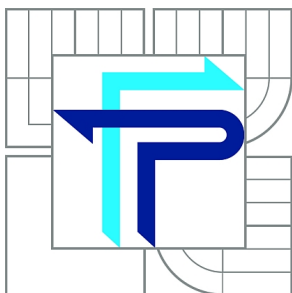




VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV MANAGEMENTU

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF MANAGEMENT

ORGANIZACE VOLEJBALOVÉHO TURNAJE

ORGANISATION OF VOLLEYBALL TOURNAMENT

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

TOMÁŠ LANČ

VEDOUcí PRÁCE

SUPERVISOR

Mgr. VÁCLAV KUNDERA

BRNO 2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Lanč Tomáš

Management v tělesné kultuře (6208R168)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

Organizace volejbalového turnaje

v anglickém jazyce:

Organisatoin of Volleyball Tournament

Pokyny pro vypracování:

Úvod

Cíle práce, metody a postupy zpracování

Teoretická východiska práce

Analýza současného stavu

Vlastní návrhy řešení

Závěr

Seznam použité literatury

Přílohy

Seznam odborné literatury:

DURDOVÁ, I. Sportovní management. 1. vyd. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2002. 121 s. ISBN 8024801302

ČÁSLAVOVÁ, E. Management a marketing sportu. 1. vyd. Praha: Olympia, 2009. 225 s. ISBN 9788073761509

HROBZA, V., REKTOŘÍK, J. a kol. Základy ekonomie sportu. 1.vyd. Praha: Ekopress, s.r.o., 2006. 192 s. ISBN 80-86929-04-3

DANĚHELOVÁ, Š. Sportovní marketing. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií, 2005. 72 s. ISBN 8021039019

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Václav Kundera

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2013/2014.

L.S.

prof. Ing. Vojtěch Koráb, Dr., MBA
Ředitel ústavu

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
Děkan fakulty

V Brně, dne 06.06.2014

ABSTRAKT

Cílem bakalářské práce je na základě analýzy volejbalového turnaje smíšených družstev navrhnout vhodná řešení pro optimální řízení turnaje a dále zlepšení jeho finančního zabezpečení a navrhnutí doporučení, které povedou ke zvýšení zisku. Práce je rozdělena do tří částí. První část se za pomoci literárních zdrojů zabývá organizací sportovních akcí a finančním zajištěním akce. V druhé části je zahrnuta analýza volejbalového turnaje smíšených družstev. Poslední kapitola obsahuje návrh změn v řízení turnaje a efektivnější využití finančních zdrojů.

ABSTRACT

The purpose of this thesis is to propose suitable solutions for the tournament management based on analysis of mixed team volleyball tournament, to improve its financial security and to suggest recommendations leading to further increases of profits. The thesis is separated into three sections. First addresses the organization of sporting events, with the help of literary sources, and the funding of events. The second section includes the analysis of the mixed team volleyball tournament. The last section contains the recommendations for changes in the management of the tournament and for its more effective use of financial resources.

Klíčová slova

Volejbal, turnaj, organizování, smíšená družstva, sportovní management, SWOT analýza.

Keywords

Volleyball, tournament, organisation, volleyball mixed team sports management, SWOT analysis.

Bibliografická citace mé práce

LANČ, T. *Organizace volejbalového turnaje*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2014. 53 s. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Václav Kundera.

.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 6. června 2014

.....

Tomáš Lanč

Poděkování

Rád bych tímto poděkoval vedoucímu bakalářské práce Mgr. Václavu Kunderovi za odborné vedení, konzultace a čas, který věnoval mé bakalářské práci. Dále bych tímto rád poděkoval hlavnímu organizátorovi Ing. Radimovi Škvárovi za možnost nahlédnout do zákulisí organizace volejbalového turnaje a za poskytnutí všech podkladů pro zpracování analýzy.

Obsah

ÚVOD.....	11
Cíle a metodika práce	12
1 TEORIE	13
1.1 Dlouhodobá příprava sportovní akce	13
1.1.1 Stanovení záměru.....	13
1.1.2 Zabezpečení a pronájem sportovišť	14
1.1.3 Personální zajištění turnaje	14
1.1.4 Bezpečnost a ochrana.....	15
1.1.5 Zdravotní zabezpečení	15
1.1.6 Vytvoření propozic	16
1.2 Krátkodobá příprava sportovní akce	17
1.2.1 Systém hry, organizace turnaje	17
1.2.2 Časový harmonogram	18
1.2.3 Význam úvodního ceremoniálu	18
1.2.4 Dodržování pravidel	19
1.2.5 Řešení protestů.....	19
1.2.6 Závěrečný ceremoniál, ceny	20
1.3 Marketing	20
1.3.1 Specifika sportovního marketingu	21
1.3.2 Propagace.....	22
1.3.2.1 Nástroje propagace	23
1.3.3 Reklama	24
1.3.4 Sponzoring ve sportu	25
1.3.4.1 Sponzorování vs. dar	25

1.3.5	Mediální partner.....	26
1.3.6	SWOT analýza.....	26
1.4	Finanční analýza.....	29
1.4.1	Rizika, bod zlomu	29
2	ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU	30
2.1	Určení klasifikace turnaje, analýza záměru	30
2.2	Historie.....	30
2.3	Organizace.....	31
2.3.1	Přípravné období.....	31
2.3.1.1	Zabezpečení sportovišť.....	31
2.3.1.2	Personální zajištění turnaje.....	32
2.3.1.3	Řešení případných protestů	32
2.3.1.4	Systém hry, organizace turnaje.....	32
2.3.1.5	Bezpečnost a ochrana.	36
2.3.2	Prováděcí období	36
2.3.2.1	Příprava prostor, kontrola sportovišť.....	36
2.3.2.2	Registrace	36
2.3.2.3	Zahájení turnaje, rozlosování	37
2.3.2.4	Organizace utkání	37
2.3.2.5	Ukončení turnaje, vyhlášení výsledků.....	37
2.3.3	Vyhodnocovací období.....	37
2.3.3.1	Předání prostor majiteli, kontrola sportovišť.....	37
2.3.3.2	Finanční stránka, závěrečné vyúčtování.....	38
2.3.3.3	Úkoly pro příští ročník	41
2.4	SWOT analýza	41
3	VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ	42

3.1	Analýza chyb v organizaci návrh opatření.....	42
3.1.1	Potvrzení účasti.....	42
3.1.2	Rozsah turnaje.....	42
3.2	Změna portfolia sponzorů	43
3.3	Nastavení cílových skupin	43
3.4	Opatření ke zvýšení atraktivity – reklamní akce.....	44
3.5	Stanovení očekávaného ekonomického přínosu	45
3.6	Omezení rizik	45
4	ZÁVĚR.....	47
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	48
	SEZNAM TABULEK	50
	SEZNAM GRAFŮ	51
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	52
	SEZNAM PŘÍLOH.....	53

ÚVOD

Práce se zabývá problematikou organizace amatérského volejbalového turnaje smíšených týmů. V práci budeme analyzován amatérský volejbalový turnaj, který nese název „*Vánoční losovaný turnaj*“. Turnaj se koná v Přerově a má vybudovanou již pětiletou tradici. Turnaje se každoročně zúčastňuje stále více hráčů. Posledního ročníku se zúčastnilo 144 hráčů a hráček, všech věkových kategorií a sportovní výkonosti. Zvláštností této akce je, že se do turnaje nepřihlašují celé týmy, ale pouze jednotliví hráči. Teprve po registraci všech účastníků jsou hráči pomocí losování rozděleni do týmů. V každém takovém týmu musí být minimálně dvě ženy, zbytek týmu bývá zpravidla obsazen muži.

Výnosy z tohoto turnaje finančně podpoří přerovský volejbalový tým juniorů. V současné době jsou výnosy z turnaje na nízké úrovni, organizátor by proto chtěl z turnaje získat více finančních prostředků na podporu přerovského mládežnického volejbalu.

V práci proto budeme tento turnaj analyzovat a na základě této analýzy budou vytvořeny návrhy, jak navýšit zisk z turnaje, optimalizovat jeho průběh a omezit rizika.

Cíle a metodika práce

Cílem bakalářské práce je na základě analýzy volejbalového turnaje pro smíšená družstva navrhnout řešení pro optimalizaci řízení turnaje, zlepšení jeho finančního zabezpečení a především zpracovat doporučení vedoucí ke zvýšení zisku.

Práce bude rozdělena na tři základní části. První část se zabývá studiem dostupné literatury související s organizací sportovních akcí, především s ohledem na finanční zajištění akce. Druhá část se bude zabývat analýzou konkrétní sportovní akce. Pro účely této práce byl vybrán amatérský volejbalový turnaj smíšených družstev, který nese název „Vánoční losovaný turnaj“. V poslední části práce bude vytvořen návrh na změny v řízení turnaje a efektivnější využití finančních zdrojů.

1 TEORIE

1.1 Dlouhodobá příprava sportovní akce

Organizace sportovní akce je časově velice. Některé úkony je potřeba udělat s velkým časovým předstihem jako je například zajištění sportoviště, vytvoření organizačního týmu a podobně. Tato kapitola se bude zabývat právě těmito činnostmi.

1.1.1 Stanovení záměru

Při plánování jakéhokoliv projektu je důležité jako první věc vytvořit záměr akce. V rámci záměru, je potřeba, aby organizátor vytvořil kostru plánované akce. Tato kostra by měla obsahovat základní informace, které budou akci charakterizovat. Mezi hlavní body při vytváření záměru jsou:

1) Kdy?

- Stanovení termínu konání akce. Zde by měl být kladen důraz na vhodnost termínu (např. před začátkem sezony, o státních svátcích), aby byl zajištěn předpoklad velké účasti.

2) Kde?

- Určení místa konání. Výběr místa konání je ovlivňován několika faktory např. velikostí akce, dostupnost, atraktivita sportoviště, cena, atd.

3) Za kolik?

- Určuje finanční náročnost akce. Promyšlení možnosti financování akce a celkový rozpočet.

4) Pro koho?

- Zde je potřeba zamyslet se, pro koho bude akce určena. Zda pro profesionály nebo širokou veřejnost. Jakou plánujeme diváckou návštěvnost.

5) S kým?

- Vytvoření základní organizační struktury. Výběr dodavatelů, rozhodčích, atd. (Palestra-Dobrovolník, 2012).

