. Podklady pro florbalové projekty jsem si našel v níže zmíněných internetových odkazech. Co se týče teorie procesu marketingového výzkumu, zde mi posloužila literatura zabývající se managementem, sportovním marketingem a průzkumem trhu.

7.1 Tištěné zdroje

1. Autorský kolektiv VŠE: *Základy marketingu*, Ediční oddělení VŠE Praha, 1999, ISBN 80-7079-527-1
2. ANDERSON, P.F., BENNETT, P.D. *Dictionary of marketing terms*. Chicago, American Marketing Association, 1988. 220 s. ISBN 0-87757-194-5.
3. BÁRTOVÁ, H., BÁRTA, V., KOUDELKA, J. *Chování spotřebitele a výzkum trhu*. Praha: VŠE, 2002
4. ČÁSLAVOVÁ, E. *Management a marketing sportu*. 1.vyd. Praha: Olympia, 2009. ISBN 978-80-7376-150-9.
5. GRATTON, CH., JONES, I. *Research methods for sport studies*. New York: Routledge, 2004. ISBN 0-415-26878-8.
6. HRÍCHOVÁ, M. - JANÁK. V. *Průzkum popularity sportu u studentů středních a základních škol na Lounsku*. 1. Vydání. Praha: FTVS UK, 2010.
7. KINNEAR, T.C, TAYLOR,J.R. *Marketing Research an Applied Approach*. New York: McGraw-Hill, 1991
8. KOTLER, P. *Marketing management - Analýza, plánování, využití a kontrola*, Praha: Grada Publishing, 1998. ISBN 80-7169-600-5
9. KOTLER, P. *Marketing management (10. rozšířené vydání)*. Přel. V. Dolanský; S. Jurnečka. 1. Vydání. Praha: Grada Publishing, 2001. 719s. ISBN 80-247-0016-6.

10. KOZEL, R. *Moderní marketingový výzkum*. 1. Vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. 280s. ISBN 80-247-0966-X.
11. KYSEL, J. *Florbal – kompletní průvodce*. Praha: Grada Publishing, 2010. 144s. ISBN 978-80-247-3615-0.
12. MULLIN, B.J., HARDY,S., SUTTON, W.A. *Sport marketing*. Leeds: Human Kinetics, 2000, 441p. ISBN 0-88011-877-6.
13. PROUZOVÁ, P. Skružného parta vyrejšovala stříbro. *Floorball*. 2004, č.2, s. 3 - 10. ISBN 1213-6069
14. PŘIBOVÁ, M. a kol. *Marketingový výzkum v praxi*. 1. Vydání. Praha: Grada Publishing, 1996. 238s. ISBN 80-7169-299-9.
15. PUNCH, KEITH, F. *Základy kvantitativního šetření*. Vydání 1. Praha: Portál, 2008. 147s. ISBN 978-80-7367-381-9.
16. SKRUŽNÝ, Z. *Florbal: technika, trénink, pravidla hry*. 1. Vydání. Praha: Grada Publishing, 2005. 115s. ISBN 80-247-0383-1.
17. SVOBODOVÁ, H., MYNÁŘOVÁ, L., KAČER, R. *Marketingový výzkum*. Ostrava: VŠB-TUO, 1994.
18. TÁBORSKÝ, F. *Sportovní hry II. Základní pravidla, organizace, historie*. Praha: Grada Publishing 2005. ISBN 80-247-1330-6.
19. WESTERBEEK, H., SMITH, A. *Sport Business in the global marketplace*, New York, Palgrave MACMILLAN, 2003, ISBN 1-4039-0300-X
20. ZBOŘIL, K.: *Marketingový výzkum: metodologie a aplikace*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1998. 171s. ISBN 80-7079-394-5.
21. ZLATNÍK, D., VANCL, K. *Florbal – učebnice pro trenéry*. 1. Vydání. Liberec: Spoltisk, 2001. 59s. ISBN 80-86402-03-7.

7.2 Elektronické zdroje

1. Florbal.cz [online]. 23.9.2010 [cit. 2011-04-11]. Střílejte na vozíčkáře. Dostupné z WWW: <<http://extraliga.florbal.cz/2010/09/strilejte-na-vozickare/>>.
2. Idnes.cz [online]. 11.10.2009 [cit. 2011-04-11]. Golf, florbal a hokejbal pronikly mezi nejoblíbenější české sporty. Dostupné z WWW: <http://sport.idnes.cz/golf-florbal-a-hokejbal-pronikly-mezí-nejoblibenejsi-ceske-sporty-1cv-/sporty.asp?c=A091011_125801_sporty_par>.
3. TEJKALOVÁ, Alice. Handisport.cz [online]. 21.11.2008 [cit. 2011-04-11]. Charitativní projekt Florbal na kolech vyjíždí!. Dostupné z WWW: <http://www.handisport.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=716:charitativni-projekt-florbal-na-kolech-vyjidi&catid=57:florbal&Itemid=71>.

