

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Analýza a prognóza vývoje Prize Money ve
vybraných sportech

Analysis and Forecast of Prize Money
Development in Selected Sports

STUDIJNÍ PROGRAM

Projektové řízení inovací

VEDOUCÍ PRÁCE

doc. RNDr. Bohumír Štědroň, CSc.

JANOUSHKOVÁ

DENISA

2020

I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení:	Janoušková	Jméno:	Denisa	Osobní číslo:	461015
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)				
Zadávací katedra/ústav:	Oddělení ekonomických studií				
Studijní program:	Projektové řízení inovací				
Studijní obor:	-				

II. ÚDAJE K DIPLOMOVÉ PRÁCI

Název diplomové práce:	Analýza a prognóza vývoje prize money ve vybraných sportech		
Název diplomové práce anglicky:	Analysis and forecast of prize money development in selected sports		
Pokyny pro vypracování:	<p>CÍL PRÁCE: Cílem diplomové práce je rozbor vhodných prognostických metod pro ekonomické analýzy a prognózy, ekonomické prognózy vývoje odměn ve vybraných segmentech, závěry pro digitalizovanou ekonomiku.</p> <p>PRÍNOS PRÁCE: Přínosem diplomové práce jsou finanční a ekonomické ukazatele analyzované problematiky. Získaná data prognózy vývoje odměn mohou využívat posluchači i pedagogové. Publikace odborného článku v recenzovaném časopise.</p> <p>OSNOVA: (1) Úvod; (2) Teoretická část: Specifikace, historie a financování sportu, sportovní kluby jako podniky; (3) Praktická část: Ekonomická analýza a prognóza vybraných sportů; (4) Závěr: Zhodnocení metod a shrnutí výsledků práce.</p>		
Seznam doporučené literatury:	<p>(1) ŠTĚDRŮN, B. a kol.: Prognostické metody a jejich aplikace. C.H. Beck, 2012.</p> <p>(2) ŠTĚDRŮN, B. a kol.: Prognostika. C.H. Beck, 2019.</p> <p>(3) VEBER J., ŠVECOVÁ L.: Digitalizace ekonomiky. Management Press, 2018.</p> <p>(4) ČÁSLAVOVÁ, E.: Management a marketing sportu. Olympia, 2009.</p>		
Jméno a pracoviště vedoucí(ho) diplomové práce:	doc. RNDr. Bohumír Štědroň, CSc., ČVUT v Praze, Masarykův ústav vyšších studií		
Jméno a pracoviště konzultanta(ky) diplomové práce:			
Datum zadání diplomové práce:	12. 11. 2019	Termín odevzdání diplomové práce:	30. 4. 2020
Platnost zadání diplomové práce:	30. 9. 2021		
Podpis vedoucí(ho) práce	Podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry	Podpis děkana(ky)	

III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

Datum převzetí zadání	Podpis studenta(ky)
-----------------------	---------------------

JANOŠKOVÁ, Denisa. *Analýza a prognóza vývoje Prize Money ve vybraných sportech*. Praha: ČVUT 2020. Diplomová práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE**

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou diplomovou práci vypracovala samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citovala a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury. Nemám závažný důvod proti zpřístupňování této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 30. 04. 2020

Podpis:

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucímu mé diplomové práce, doc. RNDr. Bohumíru Štědroňovi, CSc, za veškeré odborné rady a připomínky, které mi pomohly k jejímu napsání.

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá peněžními odměnami ve vybraných sportech. Cílem práce je rozbor vhodných prognostických metod pro ekonomické analýzy a prognózy, ekonomické prognózy vývoje odměn ve vybraných segmentech a závěry pro digitalizovanou ekonomiku. Teoretická část práce obsahuje základní poznatky o sportu, sportovních klubech a financování sportu. Součástí teoretické části práce je i přiblížení výrazu Prize Money či rozbor prognostických metod. Teoretické poznatky tvoří základnu pro praktickou část, která je tvořena přiblížením vybraných sportovních segmentů, analýzou vývoje celkové výše Prize Money a následným odhadem dalšího vývoje Výše Prize Money. Pro odhadnutí budoucího vývoje jsou použity metody v programu Microsoft Excel. Výsledkem jsou prognózy celkových výší Prize Money vybraných sportů do roku 2030, přičemž tato data mohou sloužit pedagogům pro další využití.

Klíčová slova

Finance, Prize Money, sport, sportovní kluby, tenis, fotbal, analýza, prognóza.

Abstract

The diploma thesis deals with monetary rewards in selected sports. The aim of the work is the analysis of suitable forecasting methods for economic analyzes and forecasts, economic forecasts of the development of remuneration in selected segments and conclusions for the digitized economy. The theoretical part of the thesis contains basic knowledge about sports, sports clubs and sports financing. Part of the theoretical part of the work is also an approach to the term Prize Money or analysis of forecasting methods. Theoretical knowledge forms the basis for the practical part, which consists of an approach to selected sports segments, analysis of the development of the total amount of Prize Money and subsequent estimation of further development of the amount of Prize Money. Methods in Microsoft Excel are used to estimate future developments. The result is forecasts of the total Prize Money amounts of selected sports until 2030, and these data can be used by educators for further use.

Key words

Finance, Prize Money, sports, sports clubs, tennis, football, analysis, prognosis.

OBSAH

ÚVOD	5
1 SPORT	7
1.1 OBECNÁ DEFINICE SPORTU	7
1.2 HISTORIE SPORTU	9
1.3 SOUČASNÝ SPORT	10
2 SPORTOVNÍ KLUBY JAKO PODNIKY	13
2.1 PODNIK VE SPORTU	13
2.2 ODLIŠNOSTI SPORTOVNÍCH KLUBŮ OD VÝROBNÍCH PODNIKŮ	14
2.3 PRÁVNÍ FORMY SPORTOVNÍCH KLUBŮ	20
2.4 DIGITALIZACE EKONOMIKY	22
3 FINANCOVÁNÍ SPORTU	24
3.1 ZDROJE FINANCOVÁNÍ Z VLASTNÍCH ČINNOSTÍ	24
3.2 ZDROJE FINANCOVÁNÍ Z DOPLŇKOVÝCH ČINNOSTÍ	26
3.3 SPONZORSTVÍ	28
4 PRIZE MONEY	33
4.1 STUDIE BBC SPORT	33
5 PROGNOSTICKÉ METODY	36
5.1 KVALITATIVNÍ PROGNOSTICKÉ METODY	36
5.2 KVANTITATIVNÍ PROGNOSTICKÉ METODY	40
6 NEJVYŠŠÍ ODMĚNY VE SPORTU	44
6.1 NEJVÝDĚLEČNĚJŠÍ SPORTY	44
6.2 SPORTOVNÍ UDÁLOSTI S NEJVYŠŠÍM PRIZE MONEY	48
6.3 NEJLÉPE ODMĚŇOVANÍ SPORTOVCI	50
6.4 NEJLÉPE ODMĚŇOVANÉ SPORTOVKYNĚ	52
6.5 NEJVYŠŠÍ SPONZORSKÉ SMLOUVY	54
7 HISTORIE VYBRANÝCH SPORTŮ	59
7.1 HISTORIE TENISU	59
7.2 HISTORIE FOTBALU	64
7.3 UEFA	66
8 ANALÝZA VÝVOJE PRIZE MONEY V TENISE	69
8.1 VÝVOJ PRIZE MONEY NA TURNAJI AUSTRALIAN OPEN	70

8.2	VÝVOJ PRIZE MONEY NA FRENCH OPEN	72
8.3	VÝVOJ PRIZE MONEY NA US OPEN	74
8.4	VÝVOJ PRIZE MONEY NA WIMBLEDONU	76
8.5	POROVNÁNÍ CELKOVÝCH VÝŠÍ PRIZE MONEY GRANDSLAMOVÝCH TURNAJŮ	78
9	ANALÝZA VÝVOJE PRIZE MONEY VE FOTBALE	80
9.1	ANALÝZA VÝVOJE PRIZE MONEY LIGY MISTRŮ UEFA.....	80
9.2	ANALÝZA VÝVOJE PRIZE MONEY EVROPSKÉ LIGY UEFA	82
9.3	POROVNÁNÍ VÝVOJE PRIZE MONEY LIGY MISTRŮ UEFA A EVROPSKÉ LIGY UEFA.....	84
10	POROVNÁNÍ VÝVOJE PRIZE MONEY V TENISE A FOTBALU	85
11	PROGNÓZA VÝVOJE PRIZE MONEY	86
11.1	PROGNÓZA VÝVOJE PRIZE MONEY AUSTRALIAN OPEN	87
11.2	PROGNÓZA VÝVOJE PRIZE MONEY FRENCH OPEN	88
11.3	PROGNÓZA VÝVOJE PRIZE MONEY US OPEN	89
11.4	PROGNÓZA VÝVOJE PRIZE MONEY WIMBLEDONU	90
11.5	PROGNÓZA VÝVOJE PRIZE MONEY LIGY MISTRŮ	91
11.6	PROGNÓZA VÝVOJE PRIZE MONEY EVROPSKÉ LIGY.....	92
ZÁVĚR		93
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY		95
SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ		97
SEZNAM GRAFŮ		99
SEZNAM OBRÁZKŮ		99
SEZNAM TABULEK		100

ÚVOD

Sport se stal nedílnou součástí lidských životů a stejně jako i jiné oblasti podléhá neustálému vývoji. Sportu se věnuje stále větší množství lidí. Sport už není pouhou aktivitou pro vyplnění volného chvilky či pro udržení dobré fyzické kondice, ale především představuje obrovský business. Rozvíjí se nové sporty, stávající sporty se rozšiřují po celém světě, přibývá profesionálních sportovců, roste jejich popularita, zvyšuje se návštěvnost a sledovanost sportovních událostí, ale hlavně se mnohonásobně zvyšuje ochota investovat do sportu. Sponzoři využívají sportovní události, jako prostředek, kterým mohou navýšit povědomí o značce, zlepšit si image, ale hlavně si zvýšit zisky. Větší zájem sponzorů o sportovní akce s sebou přináší i větší množství investovaných peněžních prostředků do sportu, což představuje nárůst i celkových peněžních odměn ve sportech. Všechny tyto dílčí aspekty jsou součástí změny chápání sportu, kde sportovní výkon představuje komoditu a sport je běžným zaměstnáním. Rozvoj digitalizace a technologií umožnil sledování sportovních událostí velkému množství fanoušků po celém světě, a nejen v místě konání. Všechny tyto aspekty se i nadále zasluhují o nárůst celkových peněžních odměn sportovních událostí.

Diplomová práce je zaměřena na analýzu vývoje celkových peněžních odměn ve vybraných sportech, kterými jsou tenis a fotbal, a zároveň na prognózu jejich budoucího vývoje. Tyto druhy sportů byly vybrány především díky vysokému povědomí, které ve světě mají, za účelem porovnání těchto sportovních odvětví. Základním předpokladem je, že celková výše peněžních odměn v minulosti zvyšovala svůj objem, a i nadále se bude celkový objem Prize Money ve vybraných sportech zvyšovat i v budoucnu.

TEORETICKÁ ČÁST

1 SPORT

V této kapitole je přiblížen pojem sport jako takový, dále jsou zde uvedeny obecné definice sportu a také jeho historie. První kapitola zahrnuje i podrobné členění sportu, ve kterém jsou vysvětleny rozdíly mezi rekreačním, amatérským a profesionálním sportem.

1.1 Obecná definice sportu

Pojem sport je neodmyslitelně spjat s dnešní dobou a má velký význam a vliv na nynější společnost. Každý člověk, žijící v dnešním moderním světě se denně se sportem, minimálně s jednou z jeho podob, setkává, a to, aniž by tak musel činit záměrně. A tak jako každý člověk může pojem sport chápat odlišně, neboť pro každého jedince sport může znamenat něco zcela odlišného, protože je rozdíl, jak vnímá pojem sport profesionální sportovec, pro kterého je sport obživou, sportovec pasivní, který si pod pojmem sport vybaví cokoli, jen ne aktivní činnost, či případný jedinec, který byl k aktivnímu sportu nepřímo donucen, a to například ze zdravotních důvodů, tak i samotný pojem sport nelze vystihnout jedinou definicí. Neexistuje žádná všeobecně uznávaná a jednotná definice sportu, a to, protože na sport se můžeme dívat z různých pohledů a společenských disciplín, které pojem sport posuzují.

Durdová (2004) ve své definici uvádí, že pojmem sport dnes slouží jako označení pohybové neboli fyzické aktivity, která je provozována podle specifických pravidel a zvyklostí, jejíž výsledky jsou měřitelné a srovnatelné s jinými provozovateli též aktivity. Avšak tuto obecnou definici je potřeba rozšířit o následující zásadní omezení:

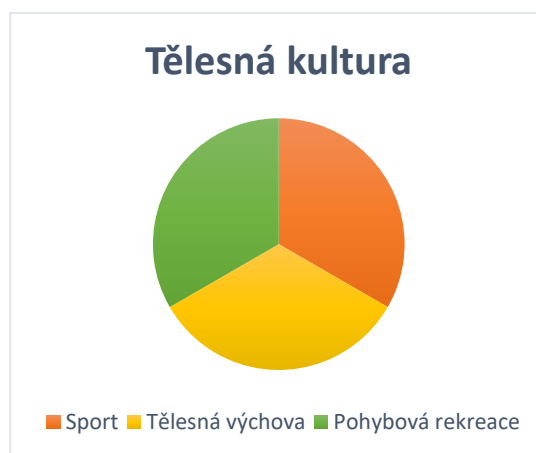
1. jedná se o pohybovou aktivitu, čímž lze vyloučit činnosti, ve kterých se soutěží pouze pomocí duševních schopností nebo štěstí, např. deskové, počítačové nebo hazardní hry;

2. pohybová aktivita má jasně stanovená pravidla, podle kterých se soutěží a zároveň která vylučují snahu o zmaření soupeřova života např. válku;
3. pohybová aktivita, která má soutěžní charakter, protože při ní dochází k porovnávání jejích výsledků, čímž lze vyloučit např. bojová umění provozovaná nesoutěžním filozoficky zaměřeným způsobem, jógu atd.

Další definici sportu v České republice uvádí i Zákon č. 115/2001 Sb., kde pojem sport zahrnuje veškeré formy tělesné činnosti, které pomocí organizované i neorganizované účasti mají za cíl ucelený a přirozený rozvoj tělesné i psychické kondice, dále také upevnování lidského zdraví a dosahování rozmanitých výkonů v soutěžích na všech úrovních, přičemž toto znění zákona vychází z Evropské charty sportu 1992. (MŠMT, © 2015)

V České republice považují sportovní vědci sport za složku tělesné kultury, jejíž další složky tvoří tělesná výchova a pohybová rekreace. Pojem tělesná kultura je používán i ve Skandinávii a v bývalém socialistickém bloku, naopak v anglo-americké části světa se pro tělesnou kulturu používá pojem sport. (Novotný, 2011)

Obrázek 1 - Tělesná kultura



Zdroj: Vlastní zpracování dle Jansy (2012)

Tělesná výchova dle Jansy (2012) je pohybová aktivita, která se odvíjí během pedagogického procesu či při armádním výcviku, jejímž cílem je poskytnutí základního pohybového vzdělání a vytvoření trvalého vztahu k pohybu, neboť udržuje optimální zdraví

a fyzickou kondici jedince a zároveň rozvíjí lidskou osobnost poznáváním hodnoty fair-play.

Slovo sport má své kořeny v latinském slově „disportare“ a francouzském slově " le desporter", jejichž význam lze chápat jako pobavit se, rozptýlit se či jako utéct od práce k zábavě. Význam slova sport se postupně měnil a začal se používat pro fyzickou aktivitu provozovanou podle určitých pravidel a soutěžní formou. V dnešní době je sport brán jako pohybová aktivita provozovaná především ve volném čase. (Novotný, 2011)

Pohybovou rekreaci lze charakterizovat jako zájmovou pohybovou činnost, která je provozována ve volném čase, a to za účelem regenerace těla i mysli, obnovy sil člověka či tělesného i sociálního rozvoje osobnosti. (Jansa. 2012)

1.2 Historie sportu

Prvopočátky sportu mají své kořeny již v dávných dobách pravěku, neboť byly součástí každodenního boje o přežití. Tyto činnosti, příbuzné dnešnímu sportu, byly vykonávány za účelem zdolání protivníka, ulovení potravy nebo útěku před nebezpečím. Ve starověku se jedná především o činnosti jako je běh, jízda na koni, lukostřelba, šerm či zápas. Tyto prvopočátky sportu lze tedy označit do souhrnného názvu, a to jako potřeba výcviku armád, neboť hlavním motivem rozhodně nebylo podání nejlepšího sportovního výkonu či vylepšení vlastní fyzické kondice, ale pouhý pud sebezáchovy neboli touha přežít. Druhá část historie sportu je tvořena fyzickými aktivitami, které byly součástí různých slavností či rituálních obřadů, a to především v podobě tanců. Podobné sportovní disciplíny těm dnešním lze nalézt již ve starověké kultuře, konkrétně v antickém Řecku a jeho Olympijských hrách, kde však sportovní klání nebyla náplní her, ale pouze doprovodným programem kulturních aktivit. První Olympijské hry, které jsou známy dnes, byly pořádány až roku 1896 v Aténách. (Grexa, Strachová, 2011)

V devatenáctém století se stal sport hojně rozšířenou formou trávení volného času a zábavy, což vedlo k založení například Fotbalové asociace, k uspořádání mistrovství v „královském tenisu“ ve Wimbledonu nebo k samotným prvopočátkům basketbalu a skautingu, což vedlo k popularizaci a rozšíření sportu jako kulturního fenoménu. (Parsons, 1998)

1.3 Současný sport

Jak uvádí Sekot (2006), tak současný sport tvoří již samostatný systém, který souvisí s několika dalšími společenskými systémy, kterými jsou například kultura, ekonomika, zdravotnictví či vzdělávání. Sport je již běžnou a nedílnou součástí dnešní doby, neboť komercializace sportu přitahuje velké masy lidí a vyzývá je k přímé nebo i nepřímé účasti a tím i k sebezlepšování či obdivu sportovních výkonů jiných. Fenomén sport se stal významným obchodním prvkem, kdy specializované nadnárodní firmy produkují profesionální vybavení ve všech oblastech sportu. Vznikají kolosální stavby různých sportovních areálů, které pojmu statisíce nadšených sportovních fanoušků. Různá vrcholová sportovní utkání jsou vysílána televizními společnostmi, které za vysílací práva platí enormní sumy peněz s čímž jsou spojeny i nadhodnocené odměny za sportovní výkony jednotlivých hráčů. Jak lze tedy vyčíst, tak sport ovlivňuje různé oblasti lidského života, jimiž jsou například rodina, výchova, vzdělávání a další.

1.3.1 Členění současného sportu

Novotný ve své publikaci (2011) uvádí, že samotný sport lze rozdělit dle různých aspektů do několika skupin například na kolektivní sport a sport jednotlivců, soutěžní sport a sportování s cílem rozvoje atd. Základní skupiny sportu jsou rozlišovány na základě výkonnosti jednotlivce, a to přesněji na vrcholový, výkonnostní a rekreační sport. Další členění se naskýtá z pohledu účastníků, a to dle jejich míry jejich účasti, čímž lze sport rozdělit na aktivní a pasivní sport.

1. Vrcholový sport

Za vrcholový sport lze považovat jakýkoliv sportovní výkon, za který je sportovci poskytována náhrada prostřednictvím platu, bonusů, úhrady výdajů či pomoci jiné formy přímé platby, a to ve sportu týmovém, párovém či individuálním. V dnešní době je vrcholový sport považován za sport na nejvyšší výkonnostní úrovni, a proto představuje podstatnou část každodenních aktivit vrcholového sportovce, a to jak v rámci pracovního, tak mimopracovního pole působnosti. Vrcholový sportovec se musí neustále účastnit systematické tréninkové přípravy, protože sport je jeho hlavním nástrojem opatření obživy. (Čechák, Linhart 1986).

Jak tvrdí Pedersen a Thibault (2013), tak největší část mediálního obsahu, která je v médiích věnována sportu je tvořena především vrcholovým sportem. I to je jedním z důvodů, proč vrcholový sport pohlcuje téměř všechny finanční prostředky, které jsou do sportu věnovány od soukromých subjektů.

Nicméně Jansa (2012) tvrdí, že vrcholový sport zahrnuje nejen to, co se děje na hřištích, ale i to, co se odehrává ve vedení organizace. Tento druh sportu je založen na základě obchodních zákonů, pravidel a vztahů. Za hlavní cíl vrcholového sportu lze označit potřebu dosahování nejvyšších výkonů a vítězství nad soupeřem, a to na profesionální úrovni.

2. Výkonnostní sport

Výkonnostní sport provozují sportovci v organizovaných sportovních soutěžích, kteří jsou zároveň registrováni v organizaci, která tyto sportovní soutěže sama organizuje. Výkonnostní sport je sport, jehož cílem je dosahování výkonů, ale i vítězství nad soupeřem, a to na amatérské úrovni. (Vyhláška o zdravotní způsobilosti, © 2013)

Sportovci, kteří se výkonnostnímu sportu věnují, jím naplňují většinou část svého volného času, neboť u výkonnostního sportu jsou obvyklé pravidelné tréninky v rozsahu až několika desítek hodin týdně a pravidelná účast v soutěžích. Hranici mezi rekreačním, výkonnostním a vrcholovým sportem lze popsat poměrem sportu ve struktuře činností volného času. Výkonnostní sport tvoří majoritní část volného času sportovce, kdežto vrcholový sport představuje silně dominantní část každodenního života sportovce, zahrnuje tedy pracovní i volnočasové aktivity. Dalším rozdílem je dle Čecháka a Linharta (1986) fakt, že vrcholový sportovec podléhá systematické tréninkové přípravě, která omezuje pracovní možnosti sportovce, a proto ve většině případech je jedinou pracovní činností vrcholového sportovce sport.

3. Rekreační sport

Označení rekreační sport se používá především pro aktivity provozované ve volném čase. Rekreační sport patří mezi aktivní sportovní aktivity a lze ho charakterizovat tím, že za cíl není považován konkrétní výkon, ale radost a dobrý pocit z provozování sportu či duševní a tělesná pohoda. Při rekreačním sportu jsou veškeré aktivity provozovány ve volném čase, avšak rozhodně netvoří majoritní náplň volných chvil. (Jansa, 2012)

2 SPORTOVNÍ KLUBY JAKO PODNIKY

Podnik lze z pohledu podnikové ekonomie charakterizovat jako „plánovaně organizovanou hospodářskou jednotku, ve které jsou výrobní faktory kombinovány tak, aby bylo vyrobeno a prodáno zboží a služby“ (Wöhe a Klisingerová, 2007, str. 41).

Samotnou činnost podnikání pak lze charakterizovat jako činnost prováděnou podnikatelem samostatně, pod vlastním jménem a na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku, jak uvádí ve své knize Novotný (2004). Z výše uvedeného lze však odvodit, že definice sportovního klubu jako podniku nemusí plně souhlasit s obecnými definicemi výrobního podniku.

2.1 Podnik ve sportu

Z úvodu druhé kapitoly této práce vyplývá, že při pohybu ve sportovním prostředí nelze výrobní podnik a sportovní klub jako podnik, považovat za totožné subjekty. Rozdíly lze nalézt jak ve způsobu podnikání, tak i při používání odlišných výrobních faktorů. Ve sportovním odvětví lze za základní podnikatelskou jednotku považovat samotný sportovní klub. V rámci jednotlivých sportovních odvětví pro to existují určitá specifika. Jako produkt sportovních klubů lze označit sportovní utkání. Sportovní utkání má nehmotný charakter a je spotřebováváno v daném okamžiku hry. Lze tedy říct, že produkt sportovního klubu je nepřenositelný a neopakovatelný. (Novotný, 2011)

Jak je již zmíněno výše, tak pod pojmem podnik si lze představit jakoukoli hospodářsky aktivní jednotku, která je schopna vyrábět a distribuovat zboží, nebo poskytovat služby svým zákazníkům. Při aplikaci této definice do sportovní roviny lze říct, že organizováním sportovních akcí, jimiž může být například sportovní utkání mezi dvěma kluby, dosahuje sportovní klub jistých příjmů, a proto lze sport považovat za hospodářskou činnost. Díky tomu, že sportovní kluby vykazují hospodářskou činnost je lze považovat za podniky, jak uvádí ve své publikaci Novotný (2004).

