

UPLATŇOVÁNÍ SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI V ČESKÉM SPORTOVNÍM PROSTŘEDÍ

APPLYING THE PRINCIPLES OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CZECH SPORTS ENVIRONMENT

V. Kunz

Vysoká škola finanční a správní, Fakulta ekonomických studií, Katedra marketingové komunikace

Abstract

The purpose of the paper is to provide information about and present results of the public opinion survey on the current situation in the Czech sports environment concerning application of social responsibility principles. Closer attention is paid to the involvement and support of CSR in the two most popular domestic team sports (football and hockey), both from their highest governing bodies (Czech Hockey or the Football Association of the Czech Republic) and participating teams of the highest football and hockey league competitions. In addition, some other major CSR initiatives in a number of other areas of the Czech sports environment are presented, such as basketball, handball, floorball and golf. In his article, the author combines the conclusions of secondary data analysis, website content analysis and own empirical research based on a series of semi-structured interviews.

Keywords: social responsibility in sports; ice hockey; Czech Hockey; football; Football Association of the Czech Republic; floorball; Every Basket Helps

Souhrn

Účelem příspěvku je přiblížit a to i prostřednictvím hlavních zjištění z vlastního výzkumného šetření, aktuální situaci v uplatňování principů konceptu společenské odpovědnosti v rámci českého sportovního prostředí. Bližší pozornost je věnována zejména angažovanosti a podpoře CSR v rámci dvou nejpopulárnějších tuzemských kolektivních sportů (fotbalu a hokeje) a to, jak ze strany jejich nejvyšších řídicích orgánů (Českého hokeje či Fotbalové asociace České republiky), tak i účastnických týmů nejvyšších fotbalových a hokejových ligových soutěží. Vedle toho jsou přiblíženy i některé další stěžejní CSR iniciativy v řadě dalších oblastí českého sportu, jako například v basketbalu, házené, florbalu či golfu. Autor v příspěvku kombinuje závěry sekundární analýzy dat, obsahové analýzy webových stránek a empirického šetření založeného na sérii polostrukturovaných rozhovorů.

Klíčová slova: společenská odpovědnost ve sportu; hokej; Český hokej; fotbal; Fotbalová asociace České republiky; florbal; Každý koš pomáhá

Úvod

Společenské odpovědnosti sportu je věnována zejména v posledních letech stále větší pozornost a to jak ze strany akademické sféry, tak i samotných aktérů sportovní scény. Podle mínění některých odborníků (např. Babiak & Kihl, 2018; Hildebrandt, 2019; Ratten, 2011) by měly sportovní profesionální kluby podobně jako mnoho jiných subjektů z podnikatelského prostředí usilovat o to, aby se společenská odpovědnost (CSR) stala nedílnou součástí jejich řídicích procesů a proaktivně rozvíjet své aktivity v této oblasti.

Nejen stále rostoucí komercializace, medializace a globalizace profesionálního světa sportu, ale také zintenzivnění požadavků ze strany zúčastněných stran, značně ovlivnila chování mnoha sportovních subjektů (Valeri, 2019). Zejména špičkové sportovní kluby jsou vystaveny intenzivnímu zájmu a také kontrole ze strany masmédií, respektive široké veřejnosti, která je jejich prostřednictvím nepřetržitě informována téměř o všem, co nějakým způsobem souvisí s jejich činností (Riggin et al.,

2019). V každodenní řídicí praxi se jedná o řešení mnoha souvisejících problémů, ať například v podobě zvýšené pozornosti směrem k jejich případným neetickým praktikám či rostoucímu zájmu jejich fanoušků i o mimosportovní aspekty fungování klubů. Profesionální sportovní organizace, které si chtějí dlouhodobě získat náklonost svých klíčových stakeholderů a dosahovat úspěchů nejen na sportovním poli, se musí v současné době těmito otázkami daleko více zabývat. Pro jejich managementy to zároveň znamená, aby při vytváření svých strategií zohledňovali vícedimenzionální přístup, resp. se kromě koncentrace na sportovní úspěšnost a ekonomickou udržitelnost, soustředily i na sociální a environmentální aspekty své činnosti (Babiak, 2010).

Sport je stále více uznáván jako účinný nástroj, který může pomoci k pozitivním změnám ve společnosti a to jak na mezinárodní, tak i na národní, regionální či místní úrovni (Giulianotti, 2015). Velmi často bývá vyzdvihován zejména pozitivní dopad sportu v celosvětovém humanitárním, rozvojovém a mírovém úsilí (Waardenburg & Nagel, 2019). I z těchto důvodů zařadila sport do své agendy i řada významných vrcholných mezinárodních organizací jako například OSN či EU (Kunz, 2018). Také mnoho odborných studií dokládá, že existuje mnoho důvodů pro využití sportu jako vhodného prostředku CSR. Smith a Westerbeek v jejich uznávaném vědeckém článku z roku 2007 dokonce identifikovali několik jedinečných znaků sportu z hlediska jeho využití jako vhodného prostředku CSR, mezi které zařadily zejména zájem masmédií, atraktivitu sportu pro mládež, pozitivní zdravotní dopady sportu či to, že dokáže přispívat ke zlepšení kulturního porozumění a integraci.

Vedle toho je zároveň poukazováno na to, uplatňování principů konceptu CSR v každodenní řídicí praxi profesionálních sportovních organizací, může také jim přinášet mnoho výhod, jako např. (Baena, 2018; Levermore & Moore, 2015; Trendafilova et al., 2017):

- získání větší atraktivity pro stávající i potenciální partnery,
- posílení pozitivního image sportovních organizací,
- vylepšení vztahů s klíčovými stakeholdery,
- či přispění ke zdravější organizační kultuře sportovních organizací.