1.1.2 Zabezpečení a pronájem sportovišť

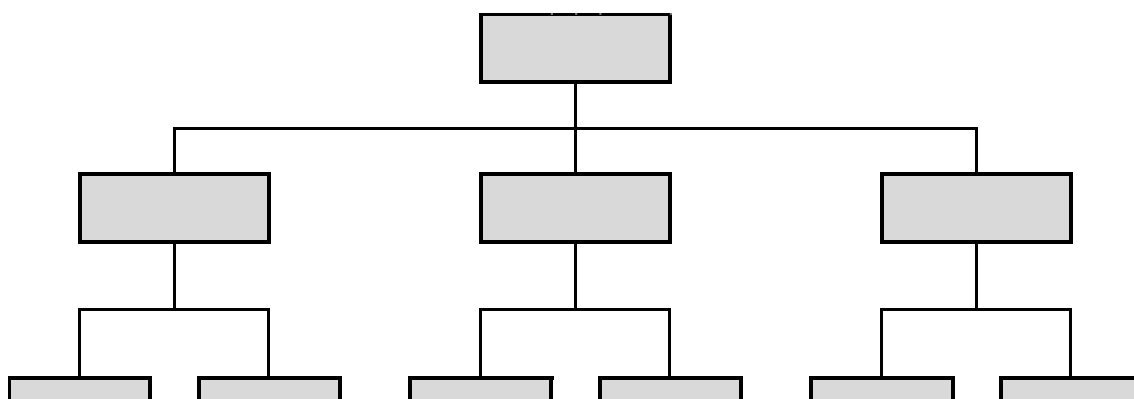
Sportoviště musí být zajištěno s dostatečným časovým předstihem. Tento předstih se může lišit dle velikosti akce a především vytiženosti sportoviště. Při výběru sportoviště je nutné provést jeho důkladnou kontrolu (např. kontrola vybavení sportoviště, vhodnost pro danou akci, možné hrozby apod.) (Palestra-Dobrovolník, 2012).

1.1.3 Personální zajištění turnaje

Při organizaci jakékoliv sportovní akce je důležité sestavit organizační tým. Durdrová (2002) uvádí, že organizační tým by měl mít jasné danou organizační strukturu. Každý manažer je schopen řídit pouze omezený počet lidí, proto jsou vytvářeny organizační struktury. Příklad organizační struktury je na obrázku 1.

V rámci organizačního týmu musí být určeno, kdo a jaké úkoly má plnit a kdo je zodpovědný za výsledky. Dále je důležité, aby bylo zajištěno dobré sdílení informací mezi organizátory, pravidelnými schůzemi organizačního týmu (např. týdenní, měsíční, atd.). Každý člen organizačního týmu disponuje s určitým počtem spolupracovníků, nebo podřízených, tak aby byl jeho úkol zdárně dokončen. Cílem organizační struktury je vytvořit prostředí pro efektivní spolupráci organizátorů.

Obrázek 1 - Schéma organizační struktury (Durdová, 2002)



1.1.4 Bezpečnost a ochrana

Obecně platí, že pracovní prostředí a výkon pracovních činností je vždy rizikovější, než prostředí občanské. To se týká všech pracovišť, tedy i sportovních zařízení a prostředí, ve kterém se konají sportovní akce. Existují pravidla a opatření, která chrání před negativními důsledky činností v pracovním prostředí. Jejich souboru se říká bezpečnost a ochrana zdraví při práci, zkráceně BOZP.

Povinností majitelů sportovních klubů nebo provozovatele sportovních zařízení, práva a povinnosti zaměstnanců (a také práva odborových orgánů – s těmi se ve sportovních organizacích však tolik nepotkáváme) v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (BOZP) stanoví Zákoník práce, část pátá Bezpečnost a ochrana zdraví při práci §§ 101-108.

Obecně lze uvést, že za bezpečnost na veškerých sportovních klání odpovídá organizátor akce, který se ve věci řídí obecně závaznými právními předpisy, sportovními a technickými pravidly pro jednotlivá sportovní odvětví a doporučeními orgánů státní správy. Všichni účastníci musí být seznámeni s BOZP. (Palestra-Dobrovolník, 2012).

1.1.5 Zdravotní zabezpečení

Při organizaci sportovní akce je důležité dbát na zdravotní zabezpečení účastníků. Rozsah zdravotní služby závisí na několika faktorech, např. velikost akce, rizikovost atd. Rozsah zdravotní služby můžeme určit podle pomocné tabulky (viz tabulka 1), kde

podle součtu bodů zjistíme rozsah zdravotnického personálu. Rizikovost sporů je rozdělena do tří kategorií (Česká obec sokolská, 2007).

Tabulka 1 - Pomocná tabulka pro určení rozsahu zdravotní služby (Česká obec sokolská, 2007)

Hledisko	Důležitost		
	Velká (3 b)	střední (2 b)	malá (1 b)
1. Rizikovost	I	II	III
2. Dostupnost RZP	nad 20 min 10– 20 min	10-20 min	do 10 min
3. Významnost akce	velká (Celostátní)	střední (krajská)	malá (okresní a místní)
4. Počet účastníků	> 500	100 – 500	< 100
5. Věk účastníků	nad 40 let	19-40 let	do 18 let
6. Počet diváků	> 5000	1000-5000	< 1000
Hodnocení:			
do 8 bodů	Zpravidla neuvažujeme s profesionálním zdravotnickým zabezpečením		
9-12 bodů	zdravotní sestra a dopravní prostředek k odvozu u sportoviště		
nad 13 bodů	lékař a sanitní vozidlo		

1.1.6 Vytvoření propozic

Všechny důležité informace o akci by měly být uvedeny v propozicích. Tomajko (2013) rozděluje propozice na dvě části:

- Všeobecná ustanovení: Zde jsou uvedené základní informace o sportovní akci, jako jsou například pořadatel, datum konání akce, místo pořádání akce, atd.
- Technická ustanovení: Tato část obsahuje podrobnější informace o průběhu akce, které tvoří například kategorie účastníků, herní systém, ceny atd.

Návrh propozic je uveden v příloze č. 1.

1.2 Krátkodobá příprava sportovní akce

Je velmi těžké naplánovat veškeré detaily akce jako je např. sestavení herního systému s velkým časovým předstihem. Zvláště u amatérských akcí se některé důležité informace, jako je celkový počet účastníků dozvídá několik dní před začátkem akce. V této kapitole budou popsány činnosti, které by měl organizátor udělat ještě před začátkem akce.

1.2.1 Systém hry, organizace turnaje

Herní systémy jsou nejvíce ovlivněny počtem účastníků a dobou trvání sportovní akce. Tomajko (2013) rozděluje herní systém na tři typy a to stejnoměrné, vyřazovací a kombinaci těchto dvou.

1) Stejnoměrné

Neboli „každý s každým“ jedná se o systém, v němž hraje každý tým postupně se všemi soupeři. V kratších turnajích se tento systém hraje jednokolově, což znamená, že soupeři proti sobě hrají pouze jedno utkání. Při dlouhodobých turnajích jako jsou mistrovské soutěže (např. extraliga mužů ve volejbale) se obvykle soupeři vzájemně utkají dvakrát až čtyřikrát.

Tento systém je velice časově náročný, proto se využívá v krátkodobých a střednědobých soutěžích, maximálně do počtu 6-8 účastníků. Pro dlouhodobé soutěže se dá počítat přibližně s 18 - ti až 20 - ti účastníky.

2) Vyřazovací

Někdy se také nazývá K.O. systém se využívá především při vysokém počtu účastníků. Při tomto systému jsou účastníci rozlosováni do dvojic. Do dalšího kola postupuje vždy vítězný tým a poražený tým je ze soutěže vyřazen. Díky tomuto systému se s každým odehraným kolem počet účastníků sníží na polovinu a tím průběh sportovní akce značně urychlí. Máme-li například 24 účastníků soutěže, je celkový počet utkání pouze 23, zatímco při použití systémů každý se každým by bylo zapotřebí 276 utkání. Z toho důvodu, že každý zápas v takovéto soutěži rozhoduje o bytí či nebytí, je důležité

alespoň odhadnout sportovní výkonnost jednotlivých účastníků a rozdělit je tak, aby nedošlo k souboji dvou favoritů již v prvním kole.

3) Smíšená

Ve smíšené formě soutěže, jak již název napovídá, se spojuje princip vylučovací a stejnoměrné formy. Příkladem této formy může být například mistrovství světa ve fotbale. Tohoto mistrovství se v roce 2006 účastnilo 32 družstev, která byla rozdělena do osmi skupin po čtyřech. Tyto čtyřčlenné skupiny se hrály systémem každý s každým v jednom cyklu. Z těchto skupin postupovali první dva týmy, což je celkově 16 postupujících družstev. Těchto 16 soupeřů dále pokračovalo v mistrovství vylučovací formou. Poražení semifinalisté poté hráli utkání o třetí místo.

1.2.2 Časový harmonogram

Při organizaci sportovních akcí je nezbytné, sestavit si podrobný harmonogram akce. Díky tomuto časovému plánu organizátor předchází řadě krizových situací.

Kvůli tomu, že se volejbal hraje na body, nikoliv na čas, je nejobtížnější fáze při sestavování harmonogramu správně odhadnout trvání jednotlivých utkání. Podle časového harmonogramu je pak organizátor schopen správně vybrat herní systém, případně jej upravit tak, aby se stihl turnaj odehrát.

Harmonogram je rozdělen do několika bodů podle průběhu turnaje. V jednotlivých částech turnaje organizátor počítá, jak dlouho bude daná činnost trvat.

1.2.3 Význam úvodního ceremoniálu

Úvodní ceremoniál každé akce musí obsahovat několik základní bodů a informací, bez kterých se většina akcí neobejde.

Na velkých sportovních akcích se jedná o zahajovací řeč, kterou pronáší některá z významných osobností, ať již organizátor nebo představitel příslušné asociace. U vrcholných akcí, jako jsou Olympijské hry nebo mistrovství světa, jde o vrcholného představitele pořadajícího státu. U většiny akcí jde o uvítání jejich účastníků. Tato část zpravidla končí prohlášením o zahájení akce.

V případě menších sportovních akcí je úvodní ceremoniál spíše informativního charakteru. Organizátor při zahájení upřesnění pravidla, herní systém, a podá informace o dodržování BOZP. Doplnkem zahájení bývá prezentace sponzorů.

1.2.4 Dodržování pravidel

Všechny sporty má svým svazem stanovená pravidla daného sportu. Na všech sportovních akcích by se tato pravidla měla dodržovat. Organizátor však může určitá pravidla upravit. Nejčastěji se jedná o délku hrací doby. Tato úprava pravidel bývá velmi častá u krátkodobých turnajů, kde je potřeba odehrát vysoký počet utkání v relativně krátkém čase. Změna pravidel však musí být jasně uvedena v propozicích turnaje (Český volejbalový svaz, 2013).