2.2 Odlišnosti sportovních klubů od výrobních podniků

Samotná oblast sportu je velice atypická. Od běžných odvětví se liší v různých oblastech a sférách. Výjimkou není ani odlišnost od výrobního odvětví, od kterého se sport liší v mnoha hlediscích. Důležitými a nejvíce viditelnými odlišnostmi bývají především cíle sportovních klubů, které se odvíjejí od unikátních produktů, zákazníků i konkurentů.

2.2.1 Cíl

Synek a Kislingerová (2015) charakterizují cíl jako stav nebo výsledek, kterého má podnik dosáhnout. Je zřejmé, že každý podnik má odlišné cíle, neboť je odvozuje od účelu, s jakým byl majiteli založen. Lze předpokládat, že primární cíl každého podniku je maximalizace zisku neboli maximalizace celkové hodnoty podniku. Sportovní kluby se opětovně vymykají tomuto pravidlu, neboť v mnohých případech vlastníci klubů nemají v zájmu prioritní plnění ekonomických cílů. Vlastníci sportovních klubů upřednostňují především maximalizaci vlastního užitku. Vlastnictví a různá vítězství klubu přináší majitelům prestiž, nové kontakty a řadu dalších výhod. Orientaci vlastníka na maximalizaci užitku lze viditelně prokázat v případě, pokud je sportovní klub dlouhodobě ztrátový. V takovém případě vlastníci klubů realizují zisky především ve svých dalších obchodních aktivitách, jak je tomu například u šejka Mansoura bin Zayed, který se rozhodl v září roku 2008 odkoupit topící se anglický fotbalový klub Manchester City FC, aktuálně druhý klub anglické Premier League. (Livesport, © 2020)

Maximalizaci užitku lze popsat jako touhu po herních úspěších sportovního klubu, která je limitována finančními možnostmi sportovního klubu. Užitkovou funkci lze proto zapsat následovně:

$$U = U\{A, P, X(\pi_R - \pi_0 - T)\},$$

kde: **A** představuje průměrnou domácí návštěvnost, **P** značí hru v poli, **X** je označením pro vyrovnanost soutěže, $(\pi_R - \pi_0 - T)$ je čistý zisk, kde π_R představuje zaznamenaný zisk, π_0 minimální přijatelný zisk, **T** je daň.

Vlastníci sportovního klubu se snaží o maximalizaci užitku, pokud je čistý zisk alespoň nulový, ve výjimečném případě záporný, ale to pouze za předpokladu dostatečného množství externích zdrojů, které umožní provoz klubu v dalších obdobích. (Novotný, 2004)

Avšak sportovní kluby mohou mít různé cíle. Sluka (2007) ve své knize shrnuje cíle sportovního klubu do pěti bodů:

1. **úspěch na hřišti** - bývá považován za nejdůležitější cíl, neboť slouží k maximalizaci užitku vlastníků, popřípadě i dalších investorů,
2. **zisk** - většinou není hlavním motivem vlastníků sportovních klubů, nicméně je i tak mezi cíle zahrnován,
3. **přežití** - při nedostatku financí může mít sportovní klub za cíl i pouhé přežití, a to v případě kdy se snaží sám zabezpečit finanční prostředky pro klub do dalších období pomocí prodeje vybraných hráčů,
4. **zájem diváků** - silná divácká podpora může být vnímána lépe než finanční profit,
5. **zdraví soutěže** - je podmíněno existencí a zdravím ostatních klubů.

Čáslavová (2009) rozděluje cíle sportovních klubů do tří skupin, jimiž jsou: **sportovní** cíle, **ekonomické** cíle a **sociální** cíle. Každou z těchto skupin dále dělí dle časového horizontu na krátkodobé roční cíle, střednědobé cíle s plněním do tří let a dlouhodobé cíle, které jsou stanoveny na více jak tři roky. Podrobnější členění cílů lze vidět níže následujících tabulkách 1-3.

Tabulka 1 - Sportovní cíle

Dlouhodobé cíle (déle než 3 roky)	Střednědobé cíle (3 roky)	Krátkodobé cíle (rok)
Seberealizace Radost ze hry Podpora zdraví	Podpora výkonnostního sportu	Zadávání úkolů v návaznosti na cíle výkonnostních tříd
		Motivace k výkonu
		Úkoly v podpůrných opatřeních
		Uznávání výkonnostního sportu
	Podpora volného času a sportu pro všechny	Motivace k provádění sportovní činnosti
		Objasňování cílů
	Mnohostranně vytvořená sportovní nabídka	Rozšíření funkčních skupin
		Přijímání nových sportovních odvětví
		Přijetí rehabilitace
		Opatření k prevenci a rekonvalescenci
	Podpora talentů	Cílovědomé vyhledávání talentů
		Opatření k individuální podpoře talentů
	Zlepšení kvality tréninku a cvičení	Pokračování vzdělávání trenérů a cvičitelů
		Motivace sportovců
		Zlepšení tréninkových a cvičebních podmínek
	Vzdělávání ve sportu podle pedagogických zásad	Seznámení se s pedagogickými základy
		Využití pedagogických zásad
Další vzory pedagogických zásad		
Odstranění nedostatků na sportovištích		

Zdroj: Čáslavová, 2009, s. 39

Tabulka 2 - Ekonomické cíle

Dlouhodobé cíle (déle než 3 roky)	Střednědobé cíle (3 roky)	Krátkodobé cíle (rok)
Úspěšné ekonomické vedení sportovního klubu	Zlepšení řízení klubu	Nový systém řízení: - plánování - organizování - účetní evidence - profesionální vedoucích komerčních aktivit
		Přizpůsobení nabídky činností sportovního klubu poptávce
		Získávání kvalifikovaných řídicích pracovníků
		Přidělování rozpočtovaných prostředků podle cílů
	Zlepšení finanční situace sportovního klubu	Přizpůsobení výše příspěvku poskytovaným činnostem za strany sportovního klubu
		Zvýšení doplňkových finančních zdrojů (sponzoři, komerční činnost)
		Úsporná opatření
	Nová image sportovního klubu pro veřejnost	Koncepce aktivního využívání médií
		Koncepce PR
		Posílení reklamy

Zdroj: Čáslavová, 2009, s. 40

Tabulka 3 - Sociální cíle

Dlouhodobé cíle (déle než 3 roky)	Střednědobé cíle (3 roky)	Krátkodobé cíle (rok)
Podpora příslušnosti ke sportovnímu klubu, společnosti a spokojenosti jeho členů	Podpora poskytovaných společenských forem	Podpora koordinátorské práce zohlednění mezilidské práce
		Posílení návaznosti nových oddělení
		Programy pro sociální, sportovní a společenské aktivity
		Odstraňování egoismu
	Hledání nových společenských forem	Hledání v jiných klubech a programech
		Hledání v cizině
		Vlastní experimenty
		Dotazování členů
	Povzbuzování atmosféry porozumění	Spolupůsobení při vytváření cílů
		Identifikace se sportovním klubem
		Pronikání do této činnosti mimo sportovní klub

Zdroj: Čáslavová, 2009, s. 41

Závěrem lze shrnout, že sportovní kluby neupřednostňují ekonomické cíle, nýbrž sportovní cíle, které jsou spojené s maximalizací vlastního užitku.

2.2.2 Produkt

Sportovní klub je výjimečný i svým výsledným produktem, kterým je odehraní sportovního utkání proti nejméně jednomu ze soupeřů. Sportovní utkání lze charakterizovat jako službu, kterou diváci spotřebovávají v daném okamžiku, a proto není možné ji provést v naprosto stejné podobě znovu. Při porovnání produktu produkovaného sportovními kluby s běžnými hmotnými výrobky lze nalézt další znak odlišnosti, jež je představován kolektivním výkonem všech účastníků zároveň. Kvalita produktů, které produkují

sportovní kluby, se odvíjí od výkonů jednotlivých hráčů, ale i výkonu týmu jako celku.

Sportovní utkání však nejsou jediným produktem sportovních klubů, ale lze je označit za jejich hlavní produkt. Jako vedlejší produkty sportovních klubů lze jmenovat například prodej dresů a jiných suvenýrů či návštěva muzea a stadionu daného sportovního klubu. Zcela zřejmé v oblasti sportu je, že známost a sledovanost daného klubu ovlivňuje prodej těchto vedlejších produktů. (Novák, 2005)

2.2.3 Zákazníci

Ve sportovním odvětví tvoří zákaznickou oblast především příznivci klubu neboli fanoušci. Zajímavostí je, že ve sportovním odvětví zákazníci tíhnou především k sportovnímu klubu neboli k samotnému podniku, více než k samotnému produktu, jímž je sportovní utkání. Tento jev není v běžném podnikatelské prostředí tak častý, jak je tomu ve sportovním odvětví, neboť ve sportovním odvětví si zákazník buduje silný emocionální vztah k danému sportovnímu klubu. Silný emocionální vztah fanouška ke klubu je důležitý pro udržení si stávajícího zákazníka. Věrný fanoušek, tedy fanoušek s opravdu silnou emocionální vazbou na klub, je více tolerantní k nezdařilým výkonům hráčů, tedy k nepovedenému produktu. Po nakuulování vícero špatných výkonů - produktů se i věrní fanoušci cítí poškozeni, avšak ve sportovní rovině zákazník tolik nelpí na každém jednotlivém produktu podniku, tak jako na celkovém umístění v dané soutěži. Získávání nových zákazníků u sportovních klubů je specifickou záležitostí, která je postavena na historii, tradici, filozofii, strategii, pověsti, důvěryhodnosti, aktuální výkonnosti, imagi podniku ve společnosti a dalších hlediscích. Lze tvrdit, že klub, který dlouhodobě úspěšný a kraluje předním příčkám tabulky bude mít vyšší pravděpodobnost, že získá nové zákazníky než klub, který se pochybuje ve spodní části tabulky. Týmu z předních příček výsledkové tabulky přibydou fanoušci i díky aktuální výkonnosti, strategii a imagi klubu, kdežto u týmu ze spodních příček tabulky budou přibývat fanoušci spíše jen na

základě silných emocionálních vztahů ke klubu - jež mohou být zapříčiněny například přenesením svých názorů, hodnot a vášní z otce na syna. Lze říct, že takto dědit produkt v průmyslových odvětvích je velmi ojedinělé. (Novotný, 2004)

2.2.4 Konkurence

Novotný (2004) se dále rozepisuje o konkurenci, přičemž uvádí že v rámci sportu si konkurují sportovní kluby napříč různými sportovními disciplínami, ale i v rámci daného sportovního odvětví. Z pohledu zákazníka si nekonkurují kluby ve stejné herní skupině - pouze výjimečně se najde fanoušek dvou klubů, které účinkují ve stejné herní skupině. Mnohem častějším jevem je konkurence mezi různými herními skupinami a soutěžemi, kde může fanoušek prvoligového týmu fandit i klubu z nižší soutěže, hrajícímu například na úrovni okresního přeboru, k němuž může mít fanoušek silnou emocionální vazbu, a to z různých důvodů. Zde může vznikat střet zájmů, neboť existuje možnost, že tyto kluby budou hrát své utkání ve stejném termínu. Těmto kolizím se snaží sportovní svaz vyhnout, neboť je zcela v jeho zájmu nastavit program tak, aby ke kolizím nedocházelo, neboť cílem sportovního svazu je vysoká návštěvnost na velkém množství utkání. Velkou konkurenci představuje široká škála vrcholových sportů napříč sportovními odvětvími. Často zde dochází ke vzniku kolize mezi sportovními utkáními z odlišných sportovních odvětví, což nutí fanouška k upřednostnění vybraného druhu sportovního utkání, čemuž se svazy snaží zabránit pomocí dohod o harmonizaci začátků utkání, které však nejsou běžné.

2.3 Právní formy sportovních klubů

Pro založení sportovního klubu v České republice existují následující právní formy. První možnost představuje založení sportovního klubu jako spolku, druhou možností je založení sportovního klubu jako obchodní společnosti produkující zisk.

2.3.1 Spolek

Spolky jsou v České republice tvořeny občanskými sdruženími nebo skupinami osob. Tato sdružení, jejichž náplní je sdružování osob se společnými zájmy, je možno založit třemi osobami, z nichž minimálně jedna musí být starší 18 let a jsou založené na základě zákona o sdružování občanů z občanského zákoníku. Ve spolku je nutno jmenovat přípravný výbor, jež vyhotoví stanovy sdružení, které udávají statutární orgány, organizační strukturu a jsou základním dokumentem určujícím činnost sportovního klubu. Předseda, jenž má právo jednat za celý spolek, je volen členy spolku. Jako spolky jsou vedeny především menší sportovní kluby. Spolky jsou nevýdělečné organizace, které jsou založeny za účelem podpory především rekreačního sportu. (Čáslavová, 2009)

2.3.2 Akciová společnost (a.s.)

Dle Čáslavové (2009) je akciová společnost jednou z kapitálových obchodních společností, která je založena na základě zákona o obchodních korporacích. Základní kapitál akciové společnosti se skládá z cenných papírů - akcií, které jsou vlastněny akcionáři, jež mají podíl na vedení společnosti i zisku. S akciemi lze obchodovat a jejich majitel nijak neručí za závazky společnosti. Akciová společnost podléhá menšímu zdanění než spolky, avšak pro její založení je potřebný vysoký základní kapitál a je spojena i s vyššími náklady, které zahrnují povinnost auditu či zřízení dozorčí rady. Akciová společnost je typickou právní formou profesionálních sportovních klubů.

2.3.3 Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)

Společnost s ručením omezením je společnost, jejíž základní kapitál je tvořen vklady společníků, kteří zároveň ručí za její závazky, ale to pouze v rozsahu, v jakém nesplnili své vkladové povinnosti. Pro založení společnosti je nutné splnit povinnost tvorby základního kapitálu, který musí být minimálně 1 Kč.

K založení této společnosti je potřeba minimálně jeden člověk starší 18 let. Tato forma podnikání se ve vrcholovém sportu vyskytuje méně často. (Synek, 2006)

2.3.4 Shrnutí právních forem sportovních klubů

Celkově lze tuto část kapitoly shrnout tak, že pro profesionální fotbalové kluby v České republice je závaznou právní formou forma akciové společnosti. Lze tedy říct, že klub vystupuje jako běžná obchodní společnost, kde jsou vlastníci oprávněni s klubem nakládat jako se svým obchodním majetkem. Jak bylo zmíněno již v předchozí kapitole, tak ekonomické a sportovní cíle klubu nemusejí být vždy v naprostém souladu, i z tohoto důvodu může docházet k protichůdným rozhodnutím vlastníků proti sportovním výkonům klubu, jenž mohou být například prodeje klíčových hráčů klubu. V některých takových situacích proto bývají vlastníci nařčeni z vlastního obohacování na úkor zdraví a výsledků sportovního klubu, a to zaznívá především z řad fanoušků. Z těchto důvodů lze profesionální sportovní kluby označit za ziskové. (Sluka, 2007)

2.4 Digitalizace ekonomiky

Digitalizaci lze charakterizovat jako proces zavádění a využívání digitálních technologií, kterou lze zavádět v různých oblastech, ať už jimi jsou oblasti výroby či běžného života. Označení digitalizace dříve platilo pouze ve spojení s digitalizací textu či fyzikálních veličin. Digitalizace spočívá v hledání možnosti uplatnit digitální technologie, které pomohou zajistit lepší fungování procesů či služeb. Spolu s rozšiřováním digitalizace je nutné zajistit i schopnost populace pracovat s digitálními technologiemi. Při digitalizaci společnosti se musí klást důraz na možnosti, ochotu a schopnosti jednotlivců, kteří se musejí učit a přizpůsobovat novým technologiím. (DigiStrategie, © 2020)

2.4.1 Přínosy digitalizace

Jedním z cílů digitalizace je i limitování sběru, přenosu, uložení, zpracování dat. Nahrazením těchto činností se předpokládá kvalitní posun a značné ekonomické přínosy.

Konkrétními kvalitativními výhodami digitalizace mohou být například flexibilita, rychlost či zjednodušení aktivit a procesů, které by klasickým byly náročnější. Další výhodou představuje digitalizace v tom, že je to něco nového, neznámého, čímž zaujme značnou část populace, která vyznává moderní styl života. Digitalizace a její nové výrobky spolu mohou přinést nejen úsporu času, ale i materiálu, energie a prostor, které jsou i značným přínosem pro ochranu životního prostředí. (Veber a kol., 2018)

2.4.2 Rizika digitalizace

Digitalizace společnosti má však i svá velká rizika. Jedním z hlavních strašáků může být právě hrozba kybernetického útoku. Představa toho, že důležitá interní data dané společnosti jsou odcizena představuje pro společnost prozatím neúnosné riziko, neboť především menší firmy, které nemají tolik volných finančních prostředků, aby si mohly dovolit digitalizovat svou výrobu a zároveň zajistit kvalitní účinné bezpečnostní zařízení a opatření by vystavily svá data na pospas. Lze předpokládat, že po úniku dat by nastalo vydírání, neboť důležitá data představují pro firmy i velmi důležité a jedinečné know-how. Tyto situace nastávají především z důvodu selhání lidského faktoru, kterému se proces digitalizace snaží poskytnout méně prostoru pro možný vznik chyb. (Veber a kol., 2018)

3 FINANCOVÁNÍ SPORTU

Je zcela zřejmé, že finanční síla jakéhokoli podniku značně ovlivňuje úspěchy samotného podniku a spolu s tím i úspěchy všech zainteresovaných osob. Výjimkou v tomto případě nejsou ani sportovní kluby. Sportovní klub sice může upřednostňovat různé cíle, pokud však upřednostňuje cíle sportovního charakteru, jimiž může být například umístění v horní části tabulky, podávání kvalitních výkonů či kvalita týmu jako celku, tak těchto cílů může sportovní klub dosáhnout pouze pokud bude mít dostatečné množství finančních prostředků. Z tohoto důvodu následující stránky této diplomové práce nastíní, z jakých zdrojů mohou pocházet finanční prostředky, kterými sportovní kluby disponují.

3.1 Zdroje financování z vlastních

činností

Tato kapitola slouží pro přiblížení základních typů tradičních finančních zdrojů poskytnutých z vlastní činnosti. Tyto finance slouží sportovním klubům pro naplnění jejich rozpočtů. Mezi zdroje financování z vlastních činností lze dle Novotného (2010) zahrnout následující:

1. Členské příspěvky

Členské příspěvky lze dále rozdělit na zápisné, oddílové příspěvky a samotné členské příspěvky. Zápisné je hrazeno jednorázově novým členem, a to pouze při jeho vstupu do sportovního klubu, neboť je bráno jako poplatek za zaevidování. Oddílové příspěvky jsou klubem vybírány za účelem financování určité činnosti samotného oddílu. Posledním druhem jsou členské příspěvky, které se hradí jednou ročně. Úhradu členského příspěvku si stanovuje vedení sportovního klubu samostatně ve svých stanovách, avšak výše členských příspěvků dále závisí i na zastřešující organizaci a regionu, ve kterém sportovní klub figuruje.

2. Dary

Dary mohou být finančního či nefinančního charakteru a jsou darujícími poskytovány bez jakéhokoli nároku na protislužbu ze strany obdarovaného. Darujícími jsou většinou lidé s kladným vztahem k danému sportovnímu klubu, nadace či nadační fondy.

3. Patronáty

Patronáty jsou upraveny darovacím zákonem. Možnost patronátů využívají povětšinou velké společnosti, a to zejména proto, aby mohly mládežnickým družstvům příslušného klubu věnovat patřičné finanční obnosy.

4. Vstupné na sportovní akce

Vstupné na sportovní akce, jako zdroj financování, lze považovat za běžný příjem všech sportovních klubů. Rozlišné jsou však ceny vstupenek, které jsou stanoveny na základě úrovně a typu soutěže ve které sportovní klub figuruje. Příjmy ze vstupného jsou tedy závislé na počtu přihlížejících diváků. Zajímavostí jsou menší oddíly, které vstupné vybírají pouze dobrovolně.

5. Startovné

Startovné lze považovat za finanční zdroj, a to především u individuálních sportů, neboť se vybírá od sportovců především na několika denních turnajích. Nejčastějším využitím finančních prostředků vybraných jako startovné bývá zaštitění nákladů na pořádání sportovní akce.

6. Dotace od státu

Jako další zdroj příjmů lze označit dotace od státu, které jsou realizovány především prostřednictvím vládních programů. Vládní programy jsou nyní nabízeny prostřednictvím MŠMT a zahrnují celkem osm programů na podporu sportu.

7. Příspěvky od zastřešující sportovní organizace

Zastřešující sportovní organizace představuje takzvanou mateřskou společnost, která finančně přispívá svým dceřiným společnostem, jimiž jsou menší sportovní oddíly, a to především na zaštitění hlavní činnosti, údržbu či běžný provoz.

8. Příspěvky municipalit

Příspěvky municipalit představují finanční částky poskytnuté sportovnímu klubu, a to městem, popřípadě vesnicí, ve které sportovní klub působí. Tyto příspěvky jsou přidělovány sportovním klubům především díky dobrým vztahům mezi zastupiteli města a členy vedení sportovního klubu.

9. Úroky z uložených vkladů

Ne příliš tradičním a honosným zdrojem financování z vlastních činností jsou úroky z uložených vkladů jednotlivých sportovních klubů.

3.2 Zdroje financování z doplňkových činností

Příjmy z doplňkové činnosti sportovních klubů přinášejí sportovním klubům značné výhody, jednou z nich může být například nezávislost sportovního klubu, a to nejen při vybírání sportovního kádru. Tyto finance dále zajišťují široké spektrum možností pro tým a pro sportovní podmínky. Jako doplňková činnost je označována jakákoliv aktivita sportovního klubu, která podléhá zdanění. Jako zdroje financování z doplňkových činností Novotný (2010) uvádí:

1. Sponzorské příspěvky

Sponzorské příspěvky představují jednoznačně nejvýznamnější finanční zdroj příjmů pro většinu sportovních klubů, neboť většině klubů poskytují sponzorské příspěvky finance potřebné pro účast ve vybrané soutěži. Sponzorské příspěvky představují účelové

vynaložení financí sponzora pro potřeby sportovního klubu za poskytnutí protislužby ze strany daného klubu. Nejčastějšími možnostmi protislužby bývají loga na dresech, loga na mantinelech, hrazení apod. dále pak reklama na webových stránkách klubu apod. Tento zdroj příjmů bude dále více rozpracován v následující kapitole této práce, neboť je hlavním příjmem většiny sportovních klubů.

2. Drobné klubové suvenýry, upomínkové předměty se symbolikou klubu

Jako další doplňkové činnosti mohou sportovní kluby provozovat prodej drobných klubových suvenýrů a upomínkových předmětů. Této činnosti se věnují především velké sportovní kluby, které jsou zároveň z odvětví nejpopulárnějších sportů v ČR, jimiž jsou především fotbal a hokej. Důležitou roli zde hraje historie, tradice a úroveň sportovní soutěže, ve které sportovní klub působí.

3. Nájemné z klubových sportovních zařízení

S tímto typem financování se běžně setkáváme v České republice, v zahraničí pouze výjimečně. Česká republika je typická tím, že až dvě třetiny všech sportovních zařízení je ve vlastnictví samotných sportovních klubů.

4. Klubové restaurace a ubytovací zařízení

Příjmy sportovních klubů mohou pocházet i z dalších zařízení, které přísluší k danému sportovnímu klubu. Může se jednat o klubové restaurace, ubytovací či jiná zařízení sloužící k relaxaci a odpočinku. Všechna tato zařízení jsou typická tím, že vystupují ve spojitosti s určitým sportovním klubem, čímž rozšiřují povědomí o klubu a zároveň mu dělají reklamu. Příjmy sportovních klubů ze sdružených zařízení tvoří smluvně dohodnutá procenta z tržeb příslušných zařízení.

5. Výpůjčky od členů klubu

Zajímavým, a ne příliš tradičním zdrojem financování sportovních klubů mohou být výpůjčky od členů klubu. Tuto možnost financování sportovní kluby nevolí příliš často, dochází k ní pouze výjimečně, a to, především pokud je sportovní klub v krátkodobé tíživé situaci.

6. Bankovní půjčky

Bankovní půjčky představují další zdroj financování z doplňkových činností, a to i pro sportovní kluby. Bankovní půjčky jsou poskytovány sportovním klubům, které mají dostatečný majetek, jímž mohou bankovnímu ústavu ručit. Značná většina sportovních klubů se však této možnosti financování vyhýbá, neboť bankovní půjčky s sebou nesou i vysoké úrokové sazby.

3.3 Sponzorství

Sponzorství tvoří jeden z předních a nejvýznamnějších způsobů financování sportovních klubů v České republice, a i z tohoto důvodu mu bude věnována celá následující kapitola, aby bylo vysvětleno vše podstatné v dostatečné míře.

