

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

**Soutěživost v různých úrovních sportu na příkladu
házené**

**Competitiveness in different levels of sport: A
Handball evidence**

Veronika Dvořáková

Plzeň 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Soutěživost v různých úrovních sportu na příkladu házené“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň dne

v. r. *Veronika Dvořáková*

Zásady pro vypracování práce

1. Proveďte rešerši zvoleného tématu.
2. Vyberte vhodné nástroje pro měření soutěživosti.
3. Zrealizujte dotazníkové šetření spolu s využitím vhodných nástrojů pro stanovení psychologických profilů sportovců.
4. Statisticky vyhodnoťte a interpretujte získané výsledky.

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí práce paní Ing. Olze Šlechtové Sojkové za její užitečné rady a ochotu, se kterou ke mně přistupovala při zpracování této bakalářské práce a také za její čas, který mi věnovala při společných konzultacích.

Obsah

Úvod	6
1 Soutěživost	8
1.1 Soutěživost na pracovišti	9
1.2 Soutěživost u podnikatelů.....	13
1.3 Soutěživost muži a ženy	13
2 Dotazník soutěživosti	15
2.1 Hyperkonkurenceschopnost HCA	15
2.2 Soutěživost osobního rozvoje PDCA	16
2.3 Vznik metody CAS.....	16
2.4 Soutěž o výhru (CW) x soutěž o excelenci (CE).....	17
3 Pětifaktorový model osobnosti.....	19
3.1 Lexikální přístup.....	19
3.2 Dispoziční přístup.....	19
3.3 Pojmenování pětifaktorové struktury osobnosti	20
3.4 NEO osobnostní inventáře	20
3.4.1 Krátké metody v psychologii osobnosti: Big Five Inventory (BFI).....	20
3.4.2 Big five inventory - 10.....	21
3.4.3 Pět obecných dimenzí NEO pětifaktorového modelu.....	21
3.5 MBTI – Myers Briggs Type Indicator.....	23
4 Praktická část.....	25
4.1 Cíl výzkumu.....	25
4.2 Metodika práce	25
4.2.1 Dotazník pro házenkárky	25
4.2.2 Dotazník pro kontrolní vzorek.....	29

4.3	Výzkumný vzorek.....	30
4.3.1	Sportovci.....	31
4.3.2	Studenti	33
4.4	Vyhodnocení dat	34
4.4.1	Normalita dat	35
4.4.2	F-test shody rozptylů	37
4.4.3	Porovnání středních hodnot	38
4.4.4	Anova.....	41
4.4.5	Regrese.....	45
	Závěr	47
	Seznam použitých zdrojů	49
	Seznam tabulek	51
	Seznam obrázků	52
	Seznam příloh.....	53
	Přílohy	
	Abstrakt	
	Abstract	

Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá tématem soutěživosti. Každý člověk má přístup k soutěživosti jiný a jinak se k ní staví. Existují jedinci, kteří mají pocit, že musí soutěžit vždy a s kýmkoli za jakýchkoli podmínek. Jiní naopak nepocitují touhu soutěžit téměř v žádné situaci. Tato lidská povaha/vlastnost je spojována hlavně se sportovními výkony. Soutěživé prostředí se ale může taktéž projevit na pracovišti mezi spolupracovníky. Svou roli také může hrát v chování vysoce postavených manažerů firem. Ve společnosti obecně převažuje mínění, že jsou muži soutěživější než ženy. Je tomu ale tak vždy?

Soutěživost úzce souvisí také s oblastí marketingu. Soutěživost je důležitá především v oblasti marketingových bojů mezi konkurenty. Aby podniky uspěly, musí si udržovat konkurenční výhodu nad ostatními v oboru. V tomto ohledu je soutěživost hodnocena velmi pozitivně. Také v managementu je tato lidská vlastnost zásadní. Například pomocí vytváření zdravé konkurenční atmosféry na pracovišti se zaměstnavatelé snaží dosáhnout co nejvyššího pracovního nasazení od svých zaměstnanců. Právě proto jim znalost, jak funguje soutěživost může být velice nápomocná. V konečném důsledku patří komunikace s lidmi a schopnost je motivovat k náplni managementu podniku.

Důvod, proč jsem si vybrala toto téma je prostý. Jelikož se již delší dobu pohybuji ve sportovním prostředí, je mi téma soutěživosti velmi blízké. Jsem přesvědčena, že soutěživost může pomoci mnoha zaměstnavatelům i zaměstnancům v jejich pracovní kariéře.

Na pracovišti může pochopení soutěživosti pomoci v motivaci zaměstnanců k lepšímu výkonu. V manažerských pozicích může být naopak v celku nebezpečné v ohledu nadměrné soutěživosti která nemusí podniku zcela svědčit. Podle mého názoru je soutěživost jedna z důležitých lidských vlastností pro úspěšné dosažení cílů. Propojení soutěživosti a osobnostních charakteristik považuji za velmi zajímavé z toho důvodu, že by se umožnilo v praxi lépe předpovědět, jestli je například neurotický člověk více či méně soutěživý než člověk přívětivý.

Bakalářská práce si klade za cíl zjistit, zda jsou sportovci soutěživější než jedinci, kteří se sportu nevěnují. Druhým z cílů je prozkoumat, zda osobnostní charakteristiky souvisí se soutěživostí jedinců a jestli na ni mají nějaký vliv.

Předložená práce je rozdělená do následujících sekcí. V první části se zabývám teoretickým popisem soutěživosti a její výskytem v praxi. Především se snažím nastínit, proč je soutěživost v oblasti ekonomie důležitá. Druhá část patří představení dotazníku

soutěživosti, který byl pro účely této práce použit. Třetí část také popisuje použitý dotazník, ale tentokrát se jedná o inventář Big Five zkoumající charakteristiky osobnosti. A konečně čtvrtá část, ve které je vyhodnoceno provedené dotazníkové šetření. V závěru práce je uvedeno konečné shrnutí dosažených cílů práce a doporučení pro následující výzkumy.

1 Soutěživost

Ekonomický pohled na konkurenci se odvozuje z předpokladů, které zvyšují blahobyt v teorii dokonalé konkurence, kde se zdroje využívají nejúčinněji, když je konkurence největší. (Ingram & Yue, 2008)

Soutěživost je osobnostní preference, která má důležité ekonomické důsledky. Pochopení toho, co ovlivňuje tendenci soutěžit, je proto užitečné pro ekonomickou analýzu. (Saccardo a kol., 2018)

Soutěž

(Knotková, 2009, s. 148-149) ve svém článku uvádí, že za nejpříjímavější a nejrozšířenější pojetí soutěže se považuje v současnosti Deutschova teorie. Jeho hlavní myšlenkou byla teorie sociální vzájemné závislosti, což znamená, že lidé mají mezi sebou při dosahování cíle vzájemné vazby. Pojmenoval také tři hlavní sociální struktury, které souvisí s touto vzájemnou závislostí, a to kooperativní, kompetitivní a individualistickou.

Při dosahování cílů jedince nebo podskupin v kooperativní sociální situaci je důležité, aby svého cíle dosáhly také všichni ostatní jedinci či podskupiny. Tedy cíle všech zúčastněných jsou navzájem pozitivně závislé a podporují se.

U kompetitivní sociální situace je definice naprosto opačná. Provázanost cílů zde působí protichůdně a negativně. Protože pokud jedinec dosáhne svého cíle, ostatní již nemají možnost dosáhnout toho svého. (Deutsch, 1949, s. 132)

(Dru, 2003) poznamenal, že byl Deutsch historicky první, kdo definoval soutěž jako sociální situaci, v níž jsou odměny jednotlivci rozdělovány nerovnoměrně na základě výkonu mezi účastníky zapojené do činnosti.

Dále (Dru, 2003) ve své práci citoval definici soutěže od autora Martense (1976, s. 14) "soutěž je proces, v němž se porovnává výkon jedince s nějakým standardem za přítomnosti alespoň jedné další osoby, která zná kritérium pro porovnávání a může proces porovnávání hodnotit".

V návaznosti na tyto dvě definice (Johnson & Johnson, 1989) zmínění v (Dru, 2003) uvedli ve svých studiích o kooperativním, individualistickém a soutěživém kontextu

úspěchu, že snaha překonat svůj minulý výsledek je individuální úsilí založené na zlepšování výkonu, zatímco soutěžení se týká sociálního porovnávání výkonů jednotlivců nebo skupin. Obvykle se soutěž a výkon považovaly za podobné pojmy.

Triplett (1897) zmíněný v (Houston a kol., 2002, s. 284) se jako jeden z prvních vědců začal zabývat soutěživostí. Zkoumal pojmy jako soutěživé instinkty, mentální postoj během výkonu a intenzivní touha po vítězství. Celkově se zabýval mentálními a instinktivními koncepty u soutěživosti. Na rozdíl od něj Deutsch, popisoval soutěživost z perspektivy vztahů k cíli. Deutschův teoretický pohled zdůrazňoval roli, kterou hraje při vyjadřování konkurenčního chování způsob, jakým se hodnotné odměny rozdělují v rámci zkoumaného skupinového prostředí. V jeho modelu je konkurence nejvyšší za podmínek „vítěz bere vše“, tedy podmínek, kdy pouze jeden člen skupiny obdrží všechny dostupné odměny.

Tento model rozdělování odměn se ukázal jako vhodný pro konkurenční a kooperativní situace ve skupinách, ale nevěnuje dostatečnou pozornost individuálním rozdílům jedinců. (Houston a kol., 2002, s. 284-285)

Během posledních desetiletí výzkumníci vyvinuli různé nástroje, které posuzují soutěživost jako proměnnou individuálních rozdílů. Mezi takové patří například škála hypersoutěživosti (HCA), škála osobního rozvoje (PDCA), Index soutěživosti nebo dotazník sportovní orientace (SOQ). (Houston a kol., 2002, s. 285)

1.1 Soutěživost na pracovišti

Konkurenceschopnost zaměstnanců lze demonstrovat jako postoj ke konkurenci a chování reprezentující konkurenci. (Wang a kol., 2018)

Jak tvrdí Thiel citovaný v (Wang a kol., 2018), konkurence a konkurenční výhoda byly považovány za nejdůležitější metodu přežití pro jednotlivce, organizace a společnost.

Existují dva pohledy na soutěživost. Jeden se zaměřuje na omezené zdroje a druhý dává zřetel na sociální postavení. (Wang a kol., 2018)

Omezené zdroje

V tomto případě definovali (Ingram & Yue, 2008) konkurenci jako oddělenou snahu jedinců či skupin o získání stejných omezených zdrojů. Běžnou definicí konkurentů jsou aktéři, kteří sdílejí zájem o některé stejné zdroje.

Sociální srovnání

Druhý pohled na konkurenci popsali Dohmen a kol. zmínění v (Wang a kol., 2018) kteří ve své práci napsali, že lidé mají vrozenou snahu být nejlepší. To znamená, že se snaží ze všech sil překonat ostatní. Celkově mají jedinci patřící do této skupiny rádi převahu nad ostatními.

Obě perspektivy vnímají soutěžení jako prostředek k překonání ostatních a efektivnímu přežití. To vede k propojení soutěživosti a výkonnosti. Následně vzniká přesvědčení, že lidé s vysoce soutěživými vlastnostmi mohou být úspěšnější. (Wang a kol., 2018)

Rysová/charakterová soutěživost

(Spence & Helmreich, 1983, s. 41) chápou charakterovou soutěživost jako aspekt osobnosti, kdy mají jedinci si jedinci užívají soutěžení a touží porážet a být lepší než ostatní.

Rysová soutěživost může být předpokladem pro soutěžní postoj a soutěživé chování.