1.2.5 Řešení protestů

V průběhu sportovní akce může dojít ke sporným rozhodnutím rozhodčích. Organizátor tedy musí stanovit, jak se budou případné protesty řešit. Při oficiálních akcí daného sportovního svazu jsou protesty řešeny tak, jak to uvádí metodiky jednotlivých sportů.

Pro názorný příklad jsme vybrali řešení protestu v rámci Českého volejbalového svazu (ČVS). Každý tým má nárok na podání protestu proti rozhodčímu. Protest nelze podat proti subjektivním chybám, jako je rozhodnutí o autu, přešlapu, nebo tečím. Naopak při technických prohřešcích rozhodčího jako je chybné znamení či signalizace přestupku, změna původního rozhodnutí, chyby v zápise, nebo chybné udělování trestných karet. Pokud dojde k situaci, která protest vyžaduje, je nutné, aby kapitán družstva ihned protestoval u rozhodčího a pokud nedojde k nápravě, oznámil rozhodčímu, že si vyhrazuje právo uvést tuto skutečnost do zápisu o utkání. Protesty následně řeší sportovně-technická komise.

Pro řešení protestů je v neoficiálních soutěžích před zahájením akce potřeba stanovit postup, jak budou protesty řešeny a kdo je autoritou, kterou budou všichni akceptovat. U těchto akcí spory většinou řeší vedení turnaje, nebo hlavní rozhodčí. Pro tyto účely se zpravidla určuje finanční záloha (kauce), která je v případě oprávněného protestu vratná. Organizátor akce by se v žádném případě neměl za principy Fair Play „schovávat“ a naopak jasnými pravidly tento princip podpořit. (Volejbal.cz, 2008).

1.2.6 Závěrečný ceremoniál, ceny

Závěrečný ceremoniál se koná po odehrání všech utkání a po stanovení umístění všech týmů. V průběhu závěrečného ceremoniálu tedy dochází k vyhlášení konečných výsledků sportovní akce a k předávání cen nejlepším týmům. Kromě nejlepších týmů mohou být vyhlášeni i nejlepší jednotlivci. U volejbalových turnajů je obvykle jedná o udělení individuální ceny za nejlepšího nahrávače, smečaře a blokaře a nejužitečnějšího hráče. Tito hráči jsou obvykle vybráni funkcionáři všech týmů.

1.3 Marketing

Marketing je proces, zaměřený na uspokojování potřeb zákazníka. V odborné literatuře se objevuje mnoho definic marketingu. Často se setkáváme s formální definicí americké marketingové asociace (AMA, 2012), která říká: *že „Marketing je funkcí organizace a souborem procesů k vytváření, sdělování a poskytování hodnoty k zákazníkům a k rozvíjení vztahů se zákazníky takovým způsobem, aby z nich měla prospěch firma a držitelé jejích akcií.“*

Kotler (2013) uvádí společenskou definici marketingu takto :

„Marketing je společenský proces, v němž jedinci a skupiny získávají to, co potřebují a chtějí, a během něhož vytváříme, nabízíme a volně směňujeme s jinými výrobky a službami, které mají hodnotu.“

Z českých autorů jsme vybrali definici Zamazalové (2010), která jej popisuje takto:

„Marketing lze definovat jako proces, v němž jednotlivci a skupiny získávají prostřednictvím tvorby a směny produktů a hodnot to, co požadují. Obsahem tohoto procesu je poznání, předvídání, stimulování a uspokojování potřeb zákazníka tak, aby byly současně dosaženy i cíle organizace.“

Marketing lze tedy chápat jako komplex činností, jejichž cílem je předvídat, zjišťovat, stimulovat a uspokojit potřeby zákazníka při současném dosažení dalších cílů subjektů, které jej uplatňují. Pro úspěšné podnikání je vyžadována nejen schopnost přizpůsobit se složitým a dosti proměnlivým podmínkám fungování trhu, ale i schopnost aktivně působit na dynamické vztahy mezi nabídkou a poptávkou. K dosažení těchto činností

jsou využívány marketingové nástroje (marketingový mix), principy a metody (Zamazalová, 2010)

1.3.1 Specifika sportovního marketingu

Sportovní marketing je jednou z oblastí klasického marketingu. Věnuje se propagaci sportovních týmů, sportovních událostí, ale také produktů a mnoha dalších věcí, týkajících se sportu jako takového.

V posledních deseti letech se v oblasti sportu zvyšuje význam a uplatňování marketingu. Jak pro marketingové agentury připravující nebo vyhodnocující sponzorské projekty pro firmy podporující sport tak pro organizace vyrábějící sportovní zboží (obuv, textilní výrobky), ale i sportovní organizace je charakteristická aplikace marketingu. (Čáslavová 2009)

Sportovní organizace se zabývají marketingem z důvodu přínosu finančních zdrojů pro provozování sportovních aktivit. Sportovní organizace, které jsou obchodními společnostmi v oblasti sportu, mají provozování komerční činnosti se sportovními produkty jako svoji základní aktivitu oproti neziskovým organizacím v oblasti sportu, u kterých je to činnost doplňková, v takových mezích, které jsou povoleny daňovými zákony České republiky. Díky této situaci se marketing v oblasti sportu začíná velmi uplatňovat (obchodní společnosti a neziskové organizace zjišťují, že zákazník může pozitivně působit na rozvoj jejich sportovní organizace nebo na obchodní organizace ve sportu). Marketing tělesné výchovy a sportu přináší určitá pozitiva a negativa, která jsou uvedena v tabulce 1 (Čáslavová, 2009).

Tabulka 2 - Co přináší marketing tělesné výchově a sportu (Čáslavová, 2009)

Pozitiva	Negativa
Ujasňuje, komu je určena nabídka sportovních produktů: členům, divákům, sponzorům, státu	Finance diktují, co má sport dělat
Diferencuje nabídku sportovních produktů na činnosti, které mohou přinášet finanční efekt a které nikoliv	Pozice financí nerespektuje sportovní odbornost
Promýšlí propagaci sportu	Marketing vede ke gigantománii sportu, smluvní vázanost na sponzory omezuje svobodnou volbu (např. ve výběru sportovního náradí a náčiní, v osobnostních právech sportovce)
Určuje proporcionalitu a prioritu dosažení cílů ekonomických, sportovních a sociálních	Dosažení určité úrovně sportovního výkonu může vést k používání zakázaných podpůrných prostředků
Získává doplňkové finanční zdroje, které umožňují rozvoj neziskových aktivit	Show (zaměřená například na reklamu)

1.3.2 Propagace

Propagace tvoří nadřazený pojem pro komerční komunikaci, komunikační mix. Cílem je na základě předávaných informací ovlivňovat motivační, poznávací a rozhodovací procesy lidí v určité cílové skupině (Komárková, Vysekalová, 2001).

Čáslavová (2009) uvádí, že propagační strategie se může v různých obdobích sportovní organizace lišit. Odvíjí se dle několika faktorů:

- Základních cílů, které klade management (např. dosáhnout určité výše obrátu, nebo zákazníků)
- Cílových skupin, na které má propagace působit (např. výkonnostní sportovci, široká veřejnost)
- Výběru použitých médií (např. televize, tisk, rádio apod.)
- Finančních prostředků vydaných na propagaci

1.3.2.1 Nástroje propagace

1) Reklama

Reklama je dle Americké marketingové asociace každá placená forma neosobní prezentace a nabídky idejí, zboží, služeb prostřednictvím identifikovatelného sponzora. Jedná se o určitou formu komunikace, která má komerční záměr, např. Reklama na sportovní vybavení či služby (výstroj, výživové doplňky, sportovní akce; (Komárková, Vysekalová, 2001).

2) Podpora prodeje

Je řídicí a marketingová technika, s její pomocí dochází k předávání informací o organizaci, její části, službách a výrobcích. Cílem je utvoření příznivého klimatu, získání sympatií a podpory veřejnosti i institucí, které mohou ovlivnit dosáhnuté marketingových záměrů (Vysekalová, Mikeš, 2010).

- Práce s veřejností.
- Přímý marketing.
- Sponzoring.
- Nová media.
- Sociální sítě.

3) Práce s veřejností

Jedná se o řídicí a marketingovou techniku, díky které se předávají informace o celé organizaci, případně o jejích výrobcích a službách. Cílem tohoto dlouhodobého úsilí je vytvářet a dále prohlubovat vzájemné sympatie mezi organizacemi a veřejností. Práce s veřejností můžeme rozdělovat podle typu:

- Mezifiremní komunikace
- Oborové
- Spotřebitelské/produktové
- Firemní (Vysekalová, Mikeš, 2010).

4) Přímý marketing

V případě přímého marketingu jde o cílené oslovování a komunikaci s přesně danou skupinou zákazníků za pomoci komunikačních médií. Výhodou přímého marketingu je možnost přímého zacílení a měřitelnost akce (Vysekalová, Mikeš, 2010).

5) Sociální sítě

Sociální sítě se díky svému rychlému rozvoji v posledních několika letech staly velkým fenoménem. Jejich potenciál na poli marketingu je obrovský. Zvláště při oslovování cílových skupin formou přímého marketingu, budování image firmy, nebo jako zdroj informací o spotřebiteli (Vysekalová, Mikeš, 2010).

1.3.3 Reklama

Reklama je propagace výrobku, obchodní značky nebo myšlenky, mající obvykle za cíl zvýšení prodeje. Dle zákona č. 40/199 o regulaci reklamy se reklamou rozumí oznámení, převedení či jiná prezentace šířené zejména komunikačními médii, které mají za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky, pokud není stanoveno jinak. Reklama je tedy určitá forma komunikace s obchodním záměrem. Cílem reklamy není přesvědčit spotřebitele o nákupu něčeho, co nechce, ale informovat o tom, že je k dispozici produkt nebo služba, která může uspokojit potřeby zákazníka. Reklama dnes tvoří nezbytnou a samozřejmou součást tržního hospodářství (Vysekalová, Mikeš, 2010).

Funkce reklamy:

- Informovat spotřebitele o nabídce zboží a služeb,
- Oslovovat stávající i potencionální zákazníky,
- Prodat nabízené zboží (Vysekalová, Mikeš, 2010).