3.3.1 Definice sponzorství

Sponzorství bývá často zaměňováno se sportovní reklamou či darem. Proto je nutné jej definovat. Sponzorství lze charakterizovat pomocí právního vztahu mezi sponzorem (ten, který poskytuje) a sponzorovaným (ten, který přijímá), čímž sponzorovanému vzniká povinnost vynaložit určitou protihodnotu za daný příspěvek, jak uvádí Durdová (2004). Zavázáním a vynaložením jisté protihodnoty se sponzorství odlišuje od dárcovství, které neočekává, jakékoliv protiplnění za své příspěvky.

Dále je nutné ke sponzorství uvést další důležitá fakta, jimiž je sponzorství specifické. Jak uvádí Pedersen (2011) tak, ve sponzorství je za vše očekávána nějaká forma protihodnoty,

dominují zde podnikatelské zájmy a podpora je vždy prováděna veřejnou formou. Sponzorství podporuje pořádání, soutěže, ale například i výstavy. Ke sponzorství patří četná komunikační opatření jako jsou plakáty, propagační materiály. Rozsah možností sponzorství omezuje pouze představitivost.

3.3.2 Důvody a cíle sponzorství

Dle Dvořákové (2004) lze v posledních letech zaznamenat značný nárůst množství sportovních aktivit, které jsou prezentovány v masmédiích. Tuto skutečnost lze odvodit od vzniku značného množství nových televizních kanálů, které se věnují pouze zprostředkování přenosu sportovních aktivit, a to na různých úrovních profesionality. Jako jedna z možných příčin tohoto nárůstu se jeví zvýšený zájem společností o sponzorství jedince, týmu, či celého sportovního klubu. Za další možnou příčinu lze označit i vstup ekonomických prostředků do sportovního odvětví.

Společnosti, které se angažují do sponzorství sportovního odvětví to dělají především proto, že jejich postavení na trhu je příliš vyrovnané s konkurenčními společnostmi, které se věnují produkci stejných produktů. Pomocí sponzorství se společnosti snaží o zaujetí a přilákání nových potencionálních zákazníků. Předtím než se společnost rozhodne ke sponzorství, je nutné, aby si určila cíle, kterých dosáhne pomocí sponzorství. Cíle, které by si společnosti mohly stanovit uvádí například Růčková (2010):

- 1. zvýšení povědomí o společnosti v publiku,**
- 2. tvorba jména firmy,**
- 3. zlepšení či udržení vztahů s obchodními partnery a zákazníky,**
- 4. zvýšení tržeb a otevření uzavřených trhů,**
- 5. zvýšení tržeb,**
- 6. přilákání distributorů a agentů,**
- 7. vytvoření propagačních materiálů,**
- 8. obcházení reklamních zakáz.**

3.3.3 Typy sponzorství

Durdová (2004) rozlišuje tři typy sponzorství. Tyto typy rozlišuje na základě toho, jak velký objem příspěvků z celkového objemu jednotliví sponzoři do celku vložili. Typy sponzorství dle Durdové (2004) tedy jsou: exkluzivní sponzorství, hlavní sponzorství a kooperační sponzorství.

1. Exkluzivní sponzorství

Exkluzivní sponzor je spojován s označením „oficiální sponzor“, což mu přísluší pouze za vysokou cenu. Exkluzivní sponzor mimo prestižní označení, dále přejímá veškeré protihodnoty a disponuje výhradními právy.

2. Hlavní sponzorství, vedlejší sponzoři

Ač jak název klamně napovídá, hlavní sponzor není nejvyšším označením pro sponzora, je to označení pro sponzory, kteří přejímají nejdražší a nejatraktivnější výkony. Pro vedlejší sponzory zbývají již méně atraktivní možnosti reklamy.

3. Kooperační sponzorství

Kooperačních sponzorů je vždy více a z tohoto důvodu se protislužby rozdělují. Při rozdělování protislužeb lze rozlišit i různé platnosti sponzorských smluv.

SHRNUTÍ K TYPŮM SPONZORSTVÍ

Jak uvádí Novotný (2011), tak existují různí sponzoři s různými potřebami, proto lze na trhu nalézt sponzory, kteří využívají těchto příležitostí především jako komunikačního nástroje, či naopak sponzory jež produkují výrobky spojené s danou činností a možnost sponzorství využívají k propagaci svého výrobku, nebo své výrobky věnují jako sponzorský dar namísto financí.

Vhodným zájemcem pro sponzora je ten, který má připravenou zajímavou nabídku výkonů, jež dostane sponzor jako protihodnotu. Tyto nabídky jsou sponzorům prezentovány za účelem zisku

potenciálního sponzora. Tyto sponzorské balíčky lze nabízet za účelem získání sponzora pro sportovní klub, tým, či pro danou sportovní akci. (Novotný, 2010)

3.3.4 Formy sponzorství

Podle Durdové (2004) lze v dnešní době sponzorství ve sportovním odvětví rozdělit do pěti forem, ze kterých si mohou sponzorské společnosti vybrat pro ně nejvýhodnější variantu spolupráce. Těmito formami jsou:

1. Sponzorování jednotlivých sportovců

Ke sponzorování jednotlivých sportovců se v dnešní době sponzoři uchylují nejvíce, jedná se totiž o nejpoužívanější formu sponzorství ve vrcholovém sportu. Těžké břemeno na sobě má daná osobnost sportovce, neboť se z něj stává garant úspěchu a kvality celého sportovního klubu. Strany mezi sebou uzavírají smlouvu o sponzorství, ve které je mimo jiné i právo sponzora na vyobrazení sponzorovaného sportovce se sponzorskou značkou, či využívání jména samotného sportovce. Sponzorovaným sportovcům naopak patří značný přísun financí a materiálních doplňků, jimiž může být příslušná výbava či oblečení.

2. Sponzorování sportovních týmů

Sponzorování sportovních týmů lze označit za nejvyžívanější formu sponzorství ve sportu jako celku, neboť je hojně využívanou formou sponzorství na vrcholové, výkonnostní, ale i rekreační úrovni sportu. Sponzor do obchodu vstupuje s nabídkou financí, vybavení, ubytování či jiných služeb, za co je mu většinou poskytnut prostor pro reklamu na dresech sportovců, či jsou domluvena jiná opatření, která mají za úkol podporu prodeje.

3. Sponzorování sportovních akcí

Sponzorování sportovních akcí je zajímavou možností pro sponzory, neboť jako protislužba je sponzorovi poskytnuta pestrá škála možností výběru. Typickými možnostmi, které mívají sponzoři na výběr, bývají především reklamy na vstupenkách, v programovém sešitě či na ohrazení stadionu. V nabídce se též vyskytují možnosti reklam o přestávkách či označení sponzora jako „generální sponzor akce“.

4. Sponzorování sportovních klubů

Za formu sponzorství s největší možnou protihodnotou lze označit formu sponzorování celých sportovních klubů. Sportovní kluby nejenže disponují sportovními týmy, ale zároveň jsou i vlastníky jednotlivých sportovců sportovního klubu.

5. Sponzorování sportovních institucí

Pátou formou sponzorování představuje možnost sponzorování sportovních institucí, přičemž sportovními institucemi jsou myšleny federace, svazy a výbory - především ten olympijský, je tedy zřejmé, že i tato forma sponzorství s sebou nese široké spektrum možností propagace.

4 PRIZE MONEY

Pojem Prize Money je náplní této diplomové práce, a proto je zapotřebí jej blíže přiblížit. Prize Money lze doslova přeložit jako peněžní odměna či výhra. Většinou se tento pojem dále nepřekládá anebo se pro něj používá označení finanční odměna. Zdrojů a publikací, které se zabývají tématem Prize Money nelze do dnešního dne nalézt mnoho. Jedná se především o letmé zmínky v kapitolách, které se zabývají financováním sportovního klubu či profesionálního sportu. S pojmem Prize Money se lze hojněji setkat v zahraniční literatuře nežli v českých publikacích, kde se používá především ve spojení s finančními odměnami v tenisu.

Prize Money lze označit jako potenciální část příjmů sportovce, které si může sportovec zajistit díky své účasti na turnajích a sportovních akcích. Jak již vyplývá z předchozí věty, tak Prize Money nelze považovat, zejména pak u slavných a známých sportovců, za celkovou výši veškerých příjmů sportovců. Ostatní a též většinové příjmy jsou tvořeny především financemi, které sportovci inkasují díky lukrativním sponzorským smlouvám. Dále je nezbytné zmínit, že Prize Money je stanovováno organizátory a propagátory dané sportovní akce, avšak v závislosti na příjmech, které organizátoři inkasují od sponzorů a také od samotných účastníků sportovní akce, a to v podobě startovního. Další nezbytnou poznámkou k Prize Money je její zdanění, neboť Prize Money podléhá zdanění v zemi, ve které se sportovní akce koná. Samotným příjmům sportovců bude dále věnována samostatná kapitola.

4.1 Studie BBC Sport

Svou první globální studii týkající se Prize Money ve sportu uskutečnila BBC Sport již v roce 2014. Výsledky této studie byly zveřejněny na oficiálních webových stránkách BBC Sport.

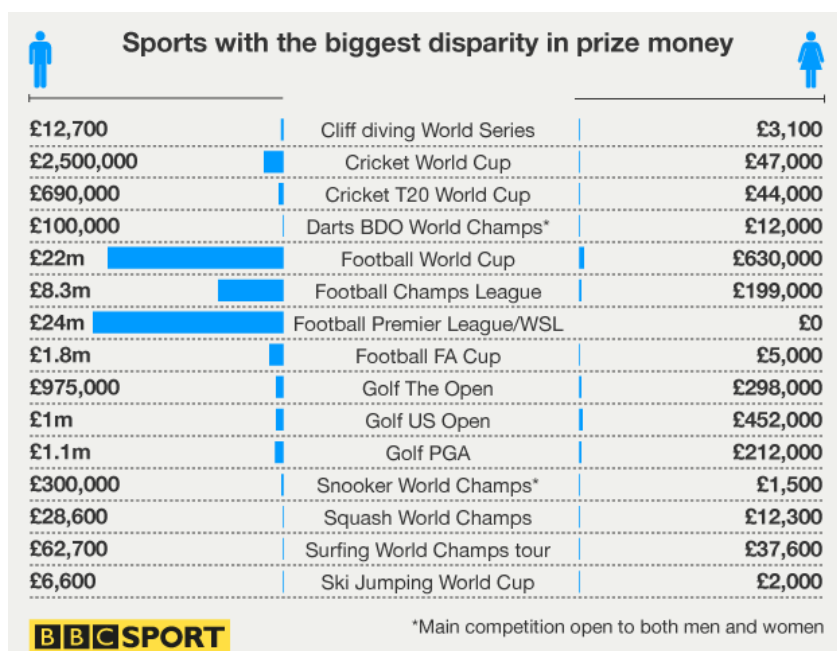
Vedoucí studie Jo Gunston oslovil ohledně Prize Money 56 mezinárodních sportovních organizací, z čehož se mu po sléze

vyjádřilo 51 z dotázaných, přičemž Prize Money se vyplácí pouze u 35 druhů sportu.

Chvályhodné je, že u 25 sportů inkasují sportovci stejnou výši Prize Money bez ohledu na to, jakého jsou pohlaví. Za zmínku jistě stojí obrovské rozdíly při výplatě Prize Money u mužů a žen, a to především u golfu, fotbalu či kriketu.

V dnešní době je genderová rovnost jedním z hlavních témat, a to v jakémkoliv odvětví. Sport není výjimkou, a proto i zde se neustále diskutuje o stejné výši Prize Money pro muže a ženy. Ze studie BBC lze vyčíst, že nejvyšší rozdíly při výplatě Prize Money jsou především ve fotbale, konkrétně u nejvyšší anglické fotbalové ligy.

Obrázek 2 - Rozdíly mezi výši Prize Money pro muže a ženy ve vybraných sportech

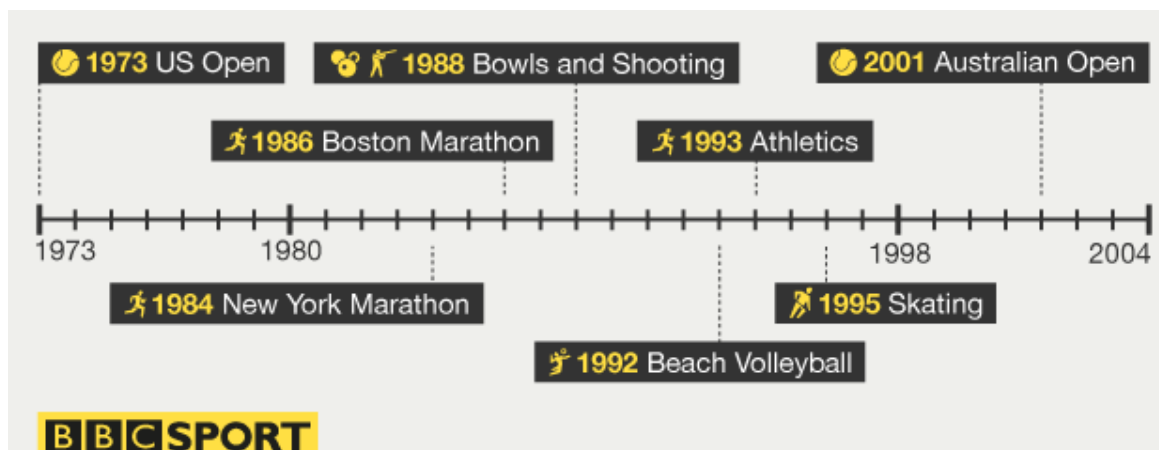


Zdroj: BBC, 2016

Avšak dle Obrázku 3 lze konstatovat, že u velké části sportů se výše Prize Money pro muže i ženy sjednocuje. Za průkopníka sjednocení výše odměn za první místa lze považovat tenis, neboť na tenisových turnajích nejvyšší úrovně začali jako první vyplácet vítězům finanční odměny ve stejné výši bez rozdílu na jejich pohlaví. Konkrétně se tak stalo v roce 1973 na americkém US Open po protestu zúčastněných tenistek. O jedenáct let později se

odměny sjednotily i na Australian Open. Turnaj French Open odolával až do roku 2006 a poslední tenisový turnaj Wimbledon se ke sjednocení výše odměn pro muže a ženy přidal v roce 2007. (Thompson a Lewis, 2014)

Obrázek 3 - Časová osa sjednocování výše Prize Money pro muže a ženy



Zdroj: BBC, 2016

Nižší výši Prize Money lze přičinit ženským sportům především kvůli nižšímu zájmu, sledovanosti a atraktivnosti ženského sportu pro diváky. Nižší zájem ze strany diváků s sebou nese i nižší zájem pro investici ze strany sponzorů. Jedním z důvodů, proč ženský sport nebývá tolik divácky atraktivní bývá kvůli tvrzení, že se nedá porovnat výkon mužů a žen v mnoha disciplínách, neboť muži dosahují zdatně vyšších a kvalitnějších výkonů spojených i s větším vynaložením sil a času.

5 PROGNOTICKÉ METODY

Nedílnou součástí této diplomové práce je rozbor vhodných prognostických metod, které slouží především pro vysvětlení různých způsobů postupu při prognózování. Tato kapitola je důležitou součástí, neboť tvoří základy pro praktickou část této diplomové práce. dá se říct, že tato diplomová práce je na této kapitole závislá. Níže jsou podrobně rozebrány kvalitativní i kvantitativní prognostické metody a jejich způsoby aplikace.

5.1 Kvalitativní prognostické metody

Kvalitativní prognostické metody Štědroň ve své publikaci (2012, str. 39) charakterizuje za pomoci tohoto výroku: *„Budoucí vývoj je přímým pokračováním reálných (identifikovatelných) a imaginárních (neidentifikovatelných) dosavadních trendů. Proto prognostické metody vycházejí z variantnosti, pravděpodobnosti a mnohoznačnosti budoucího vývoje. Kvalitativní prognostické metody využívají synergický efekt jevů v nejrůznějších časových horizontech při získávání informací od odborníků - osobností.“*, přičemž jako výsledek kvalitativních prognostických metod lze označit samotnou tvorbu prognóz, kterou je možno aplikovat i při strategickém řízení. Například podle Štědroňe (2012) lze mezi kvalitativní prognostické metody zahrnout brainstorming, panel expertů, delfskou metodu a metodu analogie, které jsou podrobněji rozebrány dále v této práci.

5.1.1 Brainstorming

Brainstorming neboli v českém doslovném překladu také „bouře mozků“ spočívá v týmovém generování nápadů na je jedno specifické téma. Touto expertní metodou lze získat větší množství nápadů, nežli by bylo získáno od samotných jednotlivců. Základem brainstormingu je skupina lidí, která je schopna kreativního myšlení a je ochotna se navzájem inspirovat. Ideální skupina pro brainstorming je maximálně dvacetičlenná skupina. Cílem

brainstormingu je získání co největšího počtu pestrých nápadů. Začátkem brainstormingu je rychlá diskuse všech členů, kteří přispívají svými nápady k tématu, avšak za dodržování následujících pravidel:

- skupiny jsou tvořeny členy se podobným vzděláním a společenským postavením,
- během diskuse je navozeno přátelské, příjemné a neformální prostředí,
- vyřčené nápady od jakéhokoli člena skupiny nejsou nijak hodnoceny, komentovány, ale jsou pečlivě zapisovány, aby sloužily jako inspirace pro ostatní členy,
- selekce nápadů je prováděna jinou skupinou za pomoci písemného záznamu.

Brainstorming je v prognostice používán zejména pro vyřešení oblastí, které nelze vyřešit za použití kvantitativních prognostických metod, a proto je jeho nespornou výhodou především rychlost.

5.1.2 Panel expertů

Podstatou metody expertního panelu je vyčíslení a spojení různých druhů vstupních dat za účelem vytvoření shrnující zprávy představující návrhy pro řešení daného problému. Skupina expertů s hlubokými znalostmi z různých oblastí analyzuje a poté pravidelně diskutuje vstupní data ze kterých následně tvoří závěr v podobě psané zprávy, jež slouží jako návrh či samotné řešení problému. Pomocí metody panelu expertů jsou řešeny vysoce komplexní problémy. Tato metoda je velmi náročná, a to nejen z hlediska potřebného času, ale i širokého množství znalostí, čímž není vhodným nástrojem pro zapojení široké veřejnosti. Optimální skupina expertů je tvořena minimálně dvanácti členy, a zároveň počet členů nesmí přesáhnout dvacet. (Participativní metody, [b.r.])

Metoda expertního panelu zahrnuje následující kroky:

- jasné definování zkoumaného problému,
- výběr členů expertní skupiny,
- zvolení vedoucího skupiny a zapisovatele,
- dohodnutí časového harmonogramu a dalších podrobností práce,
- účelné vedení jednotlivých zasedání,
- zpracování závěrečné zprávy.

Metoda panelu expertů je různě modifikovatelnou metodou. Její velmi známou modifikací je metoda delfská, které je věnována následující podkapitola.

5.1.3 Metoda Delphi

Modifikovaná metoda panelu expertů dostala svůj název podle řecké věštírny ve městě Delfy. Delfská metoda spočívá v diskusi vybraných expertů, která probíhá formou vyplňování dotazníku ke specifickému tématu. Dotazníkové šetření probíhá opakovaně ve dvou nebo více kolech, což zajišťuje prohloubení názorů. Počet opakování dotazníkového šetření závisí na požadované míře shody expertů. Experti jsou v anonymitě, navzájem se neznají a sdílejí si své komplexní postoje a názory, které slouží všem expertům k rozvoji názorů - upravení, potvrzení či vyvrácení vlastního názoru. (Participativní metody, [b.r.]

Delfská metoda je náročnou metodou, neb je velmi ovlivněna zvolenými experty a analytickými schopnostmi organizátorů. Do metody mohou být zapojeny až stovky expertů, avšak obvyklý rozsah skupiny je patnáct až pětatřicet členů. Náročnost delfské metody dále ovlivňuje i čas, neboť realizace probíhá v rozmezí týdnů až měsíců, nejdéle však do dvanácti měsíců. Ačkoliv je delfská metoda značně náročná, tak je zahrnována mezi nejpoužívanější metody expertního odhadování. Je vhodná pro kvalitativní analýzy rizik, neb odhaduje, co se může stát a za jakých podmínek. (Participativní metody, [b.r.]

Cílem delfské metody většinou bývá:

- poskytnout další kroky budoucího vývoje zkoumané problematiky,
- nalezení konečného výsledku či objasnění rozporuplných témat,
- určení ekologických, ekonomických, politických či společenských preferencí v dalších letech,
- vyjasnění názorů mezi experty.

Štědroň (2012) uvádí, že pro efektivní fungování delfské metody je třeba zajistit následující:

- jmenování řídicí komise,
- specifikování problému, který má být řešen,
- oslovení a výběr expertů,
- sestavení a distribuce dotazníků,
- posuzování shody,
- opakovaná distribuce dotazníků,
- dosažení shody a následná distribuce kompletních informací v závěrečné zprávě.

Delfskou metodu lze účelově přirovnat k brainstormingu, neb se využívá především pro generaci nových nápadů.

5.1.4 Metoda analogie

Metoda analogie spočívá v odvozování závěru podle podobnosti s jinou typovou situací a používá se například při případovém usuzování. U analogické metody znalosti nemají podobu obecných pravidel, které jsou získávány od expertů, ale vznikají na základě dříve vyřešených případů. Jak uvádí Štědroň (2019), tak metoda analogie se většinou používá v těchto případech:

- určení dalšího vývoje trendu, pro který není podobná prognóza,
- hledání podobnosti vývoje prognózovaného procesu s již ukončeným procesem,
- hledání podobnosti dvou procesů, které probíhají po logistické křivce.

Závěrem lze ke kvalitativním metodám říct, že jsou vhodné především pro dlouhodobé předpovědi a plusem kvalitativních metod je schopnost využití velkého množství informací. Problém může být v neuspořádanosti měření a obtížném vyhodnocení přesnosti odpovědi.

5.2 Kvantitativní prognostické metody

Na rozdíl od kvalitativních metod se v kvantitativních metodách, pracuje se statistickými analýzami dat, které vycházejí z minulosti v rozličných časových škálách. Předpokladem uplatnění většiny kvantitativních metod je skutečnost, že další budoucí vývoj lze předvídat, a to díky přímému pokračování již existujících trendů.

Pomocí historických dat se určí cesta předpovědi, ke které je následně vybrán i vhodný matematický model díky jehož aplikaci se předpovídají další body v budoucnu. Tento přístup pracuje s předpokladem, že zvolená cesta pro další kroky pokračuje i do budoucna.

Z tématu této diplomové práce vyplývá, že prognózy budou stanovovány na základě kvantitativních prognostických metod.

5.2.1 Metody vycházející z časových řad

Modely vycházející z časových řad spočívají v analýze opakování u jednotlivých proměnných, přičemž pozorování lze provádět v různých časových intervalech jako například: ročně, měsíčně, týdně, denně atd. Je důležité vědět, že všechny metody časový řad pracují s faktem, že pozorováním minulých hodnot a jejich pohybu v čase, je možné určit budoucí hodnoty dané proměnné.

1. Metoda extrapolace

Metoda extrapolace spočívá v prodlužování historických trendů. Tato metoda spočívá za předpokladu, že působení vnitřních a vnějších příčin vzniku bude pokračovat stejně i v nadále. (Potůček, 2006)

Extrapolace se řadí mezi vědecké metody, pouze pokud se na základě dostačujícího množství relevantních údajů v přijatelné kvalitě podaří popsat proces vývoje zkoumaného jevu. Velký úspěch tato metoda sklízí u jevů, u kterých je možné popsat jejich minulý průběh matematickými funkcemi. (Potůček, 2006)

2. Časové řady

Pojem časové řady vysvětluje Štědroň (2012) jako údaje, které jsou uspořádány s časovou posloupností. Štědroň dále uvádí, že časové řady lze rozdělit do dvou skupin, přičemž první skupinu tvoří deterministické časové řady a druhá skupina je tvořena stochastickými časovými řadami. Deterministické časové řady jsou specifické tím, že nezahrnují náhodné prvky, a proto lze další hodnoty této časové řady bezchybně předpovídat, a to pouze za znalosti potřebné analytické funkce jež je dále vytváří. Rozdíl mezi deterministickými časovými řadami a stochastickými časovými řadami je následující, stochastické časové řady zahrnují náhodný prvek.

Tématem této diplomové práce je Prize Money, jež obsahuje náhodné prvky, a proto je možné je zařadit k stochastickým časovým řadám.