Konkurenční postoj

Konkurenční postoj je přesvědčení o tom, zda má jedinec rád soutěž. Osoby se silným konkurenčním postojem věnují práci více úsilí a energie, což následně vede k vysokému výkonu. (Wang a kol., 2018)

Konkurenční chování

Konkurenční chování je popsáno jako skutečné jednání, které lidé podnikají nebo k němuž mají sklon v určitém pracovním nebo životním prostředí. Takové chování se vyskytuje v rámci soutěže o zdroje nebo překonávání ostatními. (Wang a kol., 2018)

Soutěživé chování je dynamické a může se projevat i bez charakterové soutěživosti. To znamená, že se u lidí s nízkou úrovní rysové soutěživosti může za určitých okolností

objevovat soutěživé chování, zejména v silném konkurenčním prostředí. Lidé, kteří vykazují silné soutěživé chování, mají tendenci překonávat ostatní a s větší pravděpodobností se snaží odvést v práci co nejlepší výkon. Tento předpoklad potenciálně vede k lepšímu pracovnímu výkonu. (Wang a kol., 2018)

Dva výše zmíněné pojmy souvisejí se soutěživostí, ale liší se od rysové soutěživosti. Zatímco rysová soutěživost se vztahuje spíše ke statické individuální dispozici, soutěživý postoj a chování zahrnují dynamický psychologický stav. Oba jevy jsou proměnlivé a mohou se měnit v různých situacích a kontextech. (Wang a kol., 2018)

Konkurenční klima

Rysová soutěživost a konkurenční klima mají vzájemný pozitivní vztah, protože zaměstnanci a organizace se vzájemně ovlivňují. Například soutěživí lidé mohou být přitahováni organizacemi, kde je konkurenční klima na vysoké úrovni. (Brown a kol., 1998)

Konkurenční klima je druh pracovního prostředí, v němž zaměstnanci musí porovnávat svůj výkon s ostatními, což vede k pocitu soutěživosti a tlaku. Toto klima přiměje pracovníky k soutěživosti, bez ohledu na to, zda jsou sami zaměstnanci povahově soutěživí. Může být důležitým doplňkovým faktorem prostředí pro výkonnost, zejména když chybí individuální faktory, jako jsou konkurenční postoj a chování. To znamená, že silné konkurenční klima může být poháněcí silou, která nutí zaměstnance vykazovat větší pracovní zručnost a výkonnost, zejména tehdy, když je úroveň konkurenčního postoje a chování nízká. (Wang a kol., 2018)

Soutěživé klima podporuje vyšší motivaci a výkonnost. Vnímaná úroveň konkurence v organizaci představuje důležitý aspekt jejího psychologického klimatu. Jedná se o zaměstnanecké vnímání prostředí v organizaci. Soutěživost je důležitým aspektem psychologického klimatu, protože zaměřuje pozornost zaměstnanců na kritéria výkonu, která slouží jako měřítko pro porovnávání se navzájem mezi sebou. Konkurenční klima tak vytváří požadavky na zaměstnance, aby zaměřili své úsilí na činnosti související s určeným cílem. (Brown a kol., 1998)

Job crafting

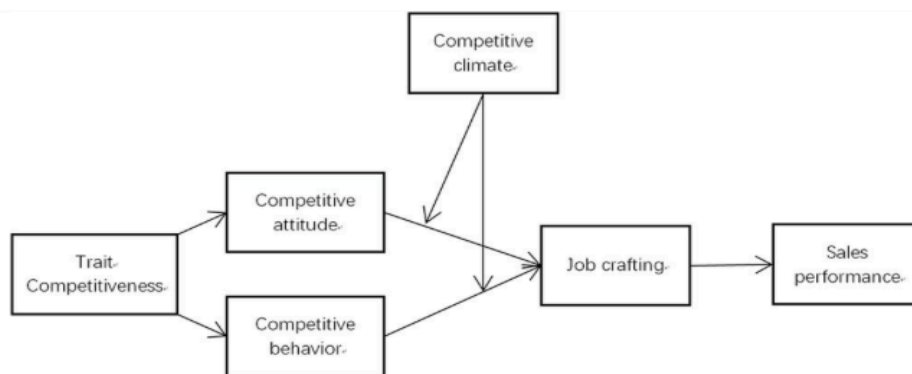
(Wrzesniewski & Dutton, 2001) popisují job crafting jako proces, při kterém zaměstnanci aktivně přetvářejí svá pracovní místa výběrem úkolů a úpravou jejich obsahu, aby byla jejich práce smysluplnější a efektivnější. Jedná se v podstatě o kreativní a improvizovaný proces, při kterém zaměstnanci mění způsob, jakým přemýšlejí o vztazích mezi pracovními úkoly, ale přitom náplň práce zůstává neměnná.

Teorie v praxi

Soutěžní přístup i chování vedou k lepšímu pracovnímu výkonu prostřednictvím job craftingu. Projeví se to tím způsobem, že zaměstnanci s vysokou mírou soutěžního přístupu či chování prokáží více řemeslného chování, což jim následně pomůže dosáhnout vyšší úrovně pracovního výkonu. Výkon se paralelně zvyšuje s oběma těmito individuálními faktory.

Konkurenční klima se navzájem ovlivňuje s konkurenčním chováním i přístupem, čímž má také vliv na job crafting. To znamená, že ve vysoce konkurenčním klimatu bude vztah mezi těmito faktory silnější. (Wang a kol., 2018)

Obr. 1: Soutěživost na pracovišti



Zdroj: (Wang a kol., 2018)

1.2 Soutěživost u podnikatelů

Konkurence mezi organizacemi a dalšími aktéry vzniká díky společnému spoléhání se na stejné zdroje. Což jednoduše znamená, že více organizací spoléhá při založení, růstu a přežití podniku na některé ze stejných zdrojů. (Ingram & Yue, 2008)

Podnikatelská soutěživost je obecně schopnost podnikat za účelem zisku, udržet si zisk v čase a předvídat změny. Dále se na základě těchto předpovědí snaží jednat. (André, 2013)

Podnikání je velmi soutěživé odvětví. Každý tržní sektor se projevuje jinou mírou soutěživosti. Být konkurenceschopný je pro podnikatele každodenní záležitostí a jádrem podnikatelské činnosti. Každý z podnikatelů má jiný přístup. Když jsou podnikatelé negativně napadáni a musí riskovat, jsou tím tlačeni k většímu sebeobjevování. Jedním z extrémních přístupů k soutěživosti leží na škále hyperkonkurenčního postoje, kde si jedinci cení sociální moci, která zahrnuje dominanci a kontrolu nad ostatními. Součástí hyperkonkurenčního chování může být také agresivita v podnikatelském chování. Druhým protipólem je škála soutěživosti v osobním rozvoji. Zde se nachází jedinec, který v roli podnikatele osobnostně roste a zároveň přispívá k blahu ostatních, ačkoli v podnikatelském prostředí, které je často extrémně konkurenční. Dále mu nedělá problém spolupracovat s ostatními a chovat se k nim s respektem. Celkově považují ostatní za sobě rovné. Obecně řečeno, první popisuje soutěživost jako sebestřednou agresivitu, zatímco druhý ji popisuje jako seberealizační aktivitu. (André, 2013)

Obě skupiny mají zároveň společné přesvědčení, že je třeba tvrdě pracovat, aby bylo dosaženo osobního a materiálního úspěchu. (André, 2013)

1.3 Soutěživost muži a ženy

V předešlých výzkumech bylo zjištěno, že jsou ve většině případů ženy méně soutěživé než muži. Tímto se může vysvětlit rozdílná úspěšnost mezi muži a ženami na trhu práce. Jedním z názorů je, že muži mají soutěživost danou evolučně. Jelikož se stále

stoprocentně neví, čím je rozdíl zapříčiněný, probíhají na toto téma další výzkumy. (Saccardo a kol., 2018)

Ačkoli jsou muži považováni za soutěživější oproti ženám, není tomu tak pokaždé. Například v situaci, když jsou účastníci odměňováni za vstup do soutěže se velikost rozdílu tenčí. V případě, že jsou odměny pro soutěž dostatečně velké, jsou ženy ochotny soutěžit stejně jako muži. Dále bylo zjištěno, že se ženy rozhodnou zúčastnit se soutěže s výrazně vyššími minimálními cenami, než je tomu u mužů. Postoje jedinců k soutěživosti tak mohou ovlivnit například mzdové vyjednávání. Důsledek toho se může projevit jako rozdílné mzdy u mužů a žen na podobných pracovních pozicích. Také pro zaměstnavatele může být velmi důležité porozumění tohoto postoje. Soutěživost souvisí s motivací, a proto pochopení postoje k soutěži může být nápomocné při vymýšlení a rozvoji motivačních programů pro muže a ženy. (Saccardo a kol., 2018)

2 Dotazník soutěživosti

Podle (Menesini a kol., 2018) v západních společnostech hraje soutěživost a konkurence důležitou roli. Jak v kontextu ekonomickém, tak vzdělávacím nebo sportovním. Nýbrž ve všech těchto ohledech není motivace, s jakou soutěžíme jednoznačná.

Existují dva hlavní typy motivace k soutěžení:

1. Touha mít lepší výkon než ten druhý
2. Touha zlepšit vlastní osobní výkon

Oba druhy motivace jsou dobře měřitelné pomocí vhodných prostředků. Ryckman (citovaný v Menesini a kol., 2018) uvádí, že pro zkoumání problému soutěživosti jsou užitečné stupnice hyperkonkurenceschopnosti HCA (Hypercompetitive Attitude) a PDCA (Personal Development Competition Attitude). (Menesini a kol., 2018)

2.1 Hyperkonkurenceschopnost HCA

Horney (citovaná v Yoon a kol., 2020) se tímto tématem začala poprvé zabývat ve své publikaci *The Neurotic Personality Of Our Time* při zkoumání neurotického chování. Napsala, že se hypersoutěžní jedinec neustále srovnává s ostatními ve všech situacích. Dále je pro něj důležité dosáhnout větších úspěchů než protivníci, aby mohl být považován za někoho jedinečného či výjimečného. Základem pro takové chování je podle autorky pocit méněcennosti. Jedinci, kteří vykazují vysokou hypersoutěživost potřebují svoji nízkou sebeúctu kompenzovat dokazováním, že jsou viditelně silnější a nadřazenější než konkurenti.

Podle předlohy Karen Horneyové definovali Ryckman a kol. ve svém článku Construction of a hypercompetitive attitude scale hypersoutěživost jako nerozlišující potřebu jednotlivců soutěžit a vyhrávat (a vyhýbat se prohrám) za každou cenu jako prostředek k udržení nebo posílení pocitu vlastní hodnoty, s doprovodnou orientací na manipulaci, agresivitu, vykořisťování a očerňování druhých v mnoha situacích (Yoon a kol., 2020)

V souladu s názorem Karen Horneyové vykazovali lidé, kteří jsou považováni za hypersoutěžní nízké sebevědomí a vysoký neuroticismus. (Yoon a kol., 2020)

Ryckman citovaný v (Yoon a kol., 2020) popsal, že hyperkonkurenční jedinci bývají méně psychicky zdraví. Dále udělají cokoli, aby se jim dostalo požadovaného uznání. Pokud se jim nedaří dosáhnout cíle, mohou se dostat až do depresivních stavů.

(Burckle a kol., 1999) ve svém výzkumu popisuje, že hypersoutěžní postoj a intenzivní kulturní tlak na hubnutí může přispět ke zvýšení potenciálu nepravdělného stravování. A tím tak zvyšuje pravděpodobnost výskytu poruch příjmu potravy.

2.2 Soutěživost osobního rozvoje PDCA

Ryckman a kol. (citovaný v Burckle a kol., 1999) popisují soutěživost osobního rozvoje jako postoj, ve kterém není primární důraz kladen na výsledek, tady vítězství, ale spíše na potěšení a zvládnutí úkolu. Konkurenti nejsou považováni za překážky stojící člověku v cestě, ale spíše za pomocníky, kteří jednotlivci poskytují příležitosti k osobnímu objevování a učení. Soutěžící v oblasti osobního rozvoje chtějí vyhrávat a být úspěšní, ale ne na úkor ostatních lidí. Dále našli pozitivní vazby mezi soutěživostí v oblasti osobního rozvoje a zájmem o blaho druhých, osobním a sociálním sebevědomím a optimálním psychologickým zdravím.

(Horney, 1937) citovaná v (Burckle a kol., 1999) se ve svých tvrzeních zmínila i tuto formu soutěže. Domnívala se, že tento postoj vznikl v rodinných situacích, kdy se dětem dostalo vřelého, podpůrného a demokratického zacházení ze strany rodičů. Také proto zastávala názor, že je tento přístup k soutěžení konstruktivnější než výše zmíněná hypersoutěživost.

2.3 Vznik metody CAS

Ačkoli tyto dvě škály byly vyvinuty jako nezávislé a vzájemně nesouvisející teorie, Ryckman zmíněný v (Menesini a kol., 2018) uvádí, že dva konkurenční postoje lze pozitivně korelovat v komunitních vzorcích respondentů různého věku.

Na základě těchto úvah vznikla škála konkurenčního přístupu CAS (Competitive Attitude Scale), která je složená ze dvou výše zmíněných škál HCA a PDCA. Původní model obsahoval 41 otázek. Jednalo se o podškály hyperkompetitivního postoje HCA. Položky od 1 do položky 26. Druhou podškálou vyjadřovala soutěžní postoj osobního rozvoje PDCA. Položky od 27 do položky 41. Z tohoto testu byla v průběhu výzkumu vymazána přibližně polovina otázek. Jednalo se především o čtrnáct otázek ve formě obráceného významu. Například: *Ve škole se necítím nadřazený vždy, když jsem v testech lepší než ostatní studenti.* Vzhledem k tomu, že tyto otázky neměly dostatečně dobré výsledky, předpokládalo se, že byly pro respondenty těžko pochopitelné. Z tohoto důvodu byly otázky s obráceným významem ze škály odstraněny. Dalším důvodem pro vyřazení nevhodných otázek z dotazníku byl fakt, že jejich faktorová zatížení byla nižší než 0,40. (Menesini a kol., 2018)

Konečná podoba škály se skládala z 11 položek škály Hyper-konkurenceschopnosti HCA a 10 položek škály soutěžního postoje osobního rozvoje PDCA. (Menesini a kol., 2018)

2.4 Soutěž o výhru (CW) x soutěž o excelenci (CE)

Svůj pohled na soutěživost představili také (Hibbard & Buhrmester, 2010) ve svém výzkumu soutěživost mezi pohlavími. Soutěživost rozdělili do dvou typů.

První typ nazvali „Soutěž o výhru – competing to win (CW)“ tento typ velmi připomínal vlastnosti hypersoutěživosti. Hlavním cílem je porazit konkurenty či soupeře. V tomto ohledu vyžaduje zisk jedné osoby ztrátu druhé osoby. V podstatě jedinci nemusí předvádět dobré výkony, ale důležitější je demonstrovat převahu. Tímto způsobem se často vydobývá pozice v týmu, či společenské postavení mezi vrstevníky. (Hibbard & Buhrmester, 2010)

Jako druhý typ motivace označují (Hibbard & Buhrmester, 2010) „soutěž o excelenci – competing to excel (CE)“. Tento typ je velmi podobný soutěživosti osobního rozvoje. Účastník soutěže se soustředí na využití konkurenta k vyniknutí osobního výkonu, nikoli na porážení, či ovládnutí protivníka. Typickým příkladem takové motivace k soutěživosti je získat ve škole samé jedničky.