1.3.4 Sponzoring ve sportu

Sponzoring ve sportu lze chápat jako specifický prostředek k zajištění dodatečných finančních zdrojů nejen pro sportovní, tělovýchovné a turistické akce, ale i jednotlivci mohou usilovat o získání finančních prostředků pro svou činnost. Cílem sportovního marketingu je využít atmosféru utkání či závodů a využít tak emoce diváků a fanoušků (Daňhelová, 2005).

1.3.4.1 Sponzorování vs. dar

Darování se označuje jako bezplatné nabytí majetku na základě právního úkonu nebo v souvislosti s právním úkonem. Dárce neočekává za dar protihodnotu a obdarovaný může, ale nemusí protihodnotu poskytnout. Předmětem darovací daně jsou nemovitosti a movitý majetek i jiný majetkový prospěch.

V dani z příjmu fyzických osob se uvádí, že poplatník daně může od základní daně odečíst hodnotu darů, poskytnutých obcím, krajům, organizačním složkám státu, právnickým osobám se sídlem na území ČR na financování vědy a vzdělávání, kultury, školství, na podporu a ochranu mládeže atd.

Dary je možné poskytovat jen právnickým osobám v oblasti tělesné výchovy a sportu. Takovýmto způsobem tedy nelze podporovat jednotlivého sportovce. Smluvní vztahy jsou potřeba řešit s příslušnou právnickou osobou, kterou je například sportovní klub, kde je sportovec členem, s odkazem na dispoziční právo s uvedeným darem.

Jako příjemce finančních prostředků může vystupovat tělovýchovná jednota nebo sportovní spolek, který je chce investovat. Je důležité vědět, zda je potřeba dar zdanit a dle jaké daně. Podle zákona o dani dědické a darovací by příjemce sponzorského daru, pokud pro daný dar neplatí daň z příjmu, měl podat přiznání k darovací dani i pokud je od darovací daně osvobozen.

Pokud se jedná o sponzorování, poskytuje příjemce sponzorského příspěvku danému sponzorovi reklamu po určitou dobu a další proti výkony související s oblastí komunikace a marketingu. Příjmy z reklamy jsou vyjádřeny na základě obchodního zákoníku a jsou označovány jako podnikatelské aktivity neziskových organizací. Dle novely zákona o dani z příjmu jsou příjmy reklamy předmětem daně u právnických

osob, které nejsou založeny za účelem podnikání. Toto se týká především občanských sdružení, která jsou tvořeny tělovýchovné jednoty a sportovní kluby. (Čáslavová, 2009).

1.3.5 Mediální partner

Mediální partnerství by se dalo definovat jako jednu z možných marketingových strategií organizace, pokud je cílem strategie mediální podpora a propagace akce. Dohoda o mediálním partnerství je výsledkem jednání dvou subjektů, kdy alespoň jeden z nich disponuje mediálním prostorem a je ochoten jej partnerovi poskytnout výměnou za smluvenou protihodnotu. Motivací pro spojení partnerů je vzájemná propagace nebo podpora. Z tohoto smluvního vztahu nevznikají žádnému z partnerů finanční závazky, což je stěžejní princip, ze kterého vycházejí hlavní specifika a výhody uzavírání mediálního partnerství a odlišují jej od inzerce.

Základem mediálního partnerství je barterová spolupráce s médii, barter, tedy výměnný obchod. Podle definice je barterový obchod v širším slova „smyslu takovým obchodem, kdy je zboží směňováno za zboží a ne prodáno za peníze a v oblasti reklamy je reklamní prostor nebo čas směňován za zboží inzerenta“ (Ivanovic, 2003).

1.3.6 SWOT analýza

SWOT analýza by měla být prvním rozhodujícím krokem přípravy plánu sportovní akce. Tato analýza se skládá z hodnocení čtyř aspektů podniku, a to silných (Strengths) a slabých (Weaknesses) stránek na jedné straně a (Opportunities) příležitostí a hrozeb (Threats) na straně druhé. Díky této analýze můžeme nahlédnout na vnitřní aspekty sportovní akce a současně na vnější proměnné, které mohou ovlivnit celkový úspěch.

Analýza silných a slabých stránek je důležitá pro posouzení interních zdrojů, které jsou nám k dispozici pro plánování akce. Příležitosti a hrozby nám naopak poskytují informace důležité pro odhad externí fakturu či situací, které mohou jak přímo tak nepřímo ovlivnit plán sportovní akce.

Je důležité, aby při vytváření SWOT analýzy byly zahrnuty všechny důležité detaily sportovní akce, jako jsou například: datum a místo konání akce, rozpočet, počet zaměstnanců a dobrovolných pracovníků, nebo počet účastníků akce a to jak aktivních

sportovců, tak i diváků. Na následujícím obrázku (Obrázek 2) je zobrazeno grafické znázornění SWOT analýzy. (Čáslavová, 2009).

Obrázek 2 - Grafické znázornění SWOT analýzy (Marketingová kancelář, 2009).



Silné stránky

Blíže je posuzujeme jako silné, průměrné nebo slabé

Příklad základních analyzovaných parametrů:

- Finanční plánování - rozpočetnictví, účetnictví, management
- Personální management -výběr členů, školení, dohled, motivace zaměstnanců a dobrovolníků
- Bezpečnost, ochrana, rizikový management - vstupy, sportoviště, diváci, hráči, zaměstnanci
- Pohostinnost - design pozvánek a jejich produkce, komfort a pohodlí, spolupráce logistiky, hostitelské aktivity
- Občerstvení a nápoje - jednání, kvantita, kvalita, ceny
- Obchodní oddělení a marketing - prosperita, prodej, služby
- Písemnosti - korespondence, propagační kopie, interní zápisy, bulletiny, obchodní publikované články, mediální využití, návaznosti
- Řídící schopnosti - přesvědčování, motivace, schopnost poslouchat, dovednost řešení problémů (Čáslavová 2009)

Slabé stránky

Blíže ro rozdělujeme na kritické, regulované a eliminované

Příklad základních analyzovaných parametrů:

- Nedostatek zkušeností zaměstnanců event. dobrovolníků
- Krátký, nedostatečný čas pro plánování
- Objevování problémů
- Nedostatky zařízení (Čáslavová 2009)

Příležitosti

Blíže je posuzujeme jako předpokládaná, zlepšená nebo žádající kontrolu.

Příklad základních analyzovaných parametrů:

- Budoucí sponzoři
- Jiné hlavní priority sportovní akce
- Turistické aktivity v oblasti sportovní akce
- Přátelská společnost v oblasti businessu
- Přátelské vládní organizace (Čáslavová 2009)

Hrozby

Blíže je posuzujeme jako vážné, dále kontrolované nebo žádající reference.

Příklad základních analyzovaných parametrů:

- Ekonomická recese
- Negativní účinek prostředí
- Násilí
- Kriminalita
- Neshody nebo stávky
- Počasí nebo jiné nekontrolovatelné vlivy (Čáslavová 2009)

1.4 Finanční analýza

Růžicková (2007) definuje finanční analýzu jako „*systematický rozbor získaných dat, které jsou obsaženy především v účetních výkazech. Finanční analýzy v sobě zahrnují hodnocení firemní minulosti, současnosti a předpovídání budoucích finančních podmínek*“.

Hlavním smyslem těchto analýz je příprava podkladů pro rozhodování o fungování podniku

1.4.1 Rizika, bod zlomu

Bod zvratu, zkráceně BEP (z anglického breake - event. point) udává přesně množství produkce, při kterém nevzniká ani ztráta ani zisk.

Dosahuje-li firma této produkce, pak se tržby rovnají nákladům. Pro zlehčení se vztahy mezi uvedenými veličinami zkoumají při výrobě stejného druhu výrobku.

Analýza bodu zvratu odpovídá na řadu otázek, které manažeři v každém podniku řeší:

- jaké je minimální množství výroby, které zabezpečí rentabilní výrobu
- jaké je minimální využití výrobní kapacity, při které není výroba ztrátová
- jaké jsou maximální výrobní náklady výrobku, aniž by byl ztrátový
- při jakém objemu výroby dosahuje podnik maximálního zisku (Podnikátor, 2012).

2 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU

V této části práce je analyzován současný stav turnaje, kterého jsem se v minulosti účastnil jako hráč i zároveň jako organizátor díky hlavnímu organizátorovi této sportovní akce. Na základě těchto informací mohu posoudit tento turnaj z obou pohledů.

2.1 Určení klasifikace turnaje, analýza záměru

Tento turnaj je určen pro amatérské hráčky a hráče s řízeným nasazením registrovaných, tedy poloprofesionálních a profesionálních hráček a hráčů. Jeho cílem je oslovit širokou hráčskou obec. Propojit mužský a ženský volejbal, zorganizovat turnaj napříč všech věkových kategorií.

Zpravidla se koná v termínu, blízkém významné události jako jsou vánoční svátky. Proto by se měl celým turnajem vinout pocit přátelské, pohodové, předvánoční atmosféry. Jednou z nejdůležitějších okolností pro dosažení tohoto cíle je položit důraz na bezproblémový průchod turnaje s dynamikou časového spádu a příjemným vyvrcholením.

Zároveň je nutno udržet vyrovnanou finanční stánku turnaje. Případný výnos kryje možná rizika, pokud není potřeba výnosu na krytí rizik, je využit na podporu přerovského volejbalového týmu juniorů. Z příspěvků sponzorů jsou nakoupeny pouze ceny, což atraktivitu turnaje zvyšuje. Některé náklady jsou kompenzovány dobrovolností a obětavostí organizátorů (například využití dobrovolníků).

Specifikou turnaje je „losování“. Na turnaj se hlásí hráčky a hráči z nejrůznějších kategorií a úrovní mateřských oddílů. Organizátor turnaje je roztrídí do skupin, ze kterých jsou týmy sestaveny na úvod turnaje.

2.2 Historie

V roce 2013 se jednalo o 4. ročník turnaje. Historicky je tedy první turnaj datován do roku 2009. První impulz vycházel od současného organizátora, jako reakce na nízkou úroveň volejbalu v Přerově.

Prvního ročníku se zúčastnilo celkem 40 hráčů a turnaj se konal v malé tělocvičně v komorní atmosféře známých a přátel. Postupně se počet hráčů a hráček zvyšoval tak, jako nároky na prostory a organizaci. Ke zlomu došlo v roce 2011, kdy už si organizace vyžaduje tým lidí, kteří se již nemohou turnaje účastnit jako hráči.