Dále se časové řady dělí dle způsobu získání hodnot, kterých nabývají členy časových řad, a to na časové řady absolutních či relativních ukazatelů. Časové řady absolutních ukazatelů spočívají v tom, že prvotní časová řada je stanovena pozorováním nebo měřením, zatímco časové řady relativních ukazatelů představují řadu, která je pozměněna, a proto je odvozena z absolutních ukazatelů. (Štědroň a kol., 2019)

Dle této charakteristiky lze říct, že téma Prize Money spadá pod časové řady absolutních ukazatelů.

Časové řady se též rozlišují podle vztahu hodnot k času, a to na okamžikové časové řady a intervalové časové řady, přičemž okamžikové časové řady představují řady ukazatelů, jež se vztahují k danému časovému okamžiku a intervalové časové řady jsou tvořeny řadami, které se vztahují k určitému časovému úseku. (Štědroň, 2012)

Na základě této charakteristiky lze Prize Money v jednotlivých rocích grandslamových turnajů přiřadit pod okamžikové časové řady.

Štědroň (2012) dále uvádí, že ekonomické časové řady lze dále rozdělit v jejich závislosti na délce intervalu, který je zachycen mezi jednotlivými hodnotami. Dělí se tedy na: dlouhodobé časové řady, které jsou takové, že jejich hodnoty lze sledovat v intervalech, které jsou dlouhé rok nebo se vyskytují v delších časových intervalech. Krátkodobé časové řady jsou typické tím, že hodnoty se evidují v kratších intervalech nežli jeden rok.

Výše Prize Money se mění ročně, z čehož lze usoudit, že Prize Money spadá pod dlouhodobé časové řady.

3. Metody časové řady

Štědroň (2012) uvádí jako často používané metody analýzy časových řad především dekompozici časové řady, box-jenkinsovu metodologii, lineární dynamické modely a spektrální analýzu časových řad.

Dekompozice časové řady představuje možnost rozložit časovou řadu na složku trendovou, sezónní, cyklickou a reziduální. Jak uvádí Štědroň (2012) tak, tato metoda spočívá v tvrzení, že náhodný proces generující časovou řadu, je závislý jen na čase.

PRAKTICKÁ ČÁST

6 NEJVYŠŠÍ ODMĚNY VE SPORTU

První kapitola praktické části této diplomové práce se věnuje penězům ve sportu, konkrétně nejvyšším odměnám, které se ve světě sportu vyplácejí. Celkovou náplň této kapitoly tvoří seznam nejvýdělečnější sportů a sportů s nejvyšším Prize Money, nechybí ani přehled nejlépe odměňovaných sportovců a sportovkyň.

6.1 Nejvýdělečnější sporty

V dnešní době lze sport považovat již za běžný zdroj obživy, navíc pokud daný sportovec vyniká v jednom z nejlépe placených sportů na světě, tak může dosáhnout, pro někoho, až snových výdělků. Rozhodně není nic neobvyklého, že se mezi nejbohatšími lidmi světa běžně objevují nadaní sportovci s luxusními sponzorskými kontrakty až na doživotí. Mezi deset nejlépe placených sportů dle Sports show (© 2020) patří:

10. Cyklistika

Cyklistika patří již od svých prvopočátků k jednomu z nejaktivnějších sportů na světě. Během roku se pořádá řada cyklistických turnajů, které patří k nejlépe placeným sportovním událostem na světě. Úspěšní cyklisté si kromě příjmů z cyklistických turnajů mohou navýšit svůj rozpočet i o peníze od sponzorů. Proslulý cyklista Lance Armstrong získal v roce 2010 deváté místo v seznamu nejlépe placených sportovců světa, který zpracovává magazín Forbes, a to s celkovým příjmem 28 milionů dolarů.

9. Baseball

Sport proslulý především ve Spojených státech, ve kterých stále zůstává jedním z nejoblíbenějších sportů je baseball. Sportovců, kteří se věnují baseballu je pouze ve Spojených státech přes 2,1 milionu a těší se velké oblibě a sledovanosti, což je jedním z důvodů, proč tito sportovci figurují mezi nejvýdělečnějšími sportovci světa.

6. Hokej

Známým a velmi oblíbeným sportem, i v České republice, je hokej, kterému se také přezdívá „nejrychlejší hra na Zemi“. Česká republika má v nejlepší hokejové lize světa, NHL, hojný počet zástupců, kteří zároveň figurují na předních příčkách nejlépe vydělávajících českých sportovců, jak podrobněji uvádí Tabulka 5. Není proto divu, že hokejisté často působí na seznamu nejlépe placených sportovců od Forbes, kde kanadský hokejista Wayne Gretzky v roce 1994 získal 5. místo s celkovým příjmem 13,5 milionu dolarů a od té doby se hokej řadí mezi nejbohatší sporty světa.

7. Tenis

Sport, se kterým si většina lidí spojí výraz „Prize Money“ je tenis. Tenis se řadí mezi nejhranější rekreační sporty světa a hrají ho miliony lidí. Jedním z nejvýdělečnějších sportů se tenis stal především díky tenisovým turnajům WTA, které jsou považovány za nejlépe placené turnaje světa. Z tohoto důvodu i tenisté figurují na nejlepších pozicích v seznamu nejlépe placených sportovců od Forbesu.

6. Fotbal

Fotbal je proslulým sportem po celém světě, stejně jako nejlepší fotbaloví hráči, kteří jsou ze všech koutů světa. Česká republika není výjimkou a fotbal se zde hraje téměř v každé obci. Fotbal je ale zároveň útočištěm nejlépe placených sportovních smluv. V roce 2017 se vyšplhal portugalský fotbalista Cristiano Ronaldo na 1. místo v seznamu nejlépe placených sportovců, které vydává magazín Forbes, a to s celkovým příjmem 93 milionů dolarů. Kromě toho je v tuto chvíli legendární argentinský fotbalista Lionel Messi nejlépe placeným fotbalistou na světě a vévodí seznamu nejlépe placených sportovců od Forbes za rok 2019.

5. Americký fotbal

Americký fotbal si vydobyl své místo mezi nejvýznamnějšími sporty na světě, proto není zvláštností, že si hráči amerického fotbalu

dosáhli na vysoké umístění v seznamu nejlépe placených sportovců, který vydává Forbes. Kromě velmi dobře placených hráčů se zde nacházejí i některé z nejlépe placených pracovních míst v oblasti řízení sportu. Slavná hvězda NFL, Tom Brady, se umístil v roce 2006 na devátém místě s celkovým příjmem 29 milionů dolarů.

4. Golf

Při vyslovení slova golf se každému jistě vybaví věhlasný golfista a jeden z nejúspěšnějších sportovců, Tiger Woods, který stále drží prvenství v počtu dosažených prvních míst v seznamu nejlépe placených sportovců od Forbes, a to s rekordním počtem jedenácti prvenství. V roce 2002 poprvé obsadil první místo na seznamu Forbes, a to s 69 miliony dolarů. Naposledy dosáhl vrcholu v roce 2013, a to s celkovým příjmem 78,1 milionu dolarů. Golf tak bezpochyby získává své místo mezi nejlépe placenými sporty a patří mezi poskytovatele těch nejlépe placených sportovních akcí.

3. Automobilové závody

Automobilové závody, jimiž jsou Grand Prix Formule 1 nebo NASCAR, si získaly svou pověst především tím, že jsou jednou z nejlépe placených událostí sportovního světa. Riziko, které závodníci podstupují je vykoupeno velkými výherními částkami a sponzorstvím renomovaných značek. Znamý jezdec F1 Michael Schumacher získal v roce 1999 první místo na seznamu nejlépe placených sportovců od Forbes, a to s celkovým příjmem 49 milionů dolarů.

2. Box

Box se řadí mezi nejlépe placené sportovní události, ale zároveň si získává své místo i jako jeden z nejnebezpečnějších sportů. Proslulí boxeři vydělávají obrovské množství peněz na turnajích, přičemž dalším výdělkem boxerů jsou též peníze od sponzorů. Samozřejmostí je umístění věhlasných boxerů v seznamu nejlépe placených sportovců od Forbes, kde se Mike Tyson umístil na prvním místě v roce 1991 s 28,6 miliony dolarů a v letech 2012 a 2014 figuroval na prvním místě Floyd Mayweather s příjmy 85 a 105 milionů dolarů.

1. Basketbal

NBA a další basketbalové turnaje patří mezi nejlépe placené sportovní ligy. Účastníci dostávají odměny od majitelů týmu, a kromě toho vydělávají vysoké sumy prodejem svých signature bot a dresů, které značně navyšují jejich celkové příjmy. Na seznam nejbohatších hráčů, který sestavuje Forbes, se propracoval i basketbalový hráč Michael Jordan, který v roce 1992 vydělal 35,9 milionu dolarů.

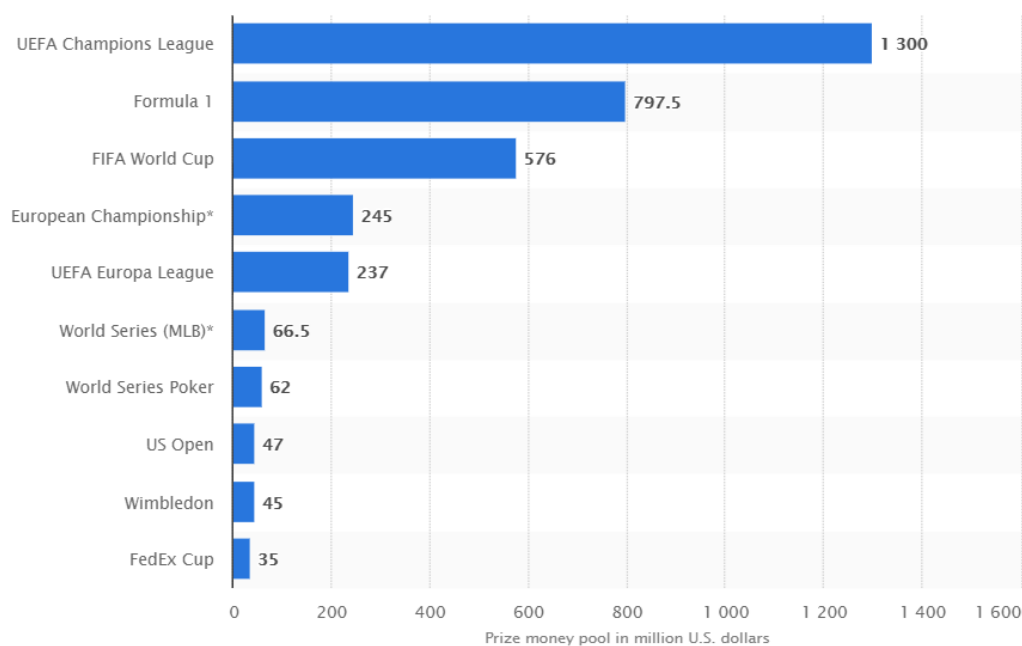
Jakýkoli druh sportu může úspěšnému sportovci přinést bohatství a slávu, což bývá důvodem, který vede lidi ke kariéře v této oblasti. Dobrým sportovcem se člověk nemůže stát pouze s touhou po bohatství a slávě, ale je zapotřebí i odhodlání a um, bez nichž nelze vydat to nejlepší, co v člověku je.

6.2 Sportovní události s nejvyšším Prize Money

Zajímavým přehledem je zajisté i seznam prestižních sportovních událostí, které mají nejvyšší Prize Money Pool, který láká a motivuje sportovce k nejlepším výkonům. Podáním vynikajících výkonů si sportovci mohou zajistit účast například na dále zmíněných sportovních událostech, ale hlavně boj o dobrou pověst a velké množství peněz.

Vybraným zdrojem pro získání dat potřebných pro zjištění sportovních událostí s nejvyšším Prize Money byl web Statista.com, který poskytuje zajímavé přehledy z různých oblastí včetně sportu. Obrázek 4 obsahuje graf, který názorně zobrazuje přehled deseti sportovních událostí s nejvyšším Prize Money. Hodnoty uvedené v grafu jsou vyjádřeny v milionech amerických dolarů.

Obrázek 4 - Sportovní události s nejvyšším Prize Money za rok 2019



Zdroj: Statista, 2020

Jak je znázorněno na Obrázku 4, tak nejvyšší Prize Money, a to 1300 milionu dolarů, nabízí fotbalová událost, kterou je Liga mistrů UEFA. Účast v prestižní soutěži s nejvyšším Prize Money si vykopají pouze fotbalisté těch nejlepších klubů z evropských lig.

Se znatelným rozdílem se na druhém místě umístila sportovní událost ze světa automobilových závodů, konkrétně tedy Formule 1 s Prize Money ve výši 797,5 milionu dolarů. Tato královská disciplína automobilových sportů spočívá v sériových závodech formulí a jejím hlavním hřebem je mistrovství světa F1, tedy série závodů Grand Prix. Není divu, že se na bronzovou příčku vyhoupllo mužské fotbalové mistrovství světa FIFA s Prize Money ve výšce 576 milionů dolarů, když je fotbal nejvíce sponzorovaným druhem sportu - viz podkapitola 6.5 této diplomové práce. Vstupenku a možnost zahrát si na této sportovní události dostane pouze 32 týmů z celého světa, a to jednou za čtyři roky. Čtvrté místo v žebříčku sportovních událostí s nejvyšším Prize Money obsadila znovu fotbalová událost, konkrétně tedy mistrovství Evropy mužských fotbalových týmů, které se označuje jako EURO a je pořádáno federací UEFA. Tohoto turnaje, který má výšku Prize Money 245 milionů dolarů, se účastní mužské národní fotbalové týmy a koná se stejně jako mužské fotbalové mistrovství světa, jednou za čtyři roky. Další v pořadí se nachází Evropská liga UEFA, která má podobnou výši Prize Money jako EURO, konkrétně tedy 237 milionů dolarů. Tuto soutěž je též možné znát pod názvem Pohár UEFA. Této klubové soutěže se účastní evropské mužské fotbalové týmy každý rok již od roku 1971. Další sportovní události, které se umístily v TOP 10 sportovních událostí s nejvyšším Prize Money jsou následující: Světová série MLB, neboli samotné finále play-off americké baseballové ligy s Prize Money ve výši 66,5 milionů dolarů, World Series of Poker neboli světové série turnajů v pokeru operují s 62 miliony dolarů, další následují prestižní tenisové turnaje US Open a Wimbledon s Prize Money ve výši 47 a 45 milionů dolarů a desítku uzavírá FedEx Cup, golfový turnaj s odměnami ve výši 35 milionů dolarů.

Jak vyplývá z grafu na Obrázku 4, tak sportovní události s nejvyšší odměnou jsou především z fotbalové oblasti.

6.3 Nejlépe odměňovaní sportovci

Dalšími zajímavými fakty jsou v této diplomové práci přehledy nejlépe placených sportovců světa. Jak si lze povšimnout v Tabulce 4, která je přiložen níže, tak v Top 10 nejlépe placených sportovců světa neúčinkuje žádný český sportovec, a to je jedním z důvodů proč je součástí této části diplomové práce seznam nejlépe placených českých sportovců.

Tabulka 4 - Nejlépe placení sportovci světa

Pořadí	Jméno sportovce	Druh sportu	Celkové příjmy za rok 2019 (mil. USD)	Plat/výhry (mil. USD)	Ostatní příjmy (mil. USD)
1.	Lionel Messi	fotbal	127	92	35
2.	Cristiano Ronaldo	fotbal	109	65	44
3.	Neymar	fotbal	105	75	30
4.	Canelo Alvarez	box	94	92	2
5.	Roger Federer	tenis	93,4	7,4	86
6.	Rusel Wilson	americký fotbal	89,5	80,5	9
7.	Aaron Rodgers	americký fotbal	89,3	80,3	9
8.	LeBron James	basketbal	89	36	53
9.	Stephen Curry	basketbal	79,8	37,8	42
10.	Kevin Durant	basketbal	65,4	30,4	35

Zdroj: Vlastní zpracování dle Forbes, 2019

Pohledem na Tabulku 4 lze konstatovat že předchozí zjištěné skutečnosti jsou v souladu s následujícími údaji tzn. že mezi nejlépe placené sportovce se dostali sportovci, kteří se věnují jednomu z nejlépe placených sportů světa, a zároveň bývají pravidelnými účastníky sportovních událostí s nejvyšším Prize Money. Stupně vítězů nejlépe placených sportovců světa náleží fotbalistům. Tři fotbaloví velikáni, jimiž jsou Lionel Messi, Cristiano Ronaldo a Neymar, dominují tabulce se svými celkovými příjmy přesahujícími 100 milionů dolarů. V Tabulce 4 jsou dále vypsána jména dalších slavných a úspěšných sportovců ze sportovních odvětví jako jsou box, tenis, americký fotbal či basketbal, kteří vydělávají spoustu peněz. Důležité je zmínit, že celkové příjmy sportovců lze rozdělit na dvě části, jimiž jsou příjmy v podobě platu či výhry – záleží na druhu sportu, přičemž druhá část celkových příjmů sportovce je tvořena především individuálními příjmy od sponzorů, jak zobrazuje Tabulka 4.

Bohužel se čeští sportovci se svými příjmy neprobojovali mezi celosvětově nejlépe placené sportovce, ale i přes to mají úctyhodné výdělků o kterých se mnohým z nás ani nezdá.

Tabulka 5 uvádí přehled nejlépe placených českých sportovců. Jak je možno vyčíst, tak neúspěšnějším sportem pro české sportovce je hokej, neboť má nejvyšší počet zástupců v Tabulce 5, avšak paradoxně jí kraluje proslulý fotbalista Petr Čech, jehož roční výdělek je 8,8 milionů dolarů neboli 218 milionů korun českých. V těsném závěsu následují hokejisté Voráček, Pastrňák, Krejčí, Palát, Hertl a Hanzal se snovými výdělků vysoko přes 100 milionů korun českých. Téměř hokejovou tabulku narušil český pokerový král Martin Kabrhel s výdělkem 95,5 milionů korun českých a basketbalista Jan Veselý s 95 miliony korun českých. Top 10 uzavírá hokejista Michael Frolík s výdělkem 90 milionů korun českých za rok. Jak je vidět, tak ani čeští sportovci se ve světě se svými výdělků neztratí.

Tabulka 5 - Nejlépe placení sportovci České republiky

Pořadí	Jméno sportovce	Druh sportu	Celkové příjmy za rok 2019 (mil. USD)	Celkové příjmy za rok 2019 (mil. Kč)
1.	Petr Čech	fotbal	8,8	218
2.	Jakub Voráček	hokej	8,5	210
3.	David Pastrňák	hokej	7,3	180
4.	David Krejčí	hokej	6,8	169
5.	Ondřej Palát	hokej	6,2	154
6.	Tomáš Hertl	hokej	5,4	135
7.	Martin Hanzal	hokej	4,5	112,5
8.	Martin Kabrhel	poker	3,9	95,5
9.	Jan Veselý	basketbal	3,8	95
10.	Michael Frolík	hokej	3,6	90

Zdroj: Vlastní zpracování dle Forbes, 2019

6.4 Nejlépe odměňované sportovkyně

Z důvodu genderového vyvážení této diplomové práce nelze opomenout ani nejvíce vydělávající sportovkyně světa. Často se lze setkat s odlišnými odměnami pro mužského výherce a pro ženskou výherkyni v té samé soutěži na totožné úrovni, a to z různých důvodů. Jedním ze sportů, který tyto rozdíly začal eliminovat je tenis, který je obživou pro všechny nejlépe placené sportovkyně světa v Tabulce 6.

Tabulka 6 - Nejlépe placené sportovkyně světa

Pořadí	Jméno sportovkyně	Druh sportu	Celkové příjmy za rok 2019 (mil. USD)	Plat/výhry (mil. USD)	Ostatní příjmy (mil. USD)
1.	Serena Williams	tenis	29,2	4,2	25
2.	Naomi Osaka	tenis	24,3	8,3	16
3.	Angelique Kerber	tenis	11,8	5,3	6,5
4.	Simona Halep	tenis	10,2	6,2	4
5.	Sloane Stephens	tenis	9,6	4,1	5,5
6.	Karoline Wozniacki	tenis	7,5	3,5	4
7.	Maria Šarapovová	tenis	7,0	1	6
8.	Karolína Plíšková	tenis	6,3	4,6	1,7
9.	Elina Svitolina	tenis	6,1	4,6	1,5
10.	Venus Williams	tenis	5,9	0,9	5
	Gabrine Muguruza	tenis	5,9	2,4	3,5

Zdroj: Vlastní zpracování dle Forbes, 2019

Tabulce 6 kraluje světoznámá tenistka Serena Williams, jejíž celkové roční příjmy činí 29,2 milionu dolarů, přičemž jejich značná většina (25 milionů dolarů) je tvořena individuálními příjmy tenistky především od sponzorů.

Na pomyslné stupně vítězů se vyšplhala japonská tenistka Naomi Osaka s celkovými ročními příjmy 24,3 miliony dolarů a německá tenistka Angelique Kerber s celkovým ročním výdělkem 11,8 milionu dolarů. I u těchto dvou sportovkyň převažují ostatní výdělků především v podobě sponzorských smluv.

Tabulku dále vyplňuje rumunská tenistka Simone Halep, jejíž celkové příjmy jsou tvořeny z větší části výplatou za výhru nežli výškou sponzorských smluv, a to v poměru 6,2 milionu dolarů ku 4 milionům dolarů.

Dále následují tenistky Sloane Stephens, Karoline Wozniacki a Maria Šarapovová s příjmy ve výšce 9,6; 7,5 a 7 milionů dolarů za rok.

Na osmém místě tohoto žebříčku se umístila česká zástupkyně Karolína Plíšková s celkovým ročním příjmem 6,3 milionu dolarů z čehož Prize Money 4,6 milionů dolarů tvoří většinou část příjmů tenistky a sponzorské smlouvy jí přinášejí „pouhých“ 1,7 milionů dolarů. V porovnání s ostatními tenistkami v tabulce jsou výdělky pomocí Prize Money čtvrté nejvyšší, ale výdělky ze sponzorských smluv druhé nejmenší ze všech uvedených tenistek.

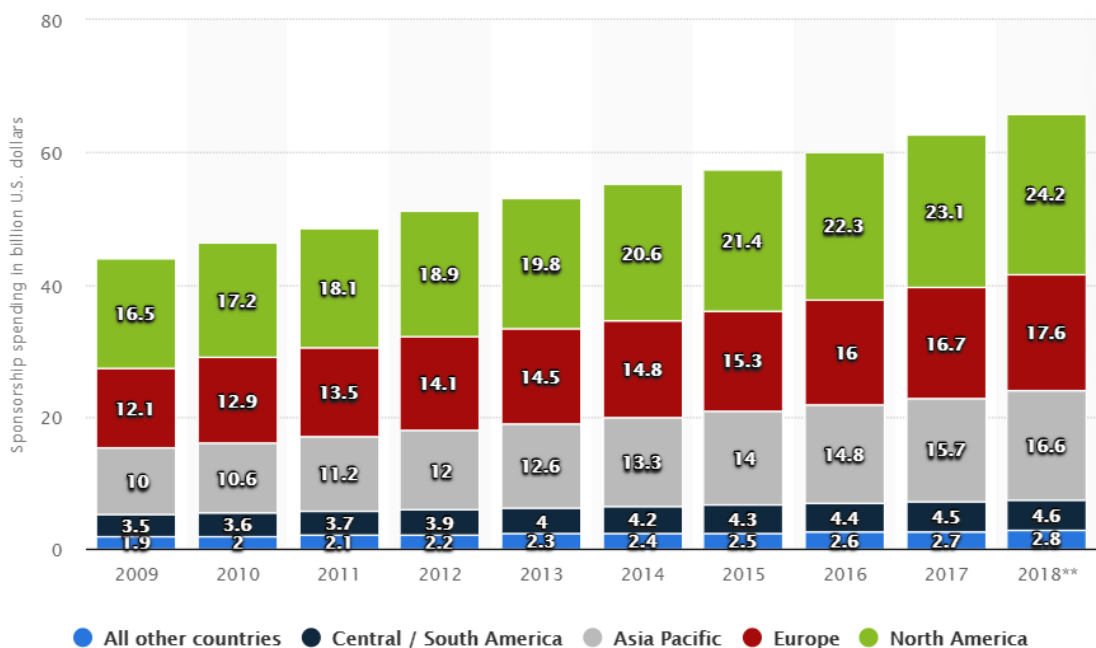
Závěr tabulky obsadily tenistky Elina Svitolina (6,1 mil. dolarů), Venus Williams a Gabrine Muguruza se shodnými příjmy ve výšce 5,9 milionu dolarů.