Autoři ve své práci publikují také pojmenování tohoto typu soutěživosti od ostatních autorů. V podstatě ale mají všechny názvy podobný význam. Franken & Brown používají

označení „potřeba podávat dobrý výkon“ a Tassi a kol. zase nazývají tento typ soutěživosti jako „úkolově orientovanou soutěž“.

3 Pětifaktorový model osobnosti

V minulosti se při zkoumání lidského chování rozlišovaly dva druhy popisu osobnostních rysů: fenotypické rysy (zahrnují pozorovatelné povrchové charakteristiky), také jinak označované jako vnější a genotypické, také známe jako vnitřní (jedná se o příčiny chování) (Hřebíčková, 2011, s. 9)

V průběhu let se výzkumníci nemohli shodnout na jednotném vyjádření osobnostních rysů, které popisují různé způsoby chování, prožívání a jednání. Snažili se nalézt odpověď na otázku, co rysy reálně vyjadřují. Zda rysy vysvětlují příčiny našeho jednání, nebo jestli se jedná o charakteristiky popisující vlastnosti osobnosti. Další diskuse probíhaly ohledně počtu a významu vlastností nejlépe vystihujících lidskou osobnost. K průlomové shodě došlo až v 90. letech minulého století. Početná řada výzkumníků se shodla na názoru, že se pro popis osobnosti člověka nejvíce hodí pět vlastností obsažených v pětifaktorovém modelu osobnosti. Jelikož v sobě tento model obsahuje oba výklady osobnostních rysů, (John & Srivastava, 1999) rozděluje přístupy k pětifaktorovému modelu na dva hlavní proudy. Jedná se o lexikální a dotazníkové pojetí. (Hřebíčková, 2011, s. 9)

3.1 Lexikální přístup

Lexikální pojetí zkoumání osobnostních vlastností se odráží od analýzy slov vhodných k popisu osobnostních charakteristik. Cíl lexikálního přístupu spočívá v nalezení pojmů, které nejlépe popisují vlastnosti osobnosti. (Hřebíčková & Urbánek, 2001, s. 10)

3.2 Dispoziční přístup

„Cílem dispozičního přístupu je vytvořit rysovou teorii, která by vysvětlila vnitřní dynamiku, motivy a fungování osobnosti jako jednoho celku. Na rozdíl od lexikálního přístupu je dispoziční přístup založen na analýze dotazníkových položek (škál)“ (Hřebíčková, 2011, s. 122)

Dispoziční přístup se zaměřuje na vysvětlení vnitřních motivů a fungování osobnosti jako celku. Spočívá především v analýze dotazníkových položek. Proto se často nazývá dotazníkovým přístupem. Výsledkem tohoto přístupu jsou tři dimenze osobnosti, které popsali Costa a McCrae jako neurocismus, extraverci a otevřenost vůči zkušenosti. Podle prvních písmen těchto pojmenování vznikl název NEO. (Hřebíčková & Urbánek, 2001, s. 15)

NEO model později doplnily dvě položky z lexikálních výzkumů. Jednalo se o přívětivost a svědomitost. Tím mohly vzniknout metody pro měření osobnostních rysů v podobě NEO osobnostních inventářů. (Hřebíčková, 2011, s. 95)

3.3 Pojmenování pětifaktorové struktury osobnosti

V současnosti se můžeme setkat s několika pojmenováními v pětifaktorovém modelu. Pro snadné zapamatování vymysleli (McCrae & John, 1992) název podle prvních písmen anglických slov OCEAN= Openness to Experience, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness, Neuroticism. I když se označení může zdát jako užitečná mnemotechnická pomůcka, je v jistém znění zkreslující. Zkratka OCEAN může snadno vyvolat dojem, že si je všech pět dimenzí rovno a že jsou stejně důležité, což lexikální výzkumy nepotvrzují. S rozdílným pojmenováním přišel Warren T. Norman a seřadil dimenze podle jejich robustnosti. Pro odlišení od ostatních označení použil římská čísla: I (Extraverze), II (Přívětivost), III (Svědomitost), IV (Emocionální stabilita), V (Kultura). S nejpoužívanějším označením „Big Five“ – „Velká pětka“ odvozeným z lexikálních analýz však přišel Goldberg. (Hřebíčková & Urbánek, 2001, s. 9)

3.4 NEO osobnostní inventáře

Jelikož se pětifaktorový model stal velmi populárním rámcem v popisu a výkladu osobnosti, rostl zájem o spolehlivé metody, které budou schopné zmíněných pět osobnostních charakteristik změřit. Nejznámější jsou NEO osobnostní inventáře. Díky tomu, že byly inventáře použity v několika mezinárodních projektech, je lze najít v několika jazykových verzích. V několika zemích se NEO inventáře staly oficiálními psychodiagnostickými metodami i přes to, že se z počátku používaly hlavně pro výzkumné účely. Za nevýhodu NEO inventářů je označován fakt, že používání pro vědecké účely je v mnoha zemích zpoplatněno. Navíc jsou metody náročné na administraci, proto jsou výzkumníci často nuceni najít jiné postupy, které budou pro měření pětifaktorového modelu vhodnější. (Hřebíčková a spol., 2016)

3.4.1 Krátké metody v psychologii osobnosti: Big Five Inventory (BFI)

Dostatek času a respondentů, kteří jsou ochotní odpovídat na obsáhlé psychologické otázky a metody, se považují za nejideálnější podmínky pro testování osobností. Za tohoto ideálního stavu je možné využít vícepoložkové metody, které se v tomto

případě hodí díky svým psychometrickým vlastnostem. Dříve dominoval 240 položkový NEO PI-R, jehož administrace trvala 45 minut. Postupem času se ale začala zvyšovat poptávka po kratších metodách. (Hřebíčková a spol., 2016)

Přibližně ve stejné době, kdy McCrae a Costa začali vyvíjet NEO inventáře, začal John se spolupracovníky vyvíjet Big Five Inventory. Hlavním cílem bylo shromáždit všeobecně uznávané charakteristiky pětifaktorového modelu, které se v té době objevovaly v různých studiích a zahrnout je do jednoho inventáře. Na rozdíl od ostatních studií jsou v BFI použity krátké věty či slovní spojení, které jsou typické pro popis dimenzí pětifaktorového modelu. Ke každému faktoru jsou připojena dvě přídavná jména, která představují jádro položky. K nim jsou přidány upřesňující a kontextově specifické informace. Za hlavní výhody používání přídavných slov v popisu faktorů patří jednoduchost, výstižnost a stručnost. Na druhé straně se může často stát, že slova mohou být dvojnásobná, a proto jsou dovysvětleny pomocí doplňujících informací. (Hřebíčková a spol., 2016)

3.4.2 Big five inventory - 10

(Rammstedt & John, 2007) upravili v reakci na poptávku po velmi krátkých metodách sloužících k měření pětifaktorového modelu původní verzi BFI-44. Jejich cílem bylo z modelu BFI-44 vybrat pro každou dimenzi pětifaktorového modelu dvě položky, které ji budou nejlépe vystihovat. Konečná verze metody s názvem BFI-10 tak čítala 10, respektive 11 položek. Důvodem k úpravě byly neuspokojivé výsledky škály přívětivosti. Autoři proto museli přidat ke škále doplňující třetí položku, aby zlepšili spolehlivost této dimenze. (Hřebíčková a spol., 2016)

3.4.3 Pět obecných dimenzí NEO pětifaktorového modelu

Neuroticismus (N)

„Zjišťuje úroveň přizpůsobení či emocionální nestabilitu. Diferencuje mezi osobami náchylnými psychickému vyčerpání a nereálným ideálům, od osob emocionálně vyrovnaných a odolných vůči psychické exhausti.“ (Mlčák, 2010)

(Hřebíčková & Urbánek, 2001, s. 12) uvádějí ve své publikaci pojmenování tohoto faktoru jako emocionální stabilitu. Jedná se o chování jedinců, kteří působí na jednu stranu vyrovnaní s rozvážnými reakcemi a na druhé straně reagují přehnaně. Emocionální stabilitu vyjadřují slova *vyrovnaný, sebestý*. Opakem jsou slova *labilní, nervní*. Dále do faktoru spadá pojmenování intelektu jedince např. *nadáný, talentovaný*. Pozitivní pól je v podstatě reprezentovaný vyrovnaností a sebedůvěrou. Protipólem jsou přídavná jména popisující prudké negativní emocionální reagování.

Extraverze (E)

„Odráží kvalitu a kvantitu interpersonálních interakcí, potřebu stimulace a úroveň aktivace.“ (Mlčák, 2010)

Je to faktor, který se zaměřuje na chování člověka ve společnosti. Například sleduje, jestli je upovídaný (*řečný, hovorný*) nebo málomluvný (*tichý, nemluvný*). Dále se v této dimenzi může posuzovat, jak je daný člověk aktivní (*energický, průbojný*) či negativní (*nerázný, neprůbojný*). Společenskost na pozitivním pólu reprezentují přídavná jména jako *společenský, otevřený*. Na negativním protipólu se vyskytují pojmenování jako *uzavřený, samotářský*. (Hřebíčková & Urbánek, 2001, s. 12)

Otevřenosti vůči zkušenosti (O)

„Měří tendenci vyhledávat nové zážitky, sklon objevovat a tolerovat neznámé.“ (Mlčák, 2010)

Přirozená inteligence

Zde se jedná především o pozitivní faktor vzdělanosti (*vzdělaný*), tvořivosti (*nápaditý*) a talentu (*nadáný*). Negativní faktory jsou zde představeny omezeností (*přihlouplý*), nevzdělaností (*neučenlivý*) a netalentovaností (*nenadáný*). Někteří autoři podle těchto přídavných jmen pojmenovávají pátý faktor jako intelekt. (Hřebíčková & Urbánek, 2001, s. 12)

Přívětivost (P)

„Zjišťuje kvalitu interpersonální orientace na kontinuu od soucítění s druhými po nepřátelskost, projevující se v myšlenkách, pocitech a činech.“ (Mlčák, 2010)

Zaměřuje se na podstatná jména označující morálku. Příklady přídavných jmen mohou být například *poctivý, charakterní*. Na druhou stranu negativní vlastnosti vedené k ovládnání druhých jsou slova *panovačný, autoritářský*. Dále pojmenování vystihující agresivní projevy jako *útočný, násilnický*, nebo nadměrné prosazování na úkor druhých viz. *rozpínavý, výbojný*. (Hřebíčková & Urbánek, 2001, s. 12)

Svědomitost (S)

„Diagnostikuje úroveň motivace, vytrvalosti a organizace cílově zaměřeného chování a diferencuje mezi spolehlivými, na svou osobu náročnými jedinci a osobami lhostejnými a nedbalými.“ (Mlčák, 2010)

Tento faktor popisuje především vztah k práci a zadaným úkolům. Odmítání povinností můžou pojmenovávat slova *nesvědomitý či laxní*. Na druhou stranu pilný a pracovitý jsou slova popisující kladný vztah k práci. Způsob, jakým jsou pracovní úkoly plněny vyjadřují pozitivně slova *důkladný, pečlivý* a negativně slova *nepozorný, nesvědomitý*. Dále jsou sem řazeny přídavná jména popisující emocionální labilitu. (Hřebíčková & Urbánek, 2001, s. 12)

3.5 MBTI – Myers Briggs Type Indicator

Dalším z možností, jak lze měřit a zkoumat charakteristiky osobnosti je nástroj MBTI tedy *Myers-Briggs Type Indicator*. V 50. letech 20. století Isabel Mayers a její matka Kathryn Cook Briggs nevědomky obnovily a použily do svého nástroje Jungovo pojetí psychologických typů. Tato metoda je široce používána v oblasti personalistiky podniku. Velký podíl na tom má svět businessu. Dotazníky jsou dnes hojně využívány ve firmách jako Apple Computer nebo McDonald's. (Čakrt, 2004, s. 18)

MBTI definuje čtyři rozměry lidské osobnosti. Základními psychickými funkcemi jsou způsob, jakým přijímáme informace a způsob, jak se rozhodujeme. Každou z těchto funkcí každý z nás uplatňuje buď ve vnitřním nebo ve vnějším prostředí. Tady se jedná

o třetí rozměr. Čtvrtá, a tedy poslední dimenze je způsob, jakým máme sklon si organizovat život. (Čakrt, 2004, s. 22)

Každý z rozměrů má dvě krajní meze. Pro každý z těchto krajností bylo vybráno jedno písmeno, podle jejich anglických názvů.

Polarity psychických funkcí:

Smysly (S) / Intuice (N)

Cítění (F) / Myšlení (T)

Extraverze (E) / Introverze (I)

Vnímání (P) / Usuzování (J)

(Čakrt, 2004, s. 25)

Na základě těchto preferencí jsou jednotlivci zařazeni do jednoho ze šestnácti různých typů osobnosti, které jsou kombinacemi čtyř párů písmen, například ISFP nebo ENTJ.

(Čakrt, 2004, s. 18)

4 Praktická část

Pro praktickou část mé bakalářské práce jsem si zvolila kvantitativní výzkumnou metodu, a to dotazníkové šetření. Jelikož respondenti pocházejí z různých koutů České republiky, rozhodla jsem se pro aplikaci online dotazníku v podobě Google formuláře. Sběr dat probíhal celkem 20 dní, přesněji od 6. února 2023 do 26. února 2023. Na začátku dotazníku byl popsán samotný účel dotazníku a jeho využití. Dále byli respondenti ujistěni, že jsou odpovědi anonymní a také se dozvěděli časovou náročnost dotazníku, která se přibližně pohybovala kolem sedmi minut.

