



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

FAKULTA PODNIKATELSKÁ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT

ÚSTAV MANAGEMENTU

INSTITUTE OF MANAGEMENT

**PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR - POŘÁDÁNÍ HASIČSKÝCH
ZÁVODŮ**

BUSINESS PLAN FOR ORGANIZATION OF FIREMAN RACES

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

Julie Horsáková

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

doc. PaedDr. Pavel Korvas, CSc.

BRNO 2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Horsáková Julie

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:

Podnikatelský záměr - pořádání hasičských závodů

v anglickém jazyce:

Business Plan for Organization of Fireman Races

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:

- FOTR, J. Podnikatelský plán a investiční rozhodování. 2. dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. 214 s. ISBN 80-7169-812-1.
- HISRICH, R.D., PETERS, M.P. Založení a řízení nového podniku. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1996. 501 s. ISBN 80-85865-07-6.
- KAŇOVSKÁ, L. Základy marketingu. 1. Vyd. Brno: Akademické nakladatelství Cerm, 2009. 123 s. ISBN 978-80-214-3838-5.
- KOCMANOVÁ, A., LUŇÁČEK, J. Ekonomika podniku. 1. vyd. Brno: Fakulta Podnikatelská, 2005. 68 s. ISBN 80-214-3016-8
- KORÁB, V., DOLEŽALOVÁ, E. Drobné podnikání. 2. vyd. Brno: CERM, 2004. 65 s. ISBN 80-214-2651-9
- NOVOTNÝ, J. Nauka o podniku 1. 1. vyd. Brno: ESF MU, 2003. 208 s. ISBN 80-210-3090-9.
- PORTER, E. M. Konkurenční výhoda. Praha: C. H. Beck, 2004. 714 s. ISBN 80-7179-802-9
- REŽŇÁKOVÁ, M. Finanční management I. část. 2. vyd. Brno: Fakulta Podnikatelská, 2003. 116 s. ISBN 80-214-2487-7.
- SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V. a kol. Základy podnikání. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- VEBER, J. a kol: Management – základy, prosperita, globalizace. 1. vyd. Praha: Management Press, 2005. 700 s. ISBN 80-7261-029-5.

Vedoucí bakalářské práce: doc. PaedDr. Pavel Korvas, CSc.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2015/2016.

L.S.

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

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

V Brně, dne 29.2.2016

ABSTRAKT

Předložená závěrečná práce se zabývá organizací sportovní akce – konkrétně soutěže v požárním útoku na úrovni extraligy ČR. V jednotlivých částech je rozebrána historie požárního sportu u nás i ve světě, jeho význam a popis disciplín. Obsahuje vlastní návrh, jak uspořádat tento typ soutěže, včetně personálního, materiálního a finančního zajištění. Součástí je i závěrečné ekonomické zhodnocení. Hlavním motivem práce je vyhodnocení, zda by byl vytvořený návrh realizovatelný.

ABSTRACT

This bachelor's thesis is dedicated to the problem of organization of a sport event - specifically a fire sport contest at a premier league level of the Czech Republic. Separate chapters of the work discuss the history of the fire sport in the Czech Republic and abroad, its significance and various subdisciplines. It contains author's own concept of organization of this kind of event, including possible ways of obtaining sufficient personal, material and financial support. Final economic evaluation is also included. The main motive of the thesis is evaluation of the feasibility of the organization concept.

KLÍČOVÁ SLOVA

Podnikatelský plán, požární sport, hasiči, sportovní akce, organizace, marketing, sbor dobrovolných hasičů

KEYWORDS

Business plan, fire sport, fire fighters, sport event, organization, marketing, volunteer fire fighters corps

BIBLIOGRAFICKÁ CITACE

HORSÁKOVÁ, J. *Podnikatelský záměr - pořádání hasičských závodů*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2016. 60 s. Vedoucí bakalářské práce doc. PaedDr. Pavel Korvas, CSc..

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

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

V Brně dne 1. 6. 2016

.....

Podpis studenta

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych poděkovala vedoucímu bakalářské práce doc. PaedDr. Pavlu Korvasovi, CSc. za odborné vedení, které mi poskytl při zpracování této bakalářské práce.

OBSAH

ÚVOD.....	11
CÍL PRÁCE A METODIKA	12
1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE.....	13
1.1 Podnikatelský plán	13
1.1.1 Proč psát podnikatelský plán.....	13
1.1.2 Požadavky na podnikatelský plán	13
1.1.3 Struktura podnikatelského plánu	14
1.2 Sportovní akce.....	16
1.2.1 Fáze organizace sportovní akce.....	16
1.3 Analýzy využívané při tvorbě podnikatelského plánu	18
1.3.1 SWOT analýza	18
1.3.2 PEST analýza	20
1.4 Marketing	21
1.4.1 Marketingový mix	22
1.5 Požární sport.....	24
1.5.1 Historie	25
1.5.2 Počátky požárního sportu v České republice	25
1.5.3 Disciplíny	26
1.5.4 Sdružení hasičů Čech, Moravy a Slezska.....	28
2 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU.....	30
2.1 Extraliga ČR.....	30
2.2 SDH Vésky.....	30
2.2.1 Historie	30
2.2.2 Sportovní akce pořádané SDH Vésky	32