6.5 Nejvyšší sponzorské smlouvy

V přecházející části této diplomové práce je několik stran věnováno sponzorství, a i z tohoto důvodu je následující podkapitola věnována nejvyšším sponzorským smlouvám, které ve světě sportu vznikly. Je až pozoruhodné o jak obrovské částky se jedná, a navíc se každým rokem jejich objem navyšuje. Tento enormní objem financí je tvořen poplatky za vysílací práva, ale především z velké části penězi sponzorů.

Jak uvádí web Statista.com, tak v roce 2018 se roční objem financí ve sportu, které byly poskytnuty sponzory pohyboval řádově na úrovni 65,8 miliard dolarů. Podrobný roční pohyb financí ve sportu zachycuje dále přiložený Obrázek 5.

Obrázek 5 -Přehled financí investovaných do sportu od roku 2009-2018



Zdroj: Statista, 2020

Největší část výše zobrazených financí spolkně fotbal. Fotbal je nejvýnosnějším sportem v historii a pravděpodobně ještě dlouho bude.

Peníze od sponzorů vynaložené do sportovního vybavení či týmových dresů představují největší příjmy evropských fotbalových klubů. Například fotbalový klub Real Madrid každoročně získá 158 milionů dolarů od sportovní značky Adidas za hraní v jejich dresech. Další informace o sponzorských smlouvách uvádí Tabulka 7.

Tabulka 7 - Kluby s nejvyššími sponzorskými smlouvami

Pořadí	Název klubu	Výše kontraktu (mil. USD)	Sponzoři
1.	Real Madrid	220	Adidas, Fly Emirates, United Arab Emirates
2.	Manchester United	209	Adidas, Chevrolet
3.	Bayern Mnichov	111	Allianz, Adidas, Deutsche Telecom
4.	Chelsea	99	Adidas, Samsung, Yokohama Rubber
5.	Arsenal	86	Puma, Fly Emirates
6.	Barcelona	81	Rakuten, Nike
7.	Liverpool	79	New Balance, Standard Chartered
8.	Manchester City	74	Etihad Airways, Nike
9.	Juventus	53	Sportfive, Nike, Jeep
10.	PSG	51	Nike, Fly Emirates

Zdroj: Vlastní zpracování dle Pledge Sports, 2019

Jedním z důvodů, proč si sponzoři vybírají pro své investice sport je především obrovská sledovanost a popularita vybraných sportovních akcí, jimiž nejčastěji bývají olympijské hry, fotbalové šampionáty či světový šampionát v ragby, který nečekaně překvapil svými komerčními výsledky i velmi vysokou sledovaností po celém světě.

Obrovskou popularitu a sledovanost samotných druhů sportů zajišťují především zúčastnění aktéři, kteří patří mezi nejlepší sportovce světa, proto není divu, že i samotní sportovci podepisují nové kontrakty se sponzorskými firmami.

Nejlépe sponzorovaní sportovní aktéři jsou uvedeni v přehledu, který nabízí Tabulka 8.

Tabulka 8 - Sportovci s nejvyššími sponzorskými smlouvami

Pořadí	Jméno	Druh sportu	Výše kontraktu (mil. USD/rok)	Sponzor/sponzoři
1.	Roger Federer	Tenis	86	Barilla, Uniqlo, Nike, atd.
2.	Michael Jordan	Basketbal	60	Nike
2.	Tiger Woods	Golf	54	Nike, TaylorMade, Bridgestone, atd.
3.	Lebron James	Basketbal	53	Nike, Coca-Cola, Beats by Dre, atd.
4.	Cristiano Ronaldo	Fotbal	44	Nike, Herbalife, Tag Heuer, atd.
5.	Steph Curry	Basketball	42	Under Armour, Rakuten, Nissan, atd.
6.	Phil Mickelson	Golf	36	Barclays, Intrepid Financial Partners, Workday, atd.
8.	Kevin Durant	Basketbal	34	Nike, Beast, American Family Insurance, atd.
9.	Kei Nishikori	Tenis	33	Uniqlo, Nike, atd.
10.	Rory McIlroy	Golf	34	Nike

Zdroj: Vlastní zpracování dle Pledge Sports, 2019

Jak již bylo zmíněno výše, tak důvodem sponzorství sportovních akcí je především zviditelnění značky sponzora, neboť sport se těší velké oblibě diváků, patří na program každodenních debat a fanoušci ho pravidelně sledují.

V dnešní době patří sportovní sponzoring mezi nejefektivnější možnosti marketingu firemní značky. Sportovci jsou spojováni se značkami, které prezentují či zastupují, a proto musí vystupovat v souladu se sportovními hodnotami, jimiž jsou například odhodlání, vytrvalost, kvalita a úspěch, neboť to spojení značek s vybranými sportovci vyžaduje. Zvětšuje se i počet sportovců, kteří po dohodě s vybranou značkou pravidelně sdílejí fotografie či videa s daným produktem sponzorské značky na sociálních sítích.

Mezi největší sportovní značky, které pravidelně vydávají velké množství financí do sportovního sponzoringu, lze zahrnout výrobce sportovního oblečení – společnosti Nike a Adidas, přičemž nejvyšší sportovní sponzorský kontrakt drží první firma Nike, jak například i uvádí Tabulka 8.

Dále je v této práci uvedeno několik firem, které uvádí Pledge sports (©2019) jako firmy, které využívají sponzorství ve sportu:

1. Nike

Nike je největší sportovní značka na světě a pokud jde o sponzorování jednotlivých sportovců jsou jedničkou na světě. Seznam sportovců, které Nike sponzoruje, zahrnuje například: Cristiana Ronaldo - nejlepšího současného fotbalistu na světě, Tigera Woodse - celosvětově proslulého golfistu, legendu NBA -Le Brona Jamese a spoustu dalších světoznámých jmen. Nike podporuje špičkové sportovce z různých druhů sportů, a proto není divu, že ročně utratí miliardy za sponzorství sportovců, týmů, lig a dalších atletický sponzorských programů.

2. Adidas

Další celosvětově proslulou sportovní značkou a také oficiálním výrobcem míčů světového poháru v posledních dvou sezónách je firma Adidas. Adidas sponzoruje širokou škálu různých sportů, jimiž jsou například: tenis, golf, kriket, ragby, baseball či hokej. Na rozdíl od Nike se Adidas zaměřuje na sponzorství týmů a klubů, a to především ve fotbale. Adidas sponzoruje národní fotbalové týmy například: Španělsko, Německo, Argentina, Rusko, Mexiko, Japonsko, Dánsko či Řecko. Mimo sponzorství národních fotbalových týmů se firma Adidas také zaměřuje na sponzorství klubových fotbalových týmů jako jsou: Real Madrid, AC Milán či FC Bayern Mnichov.

3. Pepsi

Velmi proslulý sponzor především v Severní Americe je firma Pepsi. Firma Pepsi je firma zabývající se výrobou nealkoholických nápojů a zaměřuje se na sponzorování především NBA, NFL a NHL v Severní Americe. Po celém světě sponzoruje kriket. Firma PepsiCo v roce 2018 podepsala smlouvu s Ligou mistrů UEFA a Evropskou ligou na další tři roky.

4. Coca Cola

Firma Coca Cola je již více než 90 let světovým sponzorem olympijských her do kterých vkládá nemalé finanční obnosy. WARC tvrdí, že olympijští partneři Coca-Cola a Procter & Gamble by měli za sponzoring na olympijských hrách v roce 2020 vynaložit až 1,95 miliardy dolarů, zatímco domácí sponzoři jako Canon, Asahi a Fujitsu pouze 3,33 miliardy dolarů.

5. Rolex

Rolex je dalším velkým aktérem v oblasti sportovního sponzorství. Na rozdíl od výše zmíněných firem se firma Rolex zaměřuje na vybrané druhy sportu, kde utrácí obrovské množství peněz. Těmito sporty jsou například tenis, golf, plachtění či formule 1. Společnost Rolex se nebrání sponzorství sportovních událostí ani jednotlivých sportovců, a to zejména v golfu a tenisu.

7 HISTORIE VYBRANÝCH SPORTŮ

Tato část diplomové práce slouží pro přiblížení historie a základních charakteristik vybraných sportů, jimiž jsou tenis a fotbal.

7.1 Historie tenisu

Prvopočátky tenisu se datují již od šedesátých let devatenáctého století, konkrétně tedy od roku 1858, kdy Henry Gem a Walter Clopton Wingfield dali trávníku v Edgbastonu název tenisový dvorec, avšak jisté zmínky o podobné hře jsou k nalezení v rukopisech z 6 stol. n.l. v Egyptě či Persii. Tenis jako profesionální sport vznikl založením okruhu Grand Prix v roce 1970 a v roce 1972 došlo k založení ATP. Od těchto dob uplynulo již velké množství času, přičemž se událo nespočet transformací v tomto sportu. Přelomovým vynálezem byl i gumový tenisový míček, který po dopadu na zem odskočil do výšky a nezůstal ležet na zemi. Změnám se nevyhnul ani tvar či velikost tenisového dvorce, natožpak pravidla. První tenisový turnaj byl uskutečněn již v roce 1977 v Anglii. Zlomovým bodem bylo až vytvoření žebříčku, který ukazoval spravedlivé porovnání výkonnosti tenistů, a to zejména na základě jejich výsledků na turnajích. Tento žebříček byl podkladem pro stanovení jednoznačných pravidel pro přihlašování na turnaje a též pro systém rozdělování Prize Money mezi účinkující sportovce. (Parsons, 1998)

7.1.1 Historie ATP

ATP neboli Asociace tenisových profesionálů je organizace založená za účelem shromáždění mužských profesionálních tenistů na mezinárodní úrovni. Asociace tenisových profesionálů vznikla již roku 1972 za účelem ochrany zájmů profesionálních tenistů. V dnešní době ATP organizuje mezinárodní turnaje pod záštitou takzvané ATP World Tour. Mimo jiné ATP zajišťuje dohled nad sestavováním žebříčku nejlepších tenistů, který ovlivňuje nasazení

tenistů do prestižních turnajů či sestavuje zajímavé přehledy a statistiky. Tenis se i díky ATP stal světově proslulou hrou a podívanou na špičkové úrovni, a proto denně přiláká masy lidí k jeho sledování, čímž se zvýší zájem společností, které by rády do tohoto druhu sportu investovali, čím dochází k navyšování Prize Money v tenise. (ATP Tour, ©2020)

Pro větší přehled lze vybrat zajímavé historické body, které značně ovlivnily vývoj ATP. Důležitými body, které ovlivnily celkové Prize Money jsou del ATP Tour (© 2020):

- 1991 Smlouva na celosvětové televizní vysílání ATP turnajů.
- 1995 Spuštění oficiální webové stránky ATP.
- 1996 Mercedes-Benz přijat jako sponzor.
- 1998 TV přenosy tenisu do více než 200 světových zemí.
- 2006 Přijmutí partnerství se South African Airways a Stanford Financial Group.
- 2007 Zaznamenám rekord ve sledování tenisových zápasů v TV.
- 2008 Nové partnerství s Barclays.
- 2010 Nové partnerství s Corona Extra a FedEx.
- 2011 Nové partnerství s Moët a Chandon.
- 2012 Head a Ricoh přijati jako sponzoři.
- 2013 Nové partnerství s Emirates, Rolex a Tecnifibre.
- 2014 Nové partnerství s Vixlet.

7.1.2 Historie WTA

WTA neboli Ženská tenisová asociace jejíž vznik se datuje od roku 1973 je organizace, která se zabývá sdružováním profesionálních tenistek a již na počátku svého vzniku se angažovala především v zrovnoprávnění tenisu, konkrétně tedy ve sjednocení výše finančních odměn pro muže i ženy na turnajích. Vzniku WTA předcházela vzpoura v roce 1970, kdy se devět tenisek zasloužilo o založení tenisového okruhu Virginia Slims Circuit, což bylo zároveň jedním ze stěžejních pilířů pro profesionální ženský tenis.

Stejně jako ATP, tak i organizace WTA sestavuje žebříček s pořadím profesionálních tenistek, a to od roku 1975 ve dvouhře a od roku

1984 i ve čtyřhře. Tento žebříček vychází z dlouhodobých výsledků tenisek vzniklých na úrovni profesionálních turnajů. K aktualizaci a zveřejnění žebříčku dochází každé pondělí s výjimkou v období grandslamových turnajů a čtrnáctidenních akcí v Indian Wells a Miami. (WTA Tennis, ©2020)

- 1971 Vznik Virginia Slims Series.
- 1973 Založení asociace WTA.
 - 1.ročník US Open -Prize Money pro muže i ženy totožné.
- 1976 Chris Evert jako první sportovkyně s obdrženým Prize Money přes 1 milion dolarů za kariéru.
- 1982 Martina Navrátilová jako první sportovkyně s Prize Money přes 1 milion dolarů za sezónu.
- 1984 Australian Open -Prize Money pro muže i ženy totožné.
- 1988 Steffi Graf vyhrává Grand Slam a zároveň zlato na OH.
- 1999 Steffi Graf vydělala za kariéru Prize Money ve výši 21 895 277 dolarů.
- 2007 Totožné Prize Money na grandslamových turnajích pro muže i ženy.
- 2013 Rekordní výdělek Sereny Williams: Prize Money 12 385 572 dolarů za sezónu.

7.1.3 Kategorizace turnajů

Jak je možné si povšimnout již v předešlé podkapitole, tak existují zvláště mužské a ženské organizace, které pořádají profesionální tenisové turnaje, což představuje hlavní rozdělení turnajů, tedy na mužské a ženské.

Na tenisové půdě však existují tři hlavní organizace, přičemž dvě z nich (ATP a WTA) jsou již zmíněny v předešlé podkapitole. Třetí a nejvýše postavenou organizací je ITF neboli Mezinárodní tenisová federace. ITF zajišťuje chod tenisu ve světě, přičemž k dnešnímu datu pod ITF působí 210 národních tenisových svazů. Lze říct, že ITF se stará o neustálý rozvoj a propagaci tenisu ve světě.

Výše zmíněné organizace pořádají různé turnaje, které se však liší objemem celkových dotací vynaložených na turnaj, přičemž výše celkové dotace turnaje je kooperuje s počtem získaných bodů na

turnaji, které se přičítají do žebříčků WTA a ATP. Nyní pár detailů k jednotlivým turnajům:

1. Turnaje ITF

Organizace ITF je hlavní organizací spravující tenisové odvětví. Zahrnuje tedy organizaci turnajů pro ženy i pro muže.

Kategorie turnajů se dělí na **ITF Women's Circuit** neboli ženský okruh, který zahrnuje tyto turnaje pojmenované podle výše Prize Money: \$10,000, \$15,000, \$25,000, \$50,000, \$75,000, \$100,000 a zároveň i turnaje jejichž součástí je zajištěné ubytování a strava pro tenistky(+H), jimiž jsou \$50,000+H, \$75,000+H, \$100,000+H.

Další turnaje ITF tvoří mužský okruh **ITF Men's Circuit**, který je tvořen dvěma úrovněmi turnajů, které se nazývají *Future* a jsou to turnaje \$10,000 a \$15,000. Zajímavostí těchto turnajů je, že se pořádají dva nebo tři stejné turnaje na území jednoho státu (kvůli minimální dotaci \$30,000 a trvají po dobu jednoho týdne.

ITF nezapomíná ani na organizaci národních týmových soutěží, kterými jsou mužský Davis Cup, ženský Fed Cup a turnaj smíšených reprezentačních týmů Hopman Cup. Pod ITF spadá také organizace olympijských her. (ITF Tennis, 2019)

2. Turnaje WTA

Druhou skupinou jsou kategorie turnajů WTA, které se dále dělí podle výše celkové dotace, která je na turnaji k dispozici.

Samozřejmostí jsou **grandslamové turnaje**, které jsou čtyři a jsou doplněny **Tour Championships**, který se skládá ze dvou turnajů konajících se na konci sezóny. Konkrétně se jedná o Turnaj mistryň a Malý turnaj mistryň, jež se skládá z vybraných účastnic. Prize Money Turnaje mistryň bylo v roce 2019 14 milionů dolarů a peněžní odměna Malého turnaje mistryň necelé dva miliony a tři sta padesát tisíc dolarů.

Premier Mandatory tvoří čtyři turnaje na nejvyšší úrovni. Povinnost účastnit se turnaje vniká všem hráčkám umístěným v Top 10 žebříčku WTA. Vítězka si odnáší 1 000 bodů do tabulky WTA a Prize Money se pohybuje výši od sedmi milionů dolarů až lehce nad devět milionů dolarů.

Premier 5 lze označit jako střední úroveň turnajů WTA, která se skládá z pěti turnajů. Účast má povoleno pouze sedm tenistek první desítky v žebříčku WTA. Vítězce je připsáno 900 bodů a Prize Money se pohybuje okolo dvou až tří milionů dolarů.

Premier 700, neboli také pouze **Premier** představuje nejnižší možnou úroveň turnajů WTA a skládá se ze dvanácti turnajů. Vítězka získá pouze 470 bodů a Prize Money se pohybuje v rozmezí od osmi set tisíc až lehce nad dva miliony dolarů.

WTA International tournaments obsahuje třicet dva turnajů, jejichž Prize Money se pohybuje mezi 250 až 750 tisíci dolary. (WTA Tennis, © 2020)

3. Turnaje ATP

Mužské tenisové turnaje se dělí do níže vypsanych kategorií turnajů ATP.

Samozřejmostí a vysokou diváckou přitažlivostí oplývají čtyři **grandslamové turnaje** v mužském podání. Velmi zajímavým mužským tenisovým turnajem je samotný **Turnaj mistrů**, který se se svou výší Prize Money pohybuje okolo devíti milionů dolarů. Zajímavou novinkou je turnaj Next Generation ATP Finals, kterého se účastní sedm nejlepších tenistů do jednadvaceti let, výše Prize Money v roce byla 1 400 tisíc dolarů.

Do třetí nejvyšší kategorie spadají mužské turnaje **ATP Tour Masters 1000**, kterých se hraje celkem devět a v roce 2019 disponovaly Prize Money ve výši mezi 5 585 až 9 314 tisíci dolary. Vítěz turnaje se připíše do žebříčku ATP 1000 bodů.

Čtvrtou nejvyšší kategorií jsou turnaje **ATP Tour 500**, které jsou specifické tím, že jeho výherce si připíše do žebříčku ATP 500 bodů. Těchto turnajů se pořádá třináct a jejich Prize Money se pohybuje mezi 1 855 a 3 666 tisíci dolary.

Poslední kategorii tvoří turnaje **ATP Tour 250**, jejichž Prize Money se v roce 2019 pohybovalo mezi 507 490 a 1 248 665 dolary. Obsahuje 40 turnajů a vítěz každého turnaje se do žebříčku ATP připočítá 250 bodů. (ATP Tour, ©2020)

7.2 Historie fotbalu

Fotbalové prvopočátky lze datovat již od starověku, kdy se ve 2. století př. n. l. v Číně hrála hra cchu-tü, kterou lze považovat za dávného a vzdáleného předchůdce fotbalu. V Řecku a Římě se hrálo několik her nohama, avšak jako nejvíce podobná hra se jeví římská hra harpastum. Hry zdánlivě se podobající fotbalu se hrály i v době středověku, a to po celé Evropě, avšak se velmi lišila pravidla těchto her.

Vznik fotbalu, tak jak ho známe dnes, má kořeny v Anglii v 16. století, a to především v tom, když soukromé střední školy začaly zapojovat sport do běžné výuky. Jak tomu bylo i v dobách předešlých, tak i v Anglii se pravidla lišila a postupně měnila, a tak vnikly dvě odlišné formy fotbalu. V první verzi hráči přenášeli míč rukama a ve druhé verzi se do míče kopalo nohama.

První oficiální fotbalové sdružení The Football Association bylo založeno roku 1863 a to především za účelem sjednocení pravidel. Z pravidel fotbalu byly vynechány některé prvky, jimiž byly například běh s míčem v ruce či držení a podrážení protivníka s míčem. Tato skutečnost však zároveň vedla ke vzniku Rugby Football Union, jež vznikla v roce 1871, a tím vzniklo ragby jako samostatný sport. (Fotbal historie, [b.r.])

Fotbal se postupně rozšířil, a to až do Jižní Ameriky, údajně díky dělníkům pracujícím na železnici. Dnes se fotbal hraje již po celém světě, přičemž oficiální fotbalová asociace existuje již ve 211 zemích světa. Jak lze vyčíst z níže přiloženého Obrázku 6, tak fotbal je nejpopulárnějším sportem na světě, a to díky své rozsáhlé fanouškovské základně, která činní přes tři miliardy příznivců, jak ukazuje Tabulka 9. Důvodem popularity jsou jednoduchá pravidla a minimální náročnost na vybavení. (Fifa, © 2020)

Obrázek 6 - Nejpopulárnější sporty světa



Zdroj: Statista.com, 2017

Tabulka 9 - Přehled nejpopulárnějších sportů světa

Pořadí	Druh sportu	Odhad fanoušků (v mil. osob)	Místo popularity
1.	Fotbal	3500	Evropa, Afrika, Asie, Amerika
2.	Kriket	2500	Asie, Anglie, Austrálie
3.	Lední hokej	2200	Amerika, Evropa, Asie
4.	Tenis	1000	Evropa, Asie, Amerika
5.	Volejbal	900	Asie, Evropa, Amerika, Austrálie
6.	Stolní tenis	900	Asie, Evropa, Afrika, Amerika
7.	Baseball	500	USA, Japonsko, Kuba, Dom. republika
8.	Golf	400	USA, Kanada, Evropa
9.	Americký fotbal /rugby	410	Amerika, Anglie, Nový Zéland, Jižní Afrika
10.	Basketbal	390	USA, Kanada, Evropa

Zdroj: Vlastní zpracování dle Sport show, 2020

7.3 UEFA

Obrázek 7 - UEFA logo



UEFA neboli Unie evropských fotbalových asociací vznikla v roce 1954 v Basileji a se stala hlavní řídicí organizací pro evropský fotbal a zároveň největší fotbalovou asociací spadající pod řídicí světovou fotbalovou asociaci FIFA. UEFA v Evropě vznikla především z důvodu, aby zajistila podporu a rozvoj fotbalu v evropských státech, což se rozhodně podařilo, protože v nynější době je UEFA zaštiťující organizací pro 55 fotbalových sdružení z celé Evropy. UEFA je považována za nejsilnější asociaci spadající pod FIFA, a to podle bohatství i podle vlivu na klubové úrovni. Není tajemstvím, že většina úspěšných profesionálních fotbalistů působí v evropských ligách, především v Anglii, Španělsku, Německu, Itálii či Francii. Také řada nejlepších reprezentačních týmů světa pochází z Evropy, například na mistrovství světa ve fotbale 2018 obsadily evropské týmy 13 ze 32 účastnických míst. Nutno podotknout, že ženský fotbal na reprezentační úrovni si stojí velmi podobně. (UEFA, ©2020)

UEFA je zaštiťující organizací i pro ženský a mládežnický fotbal, ale i pro futsal, avšak pro účely této diplomové práce bude vhodné použití údajů týkajících se pouze mužského fotbalu.

7.3.1 Soutěže UEFA

Soutěže UEFA lze rozdělit na dvě hlavní větve, jimiž jsou: soutěže na mezinárodní úrovni a soutěže na klubové úrovni.

UEFA (©2020) mezi soutěže na mezinárodní úrovni řadí tyto soutěže:

1. EURO - mistrovství Evropy ve fotbale

Mistrovství Evropy ve fotbale je známe především pod zkratkou EURO. EURO je hlavním hřebem fotbalových soutěží reprezentačních týmů mužů v Unii evropských fotbalových asociací. Počátky EURA se datují od roku 1960, kdy se uskutečnil první ročník Mistrovství světa ve fotbale. Od roku 1960, se EURO uskutečnilo již

patnáctkrát, neboť se koná ve stejném časovém rozmezí jako Olympijské hry, tedy každé za čtyři roky.

2. Liga národů

Mladičkou evropskou fotbalovou reprezentační soutěží je Liga národů UEFA, jež pořádá též asociace UEFA. Liga národů byla schválena v roce 2014 na zasedání kongresu UEFA a hraje se od roku 2018, přičemž slouží jako náhrada přátelských utkání. Liga národů též slouží pro doplnění kvalifikace na Mistrovství Evropy ve fotbale, kdy se osm nejlepších týmů z Ligy národů zúčastní souboje v baráži, a to o čtyři postupová místa na ME. Vítěz UEFA Ligy národů bude znám každé dva roky, neboť v sudém roce se hrají utkání od září do listopadu a v následujícím roce se v červnu hraje finále Ligy národů.