4.1 Cíl výzkumu

Cílem dotazníku bylo zjistit, zda jsou sportovci soutěživější než lidi, kteří se sportu nevěnují. Druhým cílem bylo prověřit, zda charakteristiky osobnosti měřené metodou Big Five souvisí se soutěživostí jedinců.

4.2 Metodika práce

Jako první je popsán dotazník určený pro házenkářky. Druhá část je věnovaná popisu upraveného dotazníku pro studenty, sloužící jako kontrolní vzorek.

4.2.1 Dotazník pro házenkářky

Dotazník se skládal ze tří částí

První část se týkala soutěživosti. Byla použita již existující předloha dotazníku *The competitive attitude scale (CAS)*. Šablona dotazníku obsahuje celkem 21 uzavřených výzkumných otázek. Jak jsem již zmiňovala v teoretické části, hlavními pilíři dotazníku jsou dvě škály. A to hyperkompetitivní škála HCA a škála soutěžního postoje osobního rozvoje PDCA.

Jelikož je dotazník dostupný jen v anglické verzi, musely být otázky přeloženy do českého jazyka. Překlad proběhl v co nejpřesnější podobě, aby význam otázek zůstal nezměněn. Původní verze dotazníku soutěživosti je znázorněna v příloze B.

V originální verzi jsou otázky z těchto dvou škál řazeny pravidelně, tedy prvně jsou pokládány otázky ze podškály HCA. Druhou polovinu tvořily otázky podškály PDCA.

Pro dosažení relevantnějších výsledků výzkumu byla zvolena forma nepravidelného náhodného pořadí otázek z obou škál.

Dotazník soutěživosti celkem obsahoval 23 otázek. Všechny z nich byly označeny jako povinné, tudíž žádnou z otázek nebylo možno přeskočit.

Kontrolní položky

Kontrolní položky pomáhají k zjištění věrohodnosti získaných informací. Jedním ze způsobů ověření pravdivosti odpovědí, je zeptat se na stejnou skutečnost vícekrát v průběhu dotazníku. Avšak kontrolní otázka by neměla být použita v blízkosti položky, u které se zjišťuje věrohodnost. (Řeháčková, 2012)

Duplikovaná otázka

Jedná se o jeden z kontrolních faktorů, které byly přidány do originální verze dotazníku. K původním 21 otázkám škály CAS, byla zcela nakonec dotazníku přidána opakující se otázka. Jednalo se o otázku: „*Jsem soutěživý i v situacích, které soutěž nevyžadují*“. V dotazníku se objevila hned mezi prvními otázkami. Doplnění této otázky posloužilo k ověření pravdivosti odpovědí u respondentů, jelikož se data dala snadno porovnat.

Kontrolní otázka

K udržení pozornosti respondentů byla součástí dotazníku navíc kontrolní otevřená otázka. Ta se týkala informace: *Jak se jmenuje tvůj tým a jakou má aktuálně pozici v tabulce?* Podle odpovědí na zmíněnou otázku bylo snadné zjistit, zda se respondenti na otázky soustředí nebo naopak odpovídají ledabyly. Pravdivost informací je možné zjistit na internetových stránkách Českého svazu házené, kde je pořadí týmů veřejně dostupné. Kontrolní otázka byla vložena jako třináctá v pořadí, tudíž přibližně uprostřed dotazníku.

Před začátkem vyplňování dotazníku byli respondenti seznámeni s pravidly a základními informacemi. Dále jim byl vysvětlen postup, jakým mají při vyplňování dotazníku postupovat.

Respondenti měli u každé položky na výběr z pěti bodů Likertovy škály. Hodnocení značené 1 znázorňovalo tvrzení „zcela nesouhlasím“. Na druhé straně škály stálo hodnocení 5, což značilo odpověď „zcela souhlasím“.

Tabulka 1: Dotazník soutěživosti

Č.	Otázka	Škála
1.	Díky vítězství v soutěži se cítím jako člověk silnější	HCA
2.	Prostřednictvím soutěže cítím, že přispívám k blahu ostatních	PDCA
3.	Jsem soutěživý i v situacích, které soutěž nevyžadují	HCA
4.	Rád/a používám soutěž jako prostředek k dosažení vyšší úrovně motivace pro předvedení nejlepšího výkonu, a ne proto abych si vedl/a lépe než ostatní	PDCA
5.	Baví mě soutěžit, protože mi to dává šanci objevit své schopnosti	PDCA
6.	Lidé, kteří se vzdají během soutěže, jsou podle mého názoru slabí	HCA
7.	Soutěžení může vést k vytvoření přátelství s ostatními	PDCA
8.	Poté co neuspěji v soutěži, cítím se jako člověk méněcenný	HCA
9.	Soutěžím s ostatními, i když oni nesoutěží se mnou	HCA
10.	Soutěžení mě baví, protože mi pomáhá více rozvinout vlastní potenciál, než kdybych se do těchto činností zapojoval sám/a	PDCA
11.	Když jsou moji konkurenti odměňováni za své úspěchy, cítím závist	HCA
12.	Baví mě soutěžit, protože mě a mé konkurenty lidsky sbližuje	PDCA
13.	Soutěžení mě baví, protože ve mně probouzí to nejlepší, a ne proto, abych se cítil/a lepší než ostatní	PDCA
14.	Cítím se na dně, když prohrají ve hře/soutěži	HCA
15.	Mám rád/a soutěžení, protože se o sobě hodně naučím	PDCA
16.	Líbí se mi výzva přimět někoho, aby mě měl rád, i když už má rád někoho jiného	HCA
17.	Zjistil/a jsem, že často vnímám přátelské hry (činnosti) jako opravdové soutěže (konflikty)	HCA
18.	Cením si soutěže, protože mi pomáhá být tím nejlepším, čím mohu být	PDCA
19.	Jak moc souhlasíte s tvrzením: Udělám cokoli, abych byl úspěšný, i kdyby to mělo způsobit problémy ostatním	HCA
20.	Soutěžení považuji za příjemné, protože mi během soutěže umožňuje vyjádřit svůj vlastní potenciál a schopnosti	PDCA
21.	Pokud mohu soupeře nějakým způsobem vyrušit, abych získal výhodu v soutěži, udělám to	HCA

Druhou část v dotazníku reprezentovaly otázky inventáře Big Five. Byl použit opět již existující dotazník, o kterém jsem se taktéž zmiňovala v teoretické části této práce. Jedná se o deset otázek, které se týkají charakteristiky osobnosti respondentů.

Další možností, jak bylo možné zjistit osobnostní rysy jedinců byla metoda MBTI.

Rozhodovala jsem se mezi těmito dvěma modely měření osobnosti. Nakonec jsem zvolila aplikaci inventáře Big Five, jelikož poskytne dostatek informací k vyhodnocení dat. Pro účely práce nebyla potřeba taková úroveň detailu.

Všechny otázky inventáře Big Five začínají frází „Považuji se za někoho, kdo“ ke které se doplní odpovídající slovo nebo slovní spojení, které vede k jednotlivé charakteristice osobnosti jedince.

Po vyhodnocení výsledků inventáře lze zjistit, do jaké z pěti obecných dimenzí *NEO pětifaktorového modelu* jedinec patří. Jedná se o neuroticismus, extravertze, otevřenost vůči nové zkušenosti, přívětivost a svědomitost. Více popsáno v kapitole 3.4.

Jako u předešlého dotazníku na soutěživost bylo pořadí otázek náhodně promícháno. Původní verze dotazníku je uvedena v Příloze B.

Postup vyplňování inventáře byl totožný s dotazníkem na soutěživost. U každé otázky bylo možno vyplnit jednu možnost na Likertově škále. Ta měla své koncové body opět v bodě 1, což značilo „zcela nesouhlasím“ a bod 5 znamenal „zcela souhlasím“.

Všechny otázky musely být povinně zodpovězeny.

Tabulka 2: Dotazník Big Five

Č.	Otázka
1.	Považuji se za někoho, kdo je zdrženlivý
2.	Považuji se za někoho, kdo má živou představivost
3.	Považuji se za někoho, kdo se o umění příliš nezajímá
4	Považuji se za někoho, kdo snadno znervózní
5.	Považ Považuji se za někoho, kdo dělá svou práci důkladně
6.	Považuji se za někoho, kdo je uvolněný, dobře zvládá stres
7.	Považuji se za někoho, kdo má sklony k lenosti
8.	Považuji se za někoho, kdo má sklon hledat na druhých chyby
9.	Považuji se za někoho, kdo je společenský, družný
10.	Považuji se za někoho, kdo je obvykle důvěřivý

Třetí a poslední část výzkumné metody tvořil oddíl demografických otázek. Použila jsem celkem šest otázek.

Tři z nich byly otevřené a tři uzavřené. Všechny otázky byly položeny jako povinné.

Uzavřené

Pohlaví: žena x muž

Jakou ligu hraješ? MOL liga x 1. liga x 2. liga

Navštěvoval si/navštěvuješ sportovně zaměřenou školu? ano x ne

Otevřené

Kolik je Vám let?

Jak dlouho se věnuješ házené?

Jak dlouho hraješ v této lize?

4.2.2 Dotazník pro kontrolní vzorek

Pro porovnání byl dotazník předložen studentům prvního ročníku ZČU Fakulty ekonomické na cvičení z předmětu EAE.

Dotazník soutěživosti

Co se týče dotazníku soutěživosti, musel být mírně poupraven. Jelikož se jednalo o úplně rozdílnou skupinu respondentů, musela být vynechána kontrolní otevřená otázka, protože týkala házené. Odpovědi od lidí, co nehrají házenou, by byly pro účely této práce nerelevantní.

Zbylá část dotazníku, jako je pořadí a formulace standardních otázek zůstala nezměněná. Opakující se otázka taktéž zůstala součástí dotazníku.

Big Five inventář

V případě druhé části obsahující inventář Big Five žádné změny neproběhly. Obsah i pořadí otázek zůstalo stejné, jako pro házenkářky.

Demografická část

Naopak poslední demografická část musela být změněna, jelikož verze pro sportovce byla určena specificky pro házenkářky. Namísto původních šesti otázek jich bylo použito pouze pět. Všechny otázky byly i v této části povinné.

Otázky:

Jediné dvě otázky, které byly ponechány se týkaly věku a pohlaví.

Zbylé tři otázky zůstaly v tématu a týkaly se sportu. První z nich je uzavřená, další dvě otevřené.

Věnujete se aktivně nějakému sportu?

Aktivně = na profesionální úrovni

Pokud se nějakému sportu aktivně věnujete, uveďte prosím jakému.

Hrajete ligovou soutěž? Pokud ano, jakou a v jakém pořadí jste v žebříčku.

Pilotáž

Než byl dotazník rozeslán cílovým respondentům, byl přeložen přibližně deseti nezávislým lidem, aby se ověřilo, jestli je dotazník připraven pro reálné použití. Zejména kvůli předkladu otázek z anglického do českého jazyka bylo hlavním cílem pilotáže zjistit, zda jsou otázky plně srozumitelné a snadno zodpověditelné. Dále se tím zjistila časová náročnost pro vyplnění dotazníku.

4.3 Výzkumný vzorek

Výzkumný vzorek se skládal z dvou rozdílných skupin. Jednalo se o sportovce, přesněji házenkáře/házenkářky a studenty prvního ročníku ZČU Fakulty ekonomické. První skupina, u které byla sesbírána data byli sportovci. Zaměřila jsem se na házenkářky a házenkáře všech ligových kategorií.

Počátečním záměrem bylo sesbírat data od obou pohlaví, ale bohužel v mužské části se mi nepodařilo dosáhnout dostatečného množství respondentů k relevantním výsledkům. Proto se od této chvíle budu zmiňovat pouze o házenkářkách, nikoli házenkářích.

Sportovkyně čili házenkářky byly osloveny a požádány o vyplnění online Google formuláře pomocí zpráv na sociálních sítích. Dotazník jsem se snažila poslat rovnoměrnému počtu hráček ze všech tří českých lig. Jednalo se o nejvyšší MOL ligu, dále 1. ligu a nejnižší 2. ligu. Jako minimální hranici, které jsem chtěla dosáhnout jsem si stanovila třicet hráček z každé ligy. Snažila jsem se oslovit co nejpočetnější okruh týmů z celé české i moravské házenkářské komunity.

Druhá skupina respondentů, tedy kontrolní skupina studentů, byla oslovena paní Ing. Olgou Šlechtovou Sojkovou na cvičení z předmětu KEM/ EAE. Data později posloužila také jako studijní materiál.

4.3.1 Sportovci

Oslovila jsem celkem 22 týmů, které se účastní některé ze tří nejvyšších českých házenkářských soutěží v kategorii žen. Celkově se mi podařilo nasbírat 96 odpovědí od házenkářek z celé České republiky. Respondentky se pohybovaly ve věku od 15 do 51 let. Z nich se nejkratší dobu věnuje házené rok a půl. Jako nejdelší doba byla 40 let.

Tabulka 3: Zástupci oslovených házenkářských týmů

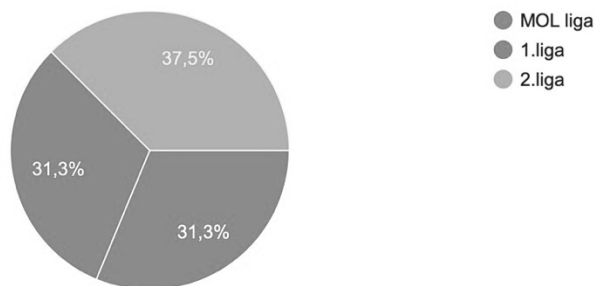
Mol liga	1.liga	2. liga
Házená Kynžvart	Házená Kynžvart	HK Velká Bystřice
DHK Baník Most	SK UP Olomouc	DHK Pardubice
DHC Plzeň	TJ Sokol Kobylisy II	HK Spartak Ústí nad Labem
DHC Slavia Praha	Jiskra Havlíčkův Brod	Lesana Zubří
Sokol Písek	HK Hodonín	SK Žeravice
DHK Zora Olomouc	TJ Sokol Vršovice	HC Plzeň
	TJ jiskra Otrokovice	TJ Astra Praha
	Lions Hostivice	HC Háje

Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Obr. 2: otázka: Jakou ligu hraješ?