Zahajovací turnaj (0. Ročník)	2009.....	40 hráčů
1. ročník	2010.....	72 hráčů
2. ročník	2011.....	96 hráčů
3. ročník	2012.....	104 hráčů
4. ročník	2013.....	144 hráčů

Zdroj (2014 Archiv provozovatele)

2.3 Organizace

Organizace turnaje je rozdělena do několika etap. V úvodu tohoto bodu se pokusíme specifikovat cíle a rozsah jednotlivých etap, které si organizátor stanovil za prioritní. Dále bychom chtěli popsat specifika tohoto turnaje.

2.3.1 Přípravné období

V přípravném období organizátor stanovil tyto hlavní cíle:

- Zabezpečení sportovišť.
- Personální zajištění turnaje.
- Řešení případných protestů.
- Systém hry, organizace turnaje.
- Bezpečnost a ochrana.

2.3.1.1 Zabezpečení sportovišť

Pro zajištění sportovišť je potřeba projednat pronájem s majiteli objektů. Turnaj probíhal na dvou místech.

Tou první byla Městská sportovní hala v Přerově, na ulici Petřivalského. Tato sportovní hala je dostatečně velká pro rozestavění tří volejbalových kurtů současně. Z důvodů velké obsazenosti objektu zde byla nutná rezervace s půl ročním předstihem. Pronájem

sportovní haly je sjednán na základě nájemní smlouvy s provozovatelem sportovní haly, kterým je Teplo Přerov, a.s. Nájem této haly stojí 550,- Kč za hodinu.

Druhou hrací plochou je tělocvična Střední školy technické v Přerově, na ulici Kouřilková. Zde je možnost vytvoření dalšího hracího kurtu. Tato tělocvična je od sportovní haly vzdálená přibližně 50 m. Pronájem této tělocvičny činí 280,- Kč za hodinu.

2.3.1.2 Personální zajištění turnaje

V přípravném období musí být rozdělena odpovědnost za jednotlivé úseky. Musí být stanoveny úkoly a termíny, v nichž má být tato činnost prováděna.

Ředitelem turnaje:	Ing. Radim Škvára
Hlavní rozhodčí	Miroslav Raška
Občerstvení:	Kateřina Škvárová
Příprava sportovišť:	Vilém Raška

(Archiv organizátora, 2014)

2.3.1.3 Řešení případných protestů

V propozicích k turnaji organizátor uvádí, že v případě podání protestu je družstvo povinováno složit kauci ve výši 300,- Kč. Tyto protesty řeší individuálně ředitel soutěže. Pokud prohlásí protest za neoprávněný, propadá kauce ve prospěch pořadatele. Pokud by byl protest uznán, je kauce vrácená protestujícímu týmu. Ředitel soutěže zároveň určí, jakým způsobem bude odškodněno poškozené družstvo.

2.3.1.4 Systém hry, organizace turnaje.

1) Pravidla

Vzhledem k tomu, že se jedná o turnaj hráčů a hráček, aktivně hrajících soutěže, rozhodl se organizátor vycházet z všeobecně platných pravidel volejbalu, vydaných ČVS /*zdroj 2014 Pravidla volejbalu/* .

Pro zpřesnění byly stanoveny tyto podmínky:

- herní systém vychází ze vzájemných utkání, hraných na dva hrané sety do 20 bodů. Pro urychlení chodu turnaje je 20 bodů konečných.

- zápasy ve skupinách jsou hodnoceny tak, že za každý vyhraný set získává družstvo 1 bod.
- Ve vyřazovacích bojích se již hraje na 2 vítězné sety, v případě shody se hraje tie-break do 15-ti bodů.

2) Systém hry

Při tomto turnaji byl využitý kombinovaný systém. Losováním bylo vytvořeno 24 týmů. Tyto týmy byly rozděleny do čtyř skupin po šesti týmech. Při losovaném turnaji není možné odhadnout výkonnost daného týmu, proto byly skupiny vytvořeny náhodně.

Z těchto skupin postupovaly dva nejlepší týmy.

Těchto osm týmů dále pokračovalo vyřazovacím systémem. Do tohoto systému byly týmy, které skončily v předchozí skupině na prvních místech nasazeny a k nim byly přiřazeny týmy, které se umístily na druhém místě v jiné skupině. Tento systém je znázorněn v příloze (příloha 2).

Protože počet účastníku byl před zahájením turnaje pouze orientační, byly vytvořeny i náhradní varianty herního systému.

3) Výsledkové tabulky

V přípravném období bylo nutné připravit výsledkové tabulky, aby nevznikaly časové prostoje při samotném průběhu akce. Tabulky byly vytvořeny tak, aby byl zajištěn stálý přehled o výsledcích. Pro tento turnaj byly použity tabulky, které jsou umístěny v příloze. Tabulky byly vytvořeny zvlášť pro každou část turnaje, tedy pro základní skupiny (viz příloha 2) a pro vyřazovací boje (viz příloha 3).

4) Pořadí zápasů

Pořadí zápasů bylo také připraveno již v přípravném období, z obdobných důvodů jako tomu bylo s výsledkovými tabulkami. Tento rozpis zápasů byl vytvořen v závislosti na systému turnaje v několika verzích. Organizátor se držel zásad pro sestavování pořadí zápasů tak, jak je uvedeno v teoretické části, aby žádný tým nebyl znevýhodněn nebo naopak zvýhodněn neúměrným prodlením nebo vytížením.

5) Zápis z utkání

Zápis z utkání slouží ke sdělení výsledků na vedení turnaje, tak aby bylo možno vyplňovat výsledkové tabulky. Zároveň slouží ke zpětné kontrole. Pro tento typ turnaje

dostačoval jednoduchý zápis (viz příloha 4).

6) Harmonogram

Pro zajištění spádu turnaje musí organizátor turnaje stanovit časový harmonogram. U hry, jako je volejbal, kde není délka hry pevně stanovena, je velmi složité odhadnout průběh celého turnaje. Velmi často je nutná i úprava pravidel a to je potřeba uvést v propozicích, před zahájením turnaje. Pro stanovení harmonogramu vycházel organizátor z výpočtů jednotlivých částí turnaje (viz tabulka 4). Předpokládaná doba trvání jednotlivých částí akce pak byla zavedena do celkového časového harmonogramu (viz tabulka 3).

Tabulka 3 - Časový harmonogram akce (vlastní zpracování)

Program	od	do	Délka programu (cca)
začátek turnaje	7:30		
registrace	7:30	7:54	25 min
zahájení	8:18	8:24	5 min
losování	8:24	9:00	35 min
zápasy ve skupinách	9:00	17:06	8 h
finálová skupina	17:06	18:30	1,5 h
vyhodnocení	18:30	18:48	20 min
konec turnaje	18:48		

Tabulka 4 - Výpočet potřebného času na jednotlivé fáze turnaje (vlastní zpracování)

1. registrace hráčů				
počet hráčů		V	144	
doba registrace		V	0,5	min
počet zapisovatelů		V	3	
doba registrace	$144 \cdot 0,5 / 60 / 3$	=	0,40	hod
2. rozdělení do skupin				
počet hráčů		V	144	
doba rozdělení		V	0,15	min
doba registrace	$144 \cdot 0,15 / 60$	=	0,36	hod
3. zahájení turnaje				
počet příspěvků (ředitel turnaje, hlavní rozhodčí)		V	2	
doba příspěvku		V	3	min
doba zahájení	$2 \cdot 3 / 60$	=	0,10	hod
4. losování hráčů				
počet hráčů		V	144	
doba výběru		V	0,25	min
počet zapisovatelů		V	1	
doba losování	$144 \cdot 0,25 / 60 / 1$	=	0,60	hod
5. doba hry v zápase				
Průměrný set		V	12	min
Průměrný počet setů		V	2,2	min
Doba na rozcvičení		V	5	min
Doba na ukončení zápasu administrace		V	1	min
doba registrace	$(12 \cdot 2,2 + 5 + 5) / 60$	=	0,54	hod
6. doba hry ve skupinách				
Průměrný zápas		V	32,4	min
Počet zápasů		V	60	
Počet skupin		V	4	
Počet hřišť		V	4	
doba hry ve skupinách	$32 \cdot 60 / 4 / 60$	=	8,10	hod
7. doba hry ve vyřazovacích bojích				
Průměrný zápas		V	32,4	min
Počet zápasů		V	8	
Počet skupin		V	1	
Počet hřišť		V	3	
doba hry ve skupinách	$32 \cdot 8 \cdot 1 / 3 / 60$	=	1,44	hod
8. ukončení turnaje, vyhlášení výsledků, ocenění vítězů				
počet příspěvků (ředitel turnaje, hlavní rozhodčí)		V	2	
doba příspěvku		V	5	min
doba zahájení	$2 \cdot 5 / 60$	=	0,17	

2.3.1.5 Bezpečnost a ochrana.

Přesto, že se jedná malou pravděpodobnost vzniku krizové situace je nutno tuto oblast nepodcenit. Proto organizátor používá standardní bezpečnostní opatření provozovatelů sportovišť. Z bezpečnostního hlediska je nutné prověřit případný souběh akcí, na kterých může nebezpečí nejrůznějšího druhu vzniknout. Akutní je blízkost hokejové haly, odkud by se mohlo přenést nebezpečí výtržností. V takovémto případě by bylo nutné tomuto nebezpečí čelit pronájmem bezpečnostní agentury. Historicky k žádnému podobnému incidentu nedošlo.

V propozicích organizátor uvádí, že každý účastník se turnaje účastní na vlastní nebezpečí. Pro případ zranění během hry jsou však na sportovištích zajištěny prostředky první pomoci. V případě vážnějšího zranění bude využita standardní RZS Přerov.

2.3.2 Prováděcí období

V prováděcím období organizátor stanovil tyto hlavní cíle:

- Příprava prostor, kontrola sportovišť.
- Registrace.
- Zahájení turnaje, rozlosování.
- Organizace utkání.
- Ukončení turnaje, vyhlášení výsledků.

2.3.2.1 Příprava prostor, kontrola sportovišť.

Příprava prostor turnaje začala teprve v den turnaje. Příprava kurtů byla provedena za pomoci dobrovolníků pod dohledem Viléma Rašky, který byl za přípravu sportovišť zodpovědný.

2.3.2.2 Registrace

Registrace hráčů probíhala od 7:00. O registraci hráčů se staral osobně ředitel turnaje. Při registraci bylo zapláceno startovné 100,- Kč a nahlášena výkonnostní úroveň hráče, pro účely rozlosování do jednotlivých družstev.

2.3.2.3 Zahájení turnaje, rozlosování

Již během registrace byli hráči rozděleni do několika skupin podle výkonnostní úrovně. Po ukončení registrací byly vybrány kapitánky družstev, které následně losovali své spoluhráče a spoluhráčky dle výkonnostních kategorií aby byly týmy pokud možno vyrovnané.