Druhou část soutěží UEFA tvoří soutěže na klubové úrovni a jsou to následující:

1. Liga mistrů UEFA

Klubová soutěž Liga mistrů UEFA, nebo také zkráceně pouze Liga mistrů je nejpopulárnější evropská fotbalová soutěž. Účast v lize mistrů si každý rok zajistí pouze ty nejlepší evropské fotbalové kluby. Liga mistrů vznikla v roce 1992 reorganizací z Poháru mistrů evropských zemí, označovaného též zkratkou PMEZ, který se hrál již od roku 1955. Probojovat se do Ligy mistrů není lehké, neboť týmy musí projít čtyřmi předkoly. Je běžné, že týmy a hráči, kteří se pravidelně Ligy mistrů neúčastní jsou nadšeni z možnosti hrát si fotbal proti věhlasným klubům a hráčům. Nutné zmínit, že již za účast v předkolech Ligy mistrů kluby inkasují velice zajímavé finanční odměny. Možnost účasti v předkole či samotné Lize mistrů klubům zajišťuje koeficient. Tento koeficient je nutné vypočítat pro každou jednotlivou zemi. Základem pro výpočet koeficientu jsou historické fotbalové úspěchy dané země, a to v jedné ze soutěží pořádaných asociací UEFA.

2. Evropská liga UEFA

Všem fotbalovým fanouškům dobře známá soutěž Evropská liga UEFA se do roku 2009 nazývala Pohár UEFA. Jedná se o klubovou fotbalovou soutěž, kterou hrají pouze evropské týmy a pořádá ji asociace UEFA. Ani soutěž Pohár UEFA, která byla založena v roce 1971, není

originálem, neboť působí jako nástupce Veletržního poháru, který byl založen již roku 1955 a sloužil pro utkání týmů z veletržních měst. Pohár národů sloužil jako turnaj pro týmy, které v klubové lize obsadily pozice za mistrem, anebo pro vítěze ligového poháru.

Od roku 2009 se Evropské ligy účastní 48 týmů, které jsou rozděleny do 12 skupin, přičemž každá skupina čítá 4 týmy. Týmy se ve skupinách střetávají stylem každý s každým, a to jak na domácím, tak i venkovním hřišti. Vstup do následné části turnaje si vybojují pouze dva nejlepší týmy z každé skupiny.

3. Super pohár UEFA

Superpohár UEFA se koná každý rok a má podobu pouze jednozápasové soutěže. Zápas se odehrává vždy na začátku nové sezony a jeho účastníky tvoří poslední vítězové Ligy mistrů UEFA a Evropské ligy UEFA. Soutěž vznikla v roce 1973 a byla určena pro vítěze Poháru mistrů evropských zemí a Poháru vítězů pohárů. V roce 1999 došlo ke zrušení Poháru vítězů pohárů a od té doby se Super poháru UEFA účastní vítěz Evropské ligy UEFA. Super pohár UEFA se do roku 1997 hrál v podobě dvou utkání, a to vždy na domácím a venkovním stadionu. Od roku 1998 se hraje pouze jediný zápas, jehož zázemím bylo do roku 2012 Monacký stadion Stade Louis II, avšak to se roku 2013 změnilo a pořadatelské stadiony jsou různé. Zajímavostí je, že první utkání mimo Monako se konalo v České republice a konkrétně na stadionu sešivaných v pražském Edenu. Další zajímavostí je, že doposud se o vítězi nerozhodovalo za pomoci jedenáctimetrových kopů. Poslední zajímavostí, která stojí za zmínku je, že pokud vítěz vyhraje tento pohár třikrát, tak si může trofej ponechat, stejně je tomu i u zbylých soutěží pod záštitou UEFA.

8 ANALÝZA VÝVOJE PRIZE MONEY V TENISE

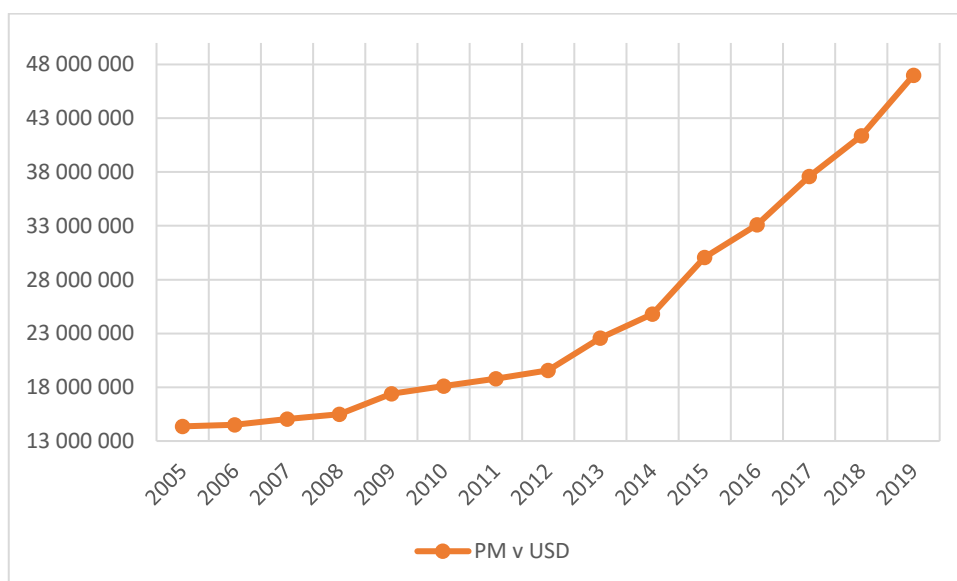
Sportovní odvětví se těší stále větší a větší oblibě a stejně jako se zvyšuje zájem o sport a jeho sledování, tak se mění i výše Prize Money sportovních událostí. Prize Money představuje zajímavou veličinu, kterou je možno zanalyzovat, a proto se tato kapitola věnuje analýze vývoje Prize Money na grandslamových tenisových turnajích. Tato kapitola se věnuje těm nejprestižnějším tenisovým turnajům, neboť jsou to turnaje s neomezenou výší celkového Prize Money, s nejvyšší možnou peněžní odměnou pro sportovce, ale i s nejvyšším bodovým ohodnocením.

8.1 Vývoj Prize Money na turnaji

Australian Open

V dále přiloženém Grafu 1 je znázorněn vývoj celkového Prize Money na prvním grandslamovém turnaji Australian Open, a to za posledních patnáct let, tedy od roku 2005 do roku 2019. Tyto roky byly zvoleny pro relevantní posouzení vývoje Prize Money.

Graf 1 - Vývoj celkového PM na Australian Open od roku 2005



Zdroj: Vlastní zpracování

Jak lze z Grafu 1 vyvodit, tak vývoj Prize Money na Australian Open má stále rostoucí tendenci, navíc v posledních letech se výše Prize Money zvyšuje mnohem rychleji než v předcházejících letech.

V Tabulce 10 je možné vidět dílčí část peněžních odměn na Australian Open v letech 2018 a 2019, která náleží sportovcům, jenž si mohou sportovci zajistit, pokud se proboují do uvedených kol turnaje. Nutno podotknout, že se nejedná o celkovou výši Prize Money, kterým turnaj disponuje.

Tabulka 10 - Podrobné porovnání PM Australian Open mezi roky 2018-2019

Umístění	Prize Money pro rok 2018 (USD)	Prize Money pro rok 2019 (USD)	Změna v %
Výherce	3 245 202	2 943 816	-9,29
Druhý v pořadí	1 622 601	1 471 908	-9,29
Semifinalista	713 944	660 564	-7,48
Čtvrtfinalista	356 972	330 282	-7,48
4. kolo - účastník	194 712	186 681	-4,12
3. kolo - účastník	115 610	111 291	-3,74
2. kolo - účastník	73 017	75 390	3,25
1. kolo - účastník	48 678	53 850	10,62

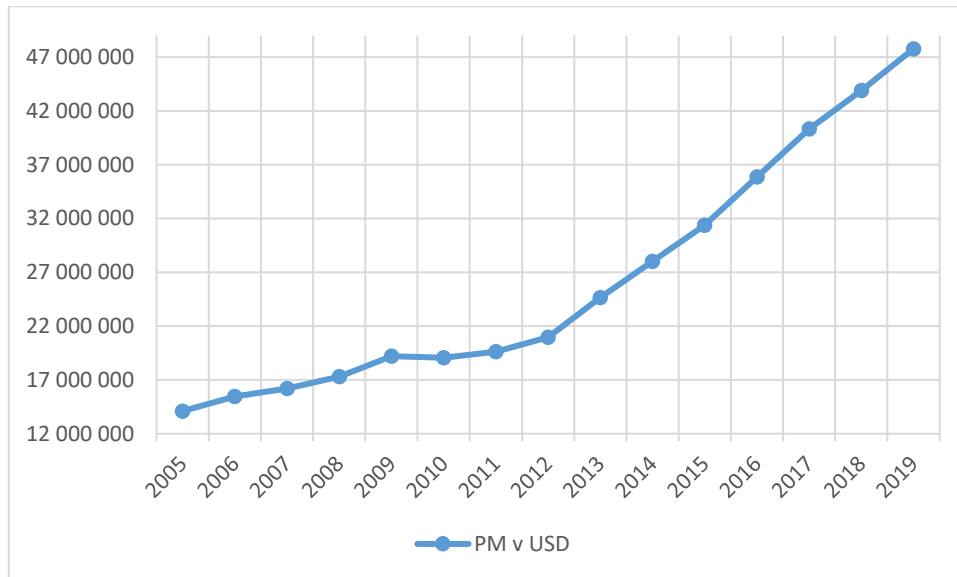
Zdroj: Vlastní zpracování dle Ausopen, 2020

Tabulka 10 porovnává vývoj rozdělení peněžních odměn pro sportovce na Australian Open. Procentní změna ukazuje, že se pořadatelé Australian Open rozhodli v roce 2019 snížit peněžní odměny na vyšších umístěních, a to v případě prvních dvou míst až o 9,29 % oproti roku 2018, avšak se rozhodli pro navýšení Prize Money za nižší umístění sportovců, a to v případě účasti v 1. kole až o 10,62 procentních bodů.

8.2 Vývoj Prize Money na French Open

Následující Graf 2 přibližuje vývoj Prize Money na turnaji French Open v letech 2005-2019.

Graf 2 - Vývoj celkového PM na French Open od roku 2005



Zdroj: Vlastní zpracování

Podobně jako u Grafu 1 lze i u Grafu 2 vyčíst, že peněžní odměny v tenise, ale i na grandslamovém turnaji French Open stále vzrůstají. Vysoké nárůsty Prize Money zaznamenává French Open od roku 2012.

Dále přiložená Tabulka 11 znázorňuje meziroční pohyby peněžních odměn účastníků French Open.

Tabulka 11 - Podrobné porovnání PM French Open mezi roky 2018-2019

Umístění	Prize Money pro rok 2018 (USD)	Prize Money pro rok 2019 (USD)	Změna v %
Výherce	2 592 475	2 710 315	4,55
Druhý v pořadí	1 319 805	1 390 509	5,36
Semifinalista	659 903	695 255	5,36
Čtvrtfinalista	447 791	489 035	9,21
4. kolo - účastník	261 604	286 351	9,46
3. kolo - účastník	153 192	168 511	10,00
2. kolo - účastník	93 093	102 521	10,13
1. kolo - účastník	47 136	54 206	15,00

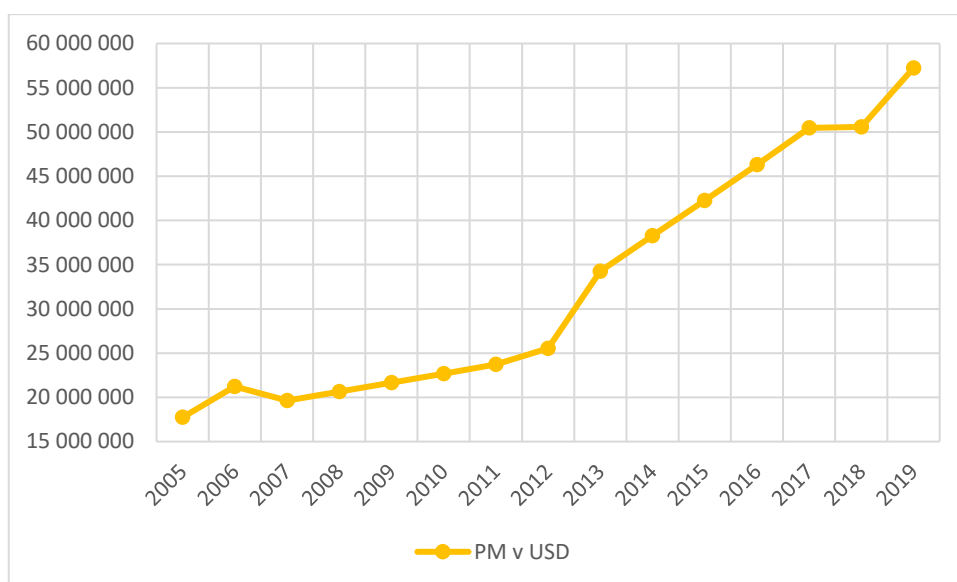
Zdroj: Vlastní zpracování dle Rolandgarros, 2020

Na rozdíl od Australian Open, kde se rozhodli na nejvyšších příčkách šetřit, se na French Open odměny zvyšují, a to od účasti sportovce v prvním kole French Open až po samotného vítěze turnaje. Nejvyšší nárůst Prize Money je, stejně jako v Tabulce 10 u účastníka prvního kola, a to celých 15 procentních bodů.

8.3 Vývoj Prize Money na US Open

Analýze propadl i další z grandslamových turnajů, a to US Open. Vývoj celkové výše Prize Money na americkém US Open je zachycen v příloženém Grafu 3.

Graf 3 - Vývoj celkového PM na US Open od roku 2005



Zdroj: Vlastní zpracování

Ani u vývoje Prize Money na US Open tomu není jinak, neboť se jeho celková výše rok od roku zvyšuje. V Grafu 3 si však lze povšimnout, že, po dá se říct, konstantním navyšování výše peněžních odměn přichází jeden rok pouze velmi nízkého navýšení či dokonce mírného propadu peněžních odměn. Tento rok je ovšem deklasován prudkým nárůstem Prize Money v následujících letech.

Dále následuje detailní meziroční porovnání výše peněžních odměn na US Open, konkrétně se jedná o porovnání roků 2018 a 2019, stejně jako je tomu u předchozích grandslamových turnajů, které byly dříve zmíněny.

Tabulka 12 - Podrobné porovnání PM US Open mezi roky 2018-2019

Umístění	Prize Money pro rok 2018 (USD)	Prize Money pro rok 2019 (USD)	Změna v %
Výherce	3 800 000	3 850 000	1,32
Druhý v pořadí	1 850 000	1 900 000	2,70
Semifinalista	925 000	960 000	3,78
Čtvrtfinalista	475 000	500 000	5,26
4. kolo - účastník	266 000	280 000	5,26
3. kolo - účastník	156 000	163 000	4,49
2. kolo - účastník	93 000	100 000	7,53
1. kolo - účastník	54 000	58 000	7,41

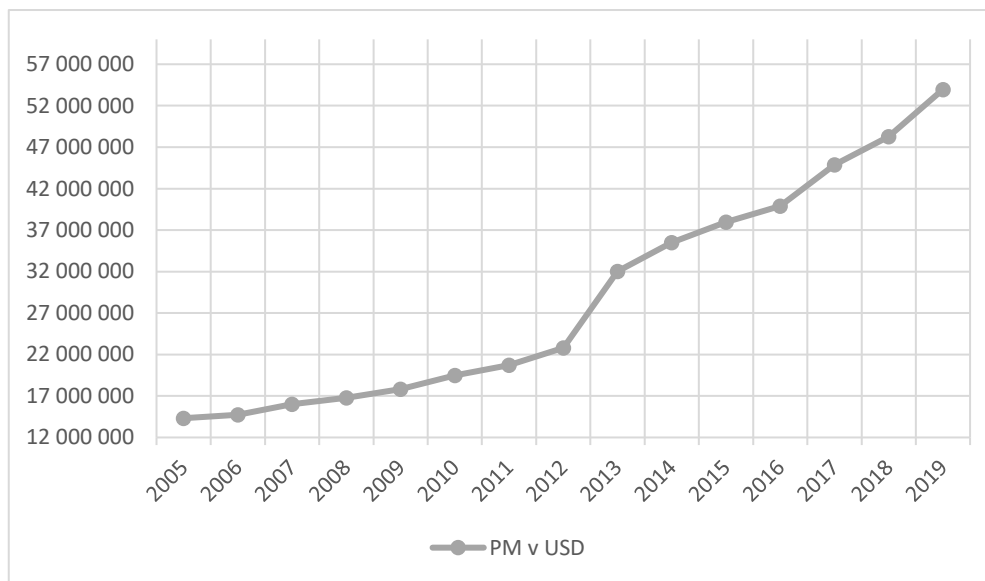
Zdroj: Vlastní zpracování dle US Open, 2020

Obdobně jako je tomu u Tabulek 10 a 11, které se týkají předešlých grandslamových turnajů, tak i Tabulka 12 zachycuje rozdíly ve výši Prize Money mezi roky 2018-2019. Všechny rozdíly mezi roky 2018 a 2019 jsou v kladných hodnotách, je tedy očividné, že i všichni sportovci, kteří se účastnili US Open, tak si oproti předešlému roku 2018 s peněžní odměnou polepšili. Nejvíce si polepšili sportovci, kteří vypadli v prvním nebo druhém kole turnaje, a to bezmála o 8 procentních bodů oproti roku 2018.

8.4 Vývoj Prize Money na Wimbledonu

Poslední ze čtyř populárních grandslamových turnajů je Wimbledon, podivím, který se vymyká svým názvem. Ani královský Wimbledon neunikl analýze vývoje celkového Prize Money, jak je možné vidět v dále přiloženém Grafu 4.

Graf 4 - Vývoj celkového PM na Wimbledonu od roku 2005



Zdroj: Vlastní zpracování

Ani Wimbledon nezůstává pozadu s navyšujícím se Prize Money, neboť stoupající Prize Money lze předpokládat dle stále se zvyšujícího zájmu o sport v jakékoli podobě. V Grafu 4 je viditelný razantní nárůst Prize Money mezi roky 2012 a 2013, přičemž v dalších letech již zvyšování Prize Money není tak výrazné, jako v roce 2013.

Tabulka 13 se věnuje podrobnému porovnání Prize Money mezi roky 2018-2019 na britském tenisovém turnaji Wimbledonu.

Tabulka 13 - Podrobné porovnání PM Wimbledonu mezi roky 2018-2019

Umístění	Prize Money pro rok 2018 (USD)	Prize Money pro rok 2019 (USD)	Změna v %
Výherce	2 976 230	2 983 748	0,25
Druhý v pořadí	1 488 115	1 491 874	0,25
Semifinalista	743 396	746 572	0,43
Čtvrtfinalista	371 698	373 286	0,43
4. kolo - účastník	215 611	223 464	3,64
3. kolo - účastník	132 277	140 934	6,54
2. kolo - účastník	83 334	91 417	9,70
1. kolo - účastník	51 588	57 136	10,75

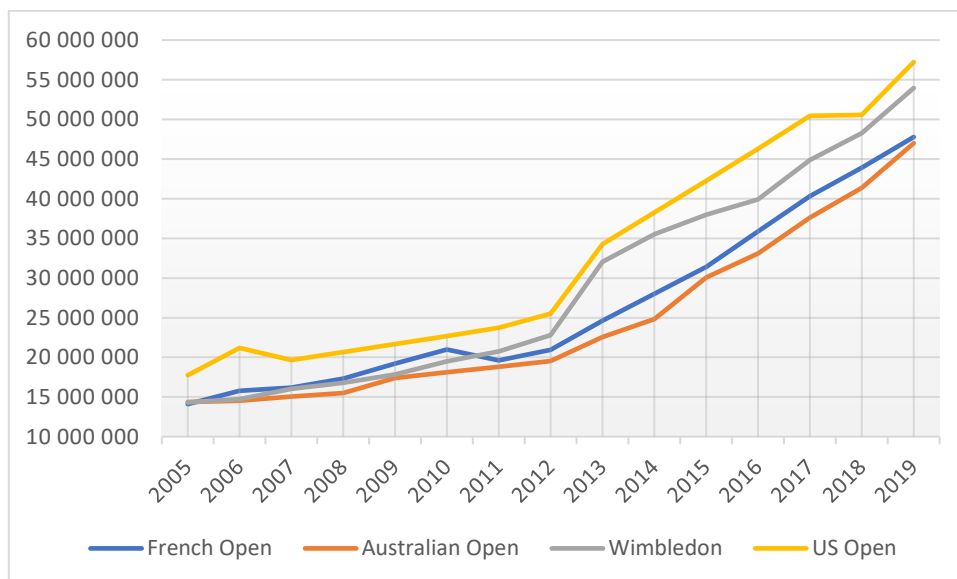
Zdroj: Vlastní zpracování dle Wimbledon, 2020

Tabulka 13 zaznamenává meziroční nárůst peněžních odměn, především ale pro účastníky prvních dvou kol turnaje, kteří si vydělali o 9,7 a 10,75 procentních bodů více, než v roce 2018.

8.5 Porovnání celkových výší Prize Money grandslamových turnajů

U všech grandslamových turnajů jsou již uvedeny podrobné analýzy, a proto je možné tyto údaje porovnat mezi sebou, k čemuž slouží tato podkapitola 8.5.

Graf 5 - Porovnání vývoje celkových PM grandslamových turnajů v USD



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 5 poskytuje přehled vývoje celkových Prize Money jednotlivých grandslamových turnajů. Jak ukazuje Graf 5, tak čtyři grandslamové turnaje lze dle celkové výše Prize Money rozdělit na dvě poloviny, přičemž polovina neboli turnaje, s podstatně vyšším celkovým Prize Money jsou zastoupeny turnaji Wimbledonem a US Open, přičemž zbylé dva turnaje, jimiž jsou Australian Open a French Open je možné považovat za „méně výdělečné“ grandslamové turnaje. I při zařazení Australian Open a French Open mezi méně výdělečné grandslamové turnaje je nutno podotknout, že vyšší Prize Money, než nabízejí tyto čtyři grandslamové turnaje nemohou žádné jiné tenisové turnaje ani zdaleka poskytnout, neboť jsou limitovány Výší Prize Money.

Níže přiložená Tabulka 14 zaznamenává dílčí výše Prize Money pro jednotlivé grandslamové turnaje.

Tabulka 14 - Podrobné porovnání PM (USD) grandslamových turnajů v roce 2019

Umístění	Australian Open	French Open	US Open	Wimbledon
Výherce	2 943 816	2 710 315	3 850 000	2 983 748
Druhý v pořadí	1 471 908	1 390 509	1 900 000	1 491 874
Semifinalista	660 564	695 255	960 000	746 572
Čtvrtfinalista	330 282	489 035	500 000	373 286
4. kolo - účastník	186 681	286 351	280 000	223 464
3. kolo - účastník	111 291	168 511	163 000	140 934
2. kolo - účastník	75 390	102 521	100 000	91 417
1. kolo - účastník	53 850	54 206	58 000	57 136
Prize Money (USD) CELKEM	5 833 782	5 896 703	7 811 000	6 108 431
Pořadí turnajů dle výše Prize Money	4.	3.	1.	2.

Zdroj: Vlastní zpracování

V Tabulce 14 jsou uvedeny hodnoty Prize Money v jednotlivých kolech grandslamových turnajů v roce 2019. Všechny hodnoty jsou uvedeny v dolarech. Jak je již možné odhadovat dle Grafu 5, tak US Open dominuje tabulce peněžních výtěžků na nejvyšších umístěních, ale zároveň poskytuje i nejvyšší odměnu pro účastníky prvního kola - zvláště zeleným zbarvením buněk. Udivující však je, že od druhého a po čtvrté kolo si nejvyšší odměnu připíšou účastníci „méně výtěžného“ French Open. Oranžově zbarvený řádek označuje souhrnnou výši Prize Money pouze za výše uvedené umístění, nepředstavuje celkovou výši Prize Money, kterou daný turnaj disponuje. Dle tohoto součtu je určeno pořadí turnajů v následujícím znění: turnajem s nejvyšším Prize Money je US Open, který je následován Wimbledonem, French Open a na bramborové příčce figuruje Australian Open. Tyto výsledky lze považovat za potvrzení předchozího znázornění vývoje Prize Money v Grafu 5.