Jakou ligu hraješ?

96 odpovědí



Zdroj: vlastní zpracování, 2023

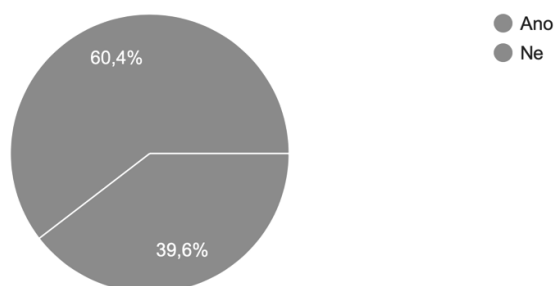
Z každé ze tří sledovaných českých lig odpovědělo přibližně stejný počet respondentek. Z MOL ligy jich bylo 30. Stejný počet odpovědí bylo také z první ligy. Nejpočetnější zastoupení v dotazníku měli odpovědi od házenkářek z 2. ligy. Těch bylo 36.

Nejvíce odpovědí na otázku „jak dlouho hrají v současné lize“ bylo uvedeny tři a čtyři roky. Takto odpověděla přibližně třetina dotázaných.

Obr. 3: otázka: Navštěvoval si/navštěvuješ sportovně zaměřenou školu?

Navštěvoval si/navštěvuješ sportovně zaměřenou školu?

96 odpovědí



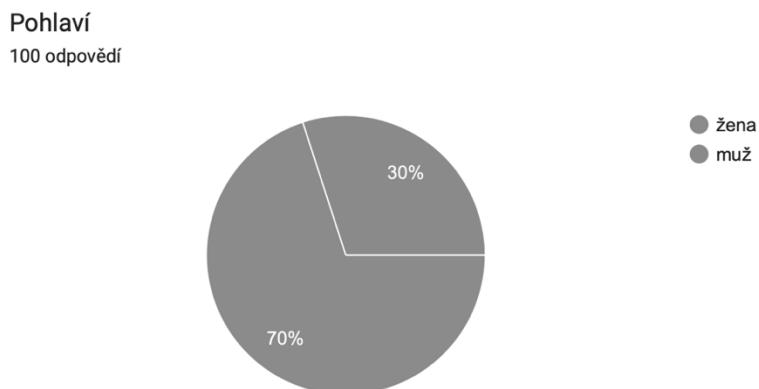
Zdroj: vlastní zpracování, 2023

V otázce „Navštěvoval si/navštěvuješ sportovně zaměřenou školu?“ mělo převahu 58 respondentek, které sportovní školu nenavštěvovaly. Zbýlých 38 házenkářek takovou školu navštěvovaly nebo navštěvují.

4.3.2 Studenti

Celkem 100 studentů Západočeské univerzity v Plzni bylo požádáno o vyplnění dotazníku na cvičení z předmětu KEM/ EAE. Narozdíl od sportovců se ve výzkumném vzorku vyskytovali jak ženy, tak muži.

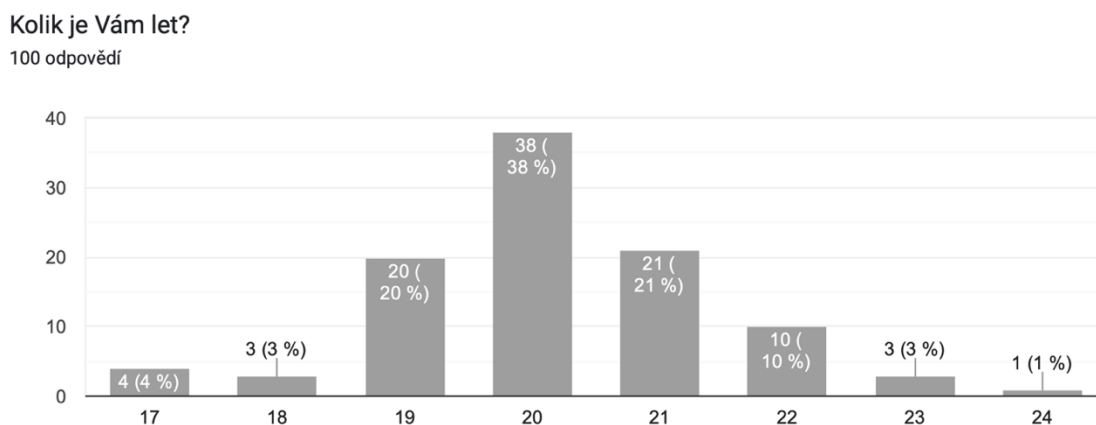
Obr. 4: otázka: Pohlaví



Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Převahu v kontrolní skupině měly ženy. Ty byly zastoupeny v 70 %. Zbylé respondenty, tudíž 30 %, tvořili muži.

Obr. 5: otázka: Kolik je Vám let?



Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Výzkumná skupina studentů se pohybovala od 17 do 24 let. Nejvíce zastoupeni zde byli respondenti s věkem 20 let.

Obr. 6: otázka: Věnujete se aktivně nějakému sportu?



Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Ve vzorku studentů se většina z nich aktivně žádnému sportu nevěnuje. Pouze 19 respondentů odpovědělo na otázku kladně.

Výčet sportů, které se v dotazníku objevil je velice bohatý. Svého zástupce zde měla atletika, cyklistika, crossfit, fitness, hasičský požární sport, volejbal, fotbal, badminton, basketbal, florbal, hokejbal, jezdectví, lední hokej, sportovní aerobik, sportovní střelba a stolní tenis. Každý jednotlivý sport měl pouze jednoho zástupce, až na tři výjimky, které tvořily fotbal, fitness a atletika. Každý z těchto sportů uvedli celkem dva respondenti. Na nejvyšší úrovni sportují oba atleti, kteří uvedli, že se pohybují na reprezentační úrovni. Pro účely této bakalářské práce použiji odpovědi pouze nespportovců, protože je cílem porovnat nespportovce a sportovkyně.

4.4 Vyhodnocení dat

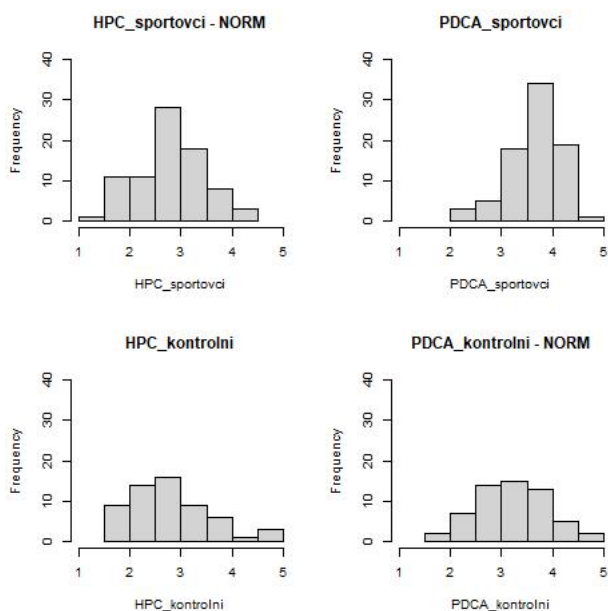
Pro porovnání v přístupu k soutěživosti mezi sportovci a nespportovci byli z kontrolního vzorku, vybráni pouze ti studenti, kteří aktivně nespportují. Současně byli z kontrolní skupiny vynecháni respondenti, kteří se lišili svými odpověďmi u kontrolní otázky o více než dva body. U skupiny házenkářek byly taktéž vynechány odpovědi, kde byl u kontrolní otázky rozdíl v odpovědích větší než dva body. Účel této selekce spočíval v následném porovnávání rozdílů v soutěživosti mezi sportovcem a nespportovcem. Za limit měření by se dala považovat skutečnost, že mezi vzorkem sportovců byly pouze ženy, na rozdíl od studentů, kde byla zastoupena obě pohlaví.

4.4.1 Normalita dat

Shapiro-Wilkův test

K ověření normality byl použit Shapiro-Wilkův test. Jedná se o jeden z nejsilnějších testů na zkoumání normality. Shapiro-Wilkův test je možné použít mimo jiné i pro malé výběry. To znamená od 3 do 50 hodnot. Výpočet testového kritéria vyžaduje určení koeficientů, které byly odvozeny speciálně pro potřeby tohoto testu. Nejjednodušší možností pro posouzení normality dat je sestavení histogramu. (Svoboda a kol., 2019, str. 58)

Obr. 7: Histogramy – normalita



Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Na obrázku 7 jsou znázorněny čtyři histogramy, které ilustrují normalitu dat z odpovědí respondentů. U zkoumaných dat se normalita potvrdila pouze u poloviny z nich. Jednalo se o skupinu sportovců při zkoumání škály HCA a u kontrolního vzorku studentů při zkoumání škály PDCA. U zbývajících dvou zkoumaných částí, tedy u škály sportovců PDCA a škály HCA se normalita nepotvrdila.

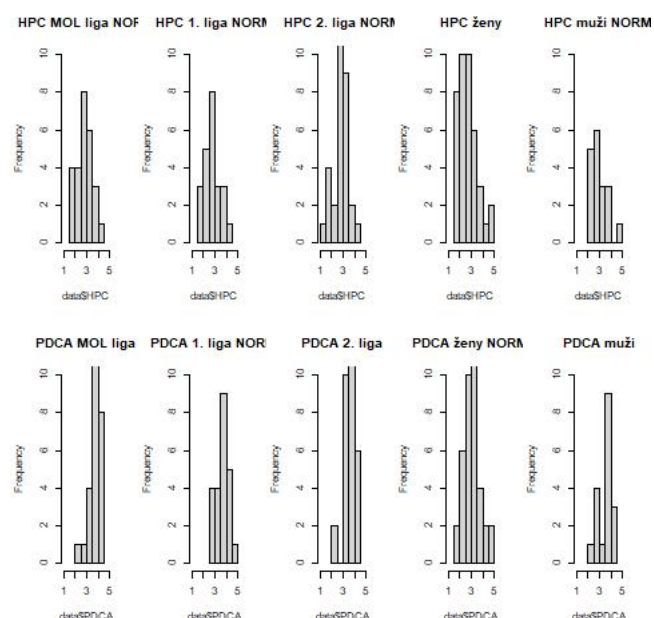
Tabulka 4: Normální rozdělení podle skupin

Vzorek	P-hodnota	Normální rozdělení
HPC-sportovci	0,6232	ANO
HPC-kontrolní	0,006149	NE
PDCA-sportovci	0,004849	NE
PDCA-kontrolní	0,9772	ANO

Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Když je p-hodnota je větší než 0,05 znamená to, že rozdělení dat není významně rozdílné od normálního rozdělení.

Obr. 8: Histogramy podle ligy a pohlaví



Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Na obrázku 8 je znázorněna normalita dat u jednotlivých skupin respondentů. Skupina sportovců byla rozdělena podle jednotlivých lig, tedy MOL liga, 1. liga a 2. liga. Skupina studentů, tedy kontrolního vzorku, byla rozdělena podrobněji než v obrázku 7 a to podle pohlaví na muže a ženy. Normalita se projevila u šesti z deseti testovaných skupin.

V tabulce jsou znázorněny p-hodnoty, které vyšly ze Shapiro-Wilkova testu.

Tabulka 5: Normální rozdělení podle ligy a pohlaví

Skupina HPC	P-hodnota	Normalita
Mol liga	0,9791	ANO
1.liga	0,4423	ANO
2.liga	0,5116	ANO
ženy	0,01682	NE
muži	0,2184	ANO
Skupina PDCA	P-hodnota	Normalita
Mol liga	0,01902	NE
1.liga	0,4457	ANO
2.liga	0,04926	NE
ženy	0,4994	ANO
muži	0,03676	NE

Zdroj: vlastní zpracování, 2023

4.4.2 F-test shody rozptylů

Jedná se o test shody rozptylů dvou populací. Jeho výsledek je zásadní pro výběr vhodného testu shody středních hodnot dvou populací. Z toho důvodu se provádí F-test právě před tímto testem. Jestliže jsou rozptyly shodné, jedná se o homoskedasticitu dat. V opačném případě, pokud se nepotvrdí shoda rozptylů, používá se označení heteroskedasticita. (Svoboda a kol., 2019, str. 84)

Tabulka 6: F-test shody rozptylů

Data	F-test
HPC kontrolní a HPC sportovci	0,7378069
PDCA kontrolní a PDCA sportovci	0,6196733

Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Když je p-hodnota vyšší než 0,05, poté v rozptylech není významný rozdíl. Tedy výše provedený F-test potvrdil shodu u obou testovaných skupin.

4.4.3 Porovnání středních hodnot

Dvouvýběrový T-test

Test porovnává střední hodnoty dvou normálních populací s neznámými rozptyly. Je vhodný pro výběry menších rozsahů na rozdíl od Aspinové-Welshova testu, který je vhodnější pro větší rozsahy souborů. Hlavním předpokladem pro použití T-testu je shoda rozptylů, zjištěná v F-testu. (Svoboda a kol., 2019, str. 87)

Na základě výsledků provedeného F-testu byl pro testování shody středních hodnot sesbíraných dat zvolen T-test. Důvodem byl menší rozsah souboru dat a potvrzená homoskedasticita. Pro grafické znázornění shody středních hodnot byly použity box-ploty znázorněné na obrázcích 9,10,11 a 12.