2.3.2.4 Organizace utkání

Herní systém a pořadí byly připraveny již v přípravné fázi turnaje. Po registraci pořadatel pouze vybral jeden z připravených herních systémů, podle kterého byl následně turnaj odehrán.

Do předpřipravených tabulek se pouze doplnily názvy týmů.

2.3.2.5 Ukončení turnaje, vyhlášení výsledků

Turnaj byl ukončen v 19 hodin, vyhlášením výsledků turnaje ihned po skončení posledních utkání. Vyhlášována byla pouze první čtyři místa. Vyhlásování pouze čtyř nejlepších týmu je zde ze dvou důvodů. Prvním je, že herní systém použitý v tomto turnaji neurčuje přesně pořadí zbylých týmů, druhým důvodem je, že většina týmů, které vypadly v prvním kole turnaje, se již dále nezdržují v prostorách haly.

2.3.3 Vyhodnocovací období

Ve vyhodnocovacím období organizátor stanovil tyto hlavní cíle:

1. Vyhodnotit finanční stránku turnaje. Zjistit toky peněz a naplánovat jejich smysluplné využití v rámci další činnosti SK Přerov.
2. Analýzou současného stavu nastavit podmínky pro příští ročníky.

2.3.3.1 Předání prostor majiteli, kontrola sportovišť.

Předání sportovišť proběhlo během následujícího dne. Při předání bylo nutno celý prostor uklidit. Pro další ročníky je nutno zajistit pro úklid a likvidaci občerstvení více osob. Jiné problémy s předáním sportovišť nebyly.

2.3.3.2 Finanční stránka, závěrečné vyúčtování

Závěrečné finanční zhodnocení dopadlo lépe, než jsme očekávali. V následujících tabulkách jsou zaznamenány jednotlivé položky příjmů z akce (tabulka 5) a vyčíslení nákladů (tabulka 6). V závěru je porovnán předpokládaný a skutečný zisk (tabulka 7), který je následně graficky zpracován v grafu (graf 1).

Tabulka 5 - Celkové příjmy z akce (archiv organizátora, 2013)

				Předpokládané	Skutečné
Příjmy celkem				42 050,00 Kč	49 821,20 Kč
Startovné					
Předpokládané	Skutečné			Předpokládané	Skutečné
144	144	Dospělí	100,00 Kč	14 400,00 Kč	14 400,00 Kč
				0,00 Kč	0,00 Kč
				0,00 Kč	0,00 Kč
				14 400,00 Kč	14 400,00 Kč
Občerstvení					
Předpokládané	Skutečné			Předpokládané	Skutečné
130%	128%	Jídlo	8 000,00 Kč	10 400,00 Kč	13 075,20 Kč
130%	136%	Nápoje	9 000,00 Kč	11 700,00 Kč	16 796,00 Kč
				0,00 Kč	0,00 Kč
				22 100,00 Kč	29 871,20 Kč
Sponzoring					
Předpokládané	Skutečné			Předpokládané	Skutečné
100%	100%	Zubr občerstvení	1 350,00 Kč	1 350,00 Kč	1 350,00 Kč
100%	100%	Zubr ceny	1 200,00 Kč	1 200,00 Kč	1 200,00 Kč
100%	100%	Město grand	3 000,00 Kč	3 000,00 Kč	3 000,00 Kč
				5 550,00 Kč	5 550,00 Kč

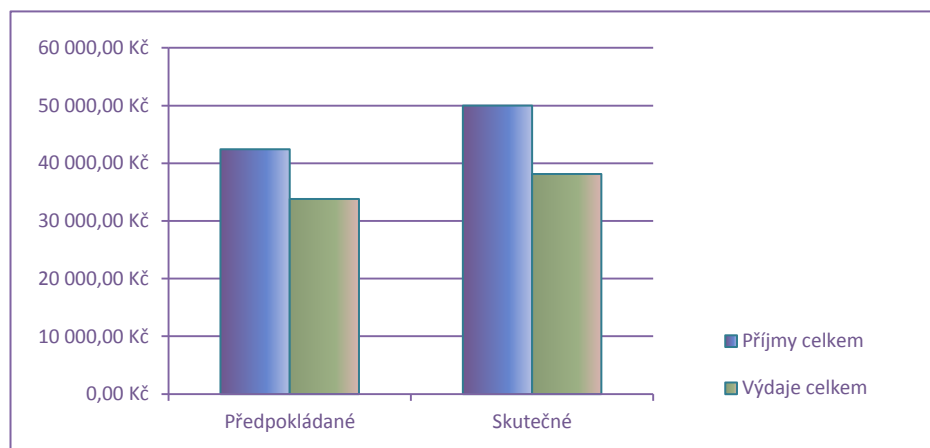
Tabulka 6 - Celkové náklady akce (archiv organizátora, 2013)

	Předpokládané	Skutečné
Výdaje celkem	33 830,00 Kč	38 159,00 Kč
Místo	Předpokládané	Skutečné
Poplatky za pronájem prostor velká hala	4 400,00 Kč	4 500,00 Kč
Poplatky za pronájem prostor velká hala	2 240,00 Kč	2 240,00 Kč
Personál v místě konání rozhodčí	2 560,00 Kč	2 500,00 Kč
Celkem	9 200,00 Kč	9 240,00 Kč
Ostatní k pronájmu	Předpokládané	Skutečné
Aparatura	300,00 Kč	300,00 Kč
Poplatky hudba autorské	250,00 Kč	250,00 Kč
Celkem	550,00 Kč	550,00 Kč
Propagace	Předpokládané	Skutečné
Grafické práce	1 500,00 Kč	1 350,00 Kč
Fotokopie, tisk	500,00 Kč	650,00 Kč
Poštovné	300,00 Kč	189,00 Kč
Celkem	2 300,00 Kč	2 189,00 Kč
Různé	Předpokládané	Skutečné
Telefon	200,00 Kč	200,00 Kč
Doprava	600,00 Kč	750,00 Kč
Kancelářské potřeby	300,00 Kč	189,00 Kč
Faxové služby		
Celkem	1 100,00 Kč	1 139,00 Kč
Občerstvení	Předpokládané	Skutečné
Jídlo	8 000,00 Kč	10 215,00 Kč
Nápoje	9 000,00 Kč	12 350,00 Kč
Ubrusy a prostírání		
Personál a odměny	1 280,00 Kč	
Celkem	18 280,00 Kč	22 565,00 Kč
Ceny	Předpokládané	Skutečné
Stuhy, plakety, poháry	1 050,00 Kč	1 050,00 Kč
Dary	1 350,00 Kč	1 426,00 Kč
Celkem	2 400,00 Kč	2 476,00 Kč

Tabulka 7 - porovnání předpokládaných a skutečných příjmů a nákladů (*archiv organizátora, 2013*)

	Předpokládané	Skutečné
Příjmy celkem	42 450,00 Kč	49 821,20 Kč
Výdaje celkem	33 830,00 Kč	38 159,00 Kč
Zisk (nebo ztráta) celkem	8 620,00 Kč	11 662,20 Kč

Graf 1 - Grafické znázornění tabulky 5 (*archiv organizátora, 2013*)



2.3.3.3 Úkoly pro příští ročník

Za hlavní východisko pro další období byla stanovena toto opatření:

- Posoudit veškeré aspekty s případné změny s ohledem na původní smysl turnaje v žádném případě neohrozit atmosféru turnaje a tím i jeho oblíbenost a popularitu.
- Připravit změnu losovacího systému s možností vytvořit kategorii „junior“.
- Provéřit rezervy v přípravě občerstvení jako hlavního zdroje příjmu.
- Dbát na správnou komunikaci se společností Teplo a.s. a zastupiteli Města Přerov. Připravit prezentaci a získat podporu v podobě finančního příspěvku z rozpočtu města.

2.4 SWOT analýza

Na základě konzulce s organizátorem byla vytvořena tato SWOT analýza. Ve které jsme se pokusili určit silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby turnaje.

Silné stránky:

- Pětiletá tradice.
- „Domácí“ prostředí.
- Nízké náklady pro účastníky.
- Občerstvení

Slabé stránky:

- Omezená kapacita turnaje.
- Úzký organizační tým.

Příležitosti:

- Další sportoviště pro případné rozšíření kapacity.
- Získání nových partnerů.
- Organizace dalšího turnaje.
- Podpora ze strany města.

Hrozby:

- Nenaplnění kapacity turnaje.

3 VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ

Domníváme se, že hlavní organizátor této sportovní akce velmi dobře vystihl podstatu záměru. Je patrné, že v mnohých ohledech intuitivně, přesto velmi odhadl podstatné parametry turnaje. Musíme konstatovat, že díky jeho zkušenosti s organizací těchto akcí, je současný stav organizace turnaje na velmi dobré úrovni.

3.1 Analýza chyb v organizaci návrh opatření

3.1.1 Potvrzení účasti

V první části bychom se chtěli zamyslet nad počty účastníků turnaje a potvrzení jejich účasti. V plánování turnaje je velmi důležité odhadnout, kolik účastníků na turnaj přijede. U losovaného smíšeného turnaje je tato situace komplikovaná potvrzením jednotlivců a vyrovnaností skupin hráčů, do kterých jsou jednotlivci nominováni. V některých ročnících se organizátor dostal do komplikované situace tím, že se přihlásilo více hráček než hráčů a potom musel do některých družstev nominovat místo muže ženu, což je velký výkonnostní rozdíl.

Návrh řešení: Problém by se dal eliminovat výběrem startovního dopředu. Potvrzení své účasti platbou předem je osvědčená metoda a je používána na mnohých akcích. Umožňuje to zpřehlednit seriózní zájem o akci. Dále připravit rozdělení do losovacích skupin a částečně omezit protesty. V neposlední řadě nemusí organizátor pracovat s hotovostí přímo na sportovišti. Nepoměr hráčů a hráček zde bohužel řešit nelze v plné míře, z části by tento problém měla řešit nově přidaná kategorie juniorů.

3.1.2 Rozsah turnaje

Se vzrůstajícím zájmem o turnaj bude organizátor čelit rozhodnutí, jak tuto situaci řešit. Nabízí se udělat turnaj na více hřištích. Bohužel tato sportoviště již nejsou v bezprostřední blízkosti haly. Je možné protáhnout herní dobu a organizovat turnaj jako dvoudenní. Obě opatření mají několik negativ. V případě více sportovišť se část zúčastněných musí přesunout jinam a nejsou s ostatními v kontaktu. V případě

dvoudenního turnaje vzniknou nároky na ubytování, které není možno dosáhnout přímo v areálu sportovišť. Tato opatření by vedla ke změně podstaty a vnitřního náboje turnaje, kde většina účastníků očekává od této akce příjemné setkání přátel. Na tuto společenskou stránku turnaje by organizátor neměl zapomenout.