2.3	SWOT analýza	33
2.3.1	Příležitosti.....	34
2.3.2	Hrozby.....	35
2.3.3	Silné stránky	36
2.3.4	Slabé stránky	37
2.4	PEST analýza	38
3	VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ.....	40
3.1	Titulní strana	40
3.2	Cíl.....	41
3.3	Marketingový plán	41
3.3.1	Produkt	41
3.3.2	Cena.....	41
3.3.3	Místo.....	42
3.3.4	Propagace	43
3.4	Organizační plán	43
3.4.1	Personální zabezpečení.....	43
3.4.2	Ubytování	46
3.4.3	Stravování.....	46
3.4.4	Parkování.....	46
3.4.5	Materiální zabezpečení.....	47
3.4.6	Harmonogram přípravy	47
3.5	Finanční plán.....	50
3.6	Rizika	53
	ZÁVĚR.....	55
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	56
	SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK, GRAFŮ	59

SEZNAM PŘÍLOH.....	60
---------------------------	-----------

ÚVOD

Požární sport má v České republice dlouholetou tradici. Jedná o jednu z hlavních složek všeobecné tělesné přípravy jak profesionálních tak dobrovolných hasičů. Jednotlivé disciplíny spojují prvky atletiky se specifickými úkony z práce hasičů. V současné době se tento sport těší vzrůstající oblibě, avšak povědomí o něm stále není dostačující. Mnoho lidí si představuje, že hasiči mohou pouze hasit požár. O jejich vedlejších aktivitách často nemají zdání a i v dnešní době se snadno můžeme setkat s lidmi, kteří si nedovedou představit, co tento náročný sport obnáší. Jen stěží na ulici potkáme člověka, který neslyšel o fotbale či hokeji, jelikož tyto sporty patří mezi ty viditelnější, tudíž i komerčnější. Z důvodu malé informovanosti je také velmi složité sehnat sponzory pro uspořádání soutěží či podporu samotných družstev. V sezóně sportovních akcí tohoto typu není málo, avšak v některých oblastech klesá počet startujících týmů v jednotlivých soutěžích a tím pádem u části z nich i jejich úroveň. Cílem této práce je vytvořit podnikatelský záměr na organizaci soutěže v požárním útoku, což je jedna z disciplín požárního sportu. Přilákat co nejvíce soutěžících, ale také diváků a nových nadšenců. Kvalitní zpracování práce by mohlo sloužit jako návod pro ostatní pořadatele, kteří jsou buď to v tomto odvětví nováčky, nebo návštěvnost jimi pořádaných soutěží není příliš vysoká.

CÍL PRÁCE A METODIKA

Cílem bakalářské práce je vytvořit podnikatelský plán, dle kterého by bylo možné úspěšně uspořádat sportovní akci, a to soutěž v požárním útoku. Pokusit se zvýšit povědomí o tomto sportu pomocí kvalitně zpracovaného marketingu, především reklamy. Mezi dílčí cíle patří zabezpečení všech zdrojů potřebných pro hladký průběh soutěže, sestavení rozpočtu a provedení analýz.

Pomocí SWOT a PEST analýzy byla zhodnocena východiska podnikatelského plánu. Vliv vnitřních a vnějších faktorů na pravidelně pořádanou akci jsme zjistili ze SWOT analýzy. SLEPT analýza poté ukázala externí činitele, které mají dopad na konání soutěží. Vytvoření dotazníku slouží k získání zpětné vazby. Pro stanovení počtu soutěžících týmů byl použit průměr závodníků účastnících se kol extraligy v roce 2015. Rozdělení příjmů a výdajů bylo základem vytvoření rozpočtu akce.

1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

1.1 Podnikatelský plán

„Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní okolnosti související s podnikatelským záměrem“ [1].

1.1.1 Proč psát podnikatelský plán

- Příznivci i oponenti, všichni externí uživatelé jeho existenci očekávají
- Plán je ukazatelem serióznosti záměru
- Plán zjednodušuje a usnadňuje komunikaci týkající se přípravy a realizace podnikatelského záměru
- Plán je podkladem pro efektivní konzultace
- Plán pomáhá oslovit správné lidi a získat podporu (dotaci) od institucí [2]

1.1.2 Požadavky na podnikatelský plán

„Potřeba podnikatelského plánu vzniká vždy, když je zapotřebí získat peníze – ať už z banky, od jiného peněžního ústavu nebo od někoho kdo poskytuje akciový kapitál“ [3]. Pro autora, je jeho plán jedinečný, avšak mnohým investorům se takových žádostí dostane na stůl celá řada. Pokud tedy podnikatel chce, aby čtenáře nápad oslovil a dokázal si udržet jejich zájem, je nutné při jeho sestavování dodržovat určitá pravidla [3]:

- **Srozumitelnost** – ne vždy jsou osoby, pro které je plán určen plně soustředěny pouze na samotný návrh. Často jsou zaneprázdněny nebo myslí na jiné problémy, proto je důležité si uvědomit, že způsob vyjadřování o samotném autorovi plánu mnoho vypovídá.