CSR je stále více podporováno a široce rozvíjeno napříč sportovním prostředím. Pro mnoho úspěšných sportovců se stala angažovanost na poli CSR běžnou součástí jejich „high-profile“. Někteří z nich stále častěji zakládají i charitativní nadace, které zaštiťují mnohdy nejen svým věhlasným jménem, ale sami je i velmi štědře finančně podporují. CSR se také postupně stává mnohem významnější součástí agendy sportovních řídicích orgánů, včetně těch s mezinárodním dosahem (např. Mezinárodního olympijského výboru). Stejně tak se stále více využívá ve spojitosti s různými CSR iniciativami i věhlas a celosvětová sledovanost významných mezinárodních sportovních akcí (Knott et al., 2017).

CSR je podporováno i ze strany vedení řady profesionálních ligových soutěží a jejich účastnických klubů. Například na americkém kontinentu se většina tamních týmů z nejznámějších profesionálních ligových soutěží (např. z NBA, NHL, či MLB) již desítky let zapojuje do některých oblastí CSR., které jsou stejně tak podporovány i ze strany lig samotných (Barett et al., 2019).

Také zejména v západoevropském evropském profesionálním sportu dochází k poměrně rapidnímu nárůstu angažovanosti v oblasti CSR (Blumrodt et al., 2013). Na výzvy v této oblasti začínají postupně reagovat i aktéři sportovního prostředí v postkomunistických evropských zemích, včetně České republiky. I když významnější nárůst CSR angažovanosti je možné v tuzemsku pozorovat zejména v rámci dvou nejpopulárnějších kolektivních sportů (fotbalu a ledního hokeje), začínají být CSR iniciativy rozvíjeny i dalších oblastech českého sportu (např. florbal, házená, basketbal, golf). Cílem příspěvku je nejen identifikovat hlavní zaměření CSR aktivit v českém sportovním prostředí (včetně hlavních cílových skupin), ale i poodhalit některé další hlubší souvislosti (např. rozdíly z hlediska strategického přístupu českých sportovních klubů k CSR). Příspěvek se zároveň snaží nejen přiblížit CSR aktivity tuzemských sportovních klubů, ale také podporu CSR ze strany některých nejvyšších řídicích orgánů v českém sportovním prostředí (např. Fotbalové asociace ČR, Ligové fotbalové asociace, Českého hokeje, České golfové federace, Českého svazu házené či Českého florbalu).

Autor v příspěvku kombinuje závěry sekundární analýzy dat, obsahové analýzy webových stránek a také vlastního empirického šetření s vybranými zástupci českého sportovního prostředí. To probíhalo v posledním čtvrtletí 2019 formou řízených individuálních polostrukturovaných rozhovorů s vrcholnými představiteli vrcholných řídicích orgánů českého hokeje a fotbalu (prezidentem Českého hokeje, členem představenstva Asociace profesionálních klubů ledního hokeje, manažerkou sociálních

projektů Fotbalové asociace ČR a ředitelem komunikace Ligové fotbalové asociace). Vedle toho byly vedeny rozhovory i se zástupci nejvyššího vedení marketingové agentury BPA, která je výhradním marketingovým partnerem Českého hokeje (generální ředitelkou BPA a vedoucím hokejového oddělení BPA).

CSR v českém hokeji

V českém hokejovém prostředí vznikla zejména v nového milénia několik podnětných CSR iniciativ. Ty byly iniciovány, jak ze strany nejvyšších výkonných řídicích orgánů českého hokejového prostředí (Českého hokeje a Asociace profesionálních hokejových klubů ledního hokeje), tak i samotných zejména extraligových hokejových klubů. Některé aktivity směřem k pomoci svému okolí zároveň začali rozvíjet i někteří přední čeští hokejoví reprezentanti a to např. v podobě založení veřejně prospěšných organizací. Jednou z vůbec prvních CSR akcí v českém hokejovém prostředí, která byla realizována již v sezóně 2005/6, se stal projekt „Jde se na hokej“ zaměřený na podporu dětských domovů. Princip projektu spočíval v tom, že za každého diváka, který navštívil extraligové utkání, věnovali partneři projektu jedna korunu na konto vybraných dětských domovů.

V českém hokejovém prostředí začaly tak jako je to běžné i v zámořském hokejovém prostředí postupně vznikat i nadační fondy, jejichž prostřednictvím jsou realizovány desítky nejrůznějších konkrétních CSR aktivit. Vůbec prvním se stal v roce 2005 Nadační fond Ivana Hlinky, který byl založen tehdejšími Českým svazem ledního hokeje (nyní Český hokej) a nese jméno po slavném hráči a trenérovi, jenž dovedl českou reprezentaci k historickému úspěchu na ZOH v Naganu v roce 1998. Český hokej se prostřednictvím tohoto fondu snaží podporovat bývalé hráče a ostatní činovníky ledního hokeje, kteří se sami nebo se svými rodinami ocitli v sociálně obtížné životní situaci. Mezi nejčastější formy pomoci patří finanční příspěvek na invalidní vozík, nákup rehabilitačních pomůcek nebo rekonstrukce sociálního zařízení či částečné hrazení lékařské péče (Legenda pomáhá, 2020). K němu se přidaly i další nadační fondy, které byly založeny nejen z iniciativy Českého hokeje, ale stojí za nimi například současní hokejoví reprezentanti ČR (např. Nadační fond Jakuba Voráčka či Saves help založený brankářem Štěpánem Hrubcem). Své nadační fondy v posledních pěti letech založily také čtyři kluby hokejové extraligy (HC Sparta Praha, HC Oceláři Třinec, HC Kometa Brno, Rytíři Kladno). Mezi nadačními fondy v českém hokejovém prostředí existují poměrně značné rozdíly a to nejen z hlediska směřování jejich aktivit, ale i pokud jde o získávání finančních zdrojů pro jejich činnost. Níže uvedená tabulka se snaží poskytnout přehled o nejvýznamnějších nadačních fondech v českém hokejovém prostředí.