Box-plot

Tento speciální diagram je do češtiny překládán většinou jako krabicový graf. Jako první graf prezentoval statistik Turkey v roce 1977. Tento diagram je vhodným nástrojem pro porovnávání rozložení hodnot v datových souborech, ale také slouží ke znázornění změn rozložení statistického znaku v čase. Box-plot vyjadřuje jak polohu, variabilitu, tak i asymetrii rozmístění hodnot znaku. Aby mohl být krabicový graf sestrojen, je potřeba znát hodnoty všech kvartilů, minimální a maximální hodnotu vyskytující se v souboru a také odlehlé a extrémní hodnoty. (Mičudová a kol., 2016, s. 73-74)

Základním znakem grafu je obdélníkový box. Uvnitř boxu je většinou vyznačená vodorovnou čarou pozice mediánu, tedy 50 % kvantilu. Hrany obdélníku znázorňují dolní a horní kvantil, což znamená, že dolní hrana představuje 25% kvantil a horní hrana 75% kvantil. Velikost krabice odpovídá mezikvartilovému rozpětí, kterému odpovídá 50 % hodnot statistického znaku. Z boxu vybíhají z obou stran svislé čáry, pojmenované jako „fousky“. Ty pak naznačují polohu hodnot více vzdálených od mediánu. Nejčastěji se jedná o spodní 5% kvantil a horní 95% kvantil, eventuálně odpovídají minimu a maximu pozorovaných hodnot. V grafu se případně mohou objevit také odlehlé a extrémní hodnoty. (Pavlík & Dušek, 2012, s. 24)

Někteří autoři popisují odlehlou hodnotu jako hodnotu, která leží jako několikanásobek, nejčastěji jedna a půl nebo třínásobek mezikvartilového rozpětí. Existuje také volná definice, která odlehnou hodnotu definuje jako netypické pozorování, které nezapadá do pravděpodobnostního chování souboru dat. Odlehlá hodnota velmi výrazně ovlivňuje

jak hodnotu průměru, tak směrodatné odchylky. Na druhou stranu, hodnota mediánu se vlivem odlehlé hodnoty nezmění, protože odlehlá hodnota nemění frekvenční střed dat. (Pavlík & Dušek, 2012, s. 25)

Box-ploty jsou vhodné pro vizuální porovnávání dvou nebo více souborů dat. Jejich hlavními výhodami jsou znázornění mediánu, kvartilů a extrémů. (Mošna, 2015, s. 208)

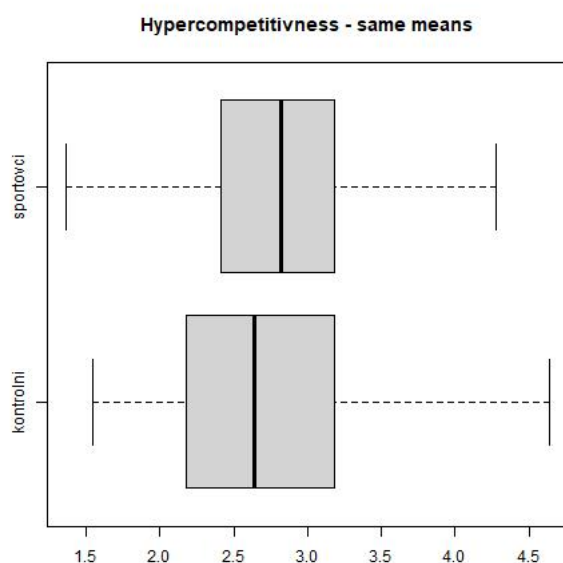
Soutěživost podle rozdělení na sportovce a studenty

V následujících obrázcích 9 a 10 jsou v každém znázorněny dva box-ploty. Každý z nich se týká jiné skupiny respondentů. Z obrázků lze porovnat průměry nasbíraných dat. Jejich hodnota je v grafech zaznamenána pomocí černé čáry uprostřed boxu. Také je možné z velikosti boxů stanovit mezikvartilové rozpětí. Průměry pomáhají určit, která odpověď se vyskytovala u dané skupiny nejčastěji. Podle toho je možné pozorovat, jak moc je pozorovaná skupina soutěživá právě ve zkoumaném přístupu k soutěživosti.

Hypersoutěživost HCA (Hypercompetitive Attitude)

P-hodnota měřených dat vyšla 0,7779. Tento výsledek znamená, že jsou střední hodnoty shodné, protože platí, že když je p-hodnota vyšší než 0,05, tak lze považovat střední hodnoty za shodné.

Obr. 9: T-test HCA



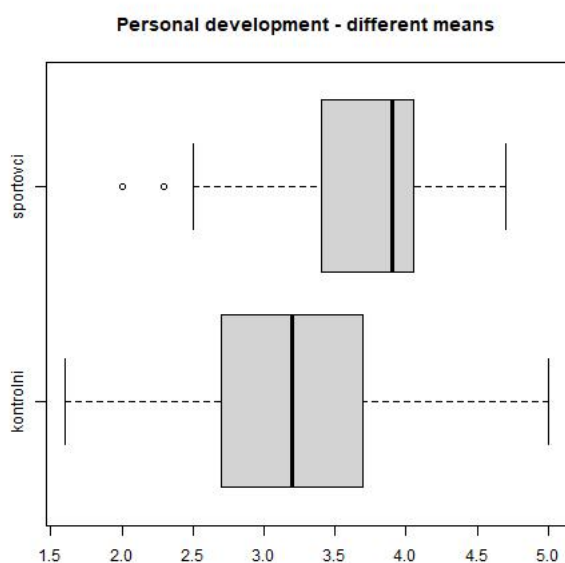
Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Grafy v obrázku 9 jsou zaměřené na srovnání hyperkonkurence u házenkářek a studentů. Co se týče výstupu grafu, nenaznačuje výrazný rozdíl mezi skupinou sportovců a kontrolním vzorkem. V hypersoutěživosti se jedná o chování cílem porazit ostatní. Nepatrný rozdíl je viditelný v poloze průměru mezi porovnávanými vzorky. V tomto případě dosáhli sportovci o trochu větší hypersoutěživosti než kontrolní skupina. Mezikvartilové rozpětí je naopak vyšší u skupiny studentů. Lze konstatovat, že rozdíl mezi přístupem hypersoutěživosti mezi sportovci a kontrolním vzorkem je zanedbatelný.

Soutěživost osobního rozvoje PDCA (Personal Development Competition Attitude)

P-hodnota vyšla v tomto případě $4,236e-06$. Výsledek naznačuje, že jsou střední hodnoty dvou populací významně rozdílné, jelikož platí že: když je p-hodnota vyšší než 0,05, tak lze považovat střední hodnoty za shodné, což zde nelze potvrdit.

Obr. 10: T-test PDCA



Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Na obrázku 10 je již viditelnější rozdíl mezi porovnávanými skupinami. V horním grafu reprezentující sportovce je možno vidět vyšší hodnotu průměru než u kontrolního vzorku studentů. Dokonce lze pozorovat dvě odlehlé hodnoty u skupiny sportovců. Znamená to tedy, že sportovci jsou více zaměřeni na osobní rozvoj, a ne pouze na výhru jako takovou, než je tomu u vzorku studentů. Je možné říci, že v přístupu osobního rozvoje se ve skupinách respondentů objevily větší rozdíly než u přístupu hypersoutěživosti.

Soutěživost podle rozdělení na ligy a pohlaví

Následně bude porovnáváno pět skupin respondentů. Ke zkoumání rozdílů mezi více než dvěma populacemi je nutné použít náležitý test. Metoda, která umožňuje rozhodnout o shodě středních hodnot na požadované hladině významnosti při rozumné síle testu se nazývá Anova.

4.4.4 Anova

Analýza rozptylů, známá jako Anova (Analysis of variance) je vhodná pro srovnání tří a více středních hodnot z nezávislých náhodných výběrů. Podmínkou pro použití testu Anova je ověřená normalita dat a potvrzená homoskedasticita. Test je postaven na předpokladu, že jsou všechny zkoumané populace stejné, to znamená, že mají stejné rozdělení (normální). Tedy nulová hypotéza vychází z rovnosti středních hodnot $\mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$. (Svoboda a kol., 2019, str. 111)

Obrázky 11 a 12 znázorňují box-ploty, které popisují odpovědi z dotazníku soutěživosti. Pro lepší znázornění jsou pootočený na rozdíl od předchozích box-plotů. Na každém obrázku je naznačeno pět grafů, které odpovídají shodným skupinám respondentů. Pro větší přehlednost v porovnávání hypersoutěživosti nebo soutěživosti osobního rozvoje sportovců a studentů, byla skupina studentů nesportovců rozdělena podle pohlaví mezi muže a ženy. Tím bylo docíleno přehlednějšího znázornění dat a také přesnějšího porovnávání.

Hypersoutěživost HCA (Hypercompetitive Attitude)

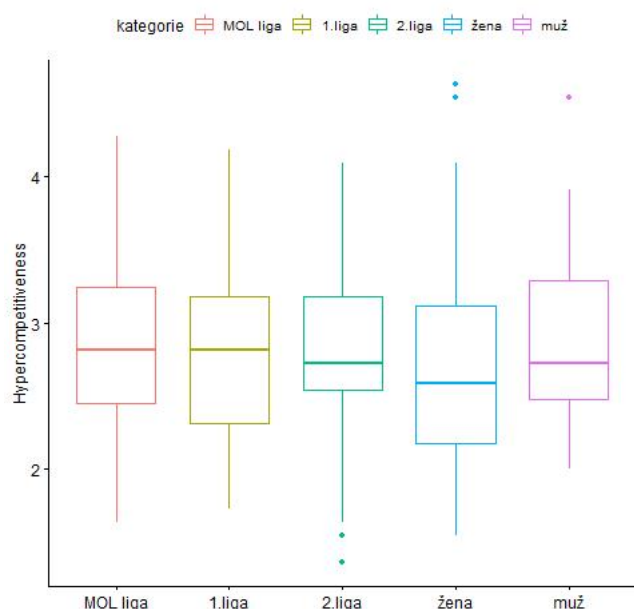
V Anova testu se ukázalo, že rozdíly v rozptylech nejsou statisticky signifikantní, jelikož p-hodnota vyšla 0,839. Dále byla provedena analýza středních hodnot, ve které se p-hodnota rovnala výsledku 0,8652. Ani v tomto případě nelze říct, že střední hodnoty jsou signifikantně odlišné. Když vychází p-hodnota méně než 0,05 předpokládáme významný rozdíl mezi skupinami, což se v tomto případě nepotvrdilo. Tudíž může být konstatováno, že rozdíly mezi skupinami nejsou významné.

Tabulka 7: Anova HPC

Skupina HPC	Počet respondentů	Průměr	Sm.odch
Mol liga	26	2,83	0,642
1.liga	23	2,82	0,678
2.liga	31	2,77	0,649
ženy	40	2,7	0,77
muži	18	2,92	0,714

Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Obr. 11: Anova HCA



Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Na obrázku 11 je vyznačených pět box-plotů měřících hypersoutěživost. Každý z nich popisuje průměrné odpovědi všech účastníků dotazníku u určité skupiny. Jedná se o kategorie zástupců sportovců, tedy házenkářky MOL ligy, 1.ligy a 2. ligy. Další dva box-ploty znázorňují kategorie studentů rozdělených mezi muže a ženy. Ze sesbíraných dat lze vyčíst, že jak skupina házenkářek, tak skupina sportovců dosahuje přibližně stejných výsledků. Když se zaměříme jen na házenkářky, zjistíme, že v porovnávání hypersoutěživosti jsou na tom všechny tři ligy téměř totožně. Respondentky tedy dokazují, že chtíč vítězství nad ostatními je ve všech ligových kategoriích srovnatelný. Zajímavé je porovnání výsledů hypersoutěživosti u studentek a studentů co nespoutují.

Zde jsou pozorovatelné minimální rozdíly mezi pohlavími, ale stále je zde dominantnější mužské pohlaví. Když se ale srovnají odpovědi žen házenkářek a mužů studentů, lze pozorovat u ženského pohlaví srovnatelné až lepší výsledky než u mužů. Může se tedy konstatovat, že rozdíl v hypersoutěživosti je u dvou srovnávaných skupin téměř zanedbatelný. Celkově se na otázky o hypersoutěživosti průměrně odpovídalo v rozmezí mezi body 2–3 a nejnižších výsledků zde dosáhly ženy studentky.

V tabulce 7 o hypersoutěživosti je u každé skupiny znázorněn počet konečných respondentů po vyřazení nerelevantních odpovědí. Dále jsou zde vypsány průměry odpovědí a jejich směrodatné odchylky. Čísla z tabulky naznačují polohu a tvar box-plotů na obrázku 11.