Návrh řešení: Standardním řešením je omezit přihlášení limitem. Přesáhne-li počet přihlášených tento limit, bude zastaven a přihlášky odmítány. Řešením je i zvýšení startovného což přispěje k možnosti větší investice do cen a tím i zvýšení atraktivnosti turnaje, nebo se zvýšení projeví v zisku z akce. Může se aplikovat použití obou opatření v kombinaci.

3.2 Změna portfolia sponzorů

Sponzorům je nutno poděkovat, neboť v současné složité finanční situaci se sponzoři hledají velmi ztěžka. Proto než měnit portfolio sponzorů navrhuji je rozšířit a tím i rozmělnit. Přesto je nutné udržet u současného sponzora pozici leadera, tak aby nedošlo k jeho ztrátě.

Návrhem řešení je oslovit nového majitele haly. Dále „lobbingem“ na půdě zastupitelů města usilovat o finanční podporu města. Outsourcingem občerstvení je možno podmínit i sponzoring celé akce.

3.3 Nastavení cílových skupin

Cílové skupiny hráčů jsou rozděleny takto:

1) Hlavní skupina Ženy:

Do této skupiny organizátor akce nominuje zkušenější hráčky, které osobně zná a podle nichž identifikuje družstva. Zároveň jsou kapitánkami jednotlivých týmů, což je velmi sympatický prvek. V dnešní době, kdy se ženy málo prosazují do vedoucích pozic má tento aspekt i společenskou roli.

2) Vedlejší skupina Ženy

Tato skupina je doplňující. Z hlediska herní kvality není tato skupina příliš důležitá, proto se jí nepřikládá velký význam.

3) Hlavní skupina Muži:

Naopak tato skupina, ze které se losují do každého družstva dva hráči, je velmi zásadní. Kvalita těchto hráčů určuje kvalitu celého týmu. Bohužel se do této skupiny mohou dostat starší sebevědomí hráči, kteří se dosud nesmířili s poklesem své výkonnosti. Při tomto výběru se organizátor nejednou dostal do složité situace, kdy musí svým vrstevníkům vysvětlovat jejich pozici v týmu.

4) Vedlejší skupina Muži

I z této skupiny jsou do týmů losováni dva hráči. Tato skupina bývá často rozhodující pro výsledek. Potíže s nominací do této skupiny jsou podobné jako u hlavní skupiny v opačné polaritě.

Návrh na zlepšení v oblasti nastavení cílových skupin by spočívalo v rozdělení „Vedlejší skupiny Muži“. Navrhujeme vytvořit samostatnou skupinu „Junioři“, kam by se mohli přihlásit začínající hráči z juniorských nebo i žákovských kategorií. Často jsou to synové hráčů z hlavní skupiny. Potom by tito mladí hráči mohli být vybráni do týmů svých otců bez losu. Touto inovací by mohl turnaj získat další rozměr, o kterém jsme se zmínili v úvodu bodu 2.

3.4 Opatření ke zvýšení atraktivity – reklamní akce

V současnosti je atraktivita tohoto turnaje položena do oblasti příjemné atmosféry a společenské akce. Z tohoto by organizátor neměl v žádném případě slevovat a veškeré komerční aktivity by mohly tento náboj turnaje ohrozit. Přesto, že jsme si tento úkol v zadání práce vytýčili, nenacházíme smysl ve zvýšení reklamy a popularity turnaje. Velmi pozitivní a trendy směr ve využití „Sociálních sítí“ objevil organizátor sám. Návrhem řešení a opatření je ponechat vše jak je. Toto tvrzení nemůžeme opřít o žádnou teorii a vycházíme z osobní zkušenosti s turnajem. I v tomto spatřujeme paradox amatérských turnajů.

3.5 Stanovení očekávaného ekonomického přínosu

Po vyhodnocení turnaje jsme provedli rozbor výsledků. Na základě analýzy nákladů a výnosů jsme usoudili, že hlavním zdrojem zisku je startovné a výnos z občerstvení. S touto analýzou je potřeba pracovat pragmaticky. Nejvýhodnější a nejsnadnější je upravit startovné. Bohužel tato okolnost se dotkne každého účastníka a je na první pohled patrná. Lepší alternativou je úprava druhého největšího zdroje a tím jsou výnosy z občerstvení. Zde je možno zajistit výhodnější podmínky nákupu a zároveň nepatrně zvýšit ceny.

Další možností je prezentovat turnaj jako turnaj na podporu mládežnického volejbalu v Přerově a pokusit se tak nalákat sponzory. Tito sponzoři by tak mohli vylepšit svou image, tím že by vešli do podvědomí účastníků a diváků turnaje ukázáním, že jim nejsou lhostejné pohybové aktivity mládeže. Případně by mohl být vyhrazený prostor pro vytvoření plochy, kde by sponzor mohl nabízet vlastní produkty.

Důležitým aspektem budoucích turnajů je udržet režijní náklady na plánované úrovni. V této oblasti lze zvýšit náklady v oblasti reklamy

3.6 Omezení rizik

I přesto, že jsme nedoporučovali v bodě 3.4., týkající se reklamy žádná opatření, rizik v organizaci turnaje jich vidíme více.

Především je do řízení turnaje zainteresováno málo osob. Veškeré organizační opatření jsou směřována k jedné osobě, nebo malé skupině osob. Návrhem řešení je vtáhnout do organizace více osob. Rozdělit úkoly a menší celky.

Dalším rizikem je odstoupení hlavního sponzora, firmy Zubr. Návrhem řešení je získat další sponzory z řad hráčů, účastníků turnaje, nebo i mimo něj.

Neopomenutelným rizikem je i změna provozovatele sportoviště. Zde je nutné věnovat pozornost nově vznikajícím vazbám s osobami nového vlastníka.

Stabilitu turnaje zabezpečí podpora ze strany státu. Je nutné komunikovat se zástupci města. Prezentací a informacemi z dosavadních ročníků dostat turnaj do podvědomí zastupitelů. Vysvětlit smysl turnaje a zdůraznit, že zisk z turnaje jde do podpory mládeže.

Riziko, že kvalita občerstvení nebude vyhovovat účastníkům je potřeba sledovat. Tomuto riziku lze čelit outsourcingem této služby. S přistoupením k tomuto řešení vzniká nové riziko, že veškerý zisk z občerstvení může skončit u provozovatele občerstvení a to bude mít negativní vliv na finanční stránku turnaje.

Domníváme se, že není na turnaji dobře ošetřeno riziko zranění. Jednak je nutno více prezentovat, že hra účastníků je na vlastní nebezpečí. Z řad hráčů by bylo možno zajistit lékařskou službu. Jednáním s pojišťovnou UNIQA, jako garanta volejbalu v České republice by bylo možno sjednat pojištění hráčů na tento konkrétní turnaj.

Podceňovaná je i kontrola sportovišť před zahájením turnaje, plynoucí z důvěry vůči provozovateli. Určitě by měl provozovatel turnaje a provozovatel sportoviště společně projít prostředky požární ochrany a kontrolu použití nouzových východů.

4 ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo zmapovat možnosti pořádání amatérského volejbalového turnaje smířených družstev mužů a žen a navrhnout optimální řešení a finanční zabezpečení daného turnaje.

V rámci analýzy turnaje byly zjištěny jisté nedostatky, které se mohou negativně projevit na průběhu akce. Mezi hlavní nedostatky patřilo špatné zajištění potvrzování účasti hráčů, nedostatečné nastavení cílových skupin a dále pak nedostatečné personální zajištění dané akce a úzké portfolio sponzorů. Také bylo zjištěno několik potencionálních rizik při současné organizaci turnaje, na jejichž základě byl sestaven seznam možných rizik, která by mohla nastat v průběhu turnaje.

Opatření pro eliminaci zjištěných nedostatků a rizik jsou popsány v poslední části práce.

Cíle bakalářské práce byly splněny. Hlavním přínosem práce je upozornit organizátora na zjištěné nedostatky, které může díky této práci odstranit a zajistit tak efektivnější organizaci dalších ročníků této akce.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Knižní zdroje

ČÁSLAVOVÁ, Eva. Management a marketing sportu. 1. vyd. Praha: Olympia, 2009, 225 s. ISBN 978-80-7376-150-9.

DANĚLOVÁ, Šárka. Sportovní marketing. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2005, 72 s. ISBN 80-210-3901-9.

DURDOVÁ, Irena. Sportovní management. 1. vyd. Ostrava: Vysoká škola báňská - Technická univerzita, 2002, 121 s. ISBN 80-248-0130-2.

IVANOVIC, A., COLLIN, P. H. *Dictionary of Marketing*. London: Bloomsbury, 2003, 289 s. ISBN: 0747566216

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. Marketing management. [4. vyd.]. Praha: Grada, 2013, 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5.

RŮČKOVÁ, Petra. Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 118 s. ISBN 978-80-247-1386-1.

TOMAJKO, Dušan. Organizace a pořádání turnajů ve sportovních hrách. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013, 80 s. ISBN 978-80-244-3471-1.

VYSEKALOVÁ, Jitka a Růžena KOMÁRKOVÁ. Psychologie reklamy. 1. vyd. Praha: Grada, 2001, 221 s. ISBN 80-247-9067-x.

VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. Reklama: jak dělat reklamu. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2010, 208 s. ISBN 978-80-247-3492-7.

ZAMAZALOVÁ, Marcela. Marketing. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2010, xxiv, 499 s. ISBN 978-80-7400-115-4.