V obou nejvyšších hokejových ligách v ČR jsou realizovány poměrně pravidelně též různé charitativní aukce dresů, případně i dalších hokejových artefaktů. K jejich rozvoji přispívá i to, že partneři klubů a vedení českého hokeje vychází vstříc podobným akcím. Díky tomu mohou kluby i několikrát během sezóny nastupovat ve speciálních dresech pro tyto účely. V rámci nejvyšší hokejové soutěže probíhá i tradiční charitativní tzv. Radegast index dražba hokejových artefaktů. Do ní každoročně od sezóny 2013/14 nejlepší Radegast index bojovník každého extraligového hokejového klubu věnuje jeden artefakt, o který během semifinálové a finálové části play off svedou souboj fanoušci v charitativní dražbě. V roce 2017 vznikl ve spolupráci Českého svazu ledního hokeje a Nadačního fondu Ivana Hlinky i charitativní projekt „Legenda pomáhá“. V něm ve vybraných utkáních nastupují kluby ze tří nejvyšších hokejových soutěží v České republice ve speciálních dresech, na nichž je podobizna Ivana Hlinky. Následně jdou tyto dresy do dražby, přičemž veškerý výtěžek z aukce putuje na konto Nadačního fondu Ivana Hlinky (Legenda pomáhá, 2020). Pod záštitou Českého hokeje vznikl v sezóně 2017/18 i charitativní projekt „Pojedeme v tom spolu“. Projekt se snažil podpořit Českou sledge hokejovou asociaci, která má pod svými křídly přes sto handicapovaných hráčů. Princip podpory spočíval v tom, že každý hráč v extralize ledního hokeje, který během sezóny 2017/18 vstřelil gól, přispěl částkou sto korun.

Jednou z nejvýznamnějších současných charitativních aktivit v tuzemském hokejovém prostředí je tzv. Tombola 50/50. Jedná se o charitativní soutěž pro fanoušky, jejímž cílem je získat finanční prostředky na projekty, které vybírá pořádající hokejový klub. Na každý zápas je připraveno 2000 tiketů po 50 Kč, přičemž fanoušci si mohou kupovat libovolný počet tiketů. Z celkové částky, která je vždy závislá na počtu prodaných tiketů, vždy polovina připadne jednomu vylosovanému fanouškovi a druhá jde na podporu určeného charitativního projektu. Do Tomboly 50:50 se v sezóně 2019/20 zapo-

jilo celkem 12 hokejových klubů, z toho devět extraligových a tři prvoligové. Od září 2019 za podpory Českého hokeje odstartovala i česká Univerzitní liga ledního hokeje (ULLH), do níž se zapojilo celkem třináct českých vysokých škol, které hrají o Pohár Jana Palacha. Mnoho CSR projektů je realizováno i ve spojení s českou hokejovou reprezentací. Již např. od roku 2013 probíhá spolupráce s organizací Dejme dětem šanci, o. p. s., díky níž mají děti z dětských domovů možnost navštívit vánoční utkání české hokejové reprezentace v O2 aréně. Navíc z každé prodané vstupenky na tyto zápasy putuje ve prospěch této organizace 10 Kč na její činnost. Na začátku května 2019 se také Český hokej připojil k projektu Nadačního fondu Českého rozhlasu a Českého rozhlasu Radiožurnál “Nevidomý fanoušek”. Díky tomu byl poslední zápas české hokejové reprezentace před světovým šampionátem proti hokejistům Ruska v Brně přístupný i nevidomým fanouškům, kteří měli vůbec poprvé v historii k dispozici speciální komentář.

Tabulka 1./ Table 1.

Nadační fondy v českém hokejovém prostředí./ Foundation Funds in the Czech Ice Hockey Environment.

Název	Rok založení	Oblast zaměření	Způsoby získávání zdrojů financování
NF HC Sparta	2017	Podporu mladých hokejistů v neočekávané životní situaci či ze sociálně slabších poměrů.	Dary dárců, prodej speciální edice výrobků s motivy nadačního fondu.
NF Oceláři	2016	Podpora třinecké hokejové mládeže, handicapovaných a charitativní činnosti.	Charitativní tombola, dary dárců, finanční příspěvky hráčů A týmu, dražby dresů, výnos z prodeje speciálních kelímků.
NF Kometa	2015	Pomoc dětem s poruchou autistického centra.	Dary dárců (i prostřednictvím sbírkových kasiček), prodej nadačních předmětů, výtěžek z charitativního golfového turnaje.
NF Knights Foundation	2019	Podpora dětí z dětských domovů.	Charitativní aukce, klubové dary.
NF I. Hlinky	2005	Podpora bývalých hráčů, kteří se ocitli v sociálně obtížné životní situaci.	Dražba dresů prostřednictvím projektu Legenda pomáhá, golfový charitativní turnaj, dary dárců a příspěvky partnerů.
NF J. Voráčka	2015	Pomoc lidem s roztroušenou sklerózou.	Dary dárců, pravidelné finanční příspěvky J. Voráčka (1 tisíc USD za každý bod v NHL), výtěžek z charitativního fotbalové turnaje, prodej nadačních předmětů.
Saves help	2019	Pomoc para hokejistům a dalším potřebným.	Dary dárců, pravidelné finanční příspěvky brankářů (10 Kč za každý úspěšný zákrok v lize).