7.3 Jiné zdroje

1. ZELENÝ, Štěpán. Průzkum popularity sportů v ČR. Praha, 2004. 90 s. Diplomová práce. UK.

8 Přílohy

8.1 Seznam položených otázek respondentům

1) Jaký je váš vztah ke sportu

- a) sportu se nevěnuji
- b) sportuji velmi zřídka (jednou za 14 dnů)
- c) pohyb a sport vyhledávám, jednou až dvakrát týdně sportuji
- d) jsem aktivní sportovec (profesionál), trénuji několikrát týdně

2) Vyberte 4 vámi nejoblíbenější sporty (aktivní i pasivní účast)

- a) fotbal
- b) lední hokej
- c) tenis
- d) volejbal
- e) basketbal
- f) florbal
- g) házená
- h) atletika
- i) lyžování
- j) plavání
- k) jiné – napiš

3) Jaký máte vztah k florbalu? (nezáleží, zda aktivní či pasivní účast)

- a) o florbal se nezajímám - po zaškrtnutí přejít na otázku č. 12
- b) florbal registruji, ale moc toho o něm nevím
- c) hraji ho rád, dobře si zaběhám a vidím se s přáteli
- d) florbal je součást mého života, setkávám se s ním denně

4) Jak často hrajete florbal?

- a) nikdy jsem ho nehrál, jen se o něj zajímám a koukám v televizi
- b) velmi zřídka, párkrát do roka
- c) pravidelně s kolegy z práce nebo kamarády jednou týdně
- d) jsem aktivní florbalový hráč
- e) rád bych ho hrál, ale nemohu - napište proč

5) Zúčastnil jste se někdy turnaje Czech Open? – jen při zaškrtnutí 3d

- a) ne, nikdy
- b) ano jednou, dvakrát jsem se již zúčastnil
- c) navštěvuji každý ročník, je to výborný turnaj

6) Jaké vidíte hlavní důvody pro rostoucí popularitu florbalu (vyberte 3 možnosti)

- a) není to nákladný sport
- b) mnoho neúspěšných hokejistů hraje florbal, který není tolik náročný
- c) je to ideální sport do tělocvičny s kamarády
- d) větší pozornost médií

- e) doplňkový sport k ostatním sportům
- f) úspěšná reprezentace
- g) dá se hrát kdekoliv (školní tělocvičny, sportovní haly, ...)
- h) rostoucí kvalita florbalového zázemí
- i) jiné - popište

7) Jaký máte názor na stoupající členskou základnu florbalu

- a) je to pouze dočasný boom
- b) florbal má na to se udržet mezi 5ti nejvyhledávanějšími sporty na dlouhou dobu
- c) bude bojovat s tenisem a hokejem o 2. příčku, ale na úroveň fotbalu se nedostane

8) Jak často sledujete florbalové dění (TV, internet, noviny, ...)

- a) florbalové dění nesleduji
- b) jednou za čas zjistím, jak se hraje extraliga nebo soutěž, kde někoho znám
- c) pravidelně sleduji výsledky různých soutěží, jednou za čas navštívím florbalový zápas
- d) florbalové novinky sháním denně a za sezonu vidím alespoň 5 utkání živě

9) Jaký informační kanál používáte nejčastěji (vyberte 3 možnosti)

- a) web florbal.cz
- b) web cfbu.cz
- c) jiný web - jaký
- d) přímé přenosy z extraligových utkání

- e) sportovní zpravodajství
- f) florbalová ročenka
- g) denní tisk a časopisy – jaké
- h) jiný zdroj - jaký

10) Jaký je váš nejoblíbenější florbalový klub

- a) Tatran Střešovice
- b) Vítkovice
- c) Future
- d) Ostrava
- e) Chodov
- f) Sparta
- g) Kladno
- h) Bohemians
- ch) Pardubice
- i) Liberec
- j) Mladá Boleslav
- k) Brno
- l) jiný - jaký

11) Jaká je vaše nejoblíbenější florbalová značka

- a) Unihoc
- b) Exel
- c) x3m
- d) Zone
- e) Fat Pipe
- f) Canadian
- g) jiná -

- dále na otázku č. 13

12) Jaký je důvod vašeho nezájmu o florbal

- a) o sport se obecně nezajímám
- b) ničím mě tento sport nezaujal
- c) je to pro mě nedostatečná náhrada hokeje
- d) nemá u nás tradici
- e) nedostatečné financování tohoto sportu
- g) jiný - napište

13) Vaše pohlaví

- a) muž
- b) žena

14) Váš věk

- a) 14 – 18 let
- b) 19 – 24 let
- c) 25 - 30 let
- d) 31 - 40 let
- e) více jak 40 let

15) velikost obce, kde žijete (dle počtu obyvatel)

- a) méně než 5 000 obyvatel
- b) 5000 – 30 000 obyvatel
- c) 30 000 – 100 000 obyvatel
- d) více jak 100 000 obyvatel

16) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a) základní, vyučen bez maturity
- b) vyučen s maturitou, nadstavba
- c) úplné střední s maturitou
- d) vysokoškolské