Soutěživost osobního rozvoje PDCA (Personal Development Competition Attitude)

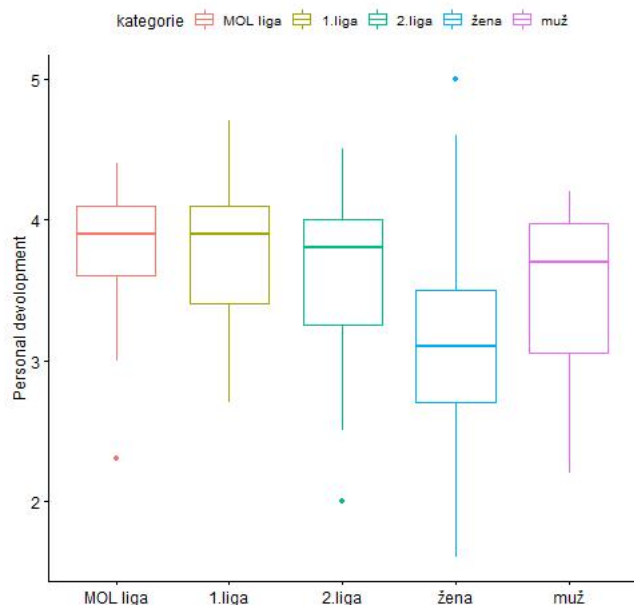
Anova v případě přístupu PDCA shledala statisticky významné rozdíly v rozptylech. P-hodnota dosáhla hodnoty 1,9e-0,5. Při měření středních hodnot se taktéž prokázaly rozdíly mezi skupinami. V tomto případě vyšla p-hodnota rovna 0,0001881. Podle dosažených výsledků je možné říci, že mezi jednotlivými skupinami jsou signifikantní rozdíly ve středních hodnotách. Dokazuje to věta, že když je p-hodnota méně než 0,05, předpokládáme významný rozdíl mezi skupinami.

Tabulka 8: Anova PDCA

Skupina PDCA	Počet respondentů	Průměr	Sm.odch
Mol liga	26	3,78	0,474
1.liga	23	3,76	0,548
2.liga	31	3,65	0,567
ženy	40	3,11	0,675
muži	18	3,5	0,602

Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Obr. 12: Anova PDCA



Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Obrázek 12 znázorňuje pět box-plotů, ale tentokrát zaměřených na soutěživost osobního rozvoje. Zde jsou srovnávány opět průměrné hodnoty odpovědí dvou skupin respondentů, tedy házenkářek a studentů, rozdělených do pěti kategorií. První tři zleva jsou zástupci házenkářek rozdělených do příslušných lig a zbývající dva box-ploty jsou věnovány studentům nesportovcům rozdělených podle pohlaví. Zde se objevují daleko větší rozdíly v přístupu k soutěživosti mezi jednotlivými skupinami, než je tomu u hypersoutěživosti. Z grafů lze vyčíst například, že studenti nesportovci daleko více dbají na soutěživost z pohledu osobního rozvoje na rozdíl od studentek, co nesportují. Když se porovnávají ženy z těchto dvou skupin, je zřejmé, že sportovkyně ve všech zkoumaných ligách mají oproti studentkám neprovozujícím sport navrch. Je tedy patrné, že sportovkyně se daleko více při soutěžení soustředí na vlastní seberozvoj, než je tomu u studentek. Taktéž jako u hypersoutěživosti, rozdíl ve třech zkoumaných házenkářských ligách je minimální. Tedy házenkářky se snaží využít soutěž k osobnímu seberozvoji ve všech úrovních stejně. Co se týče srovnání studentů nesportovců a celkově házenkářek, lze pozorovat mírnou převahu sportovkyň, což při srovnání ženského a mužského pohlaví není příliš běžné v normálním životě. Celkově nejnižší míru soutěživosti osobního rozvoje je pozorovaná u studentek. Průměry odpovědí ve všech skupinách se na škále vyskytují mezi body 3-4.

Tabulka 8 se týká soutěživosti osobního rozvoje. Jsou zde opět jako v předchozí tabulce vypsány počty konečných respondentů, průměry a směrodatné odchylky. Hodnoty jsou znázorněny graficky na obrázku 12 pomocí box-plotů.

Závěrečné měření dat se týkalo závislosti mezi přístupy k soutěživosti, osobnostními charakteristikami a kategoriemi. Získání výsledků probíhalo prostřednictvím regresní analýzy.

4.4.5 Regrese

Cílem regresní analýzy je vystihnout pomocí vhodného matematického modelu závislost mezi proměnnými. Matematický model je označován jako regresní funkce. Důležité je stanovit vysvětlované (závislé) a vysvětlující (nezávislé) proměnné. Závislost mezi proměnnými může být buď funkční nebo stochastická. Regrese může popisovat vztah dvou proměnných nebo více proměnných. Když se jedná o dvě proměnné, funkce se označuje jako jednoduchá regrese. Naopak vícenásobná regrese porovnává vztah více než dvou proměnných. Regresní analýza je často doprovázena korelační analýzou. (Svoboda a kol., 2019, str. 161-164)

Liga byla stanovena jako kategoriální proměnná a Big Five jako spojitá proměnná.

Regresní analýza byla provedena z důvodu ověření, zda dva zmíněné přístupy k soutěživosti HCA a PDCA souvisí s osobnostními charakteristikami.

Komplexní regresní analýza

Nejkomplexnější zkoumaná regresní analýza byla provedena na datech HPC/PDCA, kategoriích a Big Five charakteristikách.

Při zjišťování vzájemného vztahu mezi HPC, kategoriemi (ligy, pohlaví) a pěti charakteristikami se objevila souvislost pouze u jedné z pěti osobnostních charakteristik. Jednalo se o svědomitost, která se jako jediná ukázala podstatná ve vztahu s HPC. Výsledná p-hodnota u svědomitosti vyšla 0,000347. Jedná se tedy o přímou úměru, že čím je jedinec svědomitější, tím více je hypersoutěživý.

Přístup PDCA měl pozitivní vztah s kontrolní skupinou žen. Ukázalo se, že ženy, které nesportují mají nejmírnější projevy tohoto přístupu k soutěživosti. Co se týče

osobnostních charakteristik Big Five, nepodařila se prokázat podstatná souvislost s přístupem osobního rozvoje.

Detailnější regresní analýzy

Dále byly podrobněji měřeny souvislosti mezi HPC/PDCA a pěti Big Five charakteristikami. Cílem bylo zvýšit úroveň detailu pomocí vynechání ligy.

HPC: Souvislost vyšla podle očekávání pouze u svědomitosti, kde p-hodnota měla hodnotu 0,000903 a tím se potvrdil výsledek z komplexního regresní analýzy. To znamená, že čím je jedinec svědomitější, tím je více hypersoutěživý. U zbývajících čtyř charakteristik se vzájemný vztah nepotvrdil.

PDCA: V tomto případě se neprokázala souvislost u žádné z pěti Big Five charakteristik. Nejvíce se k pozitivnímu výsledku přibližovala charakteristika neuroticismus s p-hodnotou 0,0615, ale naměřenou hodnotu nelze považovat za příliš signifikantní.

Dále byly zkoumány souvislosti mezi přístupy HCA/PDCA a jednotlivými kategoriemi. Tato regresní analýza posloužila jako kontrola s hodnotami v testu Anova. Výsledky testů Anova a regresní analýzy se shodují, neboť jsou naměřené p-hodnoty v obou testech shodné. Tedy ani regresní analýzou nelze potvrdit významnou spojitost mezi přístupem HPC a kategoriemi. U přístupu PDCA lze potvrdit vzájemný vztah s kategorií žen z kontrolního vzorku. Opět jako v testu Anova se potvrdilo tvrzení, že ženy, které nesportují mají nízkou potřebu používat soutěživost k osobnímu rozvoji.

Závěr

Tématem bakalářské práce bylo prozkoumat vnímání soutěživosti u sportovců a nespportovců. Dále také zjistit jaký vliv mají osobnostní charakteristiky v souvislosti s mírou soutěživosti u jedinců.

Prvním cílem praktické části bylo zjistit, jestli je rozdíl v přístupu k soutěživosti u sportovců a u lidí, kteří aktivně nespportují. Přesněji řečeno, která skupina má blíže k hypersoutěživosti a která z nich naopak preferuje soutěžit s cílem zlepšit osobní rozvoj.

Při práci s daty jsem postupovala podle klasického statistického postupu zpracování dat. V první řadě byla ověřena normalita dat. Díky Shapiro-Wilkovu testu byla zjištěna normalita u dvou ze čtyř kategorií rozdělených podle dvou skupin testovaných respondentů a dvou soutěživých přístupů. Normalita byla podrobněji zkoumána také při rozdělení skupin na ligy a pohlaví respondentů. Aby bylo možné porovnat střední hodnoty testovaných souborů, musel být předně proveden F-test shody rozptylů. Skupiny sportovců a kontrolní skupiny byly zkoumány podle rozdělení dvou přístupů k soutěživosti HCA a PDCA. F-test potvrdil shodu rozptylů u obou zmíněných skupin. Testování shody středních hodnot proběhlo pomocí T-testu. Zde bylo u přístupu HCA prokázáno, že mezi srovnávanými středními hodnotami nejsou významné rozdíly, lze je tedy považovat za shodné. Z těchto výsledků lze soudit, že sportovci i nespportovci jsou hypersoutěživí přibližně stejnou měrou. Test druhého typu soutěživosti, tedy PDCA, již viditelné rozdíly prokázal. Skupina sportovců je více zaměřená na osobní rozvoj, než je tomu u kontrolní skupiny nespportovců. Dalším použitým testem byla Anova, protože bylo potřeba podrobněji prozkoumat chování házenkářek ve třech ligách a kontrolního vzorku nespportovců rozdělených podle pohlaví. Box-ploty ukázaly, že v případě HCA není v házenkářských ligách výrazný rozdíl a výsledky jsou srovnatelné s výsledky mužů nespportovců. Co se týče PDCA, test rozdíly v ligách opět neprokázal. Zde se ale výrazně projevil rozdíl mezi sportovkyněmi a ženami, co nespportují. Muži nespportovci měli opět srovnatelné výsledky jako házenkářky. Výsledky tedy naznačují, že podle předpokladů jsou nejméně soutěživé ženy, které nespportují, a to v obou přístupech. Dále se podařilo nabourat mínění, že muži jsou soutěživější než ženy. V tomto výzkumu bylo totiž prokázáno, že ženy, které sportují mohou mít stejný chtíč soutěžit jako muži nespportovci.

Druhým cílem bylo prozkoumat, jestli charakteristiky osobnosti Big Five mohou ovlivnit míru soutěživosti. Jelikož bylo nutné srovnat tři proměnné, k těmto účelům posloužila

regresní analýza. Z pěti osobnostních charakteristik se ukázala svědomitost jako jediná vlastnost, která dokázala ovlivnit přístup k soutěživosti. Tento vztah se prokázal u propojení s přístupem HCA. Znamená to tedy, že čím je jedinec svědomitější, tím je více hypersoutěživý. U přístupu PDCA nebyl zjištěn žádný signifikantní vztah s osobnostními charakteristikami.

Hlavním výstupem práce je zjištění, že házenkářky dokáží být stejně soutěživé v oblasti osobního rozvoje i hypersoutěživosti jako muži, kteří k tomu mají větší předpoklady. Dále také, že ženy, které nesportují mají prokazatelně nejnižší vztah k soutěživosti u obou přístupů. V neposlední řadě přineslo dotazníkové šetření poznatky ve spojení soutěživosti a charakteristik Big Five, kde se jako jediná z pěti vlastností ukázala svědomitost.

Výchozí poznatky z práce mohou posloužit k pochopení soutěživosti a pomoci personálnímu oddělení při přijímacím řízení zájemců na určité pracovní pozice. Také může přispět k vytváření motivačního klima na pracovišti.

Za limitující skutečnost v provedeném výzkumu považuji sesbírání dat pouze u ženského pohlaví sportovkyň. Zde vzniká příležitost pro vylepšení výzkumu doplněním mužského pohlaví sportovců. Mým dalším návrhem pro budoucí výzkum je zaměřit se na odlišný sport, například individuálně zaměřený. Taktéž v marketingovém prostředí by mohly být užitečné výsledky z porovnání soutěživosti u marketingových týmů.

Předložený výzkum se týkal vzájemné souvislosti mezi soutěživostí a osobnostními charakteristikami. Obměnou tohoto výzkumu by mohl být výzkum na otázku, jak soutěživost ovlivňuje přístup k riziku. Výsledky by mohly posloužit k pochopení rozhodování v rizikových situacích na manažerských pozicích.