Pokud jde o extraligové hokejové kluby v ČR tak existují zatím poměrně značné rozdíly v míře uplatňování principů CSR v jejich řídicí praxi. Zatímco u některých z nich je patrné, že CSR se

stala strategickou součástí jejich řízení klubů (HC Kometa Brno, HC Sparta Praha, HC Třinec, Verva Litvínov), tak naproti tomu u některých českých hokejových klubů se jedná zatím spíše o realizaci některých dílčích CSR aktivit, bez větší provázanosti s klíčovými řídicími systémy klubů. Většina klubových CSR iniciativ je realizována především v charitativní oblasti, přičemž jsou zaměřené zejména na podporu dětí či handicapovaných a nemocných jedinců. Například HC Sparta Praha od roku 2006 každoročně v období vánočních svátků věnuje jedno své extraligové domácí utkání dětem z dětských domovů. Ty si mohou vyzkoušet v rámci akce „Sparťanský Ježíšek“, jak to skutečně funguje v zákulisí během samotného extraligového klání, či mohou asistovat například při moderování zápasu nebo při uklízení ledové plochy (HC Sparta Praha, 2020). Mountfield Hradec Králové již od konce roku 2016 zase realizuje charitativní projekt „Skóruj pro“. V něm za každý vstřelený gól hokejisty Mountfieldu je vyroben speciální puk, který si pak za tisíc korun může pořídit fanoušek ochotný podpořit vybrané handicapované dítě. Od klubu pak navíc fanoušek dostává i čtyři vstupenky na zápas A-týmu, a také fotografii s hráči A týmu (Mountfield HK, 2020). Také HC Verva Litvínov podporuje mnoho charitativních projektů a to především prostřednictvím své CSR iniciativy Konto našeho srdce. Ta vznikla v roce 2016 a snaží pomáhat nejčastěji přímo vybraným konkrétním osobám, kterým se neposílají finanční částky, ale nakupují se pro ně potřebné rehabilitační poukazy, přístroje či jiné zařízení i pomůcky.

Kromě charitativních projektů se některé extraligové hokejové kluby zapojují i do některých dalších typů projektů, ať jsou již zaměřené na děti či celé rodiny, na podporu zdraví a zdravého životního stylu (např. projekt Sparťanská krev). Některé hokejové kluby v ČR se začínají zapojovat postupně také i do edukativních projektů. (např. projekt HC Plzeň Trénuj jako indián či sportovní Mateřská škola Kometka). Mezi CSR aktivitami řady klubů nechybí ani množství sportovních programů a sportovních akcí, spojených velmi často i s charitativním podtextem. Po vzoru zámořské NHL je pražskou Spartou již několik let realizován projekt na podporu složek integrovaného záchranného systému s názvem „Sparta vzdává hold. Tento projekt je každoročně určen pro tisíce hasičů, policistů, záchranářů a zástupců armády, kterým HC Sparta věnuje pozvání na dva vybrané domácí zápasy, kde je pro ně připravena i spousta dalších zajímavých doprovodných akcí. Aktivita v environmentální oblasti společenské odpovědnosti jsou v českém hokejovém prostředí zatím rozvíjeny prakticky výhradně směrem ke klubovým sídlům a to od třídění odpadů až po hledání úspornějších environmentálních řešení zejména v souvislosti s provozem hokejových arén. Další aktivity klubů v této oblasti jsou zatím spíše ojedinělou záležitostí (např. ekologická osvětová akce EKO den s Kometou či „Hokejová elektro derby“).

CSR v českém fotbale

Také v českém fotbale je v posledních letech možné zaznamenat některé iniciativy na poli CSR a to jak ze strany nejvyšších řídicích orgánů českého fotbalu (Fotbalové asociace ČR a Ligové fotbalové asociace), tak i většiny tuzemských prvoligových fotbalových klubů. Fotbalová asociace České republiky (FAČR) podporuje rozvoj amatérského fotbalu prostřednictvím tzv. Grassroots programu, který má i výrazný sociální dosah, podporuje fotbal seniorů a veteránů, hráčů s tělesným či mentálním postižením, ale i dětí z dětských domovů a lidí bez domova. Pokud jde o podporu mládežnického fotbalu ze strany FAČR tak za významnou a inspirativní aktivitu, kterou FAČR v této oblasti v posledních letech realizuje, lze považovat hlavně projekt Můj první gól. Evropská fotbalová unie (UEFA) dokonce ocenila „Můj první gól“ jako nejlepší Grassroots projekt roku 2015 v rámci všech jejích členských zemí. Tento projekt je zaměřený na začínající mladé fotbalisty a fotbalistky, zejména pak na kontinuální podporu náborové činnosti fotbalových klubů a fotbalové mládeže v České republice. Primárním cílem projektu je rozšíření členské základny Fotbalové asociace České republiky a sekundárním pak budování pozitivní image fotbalu v České republice za pomoci příběhů slavných fotbalistů či osobností s fotbalem spjatých, kdy spojujícím prvkem jsou právě první góly. Projekt Můj první gól se opírá o tři základní pilíře, kterými jsou (Můj první gól, 2020):

- Měsíc náborů - jedná se o sérii akcí orientovaných na seznámení dětí s fotbalem. Tyto akce jsou realizovány pravidelně ve dvou hlavních náborových měsících (v září a v květnu).
- Trénuj - tento druhý pilíř projektu Můj první gól pomáhá trenérům a rodičům se správným metodickým vedením tréninků, včetně rozvoje individuálních fotbalových dovedností začínajících fotbalistů. Na webu mujprvniGol.cz jsou v sekci „trénuj“ k dispozici i instruktážní videa, jejichž obsah je uzpůsoben trénování bez náročného využití pomůcek a tréninkových ploch.