Ostatní zdroje

AMA: *American marketing association* [online]. 2014 [cit. 2014-28-05]. Dostupné z: <https://www.ama.org/Pages/default.aspx>

Česká obec sokolská: *Zdravotní zabezpečení* [online]. Praha, 2007 [cit. 2014-06-06]. Dostupné z: <http://www.sokol-cos.cz/zdravotni-zabezpeceni-4b96>

Český volejbalový svaz: *Pravidla volejbalu 2013-2016* [online]. 2013 [cit. 2014-06-06]. Dostupné z: <http://www.cvf.cz/?clanek=12357>

Marketingová kancelář.cz: *Jak se dělá SWOT analýza* [online]. 2009 [cit. 2014-06-06]. Dostupné z: <http://www.marketingova-kancelar.cz/tipy-zdarma/jak-se-d%C4%9Bl%C3%A1-swot-anal%C3%BDza>

Palestra-Dobrovolník: *Metodika organizace* [online]. Praha, 2012 [cit. 2014-06-06]. Dostupné z: <http://palestradobrovolnik.webnode.cz/news/metodika-organizace/>

Palestra-Dobrovolník: *Metodika projektu o bezpečnosti*. [online]. Praha, 2012 [cit. 2014-06-06]. Dostupné z: <http://palestradobrovolnik.webnode.cz/news/metodika-projektu-o-bezpecnosti/>

Podnikátor: *Bod zvratu* [online]. 2012 [cit. 2014-06-06]. Dostupné z: <http://www.podnikator.cz/provoz-firmy/management/rizeni-podniku/n:16564/Bod-zvratu--Break-even-point>

VOLEJBAL.CZ: *Námitka a protest* [online]. Praha, 2008 [cit. 2014-06-06]. Dostupné z: <http://www.volejbal.cz/pvs/namitka-a-protest-23.html>

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 - Pomocná tabulka pro určení rozsahu zdravotní služby (Česká obec sokolská, 2007)	16
Tabulka 2 - Co přináší marketing tělesné výchově a sportu (Čáslavová, 2009)	22
Tabulka 3 - Časový harmonogram akce (vlastní zpracování)	34
Tabulka 4 - Výpočet potřebného času na jednotlivé fáze turnaje (vlastní zpracování) ..	35
Tabulka 5 - Celkové příjmy z akce (<i>archiv organizátora, 2013</i>)	38
Tabulka 6 - Celkové náklady akce (<i>archiv organizátora, 2013</i>)	39
Tabulka 7 - porovnání předpokládaných a skutečných příjmů a nákladů (<i>archiv organizátora, 2013</i>)	40

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 - Grafické znázornění tabulky 5 (<i>archiv organizátora, 2013</i>)	40
---	----

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 - Schéma organizační struktury (Durdová, 2002)	15
Obrázek 2 - Grafické znázornění SWOT analýzy (Marketingová kancelář, 2009).....	27

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1 – Propozice k turnaji

Příloha 2 - Vyřazovací boje

Příloha 3 - Výsledková tabulka a rozpis západů pro šestičlennou skupinu

Příloha 4 - Záznam o utkání

Propozice k turnaji

1. Všeobecná ustanovení:

- Pořadatel: Gymnasium v Olomouci-Hejčíně, Tomkova 45
- Datum přeboru: 19. ledna 2011
- Prezence: 19. Ledna v 8:30 hod., v tělocvičně gymnasia v Olomouci-Hejčíně
- Místo přeboru: tělocvična gymnasia v Olomouci-Hejčíně, Tomkova 45, 779 00, Olomouc
- Ředitel přeboru: Mgr. Jaroslav Novák, Gymnasium v Olomouci-Hejčíně, Tomkova 45
- Org. Pracovník: Mgr. Jana Bláhová, Gymnasium v Olomouci-Hejčíně, Tomkova 45, e-mail: jana.blahova@gh.cz, tel: 777 543 445
- Hlavní rozhodčí: Mgr. Jan Trávníček
- Účastníci: žáci středních škol
- Přihlášky: závazné přihlášky zašlou nejpozději do 10. 1. 2011 na adresu org. pracovníka
- Stravování: zajistí pořadatel na základě předběžných objednávek škol a na jejich náklady
- Úhrada nákladů: družstva startují na náklady vysílaných škol

2. Technická ustanovení

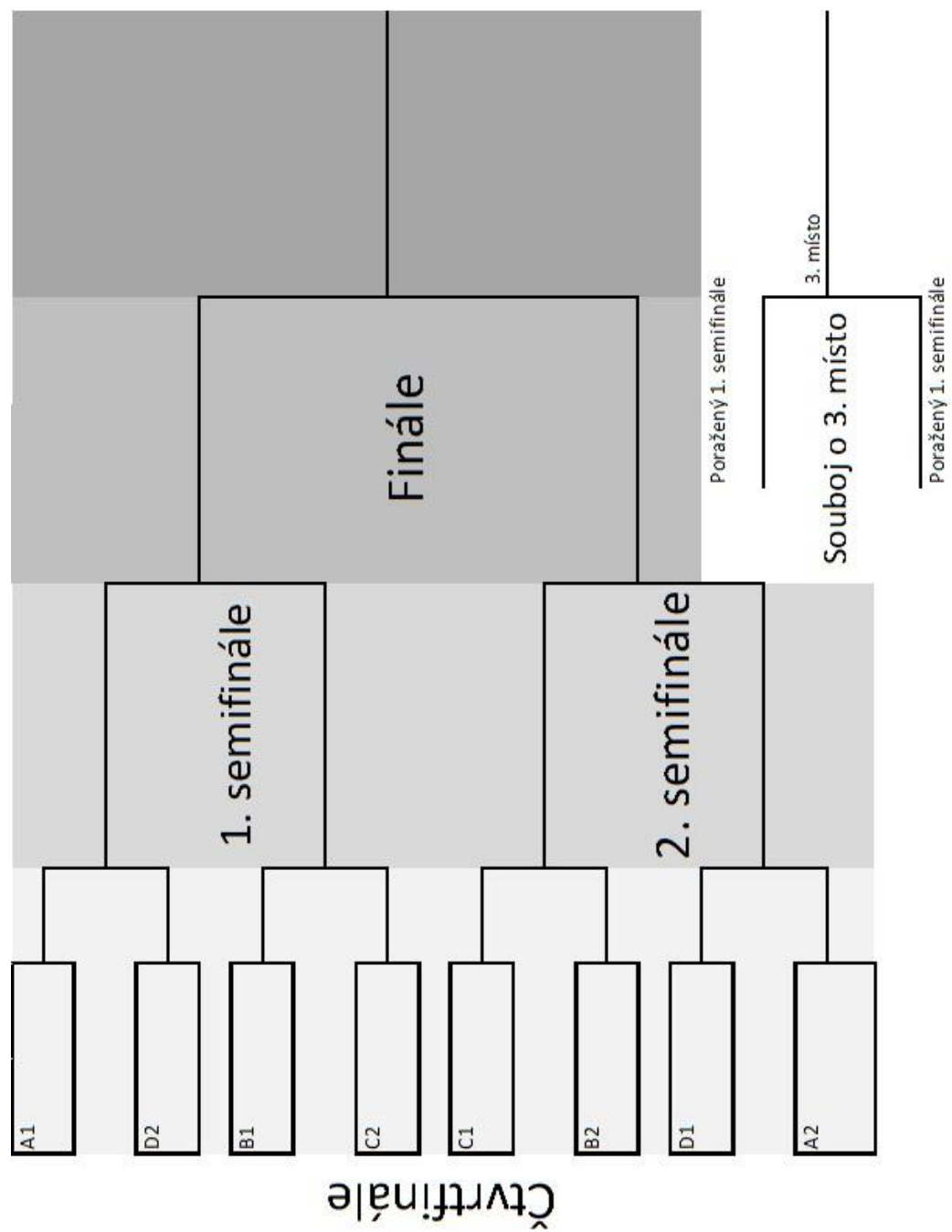
- Předpis: hraje se dle platných pravidel volejbalu, hraje se jedním míčem GALA BV 52815 competition colour
- Startují: chlapci-studenti středních škol v jednotných dresech
- Hrací systém: hrací systém bude určen na základě počtu přihlášených škol, losování bude provedeno 19. Ledna 2011 v 8:45 hod.
- Rozhodčí: budou delegováni komisi rozhodčích volejbalového svazu olomouckého kraje
- Námitky: je možno podat po skončení utkání s vkladem 150,- Kč, který v případě zamítnutí propadá ve prospěch pořadatelů

Ceny:

Vítěz obdrží titul Oblastní přeborník středočeských škol ve volejbale chlapců, první dvě družstva postupují do přeboru středních škol Moravy, první tři družstva obdrží věcné ceny a diplomy, bude vyhodnocen nejlepší hráč přeboru

Mgr. Jaroslav Novák
ředitel přeboru

PhDr. Jan Kvaček
ředitel gymnasia



Příloha 3 - Výsledková tabulka a rozpis západů pro šestičlennou skupinu

Skupina "A"	1	2	3	4	5	6	body	skóre	pořadí
	1								
2									
3									
4									
5									
6									

Pořadí zápasů:

- 1-2
- 3-4
- 5-6
- 2-3
- 4-5
- 1-6
- 1-3
- 2-4
- 3-5
- 4-6
- 1-4
- 2-5
- 3-6
- 1-5
- 2-6

Příloha 4 - Záznam o utkání

Turnajový zápis o utkání ve volejbalu

A: _____ - B: _____

1. set		2. set		3. set	
1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7	7
8	8	8	8	8	8
9	9	9	9	9	9
10	10	10	10	10	10
11	11	11	11	11	11
12	12	12	12	12	12
13	13	13	13	13	13
14	14	14	14	14	14
15	15	15	15	15	15
16	16	16	16	16	16
17	17	17	17	17	17
18	18	18	18	18	18
19	19	19	19	19	19
20	20	20	20	20	20
21	21	21	21	21	21
22	22	22	22	22	22
23	23	23	23	23	23
24	24	24	24	24	24
25	25	25	25	25	25
26	26	26	26	26	26
27	27	27	27	27	27
28	28	28	28	28	28
29	29	29	29	29	29
30	30	30	30	30	30

Vítězí: _____ 2 : _____

Kapitán A: _____ Kapitán B: _____
Rozhodčí: _____

Turnajový zápis o utkání ve volejbalu

A: _____ - B: _____

1 set		2. set		3. set	
1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7	7
8	8	8	8	8	8
9	9	9	9	9	9
10	10	10	10	10	10
11	11	11	11	11	11
12	12	12	12	12	12
13	13	13	13	13	13
14	14	14	14	14	14
15	15	15	15	15	15
16	16	16	16	16	16
17	17	17	17	17	17
18	18	18	18	18	18
19	19	19	19	19	19
20	20	20	20	20	20
21	21	21	21	21	21
22	22	22	22	22	22
23	23	23	23	23	23
24	24	24	24	24	24
25	25	25	25	25	25
26	26	26	26	26	26
27	27	27	27	27	27
28	28	28	28	28	28
29	29	29	29	29	29
30	30	30	30	30	30

Vítězí: _____ 2 : _____

Kapitán A: _____ Kapitán B: _____
Rozhodčí: _____