Seznam použitých zdrojů

- André, R. A. E. (2013). An examination of the competitive attitudes of entrepreneurs: Implications for entrepreneurial orientation at the individual level. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 18(02). <https://doi.org/10.1142/S1084946713500088>
- Brown, S. P., Cron, W. L., & Slocum Jr, J. W. (1998). Effects of trait competitiveness and perceived intraorganizational competition on salesperson goal setting and performance. *Journal of Marketing*, 62(4), 88-98. <https://doi.org/10.1177/002224299806200407>
- Burckle, M. A., Ryckman, R. M., Gold, J. A., Thornton, B., & Audesse, R. J. (1999). Forms of competitive attitude and achievement orientation in relation to disordered eating. *Sex roles*, 40(11-12), 853-870. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1023/A:1018873005147.pdf>
- Čakrt, M. (2004). Typologie osobnosti: přátelé, milenci, manželé, dospělí a děti. Management Press.
- Deutsch, M. (1949). A theory of co-operation and competition. *Human relations*, 2(2), 129-152. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/001872674900200204>
- Dru, V. (2003). Relationships between an ego orientation scale and a hypercompetitive scale: Their correlates with dogmatism and authoritarianism factors. *Personality and Individual Differences*, 35(7), 1509-1524. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(02\)00366-5](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(02)00366-5)
- Hibbard, D.R., Buhrmester, D. (2010). *Competitiveness, Gender, and Adjustment Among Adolescents*. *Sex Roles*, 63, 412–424. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9809-z>
- Houston, J. M., McIntire, S. A., Kinnie, J., & Terry, C. (2002). A factorial analysis of scales measuring competitiveness. *Educational and Psychological Measurement*, 62(2), 284-298. <https://doi.org/10.1177/0013164402062002006>
- Hřebíčková, M. (2011). *Pětifaktorový model v psychologii osobnosti: přístupy, diagnostika, uplatnění*. Praha: Grada.
- Hřebíčková, M., & Urbánek, T. (2001). *NEO pětifaktorový osobnostní inventář*. Praha: Testcentrum.
- Hřebíčková, M., Jelínek, M., Blatný, M., Brom, C., Burešová, I., Graf, S., Mejzlíková, T., Vazsonyi, A., & Zábrodská, K. (2016). Big Five Inventory: Základní psychometrické charakteristiky české verze BFI-44 a BFI-10. *Ceskoslovenska Psychologie*, 60(6), 567-583. https://is.muni.cz/th/427427/fss_b/Ceska_verze_BFI_44_BFI_10_FINAL_2_2_16.pdf
- Ingram, P., & Qingyuan Yue, L. (2008). 6 structure, affect and identity as bases of organizational competition and cooperation. *The Academy of Management Annals*, 2(1), 275-303. <https://doi.org/10.1080/19416520802211578>
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big Five Trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. *Handbook of personality: Theory and research*, 102–138. Guilford Press. <https://pages.uoregon.edu/sanjay/pubs/bigfive.pdf>

- Knotková, B. (2009). Nový pohled na fenomén soutěže (nejen) ve školním prostředí. *Studia paedagogica*, 14(1), 147-164. <https://journals.phil.muni.cz/studia-paedagogica/article/view/18682/14743>
- McCrae, R. R., & John, O. P. (1992). An introduction to the five-factor model and its applications. *Journal of Personality*, 60(2), 175-215. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1992.tb00970.x>
- Menesini, E., Tassi, F., & Nocentini, A. (2018). The competitive attitude scale (CAS): a multidimensional measure of competitiveness in adolescence. *Journal of Psychology & Clinical Psychiatry*, 9(3), 240-244. DOI: [10.15406/jpcpy.2018.09.00528](https://doi.org/10.15406/jpcpy.2018.09.00528)
- Mičudová, K., Gangur, M., Svoboda, M., & Říhová, P. (2016). *Základy statistiky a pravděpodobnosti*. Západočeská univerzita v Plzni.
- Mlčák, Z. (2010). Pětifaktorový model osobnosti, prosociální chování a empatie u studentů středních a vysokých škol. *Psychologie a její kontexty (Psychology & Its Contexts)*, 2(1), 135-147. https://psychkont.osu.cz/fulltext/2010/Mlcak_2010_2.pdf
- Mošna, F. (2015). Box-ploty v MS Excelu a jejich možné využití ve výuce. *Učitel matematiky*, 23(4), 206-214. <http://dml.cz/dmlcz/149436>
- Pavlik, T., & Dušek, L. (2012). *Biostatistika*. Dostupné z <https://www.matematickabiologie.cz/media/3293331/pavlik-biostatistika.pdf>
- Rammstedt, B., & John, O. P. (2007). Measuring personality in one minute or less: A 10-item short version of the Big Five Inventory in English and German. *Journal of research in Personality*, 41(1), 203-212. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2006.02.001>
- Řeháčková, L. (2012). *Respondent (student SŠ) a přírodopisné vzdělání na základní škole*. [Diplomová práce, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích] <https://dspace.jcu.cz/handle/123456789/29596>
- Saccardo, S., Pietrasz, A., & Gneezy, U. (2018). On the size of the gender difference in competitiveness. *Management Science*, 64(4), 1541-1554. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2016.2673>
- Spence, J. T., & Helmreich, R. L. (1983). Achievement-related motives and behaviors. *Achievement and achievement motives: Psychological and sociological approaches*, 7-74. <https://www.ssc.wisc.edu/~jpiliavi/965/speech.pdf>
- Svoboda, M., Gangur, M., & Mičudová, K. (2019). *Statistické zpracování dat*. Západočeská univerzity v Plzni.
- Wang, H., Wang, L., & Liu, C. (2018). Employee competitive attitude and competitive behavior promote job-crafting and performance: A two-component dynamic model. *Frontiers in psychology*, 9, 2223. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.02223/full>
- Wrzesniewski, A., & Dutton, J. E. (2001). Crafting a job: Revisioning employees as active crafters of their work. *Academy of management review*, 26(2), 179-201. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378011>
- Yoon, S., Kim, S.L., Go, C. a kol. (2020). Knowledge Sharing, Hypercompetitiveness, and Contextual Factors: Investigating a Three-Way Effect. *J Bus Psychol*, 35, 489–502. <https://doi.org/10.1007/s10869-019-09634-x>

Seznam tabulek

Tabulka 1: Dotazník soutěživosti	27
Tabulka 2: Dotazník Big Five.....	28
Tabulka 3: Zástupci oslovených házenkářských týmů	31
Tabulka 4: Normální rozdělení podle skupin	36
Tabulka 5: Normální rozdělení podle ligy a pohlaví	37
Tabulka 6: F-test shody rozptylů	37
Tabulka 7: Anova HPC.....	42
Tabulka 8: Anova PDCA.....	43

Seznam obrázků

Obr. 1: Soutěživost na pracovišti.....	12
Obr. 2: otázka: Jakou ligu hraješ?.....	32
Obr. 3: otázka: Navštěvoval si/navštěvuješ sportovně zaměřenou školu?	32
Obr. 4: otázka: Pohlaví	33
Obr. 5: otázka: Kolik je Vám let?	33
Obr. 6: otázka: Věnujete se aktivně nějakému sportu?.....	34
Obr. 7: Histogramy – normalita.....	35
Obr. 8: Histogramy podle ligy a pohlaví	36
Obr. 9: T-test HCA	39
Obr. 10: T-test PDCA	40
Obr. 11: Anova HCA	42
Obr. 12: Anova PDCA.....	44

Seznam příloh

Příloha A: Původní verze dotazníku soutěživosti

Příloha B: Původní verze dotazníku Big Five

Příloha A: Původní verze dotazníku soutěživosti

Table 1 Descriptive data (means, sd, skewness, kurtosis), exploratory factor analysis (factor loadings), confirmatory factor analysis (factor loadings and intercepts)

	Means	sd	EFA		CFA		Intercept
			F1	F2	F1	F2	
1. Winning in competition makes me feel more powerful as a person.	3.23	1.26	0.59	0.38	0.57		2.56
2. I find myself being competitive even in situations which do not call for competition.	2.16	1.14	0.67	0.34	0.62		1.89
(R)3. I do not see my opponents in competition as my enemies.	3.13	1.49					
4. I compete with others even if they are not competing with me.	1.92	1.14	0.62	0.19	0.54		1.68
(R)5. Success in athletic competition does not make me feel superior to others.	2.73	1.39					
(R)6. Winning in competition does not give me a greater sense of worth.	2.84	1.39					
7. When my competitors receive rewards for their accomplishments, I feel envy.	2.29	1.13	0.58	0.15	0.49		2.03
8. I find myself turning a friendly game or activity into a serious contest or conflict.	2.06	1.15	0.7	0.24	0.67		1.79
9. It's a dog-eat-dog world. If you don't get the better of others, they will surely get the better of you.	2.49	1.29	0.54	0.15	0.49		1.92
(R)10. I do not mind giving credit to someone for doing something that I could have done just as well or better.	3.65	1.18					
11. If I can disturb my opponent in some way in order to get the edge in competition, I will do so.	1.99	1.24	0.56	0	0.5		1.6
12. I really feel down when I lose in athletic competition.	2.56	1.28	0.55	0.31	0.54		1.99
(R)13. Gaining praise from others is not an important reason why I enter competitive situations.	2.97	1.42					
14. I like the challenge of getting someone to like me who is already going with someone else.	2.46	1.35	0.47	0.11	0.43		1.81
(R)15. I do not view my relationships in competitive terms.	2.99	1.5					
(R)16. It does not bother me to be passed by someone while I am driving on the roads.	2.84	1.61					
17. I can't stand to lose an argument.	2.99	1.33	0.35	0.15			
(R)18. In school, I do not feel superior whenever I do better on tests than other students.	3.18	1.54					
(R)19. I feel no need to get even with a person who criticizes or makes me look bad in front of others.	2.72	1.33					
(R)20. Losing in competition has little effect on me.	2.89	1.3					
	Means	sd	EFA		CFA		Intercept
			F1	F2	F1	F2	
21. Failure or loss in competition makes me feel less worthy as a person.	1.85	1.14	0.51	0.1	0.45		1.63
22. People who quit during competition are weak.	2.28	1.31	0.6	0.29	0.57		1.74
23. Competition inspires me to excel.	2.82	1.34	0.67	0.44			
(R)24. I do not try to win arguments with members of my family.	2.69	1.3	0	-0.11			
(R)25. I believe that you can be a nice guy and still win or be successful in competition.	3.66	1.2					
(R)26. I do not find it difficult to be fully satisfied with my performance in a competitive	3.3	1.06	-0.18	-0.39			
27. I enjoy competition because it gives me a chance to discover my abilities	3.59	1.25	0.34	0.74		0.69	2.88
(R)28. Competition does not increase my awareness and understanding of myself and others	2.69	1.28					
29. Competition can lead to the formation of friendship with others	3.48	1.13	0.11	0.51		0.44	3.08
(R)30. Competition is not a means of motivating me to bring out the best in myself	2.21	1.27	12	0.34			
31. I enjoy competition because it tends to bring out the best in me rather than as a means of feeling better than others	3.53	1.35	0.06	0.63		0.57	2.61
(R)32. I do not find competition to be a very valuable means of learning about myself and others	2.58	1.28					
33. I like competition because it teaches me a lot about the self	3.2	1.26	0.28	0.71		0.69	2.52
34. I value competition because it helps me to be the best that I can be	3.25	1.26	0.38	0.76		0.76	2.57
35. I find competition enjoyable because it lets me express my own potentials and abilities during competition	3.43	1.28	0.35	0.79		0.79	2.67
(R)36. Competition does not help me develop my abilities more	2.3	1.17					
37. Without the challenge of competition I might never discover that I had certain potentials or abilities	2.8	1.32	0.42	0.62			
38. I enjoy competition because it brings me and my competitors closer together as human beings	2.76	1.24	0.14	0.58		0.51	2.22
39. I enjoy competition because it helps me to develop my own potentials more fully than if I engaged in these activities alone	3.22	1.28	0.35	0.72		0.7	2.51
40. I enjoy competition because it brings me to a higher level of motivation to bring the best out of myself rather than as a means of doing better than others	3.45	1.26	0.13	0.7		0.63	2.74
41. Through competition I feel that I am contributing to the well-being of others	2.28	1.15	0.19	0.44		0.4	1.97

Příloha B: Původní verze dotazníku Big Five

BFI-10

-
- | | |
|--|---|
| 1. ...je zdrženlivý. | 6. ...je společenský, družný. |
| 2. ...je obvykle důvěřivý. | 7. ...má sklon hledat na druhých chyby. |
| 3. ...má sklony k lenosti. | 8. ...dělá svou práci důkladně. |
| 4. ...je uvolněný, dobře zvládá stres. | 9. ...snadno znervózní. |
| 5. ... se o umění příliš nezajímá. | 10. ...má živou představivost. |
-

Instrukce k administraci a škála zůstává stejná jako u BFI-44. Položky označené R jsou naformulovány tak, aby vyjadřovaly opačný pól dimenze pětifaktorového modelu. Tyto položky je nezbytné před zahájením analýz prepólovat.

Extraverze: 1R,6. Přívětivost: 2, 7R. Svědomitost: 3R,8. Neuroticismus: 4R, 9. Otevřenost:

5R,10. Znění třetí položky pro měření přívětivosti ...je ohleduplný a vlídný téměř ke každému.

Abstrakt

Dvořáková, V. (2023). *Soutěživost v různých úrovních sportu na příkladu házené* [Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni].

Klíčová slova: soutěživost, Big Five Inventory, dotazník soutěživost, charakteriky osobnosti, HCA, PDCA

Předložená bakalářská práce se zaměřuje na téma soutěživosti a její vztah s osobnostními charakteristikami. V teoretické části je popsán termín soutěživosti. Dále také jak se soutěživost projevuje na pracovišti nebo u podnikatelů. Součástí je také představení obou dotazníků použitých při výzkumném šetření v této práci. Jedná se o dotazník soutěživosti a inventář Big Five zkoumající charakteristiky osobnosti. Praktická sekce je věnována dotazníkovému šetření a vyhodnocení sesbíraných dat. Respondenti byli tvořeni hráčkami házené ze všech tří českých lig a jako komparativní vzorek posloužili studenti Fakulty ekonomické Západočeské univerzity v Plzni. V závěru je uvedeno shrnutí dosažených cílů práce.

Abstract

Dvořáková, V. (2023). *Competitiveness in different levels of sport: A Handball evidence* [Bachelor Thesis, University of West Bohemia].

Key words: Competitiveness, Big Five Inventory, questionnaire competitiveness, personality characteristics, HCA, PDCA

The presented bachelor thesis focuses on the topic of competitiveness and its relationship with personality characteristics. In the theoretical part the term of competitiveness is described. Furthermore, also how competitiveness demonstrate itself in the workplace or in entrepreneurs. It also includes an introduction of the two questionnaires used in the research part in this thesis. These are the competitiveness questionnaire and the Big Five inventory examining personality characteristics. The practical section is devoted to the questionnaire survey and the evaluation of the collected data. The respondents consisted of female handball players from all three Czech leagues and the students of the Faculty of Economics at the University of West Bohemia in Pilsen used as a comparative sample. In conclusion is presented a summary of the achieved objectives of the study.