- Škola v pohybu – zaměřuje se na podporu pohybových aktivit v mateřských a základních školách, za pomoci trenérů mládeže Fotbalová asociace České republiky.

Na webu mujfotbal.fotbal.cz, který FAČR spravuje, může široká veřejnost najít řadu užitečných a aktuálních informací směrem ke grassroots aktivitám, ať již jde o nemistrovské fotbalové soutěže mládeže, turnaje pro školy, fotbal a futsal pro handicapované a neslyšící či aktuální projekty UEFA na podporu grassroots aktivit.

Také Ligová fotbalová asociace realizuje v rámci české nejvyšší fotbalové soutěže několik projektů, které reflektují principy konceptu společenské odpovědnosti. Nejznámějším z nich je CSR program nazvaný Zelený život, který funguje již od roku 2013. Mezi jeho stěžejní cíle patří nejen informovat o společensky odpovědných aktivitách účastníků nejvyšší fotbalové soutěže v ČR, ale též se snažit sdružovat některé aktivity klubů v této oblasti, včetně generování finančních prostředků následně putujících na dobrou věc. LFA proto vytvořila i samostatný Nadační fond Zelený život, jehož cílem je podpora dětí, mládeže a handicapovaných osob. Od roku 2015 je v rámci nejvyšší české fotbalové soutěže realizován další CSR projekt LFA s názvem Víkend otců, v jehož rámci je jedno ligové kolo v podzimní a jedno v jarní části sezóny věnováno otcům a jejich potomkům. Dále jsou v tyto dvě kola kromě zvýhodněného vstupného nachystány například různé zábavné programy a soutěže či autogramiády fotbalistů (LFA, 2020). Zatím posledním významným CSR projektem LFA, který byl v sezóně 2018/19 spuštěn, se stala iniciativa Fortuna Fair:Play. V rámci tohoto projektu se zástupci nejvyšší fotbalové soutěže snaží ve spolupráci s širokou veřejností oceňovat kluby či jednotlivé osoby z prostředí profesionálního fotbalu, kteří ctí pravidla férové hry a tím i rozšiřují myšlenky fair play.

Většina CSR aktivit českých prvoligových fotbalových klubů je rozvíjena především v sociální oblasti, přičemž se zatím kluby nejvíce zapojují do charitativních projektů. Toto zjištění lze přičíst tomu, že právě tento typ CSR programů představují pro kluby jeden z jednodušších způsobů (zároveň bez vyšších nároků na potřebné lidské zdroje a kompetence pro tuto oblast), jak finančně či materiálně pomoci okolním komunitám. Kluby je často podporují charitativními aukcemi dresů či jiných klubových artefaktů. Tyto projekty jsou zaměřeny většinou na pomoc vybraným nemocným či handicapovaným jedincům či konkrétním organizacím. Kluby spolupracují s řadou neziskových organizací, ať se již jedná o dětské domovy (např. FK Teplice, Viktorii Plzeň, FK Jablonec, organizace na podporu handicapovaných (např. SK Slavia a AC Sparta Praha s Nadací Jedličkova ústavu, FK Teplice s Kontem Bariéry či SK Č. Budějovice s Centem Bazalka) či seniorské organizace (Viktorie Plzeň s Domovem poklidného stáří). Některé kluby se snaží realizovat i CSR sportovní programy (např. CSR projekt SK Č. Budějovice „Kdo sportuje, nezlobí“), ať se již jedná o fotbalové turnaje pro žáky z mateřských či základních škol či jiné sportovní aktivity, přičemž se snaží využívat vlastní potřebné zdroje a kompetence, ať již v podobě svého sportovního zázemí nebo kvalifikovaných trenérů.

Do mnoha CSR aktivit se zapojují i samotní hráči, ať již se jedná o dárcovství krve či návštěvy nemocnic či dětských domovů v daných regionech. V českém fotbalovém prostředí jsou postupně rozvíjeny i aktivity na podporu handicapovaných fanoušků. Kromě bezbariérových vstupů na fotbalové stadiony se začínají objevovat i další CSR snahy (např. služby stewardů pro handicapované či aktivity směrem k nevidomým fanouškům), které jsou již desítky let zcela běžné v nejvyšších ligových soutěžích v Západní Evropě. Na rozdíl od západoevropských fotbalových klubů, které již ve většině případů vytvořily pro podporu svých CSR samostatné nadace, má v ČR má zatím pouze AC Sparta Praha vytvořen samostatný klubový nadační fond. Ten byl založen v roce 2013 s cílem podporovat bývalé hráče klubu, kteří se ocitli ve zdravotní či sociální nouzi. CSR projekty v environmentální oblasti jsou u českých fotbalových klubů zatím spíše ojedinělou záležitostí a vztahují se případně spíše k samotnému zajištění provozu klubů, přičemž se jedná zejména o opatření směrem k úspoře energií a hledání ekologičtějších řešení, ať již jde např. o využívání tzv. green energy“ (např. FK Teplice) či pořízení flotily třiceti hybridních vozů u FC Ostrava.