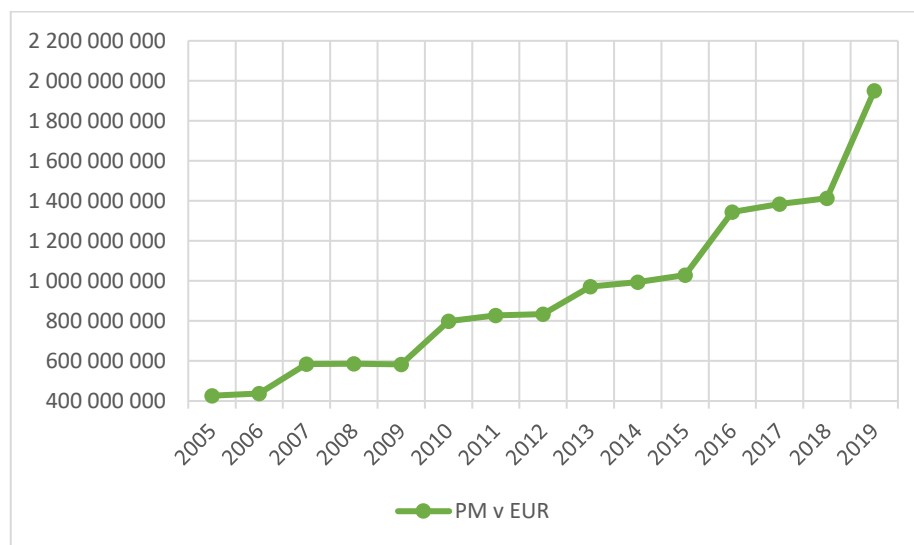
9 ANALÝZA VÝVOJE PRIZE MONEY VE FOTBALE

Tato kapitola se věnuje fotbalovým sportovním akcím, neboť figurují mezi nejlépe placenými sportovními událostmi světa na předních příčkách. Pro obě tyto fotbalové sportovní události jsou uváděny výše Prize Money mužských událostí, přičemž tato informace je uvedena z důvodu odlišných výší Prize Money pro muže a ženy.

9.1 Analýza vývoje Prize Money Ligy mistrů UEFA

Bezkonkurenční sportovní událost s nejvyšším Prize Money je Liga mistrů UEFA, která dělí celkovou výši peněžních odměn mezi 32 prestižních fotbalových týmů.

Graf 6 - Vývoj celkového Prize Money Ligy mistrů UEFA od roku 2005



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 6 znázorňuje vývoj celkového Prize Money Ligy mistrů od roku 2005 do roku 2019. Lze si povšimnout, že křivka v Grafu 6 se opakuje v podobných intervalech, které jsou tvořeny trojročním mírným nárůstem celkového Prize Money, až na výjimku v roce 2009, což lze připsat na vrub celosvětové ekonomické krizi. Po třech

mírných nárůstech následuje skoková změna výše Prize Money, a to vždy směrem nahoru. Lze tedy i nadále předpokládat podobný vývoj.

V níže přiložené Tabulce 15 jsou podrobně rozebrány peněžní odměny v Lize mistrů UEFA mezi sezónami 2017/18 a 2018/19. Tabulka obsahuje pouze pevné peněžní odměny, které nejsou závislé na ostatních proměnných, jakými jsou například koeficienty závislé na minulých umístěních klubu či státu, který příslušný tým reprezentuje.

Tabulka 15 - Podrobný vývoj PM v Lize Mistrů mezi sezónami

	2017/18 (EUR)	2018/19 (EUR)	Změna v %
Celková výše Prize Money	1 318 900 000	2 040 000 000	55
Startovné	12 700 000	15 250 000	20
Výhra ve skupinové fázi	1 500 000	2 700 000	80
Remíza ve skupinové fázi	500 000	900 000	80
Kvalifikace do 16	6 000 000	9 500 000	58
Kvalifikace pro čtvrtfinále	6 500 000	10 500 000	62
Kvalifikace pro semifinále	7 500 000	12 000 000	60
Vítězství	15 500 000	20 000 000	29
Kvalifikace do Super Cupu	3 000 000	3 500 000	17
Vítězství v Super Cupu	4 000 000	4 500 000	13

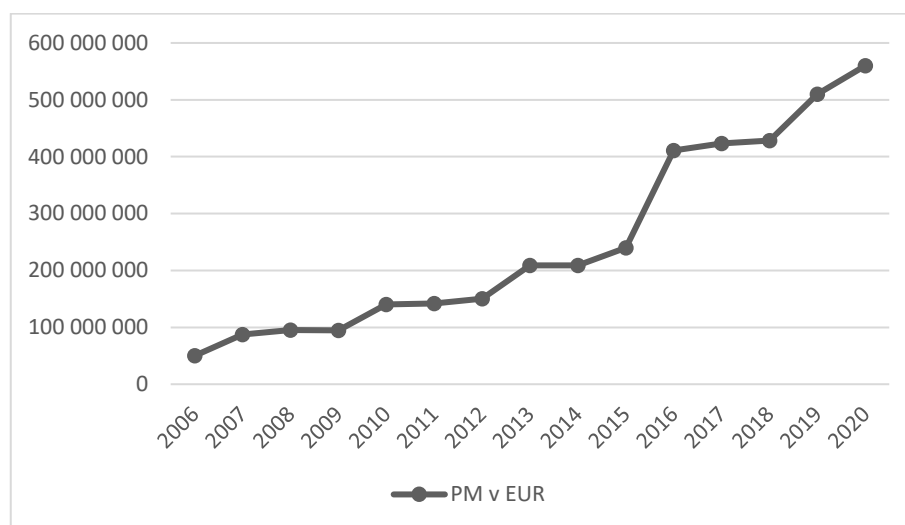
Zdroj: Vlastní zpracování dle UEFA, 2020

Tabulka 15 porovnává dvě sezóny Ligy mistrů, konkrétně tedy jednotlivé výše konkrétních peněžních odměn. Jak ukazuje poslední sloupec, tak všechny provedené změny se pohybují v „zelených číslech“, která značí jejich nárůst oproti minulé sezóně. Nárůst celkového Prize Money je vyšší než polovina hodnoty v sezóně 2017/18. Tento vysoký nárůst celkového Prize Money se v Grafu 6 projevil velmi strmým stoupáním. Dle Grafu 6 lze dále předpokládat, že následný vývoj Prize Money Ligy mistrů UEFA bude mít mírně zvyšující se tendenci.

9.2 Analýza vývoje Prize Money Evropské ligy UEFA

Evropská liga UEFA je druhou analyzovanou fotbalovou sportovní událostí této diplomové práce. I tato sportovní událost se umístila vysoko v pořadí sportovních událostí s nejvyššími peněžními odměnami, které jsou zmíněny v podkapitole 6.2.

Graf 7 - Vývoj celkového Prize Money Evropské ligy UEFA od roku 2005



Zdroj: Vlastní zpracování

Vývoj celkového Prize Money Evropské ligy UEFA je znázorněn v Grafu 7. Z Grafu 7 lze odpozorovat podobný vývoj jako u analýzy předešlé fotbalové sportovní události Ligy mistrů UEFA. Prize Money Evropské ligy se neustále navyšuje, a to dle „vzorce“ tří podobných výší peněžních odměn a následného skokového navýšení prize Money v následujícím roce.

Pro podrobnou analýzu peněžních odměn Evropské ligy UEFA slouží níže přiložená Tabulka 16.

Tabulka 16 - Podrobný vývoj PM v Evropské lize mezi sezónami

	2017/18 (EUR)	2018/19 (EUR)	Změna v %
Celková výše Prize Money	399 800 000	510 000 000	28
Startovné	2 600 000	2 920 000	12
Výhra ve skupinové fázi	360 000	570 000	58
Remíza ve skupinové fázi	120 000	190 000	58
Vítěz skupiny	600 000	1 000 000	67
Kvalifikace do 32	500 000	500 000	0
Kvalifikace do 16	750 000	1 100 000	47
Kvalifikace pro čtvrtfinále	1 000 000	1 500 000	50
Vítězství	6 500 000	8 500 000	31
Kvalifikace do Super Cupu	3 000 000	3 500 000	17
Vítězství v Super Cupu	4 000 000	4 500 000	13

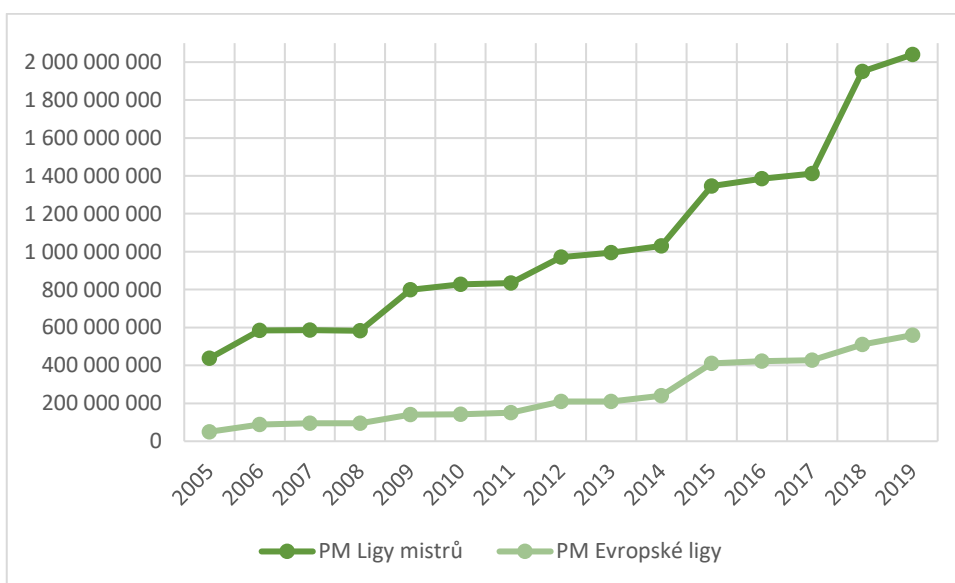
Zdroj: Vlastní zpracování dle UEFA, 2020

Tabulka 16 zobrazuje rozpracované celkové Prize Money Evropské ligy. V posledním sloupci jsou vyčísleny výrazné nárůsty téměř u všech položek, a to je zachyceno v Grafu 7 skokovým posunem křivky vzhůru. Dále lze předpokládat pouze mírné navýšení odměn.

9.3 Porovnání vývoje Prize Money Ligy mistrů UEFA a Evropské ligy UEFA

Podkapitola 9.3 se zabývá porovnáním vývoje peněžních odměn Ligy mistrů a Evropské ligy. Obě tyto fotbalové události se výší svého Prize Money pohybují až v zázračných výšinách, jak dokazuje přiložený Graf 8.

Graf 8 - Porovnání vývoje Prize Money Ligy mistrů UEFA a Evropské ligy UEFA od roku 2005



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 8 slouží k porovnání vývoje peněžních odměn Ligy mistrů a Evropské ligy. Z Grafu 8 lze vyčíst, že obě události mají podobný průběh vývoje výší peněžních odměn, avšak u Ligy mistrů se jedná o několikanásobně vyšší sumy. Skoro totožný vývoj těchto událostí je nejspíše ovlivněn stejnou pořadající organizací UEFA, která rozděluje celkovou sumu Prize Money na dvě části. I když mají obě události stejnou zaštiťující organizaci, tak i přesto lze předpovídat i na dále rostoucí tendenci vývoje Prize Money. Všechny hodnoty uvedené v Grafu 8 jsou v eurech, s výjimkou roků.

10 POROVNÁNÍ VÝVOJE PRIZE MONEY V TENISE A FOTBALU

Tato kapitola slouží pro porovnání vývoje Prize Money tenisových a fotbalových událostí. Při porovnání výši peněžních odměn jasně dominují fotbalové události, přičemž ta „hůře placená“ z nich, kterou je Evropská liga, měla v roce 2011 zhruba trojnásobnou výši Prize Money než grandslamový turnaj s nejvyšším Prize Money US Open v roce 2019, jak uvádí Tabulka 17. Tabulka 17 zachycuje i další podrobnosti porovnání vývoje peněžních odměn v tenise a fotbalu.

Tabulka 17 - Porovnání vývoje Prize Money tenisových a fotbalových událostí od roku 2011

Roky	French Open	Australian Open	Wimbledon	US Open	Liga mistrů	Evropská liga
2011	19,2	18,8	20,7	23,7	930,4	159,5
2012	20,9	19,6	22,8	25,5	936,8	168,5
2013	24,6	22,6	32,0	34,3	1 091,4	234,8
2014	28	24,8	35,5	38,3	1 116,9	235,0
2015	31,4	30,1	37,9	42,3	1 156,9	269,6
2016	35,9	33,1	39,9	46,3	1 511,2	461,7
2017	40,3	37,6	44,9	50,5	1 555,8	475,2
2018	43,9	41,4	48,3	50,6	1 586,8	480,8
2019	47,8	47,0	54,0	57,2	2 190,4	572,9

mil. USD

Zdroj: Vlastní zpracování

Z Tabulky 17 jasně vyplývá, že celkovou výši Prize Money fotbalové události drtivě válčují nejprestižnější grandslamové turnaje. Lze spekulovat, proč tomu tak je a zda výše Prize Money ve fotbale není vyšší i z důvodu podání kolektivního výkonu či většího počtu zúčastněných sportovců. S největší pravděpodobností je to však ovlivněno sledovaností a oblibou daných sportů, jak zobrazuje Obrázek 6. Pohledem do Tabulky 17 lze zjistit, že uvedené hodnoty mají příliš velký rozptyl a to je jedním z důvodů, proč porovnané těchto událostí nebude zobrazeno i graficky.

11 PROGNOZA VÝVOJE PRIZE MONEY

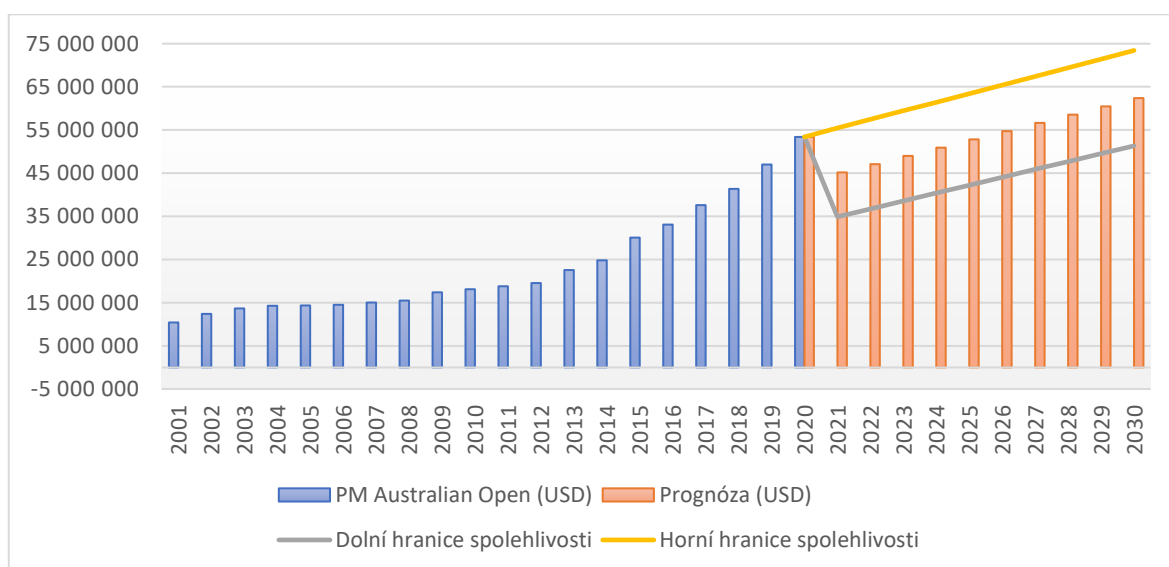
Další část praktické části této diplomové práce je věnována samotné prognóze budoucího vývoje výše Prize Money na největších sportovních akcích, pro které není jednoduché vybrat vhodnou metodu odhadu dalšího vývoje, neboť výše peněžních odměn závisí na několika různých faktorech. Proto nelze odhad budoucího vývoje výše Prize Money zcela přesně určit, avšak se lze přiblížit jeho budoucímu vývoji. Pro odhadnutí co nejbližšího budoucího vývoje je v níže přiložených grafech použita hladina spolehlivosti 95 %, která zaručuje velmi vysokou pravděpodobnost budoucího vývoje, konkrétně tedy 95% pravděpodobnost, že prognózované hodnoty se budou vyskytovat v určitém intervalu s určitým efektem exponenciálního vyhlazování s normálním rozdělením. Ve všech následujících grafech jsou tyto hranice spolehlivosti barevně vyznačeny, konkrétně tedy horní i dolní hranice. Samotné prognózy budoucího vývoje jsou odhadovány za pomoci časových řad a metody exponenciálního vyhlazování - ETS, přičemž exponenciální vyhlazování přiděluje novějším datům časových řad vyšší váhy, jenž přinášejí vyšší váhu odhadovaným hodnotám.

11.1 Prognóza vývoje Prize Money

Australian Open

První prognózovanou sportovní událostí je grandslamový tenisový turnaj Australian Open, který byl prozatím jako jediný odehrán i v roce 2020, z tohoto důvodu je tvořena prognóza až od roku 2021, neboť výše Prize Money Australian Open pro rok 2021 ještě není stanovena. Budoucí vývoj peněžních odměn do roku 2030 je graficky znázorněn v příloženém Grafu 9.

Graf 9 - Prognóza vývoje Prize Money Australian Open do roku 2030



Zdroj: Vlastní zpracování

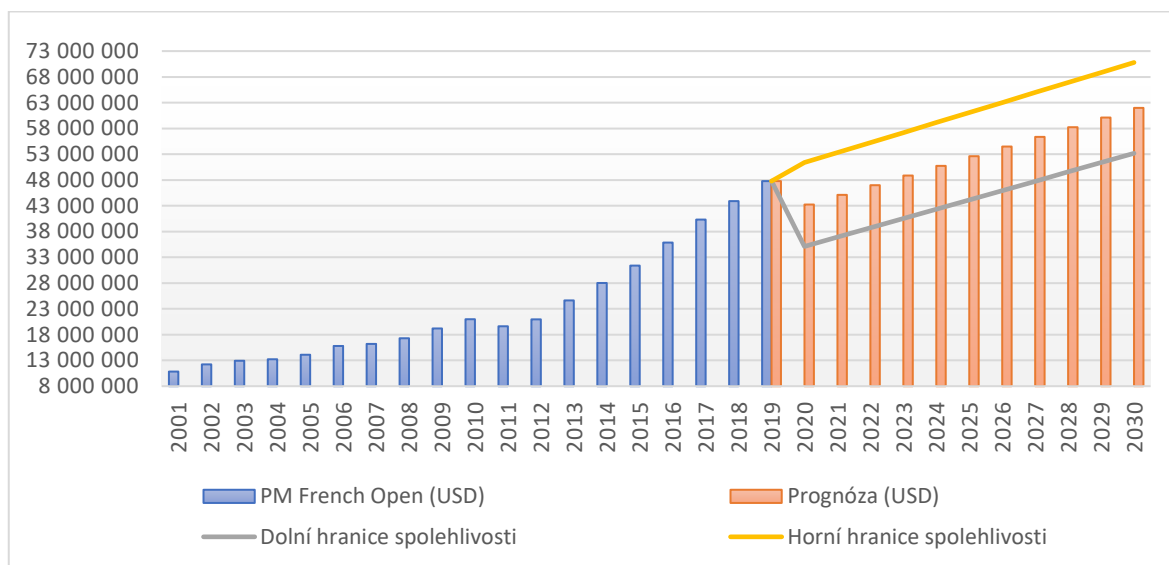
V Grafu 9 je zobrazen vývoj peněžních odměn grandslamového tenisového turnaje Australian Open od roku 2001 do roku 2019. Následný budoucí vývoj v roce 2021 je zachycen prudkým poklesem Prize Money, který je v souladu s předchozím vývojem, nelze tedy pokles peněžních odměn v roce 2021 považovat pouze za důsledek globální krize. V následujících letech je odhadována rostoucí tendence výší peněžních odměn na tomto turnaji, přičemž odhadovaná výše Prize Money v roce 2030 je 62 386 655 dolarů, což představuje bezmála patnácti milionový nárůst v následujících jedenácti letech, přičemž celková výše Prize Money se může pohybovat v intervalu od 43 100 420 do 65 563 368 dolarů. Odhadovaný budoucí vývoj lze s ohledem na popularitu sportu a zájmem investorů považovat za reálný.

11.2 Prognóza vývoje Prize Money

French Open

Následná podkapitola se věnuje odhadu budoucího vývoje peněžních odměn, na jednom z evropských tenisových turnajů, French Open. Grandslamový turnaj French Open není v roce 2020 odehrán a výše peněžních odměn nejsou známy, proto lze odhadovat výši Prize Money i pro rok 2020.

Graf 10 - Prognóza vývoje Prize Money French Open do roku 2030



Zdroj: Vlastní zpracování

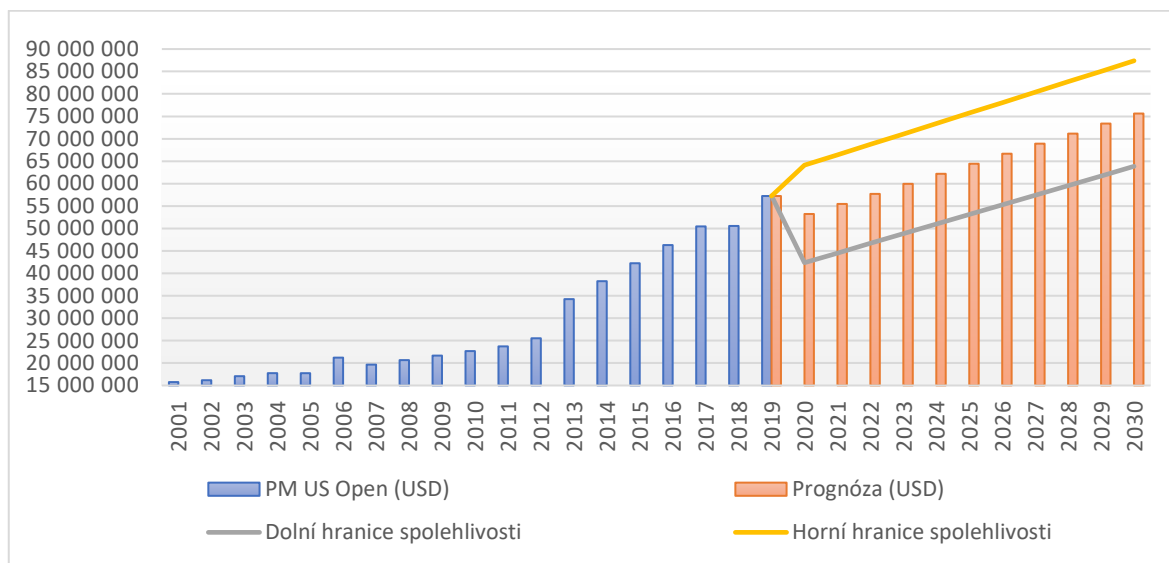
Graf 10 se zabývá vývojem peněžních odměn tenistů na turnaji French Open. Tento grandslamový turnaj lze považovat za ten s nejmenší výší Prize Money, jak podrobněji uvádí podkapitola 8.5, i přesto by se v roce 2030 měla výše Prize Money vyšplhat až na necelých 71 milionů dolarů, přičemž nejnižší odhadovaná výše Prize Money v tomto roce je lehce přes 53 milionů dolarů. Budoucí vývoj předpokládá v roce 2020 pokles peněžních odměn, což však koresponduje s minulým vývojem a lze jej tedy očekávat. V následujících letech lze předpokládat další nárůst výše peněžních odměn i na French Open.

11.3 Prognóza vývoje Prize Money

US Open

Další prognózou v pořadí je prognóza vývoje Prize Money na US Open, který vystupuje jako tenisový turnaj s dispozicí nejvyššího celkového Prize Money.