CSR v dalších oblastech českého sportu

Kromě dvou nejpopulárnějších tuzemských kolektivních sportů (fotbalu a hokeje) je možné i v dalších oblastech současného českého sportovního prostředí (např. v basketbalu, házené, florbalu či golfu) najít řadu dalších různorodých a inspirativních CSR aktivit. Za jednu z prvních poměrně unikátních charitativních iniciativ v českém sportovním prostředí, která vznikla ve spolupráci s Českou basketbalovou federací, Českou televizí a basketbalovými kluby již v roce 2007, lze považovat projekt Každý koš

pomáhá. Tento projekt, který v roce 2013 obdržel i Zvláštní cenu Českého klubu fair play, se snaží již více než deset let spojit tuzemské basketbalové prostředí s pomocí těm, kteří se ocitli ve složité životní situaci. Principiálně je založen na modelu finančního dárcovství, přičemž výše finančních příspěvků jednotlivých týmů naší nejvyšší basketbalové soutěže mužů se odvíjí od počtu nastřílených bodů v jednotlivých střetnutích. Do projektu se mohou tradičně zapojovat i diváci basketbalových televizních přenosů, kteří chtějí finančně podpořit dobrou věc. Navíc tento společensky charitativní projekt opakovaně doprovázel i velké mezinárodní basketbalové akce pořádané na území České republiky jako oficiální charita světových či evropských šampionátů (Každý koš pomáhá, 2020).

Některé CSR iniciativy se postupně rozvinuly také v tuzemském házenkářském prostředí. Český svaz házené (ČSH) od roku 2012 spolupracuje s Nadací pro transplantaci kostní dřeně, přičemž tato spolupráce funguje tak, že za každý vstřelený gól v reprezentačním utkání je věnována určitá částka na konto nadace. Na obdobném principu tato podpora nadace funguje i v některých vytipovaných kolech české házenkářské extraligy. Při charitativní akci „Hvězdy pro legendy“ v roce 2019 byl navíc této nadaci věnován také šek v hodnotě 200 tisíc korun a zároveň zde bylo možné se zapsat i do registru dárců. Český svaz házené realizuje i projekt Házená pro budoucnost zaměřený na podporu sportování dětí. Projekt se opírá o tři hlavní pilíře, kterými jsou (Český svaz házené, 2020):

- Školský pohár (dříve Novinářský kalamář) - o něj se utkávají školská družstva v házené z celé ČR. Je jednou z nejstarších soutěží pro mládež ve všech sportovních odvětvích u nás. Byl založen již v roce 1971 a mnoho jeho účastníků obléklo v minulosti také reprezentační dres.
- Házenkářský desetiboj – jedná se o soutěž pro nejlepší družstva mladšího žactva v deseti disciplínách. Družstvo, které chce v soutěži uspět, musí prokázat svoje schopnosti nejen v samotných házenkářských utkání, ale zároveň musí zvládnout i ostatní, vesměs individuální disciplíny.
- Školská liga miniházené – je určena pro žáky škol, kteří se chtějí seznámit s tzv. miniházenou. Ve školní lize si mohou jednotlivé školské týmy poměřit svoje házenkářské umění s jinými družstvy z celé České republiky.

Do CSR aktivit se zapojují i některé házenkářské české prvoligové kluby. Například HC Dukla Praha aktivně podpořila v únoru 2020 charitativní projekt Sportovci ženám v nouzi, kdy při svém domácím osmifinálovém zápase EHF Challenge Cupu zapojila nejen diváky do vybírání dárcovských DMS na podporu projektu, ale podpořila ho navíc i sama finančně (Každý koš pomáhá, 2020).

Také Česká golfová federace (ČGF) zřídila Nadaci Hanuše Goldscheidera, která věnuje velkou pozornost zejména programu podporujícího děti z rodin, jejichž sociální poměry brání dalšímu rozvoji jejich talentu a píli. V roce 2019 zajistila Nadace Hanuše Goldscheidera golfové hole pro děti v šestnácti golfových klubech ČR. Česká golfová federace i s přispěním práce své nadace se dlouhodobě snaží svými aktivitami zpřístupnit a přiblížit tento sport co nejširší veřejnosti. Od roku 2010 také Česká golfová federace realizuje projekt „Hraj golf změn život“ na podporu dalšího růstu členské základny. Významnou roli v projektu sehrávají známé osobnosti, které zábavnou formou sdělují, jak začali hrát golf a co je na tomto sportu baví. Projekt je zaměřen hlavně na lidi, kteří mají chuť si zkusit golf, ale doposud k tomu neměli finanční prostředky či příležitost. Na jaře 2014 ČGF spustila i dlouhodobý projekt Se školou na golf, se záměrem osvěty a propagace golfu i mimo samotné golfové prostředí. ČGF každoročně tímto projektem osloví až 14 tisíc dětí, které si poprvé vyzkouší odpálit svůj první golfový míček. Vedle toho ČGF organizuje i celorepublikové soutěže na základních školách a podporuje i zakládání golfových kroužků na školách. Česká golfová federace realizuje i projekt Den žen na golfu, díky kterému mají dámy možnost si vyzkoušet golf zcela zdarma. Den žen na golfu se pravidelně pořádá na golfových hřištích v České republice a stejně tak i po celém světě vždy v červnovém kalendářním měsíci (Česká golfová federace, 2020).

Poměrně mnoho CSR aktivit je realizováno i v českém florbale. To může být částečně determinováno i tím, že rozvoj florbalu v tuzemsku je propojen poměrně výrazně s vysokoškolským prostředím. Do České republiky byl florbal patrně poprvé „dovezen“ v roce 1984, kdy si studenti z Helsinkí School of Economics Student Union přivezli sebou na výměnný studijní program na Vysokou školu ekonomickou (VŠE) v Praze také florbalové vybavení. VŠE tak mohla být svědkem historicky prvního florbalového zápasu v České republice, ve kterém se proti sobě utkali v malé tělocvičně ve Staré budově VŠE čeští a finští studenti (Skrůžný, 2005). Dalším faktorem, který může stát za poměrně extenzivním rozvojem CSR a prosazováním etických principů v českém florbale může být i skutečnost, že českou nejvyšší

florbalovou liguovou soutěž (tzv. Superligu) hraje z celkem čtrnácti týmů hned šest z Prahy a mnoho dalších sídlí v krajských městech. Právě v Praze a řadě krajských měst sídlí většina vysokých škol v ČR a mnoho jejich studentů se florbalu, který není u nás zatím profesionálním sportem, ve svém volném čase aktivně věnuje. Historicky sportovně nejúspěšnější tuzemský florbalový klub Tatran Střešovice patří dlouhodobě i k neaktivnějším florbalovým klubům v oblasti společenské odpovědnosti u nás. Své CSR aktivity zaměřuje, jak na děti a mládež (např. projekty: „Tatran & školky“, „Tatran Academy“ či „Zlepšuj se“), tak také na místní komunity či konkrétní zájmové skupiny. CSR principy se silně odrážejí i v přijaté misi, vizi a klíčových klubových hodnotách (Tatran Střešovice, 2020). Také například Sokoli Pardubice se snaží CSR principy reflektovat i v rámci přijatých kodexů a to, jak směrem k hráčům, tak i trenérům a rodičům svých mládežníků. Klubový kodex pro hráče nese výstižné motto „Buď vzorem pro ostatní“ a vymezuje hlavní klíčové hodnoty, které by měly být hráči trvale respektovány, jako je pokora, fair play, zábava, týmovost, zdraví či škola a vzdělání (Sokoli Pardubice, 2020).

Závěr

V globálním sportovním prostředí jsme svědky narůstající CSR angažovanosti a to, jak ze strany mezinárodních řídicích sportovních orgánů, profesionálních liguových soutěží i jednotlivých sportovních klubů a sportovců. Principy konceptu společenské odpovědnosti začínají být hlavně v posledních letech postupně stále více uplatňovány také v českém sportovním prostředí, přičemž většina CSR iniciativ je rozvíjena zejména v nejpobulárnějších tuzemských kolektivních sportech.

V českém fotbale jsou CSR aktivity podporovány také ze strany nejvyšších řídicích orgánů českého fotbalu (FAČR, LFA). Fotbalová asociace České republiky se v této oblasti snaží zejména o rozvoj amatérského fotbalu prostřednictvím tzv. Grassroots programu, jehož ústřední myšlenkou je dát možnost hrát fotbal všem bez výjimky, bez ohledu na pohlaví, věk, rasu nebo zdravotní stav. I Liguová fotbalová asociace v posledních letech iniciovala některé zajímavé CSR projekty (např. projekt Víkend otců) a navíc zřídila i samostatný Nadační fond Zelený život, jehož cílem je zejména podpora mladých fotbalistů, kteří vyrůstají ve ztížených ekonomických a sociálních podmínkách. Také většina klubů v české nejvyšší fotbalové soutěži postupně rozvinula různorodé aktivity v oblasti společenské odpovědnosti, i když existují poměrně značné rozdíly v míře uplatňování principů CSR v řídicí praxi jednotlivých klubů. Nejčastěji CSR programy klubů směřují na okolní komunity, přičemž se jedná hlavně o děti a mládež či handicapované a nemocné občany. Většina CSR aktivit českých klubů je rozvíjena především v sociální oblasti, přičemž se kluby nejvíce zapojují především do charitativních projektů.

Mnoho CSR projektů bylo postupně rozvinuto i v českém hokejovém prostředí, přičemž některé z nich vznikly i z iniciativy nejvyššího výkonného orgánu - Českého hokeje a to často i ve spojení s českou hokejovou reprezentací. Také většina tuzemských hokejových klubů se angažuje v oblasti CSR, přičemž se snaží kromě finanční pomoci využívat i různé charitativní aukce dresů či jiných klubových artefaktů. Kromě charitativních projektů se kluby zapojují i do dalších typů projektů, ať jsou již zaměřeny na podporu zdraví a zdravého životního stylu nebo se jedná o edukativní projekty. Několik CSR iniciativ v českém hokejovém prostředí bylo inspirováno zámořskými sportovními ligami (NHL). Po vzoru zámořské NHL je pražskou Spartou již několik let realizován projekt na podporu složek integrovaného záchranného systému s názvem „Sparta vzdává hold. Díky inspiraci ze zámoří vznikla i jedna z nejvýznamnějších současných charitativních aktivit v tuzemském hokejovém prostředí tzv. Tombola 50/50, jejímž cílem je získat finanční prostředky na CSR projekty tuzemských hokejových klubů.

Kromě těchto dvou nejpobulárnějších kolektivních sportů u nás, lze však najít v českém sportu i další oblasti, v rámci nichž jsou rozvíjeny různorodé CSR iniciativy a to, jak ze strany jejich řídicích orgánů, tak i ze strany sportovních klubů. Velmi aktivní v této oblasti je zejména tuzemské florbalové prostředí, které se snaží svými CSR aktivitami nejen pomáhat svým okolním komunitám, ale i přispívat k výchově kultivovaných a odpovědných mladých lidí. Mnoho CSR inspirativních projektů je uskutečňováno i ze strany České golfové asociace a to i prostřednictvím jí zřízené Nadace Hanuše Goldscheidera. Také v českém házenkářském prostředí se rozvinulo několik CSR aktivit a to jak ze strany Českého svazu házené, tak i ze strany některých účastnických klubů.