Graf 11 - Prognóza vývoje Prize Money US Open do roku 2030



Zdroj: Vlastní zpracování

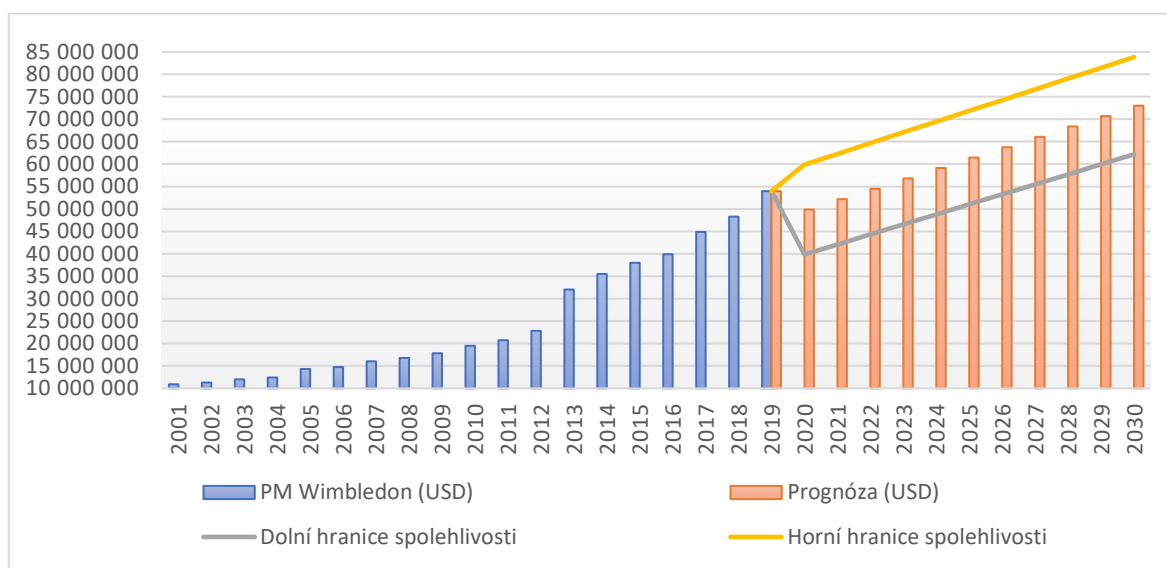
Podobný vývoj, jako předchozí dva grandslamové turnaje má i US Open. V roce 2020 je očekávám propad výše Prize Money v nejhorší variantě až lehce nad 42 milionů dolarů, což by znamenalo pokles zhruba až o 14 milionů dolarů. V dalších letech by se výše Prize Money na US Open měla stoupat a v roce 2030 by se měla vyšplhat mezi 85 a 64 milionů dolarů.

11.4 Prognóza vývoje Prize Money

Wimbledonu

Posledním tenisovým turnajem, který čekal na odhad budoucího vývoje je britský tenisový turnaj Wimbledon, druhý evropský Grand Slam. I pro Wimbledon je dále přiložený Graf 12, který slouží pro zobrazení tohoto budoucího vývoje.

Graf 12 - Prognóza Vývoje Prize Money Wimbledonu do roku 2030



Zdroj: Vlastní zpracování

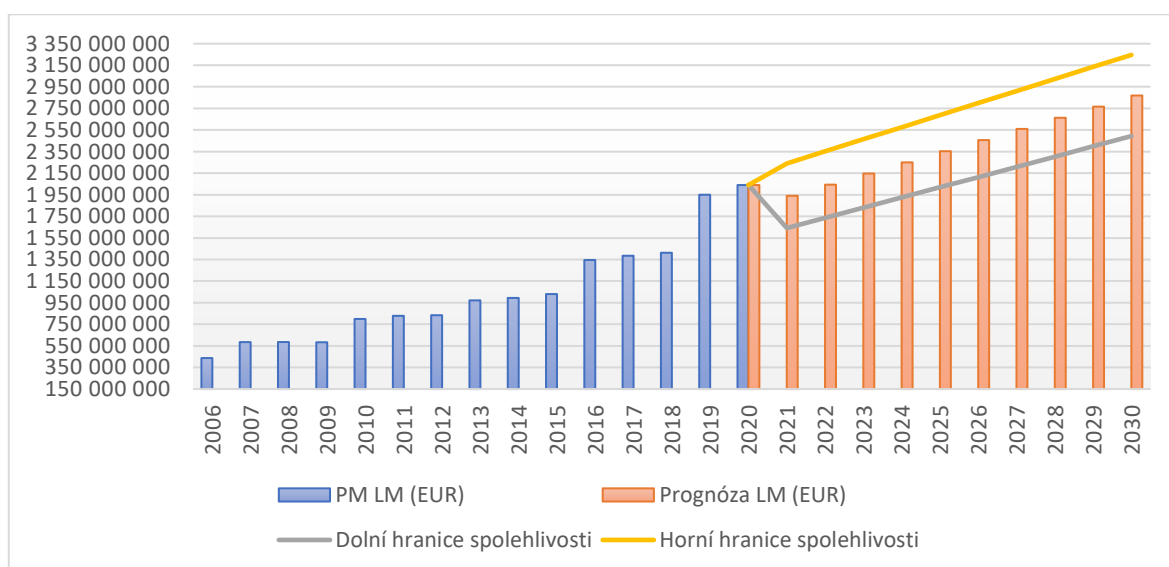
Graf 12 zachycuje vývoj celkové výše peněžních odměn Wimbledonu od roku 2001. Dle sloupců a křivek v Grafu 12 lze vidět, že žádný prudký pokles od roku 2001 není pro Wimbledon zaznamenán. Pokles v roce 2020 lze považovat za výjimečný a nejnižší odhadovaná výše Prize Money v roce 2020 je necelých 40 milionů dolarů, což by znamenalo pokles o necelých 14 milionů dolarů. V následujících letech je však v Grafu 12 zachycen nárůst celkové výše Prize Money, která by se v roce 2030 mohla vyšplhat až k hranici 84 milionů dolarů.

11.5 Prognóza vývoje Prize Money

Ligy mistrů

Podkapitola 11.5 se věnuje odhadu budoucího vývoje Prize Money pro velkolepou fotbalovou událost, Ligu mistrů. Prognóza budoucího vývoje celkové výše Prize Money je i pro fotbalové události stanovena na jedenáct let, avšak se liší počet vstupních dat, na kterých se prognóza zakládá. Pro ustálený opakující se průběh vývoje byla data snížena.

Graf 13 - Prognóza vývoje Prize Money Ligy mistrů do roku 2030



Zdroj: Vlastní zpracování

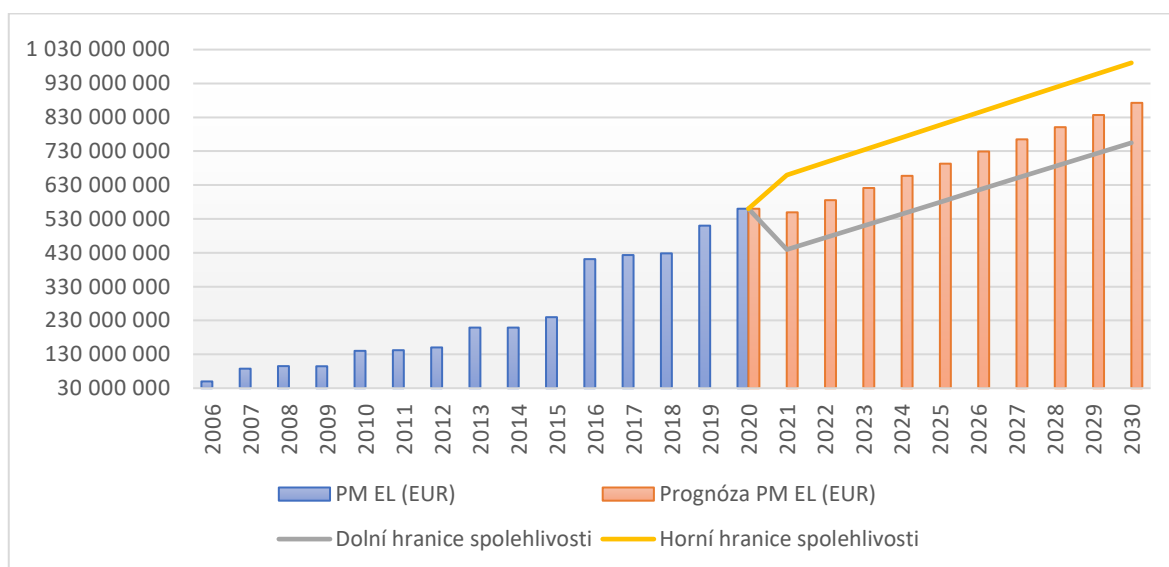
Již při prvním pohledu na Graf 13 je více méně jasné, že se celková výše Prize Money Ligy mistrů pohybuje v několikanásobně vyšších hodnotách než výše zmíněné turnaje, což je s největší pravděpodobností zapříčiněno velice širokým dosahem fotbalu. V roce 2020 lze i u Ligy mistrů předpokládat, že zřejmě dojde k poklesu celkové výše Prize Money, a to až k dolní hranici spolehlivosti, které je ve výši 1,642 miliardám eur. Naopak v roce 2030 se může výše celková Prize Money Ligy mistrů vyšplhat až k 3,245 miliardám eur. Dá se předpokládat, že vývoj Prize Money Ligy mistrů bude dále pokračovat v podobném sledu jako za posledních patnáct let.

11.6 Prognóza vývoje Prize Money

Evropské ligy

Poslední událostí, jejíž Prize Money jsou v této práci prognózovány, je Evropská liga UEFA neboli druhý zástupce fotbalových událostí. Evropská liga je výši svého celkového Prize Money o kousek blíže tenisovým turnajům než výše zmíněná Liga mistrů.

Graf 14 - Prognóza vývoje Prize Money Evropské ligy do roku 2030



Zdroj: Vlastní zpracování

Stejně, jako Graf 13, tak i Graf 14 vychází pouze z hodnot od roku 2006, neboť křivka vývoje je stále opakována. Evropská liga není výjimkou, a proto i její budoucí hodnota Prize Money v roce 2020 bude s největší pravděpodobností klesající až k 439 milionům eur. V roce 2030 se výše celkového Prize Money Evropské ligy může vyšplhat až k 991 milionům eur. Lze předpokládat, že i výše celkového Prize Money se bude vyvíjet v podobném vzorci jako do posud.

Dle uvedených prognóz lze tedy očekávat v roce 2020 mírný pokles výše Prize Money u všech zmíněných událostí, avšak tento pokles bude pouze jednorázový, neboť v následujících letech se u všech zkoumaných veličin očekává jejich stálý a několikanásobný nárůst.

ZÁVĚR

Diplomová práce se zaměřuje na problematiku Prize Money ve sportu, konkrétně ve fotbale a tenise. V práci jsou nejdříve provedeny analýzy vývoje celkových výší Prize Money na grandslamových a vybraných fotbalových turnajích, jimiž jsou Liga mistrů UEFA a Evropská liga UEFA. Fotbalové a tenisové turnaje jsou mezi sebou následně porovnány a následují jejich prognózy vývoje celkových výší peněžních odměn.

Z výsledků práce vyplývá, že mírnější nárůst celkových výší Prize Money v nižších ročnících zkoumaných turnajů lze připsat na vrub absenci informačních technologií, neboť v době rozvoje informačních technologií se nárůst celkových výší Prize Money zvýšil až o 15 %. Další následný rozvoj digitálních technologií zapříčinil zvýšený zájem sázkařských kanceláří či rozšíření internetových a televizních přenosů sportovních událostí. Za důležitý krok ku předu pro vývoj výší peněžních odměn je i rozvoj sociálních sítí, který poskytuje bližší kontakt sportovců s širokou veřejností. Všechny tyto aspekty lze shrnout tak, že digitalizace ekonomiky a společnosti velmi napomáhá popularitě a sledovanosti sportovních událostí, což je lákavé pro investory. Široké povědomí a zájem veřejnosti tak tvoří pevný základ pro další příliv investorů, kteří budou ochotni investovat peníze do sportovních událostí, s čímž lze předpokládat i následný nárůst výše celkových Prize Money. I proto lze na základě předešlých Grafů (9-14) vyvodit, že budoucí vývoj celkových Prize Money na nejprestižnějších tenisových turnajích a evropských fotbalových soutěžích bude mít i nadále stoupající tendenci, s výjimkou krátkodobého poklesu v následujícím roce.

Dalším zjištěním této práce je fakt, že pořadatelé pozměnily způsob rozdělování celkového Prize Money mezi účastníky tenisových turnajů, jak ukazují Tabulky 10-13, ve kterých je vidět, že při rozdělování peněžních odměn zúčastněným sportovcům se navyšují odměny na grandslamových turnajích spíše níže umístěným sportovcům. Též je možné si povšimnout, že organizátoři jednoho grandslamového turnaje reagují na změny ostatních. U zkoumaných

fotbalových událostí je patrná jejich téměř totožná křivka vývoje, zachycená Grafem 8, která je pravděpodobně zapříčiněna identickým pořadatelem, který dělí celkové Prize Money mezi tyto dvě události. Další zajímavou zprávou je zjištění, že na grandslamových turnajích jsou totožné výše Prize Money pro muže i ženy, avšak u fotbalu tomu tak není. Ženské fotbalové turnaje jsou dotovány podstatně nižšími částkami a z tohoto důvodu nejsou vhodnými daty pro tuto práci. Příčinou různých výší Prize Money ve sportu je velmi nízký divácký zájem o ženské fotbalové turnaje, což negativně ovlivňuje i zájem investorů.

Stanovená hypotéza uváděla, že celkové výše Prize Money se historicky postupně navyšovaly a bude tomu tak i v budoucnu. Lze tedy konstatovat, že se hypotéza potvrdila, neboť výsledné prognózy v Grafech 9-14 předpovídají pokračující nárůst celkových výší peněžních odměn v tenisových i fotbalových turnajích v budoucích letech, pouze s výjimkou následujícího roku.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- ČÁSLAVOVÁ, Eva, 2009. Management a marketing sportu. Praha: Olympia. 228 s. ISBN 978-80-7376-150-9.
- ČECHÁK, Vladimír a Jiří LINHART, 1986. Sociologie sportu. Praha: Olympia. 240 s.
- DURDOVÁ, Irena, 2004. Sociálně-ekonomické aspekty sportu. Ostrava: Repronis. 86 s. ISBN 80-7329-075-8.
- DVOŘÁKOVÁ, Šárka, 2004. Marketing in sport. Brno: Paido. 63 s. ISBN 80-7315-096-4.
- GREXA, Ján a Milena STRACHOVÁ, 2011. Dějiny sportu: přehled světových a českých dějin tělesné výchovy a sportu. Brno: Masarykova univerzita. 232 s. ISBN 978-80-210-5458-5.
- JANSA, Petr, 2012. Pedagogika sportu. Praha: Karolinum. 226 s. ISBN 978-80-246-2026-8.
- NOVOTNÝ, Jiří, 2004. Ekonomika a řízení neziskových organizací. Praha: Oeconomica. 156 s. ISBN 80-245-0792-7.
- NOVOTNÝ, Jiří, 2010. Družstvo jako právní forma podnikání a sdružování ekonomických subjektů. In Ekonomika a management organizací - výzkum, výuka a praxe. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita v Brně. s. 387-395. ISBN 978-80-210-5273-4.
- NOVOTNÝ, Jiří, 2011. Sport v ekonomice. Praha: Wolters Kluwer Česká republika. ISBN 978-80-7357-666-0.
- PARSONS, John, 1998. Tenis: průvodce světem tenisu. Praha: Svojtka & Co. 224 s. ISBN 80-7237-103-7.
- PEDERSEN, Paul Mark a Lucie THIBAUT, 2013. Contemporary Sport Management. 5th ed. Champaign, Ill.: Human Kinetics. 560 p. ISBN 978-1-4504-6965-4.
- PEDERSEN, Paul Mark, 2011. Contemporary sport management. 4th ed. Champaign, Ill.: Human Kinetics. 461 p. ISBN 978-0-7360-8167-2.
- POTŮČEK, Martin, 2006. Manuál prognostických metod. Praha: Sociologické nakladatelství. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). 193 s. ISBN 80-86429-55-5.
- RŮČKOVÁ, Petra, 2010. Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi. 3., rozšířené vydání. Praha: Grada. 139 s. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-3308-1.
- SEKOT, Aleš, 2006. Sociologie sportu. Brno: Masarykova univerzita. 410 s. ISBN 80-210-4201-X.
- SLUKA, Tomáš, 2007. Profesionální sportovec: právní a ekonomické aspekty. Praha: Havlíček Brain Team. 199 s. ISBN 978-80-903609-5-2.

SMITH, Paul, 2000. Moderní marketing. 1vyd. Praha: Computer Press. 518 s. ISBN 80-7226-252-1.

SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. Podniková ekonomika. 6., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck. 526 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-274-8.

SYNEK, Miloslav, 2006. Podniková ekonomika. 4. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck. 475 s. ISBN 80-717-9892-4.

ŠTĚDRŮŇ, Bohumír, Marcela PALÍŠKOVÁ, Zdeněk SOUČEK, Antonín DVOŘÁK a Pavel TILINGER, 2019. Prognostika. Praha: C.H. Beck. Beckova edice ekonomie. 272 s. ISBN 978-80-7400-746-0.

ŠTĚDRŮŇ, Bohumír, 2012. Prognostické metody a jejich aplikace. V Praze: C.H. Beck. Beckova edice ekonomie. 224 s. ISBN 978-80-7179-174-4.

VEBER, Jaromír a kol., 2018. Digitalizace ekonomiky a společnosti: výhody, rizika, příležitosti. Praha: Management Press. 200 s. ISBN 978-80-7261-554-4.

WÖHE, Günter a Eva KISLINGEROVÁ, 2007. Úvod do podnikového hospodářství. 2., přeprac. a dopl. vyd. Přeložil Zuzana MAŇASOVÁ. V Praze: C.H. Beck. Beckovy ekonomické učebnice. 960 s. ISBN 978-80-7179-897-2.

SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

ATP TOUR. ATP Tour [online]. 2020 [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: <http://www.atpworldtour.com/>.

AUSTRALIAN OPEN. Australian Open [online]. 2020 [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: <https://ausopen.com/>

BBC NEWS. Prize money in sport - BBC Sport study, 2016. BBC NEWS 2016 [online]. [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/uk-29665693/>.

FIFA. Fifa [online]. 2020 [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <https://www.fifa.com/>.

FORBES. The World's Highest-Paid Athletes. Forbes [online]. 2019 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <http://www.forbes.com/athletes/>.

FOTBALOVÁ HISTORIE. Počátky fotbalu. Fotbalová historie [online]. 2020 [cit. 2020-04-10]. Dostupné z: <https://fotbal-historie.7x.cz/rubriky/pocatky-fotbalu>.

ITF TENNIS. ITF tennis. online]. 2020 [cit. 2020-04-14]. Dostupné z: <https://www.itftennis.com/en/>.

LIVESPORT. Premier league tabulka. Livesport [online]. 2020 [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.livesport.cz/fotbal/anglie/premier-league/tabulka/>.

MARKETING VE SPORTU [online]. 2020 [cit. 2020-03-21]. Dostupné z: <http://is.muni.cz/elportal/estud/fsps/ps07/mark/pages/02.html>.

MŠMT. Evropská chart sportu. MŠMT [online]. 2020 [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/sport/evropska-charta-sportu>.

PERFECT TENNIS. Prize Money Australia Open. Perfect tennis [online]. 2020 [cit. 2020-04-10]. Dostupné z: <https://www.perfect-tennis.com/prize-money/australian-open/>.

PLEDGE SPORTS. Biggest sports team sponsorship deal. Pledge Sports [online]. 2020 [cit. 2020-04-20]. Dostupné z: <https://www.pledgesports.org/2017/10/biggest-sports-team-sponsorship-deals/>.

POHÁRY BAUER. Články: Nejpopulárnější sporty. Poháry Bauer [online]. 2020 [cit. 2020-04-12]. Dostupné z: <https://www.pohary-bauer.cz/clanky/nejpopularnejsi-sporty>.

ROLANDGARROS. Roland Garros [online]. 2020 [cit. 2020-04-10]. Dostupné z: <https://www.rolandgarros.com/en-us/>.

SILLY SEASON. Sports competitions with biggest Prize Money. Silly Season [online]. 2020 [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: <https://sillyseason.com/money/sports-competitions-with-biggest-prize-money-123064/>.

SPORTS SHOW. Highest paying sports world. Sports show [online]. 2020 [cit. 2020-04-30]. Dostupné z: <https://sportsshow.net/highest-paying-sports-world/>.

STATISTA. Highest paid sports events. Statista [online]. 2020 [cit. 2020-04-08]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/754438/highest-paid-sports-events/>.

UEFA. UEFA [online]. 2020 [cit. 2020-04-10]. Dostupné z: <https://www.uefa.com/>

US OPEN. US Open [online]. 2020 [cit.2020-04-10]. Dostupné z: <https://www.usopen.org/>.

Vyhláška o zdravotní způsobilosti k tělesné výchově a sportu. CZ Tenis [online]. 2020. [cit. 2020-03-03]. Dostupné z: <http://www.cztenis.cz/docs/vyhlaska.pdf>.

WIMBLEDON. Wimbledon [online]. 2020 [cit. 2020-04-11]. Dostupné z: <https://www.wimbledon.com/>.

WTA TENNIS. WTA Tennis [online]. 2020 [cit. 2020-04-06]. Dostupné z: <http://www.wtatennis.com/>.

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 - Vývoj celkového PM na Australian Open od roku 2005	70
Graf 2 - Vývoj celkového PM na French Open od roku 2005	72
Graf 3 - Vývoj celkového PM na US Open od roku 2005	74
Graf 4 - Vývoj celkového PM na Wimbledonu od roku 2005	76
Graf 5 - Porovnání vývoje celkových PM grandslamových turnajů v USD	78
Graf 6 - Vývoj celkového Prize Money Ligy mistrů UEFA od roku 2005	80
Graf 7 - Vývoj celkového Prize Money Evropské ligy UEFA od roku 2005	82
Graf 8 - Porovnání vývoje Prize Money Ligy mistrů UEFA a Evropské ligy UEFA od roku 2005	84
Graf 9 - Prognóza vývoje Prize Money Australian Open do roku 2030	87
Graf 10 - Prognóza vývoje Prize Money French Open do roku 2030 ..	88
Graf 11 - Prognóza vývoje Prize Money US Open do roku 2030	89
Graf 12 - Prognóza Vývoje Prize Money Wimbledonu do roku 2030 ..	90
Graf 13 - Prognóza vývoje Prize Money Ligy mistrů do roku 2030 ..	91
Graf 14 - Prognóza vývoje Prize Money Evropské ligy do roku 2030 ..	92

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 - Tělesná kultura	8
Obrázek 2 - Rozdíly mezi výší Prize Money pro muže a ženy ve vybraných sportech	34
Obrázek 3 - Časová osa sjednocování výše Prize Money pro muže a ženy	35
Obrázek 4 - Sportovní události s nejvyšším Prize Money za rok 2019	48
Obrázek 5 -Přehled financí investovaných do sportu od roku 2009-2018	54
Obrázek 6 - Nejpopulárnější sporty světa	65
Obrázek 7 - UEFA logo	66

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 - Sportovní cíle	16
Tabulka 2 - Ekonomické cíle	17
Tabulka 3 - Sociální cíle	18
Tabulka 4 - Nejlépe placení sportovci světa	50
Tabulka 5 - Nejlépe placení sportovci České republiky	51
Tabulka 6 - Nejlépe placené sportovkyně světa	52
Tabulka 7 - Kluby s nejvyššími sponzorskými smlouvami	55
Tabulka 8 - Sportovci s nejvyššími sponzorskými smlouvami	56
Tabulka 9 - Přehled nejpopulárnějších sportů světa	65
Tabulka 10 - Podrobné porovnání PM Australian Open mezi roky 2018-2019	71
Tabulka 11 - Podrobné porovnání PM French Open mezi roky 2018-2019	73
Tabulka 12 - Podrobné porovnání PM US Open mezi roky 2018-2019	75
Tabulka 13 - Podrobné porovnání PM Wimbledonu mezi roky 2018-2019	77
Tabulka 14 - Podrobné porovnání PM (USD) grandslamových turnajů v roce 2019	79
Tabulka 15 - Podrobný vývoj PM v Lize Mistrů mezi sezónami	81
Tabulka 16 - Podrobný vývoj PM v Evropské lize mezi sezónami	83
Tabulka 17 - Porovnání vývoje Prize Money tenisových a fotbalových událostí od roku 2011	85

Evidence výpůjček

Prohlášení:

Dávám svolení k půjčování této diplomové práce. Uživatel potvrzuje svým podpisem, že bude tuto práci řádně citovat v seznamu použité literatury.

Jméno a příjmení: Denisa Janoušková

V Praze dne: 30. 04. 2020

Podpis:

Jméno	Oddělení/ viště	Praco-	Datum	Podpis