Zatímco v zámořském prostředí či v Západní Evropě světě je možné najít několik odborných studií věnujících se uplatňování CSR, tak naproti tomu v České republice, není tato oblast zatím

hlouběji zkoumána. Přidanou hodnotu příspěvku lze proto spatřovat i v přiblížení aktuálního stavu v uplatňování principů konceptu CSR v českém sportovním prostředí. Dosažená zjištění mohou být nejen cennou reflexí k zamyšlení se nad dalším směřováním CSR iniciativ v tuzemském sportu, a to nejen ze strany manažerů sportovních klubů, ale i ze strany představitelů nejvyšších řídicích sportovních orgánů.¹

Literatura

- Babiak, K., & Kihl, L. A. (2018). A case study of stakeholder dialogue in professional sport: an example of CSR engagement. *Business and Society Review*, 123(1), 119–149.
- Babiak, K. (2010). The role and relevance of corporate social responsibility in sport: A view from the top. *Journal of Management and Organization*, 16(4), 528–549.
- Baena, V. (2018). The importance of CSR practices carried out by sport teams and its influence on brand love: The Real Madrid foundation. *Social Responsibility Journal*, 14(1), 61–79.
- Barett, M., Bunds, K. S., Casper, J. M., & Edwards, M. B. (2019). A descriptive analysis of corporate environmental responsibility in major league professional sport. *Journal of Applied Sport Management*, 11(3), 35–46.
- Blumrodt, J., Desbordes, M., & Bodin, D. (2013). Professional football clubs and corporate social responsibility. *Sport, Business and Management*, 3(3), 205–225.
- Česká golfová federace. (2020). Projekty. Získáno 7. březen 2020, z <https://www.cgf.cz/cz/jak-zacit-s-golfem/projekty/>
- Český svaz házené. (2020). Partneři. Získáno 12. únor 2020, z <http://www.svaz.chf.cz/content.aspx?catid=1089>
- Giulianotti, R. (2015). Corporate social responsibility in sport: critical issues and future possibilities. *Corporate Governance*, 15(2), 243–248.
- HC Sparta Praha. (2020). Projekty. Získáno 1. březen 2020, z <https://www.hcsparta.cz/zobraz.asp?t=projekty>
- Hildebrandt, A. (2019). *CSR und Sportmanagement: Jenseits von Sieg und Niederlage: Sport als gesellschaftliche Aufgabe verstehen und umsetzen*. Heidelberg: Springer.
- Každý koš pomáhá. (2020). Vaše opora při nepřízní osudu. Získáno 2. duben 2020, z <http://kazdykospomaha.cz/>
- Kunz, V. (2018). *Sportovní marketing: CSR a sponzoring*. Praha: Grada Publishing.
- Legenda pomáhá. (2020). Nadační fond. Získáno 7. květen 2020, z <http://legendapomaha.cz/nadacni-fond/>
- Levermore, R., & Moore, N. (2015). The need to apply new theories to Sport CSR. *Corporate Governance*, 15(2), 249–253.
- Ligová fotbalová asociace. (LFA). (2020). Projekty. Získáno 4. červen 2020, z <https://www.lfafotbal.cz/projekty>
- Mountfield HK. (2020). Podporujeme. Získáno 4. únor 2020, z <https://www.mountfieldhk.cz/zobraz.asp?id=podporujeme>
- Můj fotbal. (2020). Projekty. Získáno 6. leden 2020, z <https://mujfotbal.fotbal.cz/grassroots-program/p14>
- Ratten, V. (2011). International Sports Management: Current Trends and Future Developments. *Thunderbird International Business Review*, 16(4), 679–686.
- Reiche, D. (2014). Drivers Behind Corporate Social Responsibility in the Professional Football Sector: a Case Study of the German Bundesliga. *Soccer & Society*, 15(4), 475–502.
- Responsiball. (2020). Ranking. Získáno 20. květen 2020, z <http://responsiball.org/ranking>
- Riggin, B., Danylchuk, K., Gill, D., & Petrella, R. (2019). Social impact of a corporate social responsibility initiative. *Sport, Business and Management*, 9(4), 344–362.
- Rosca, V. (2011). Corporate Social Responsibility in English Football: History and Present. *Management & Marketing: Challenges for Knowledge Society*, 6(2), 327–346.
- Skružný, Z. (2005). *Florbal: technika, trénink, pravidla hry*. Praha: Grada.

¹ „Příspěvek vznikl s využitím institucionální podpory na dlouhodobý koncepční rozvoj výzkumné organizace Vysoké školy finanční a správní, a.s.“.

- Smith, A., & Westerbeek, H. (2007). Sport as a vehicle for developing corporate social responsibility. *Journal of Corporate Citizenship*, 25(7), 43–54.
- Sokoli Pardubice (2020). Sokolský kodex. Získáno 22. květen 2020, z <https://www.florbalpardubice.cz/sokolsky-kodex.html>
- Tatran Střešovice. (2020). Vize. Získáno 4. červen 2020, z <https://www.tatranflorbal.cz/zobraz.asp?t=vize-tatran>
- Trendafilova, S., Ziakas, V. & Sparvero, E. (2017). Linking corporate social responsibility in sport with community development: An added source of community value. *Sport in Society*, 20(7), 938–956.
- Valeri, M. (2019). *Corporate Social Responsibility and Reporting in Sports Organizations*. Cham: Springer.
- Waardenburg, M. & Nagel, S. (2019). Social roles of sport organisations: Developments, contexts and challenges. *European Journal for Sport and Society*, 16(2), 83–87.

Ing. Vilém Kunz, Ph.D.
Vysoká škola finanční a správní
Fakulta ekonomických studií
Katedra marketingové komunikace
Estonská 500
101 00 Praha 10 – Vršovice
Kunz.Vilem@seznam.cz