Lze uvést několik užitečných rad a doporučení, kterými by se měl podnikatel řídit:

- Vyjadřovat se jednoduše
- Více myšlenek rozložit do více vět
- Každou větu nechat logicky vyplynout z věty předešlé
- Opatrně používat přídavná jména
- V případě, že je to vhodné, formovat data či informace do tabulek

- **Stručnost**

Pokud autor plánu ponechá v textu pouze ty nejzákladnější údaje, předejde tomu, že se čtenář začne nudit. Barvitě líčení je proto vhodné vynechat.

- **Logičnost**

Předložené skutečnosti a návrhy, budou lépe pochopitelné, pokud budou za sebou následovat v logickém uspořádání.

- **Pravdivost**

Není dobré zveličovat důležitost projektu.

- **Čísla**

Většina investorů myslí numericky, tzn. chtějí mít slova podložena v rámci možností co nejpřesnějšími čísly [3].

1.1.3 Struktura podnikatelského plánu

Existuje řada doporučovaných a v praxi využívaných struktur podnikatelského plánu. Jelikož jeho obsah není závazně stanoven, může být podnikatelský plán v níže uvedeném složení.

Titulní strana

Ve zkratce pojednává o obsahu podnikatelského plánu. Zde by měly být uvedeny základní informace jako:

- Název a sídlo společnosti
- Jména podnikatelů a jejich kontakty
- Povaha podnikání a popis podniku
- Způsob financování

Nezbytnou součástí plánu je také obsah uváděn za titulní stranou [2]

Exekutivní souhrn

Zpravidla se vypracovává až po dokončení kompletního plánu v rozsahu několika stran. Zahrnuje nejdůležitější body projektu – hlavní myšlenka, silné stránky, očekávání, stručný pohled na finanční plán. Jedná se o podstatnou část pro investory, na jejímž základě se rozhodují, zda má smysl plán dále podrobně studovat [2].

Analýza trhu

Tato část se věnuje analýze konkurence. Pojednává o všech konkurenčních podnicích, které by mohly ohrozit úspěšnost plánovaného projektu, včetně zhodnocení jejich silných a slabých stránek. Patří sem i rozbor odvětví z hlediska vývojových trendů a historických výsledků. K analýze prostředí slouží také další aspekty, jako jsou politická situace, legislativní podmínky či přírodní faktory [2].

Popis podniku

Zde uvádíme skutečnosti týkající se podniku. Základními body jsou informace o minulosti i současnosti firmy, především z pohledu zvolené strategie a stanovených podnikatelských cílů.

K podstatným prvkům, které by měly být v této části obsaženy, patří:

- Historie firmy
- Charakteristika produktů či služeb
- Sledované cíle [4].

Výrobní plán

Tento úsek plánu obsahuje celý proces výroby. V případě, že podnik realizuje výrobu formou subdodávek, je vhodné sem zahrnout i dodavatele, kteří je poskytují včetně jejich výhod spolupráce. Žádný podnikatel by také neměl zapomenout uvést již existující smlouvy [2].

Marketingový plán

Marketingová část plánu pojednává o tom, jak bude probíhat samotné uvedení výrobku na trh. Obsahuje nezbytné informace a to propagaci, ocenění služby nebo výrobku a distribuci. Patří sem také odhad objemu produkce či služeb, který je ukazatelem pro zjištění rentability podniku. Pro investory je tento úsek plánu často považován za nejpodstatnější [2].

Organizační plán

Obvykle zde podáváme informace o formě vlastnictví nového podniku. Pokud se jedná o obchodní společnost, je potřeba podrobněji rozvinout údaje o podnikovém managementu a podle právní normy uvést informace o obchodních podílech [2].

Hodnocení rizik

Na závěr podnikatelského plánu je nezbytné provést analýzu všech možných rizik souvisejících s realizací projektu. Uvedená rizika, společně s návrhy na jejich minimalizaci, poskytnou firmě účelnou reakci na přítomnost možných rizikových činitelů [4].

Finanční plán

Velmi podstatnou část tvoří plán financí. Vytýčuje objem investic a dává autorovi na vědomí, zda je jeho plán uskutečnitelný.

Obvykle se zaměřuje na tři oblasti:

- Očekávané příjmy a výdaje s výhledem nejméně na tři roky
- Vývoj cash-flow
- Bilanci zobrazující finanční situaci společnosti k určitému datu [2]

Přílohy

Patří sem informativní materiály, jako výkresy a fotografie výrobků, výkazy zisků a ztrát, nebo životopisy klíčových pracovníků [4].

1.2 Sportovní akce

Pro výraz sportovní akce neexistuje prozatím žádná definice. Jak už název napovídá, je úzce spjata se sportem. Zpravidla se jedná o jednorázovou sportovní událost různé doby trvání – od pár hodin až po několik dní. Pokud sportovní akce zahrnuje více disciplín z různých oborů, používáme výraz hry. Důvodů, proč tyto akce vynikají, je hned několik a dělíme je podle několika hledisek [5].

1.2.1 Fáze organizace sportovní akce

Celou organizaci sportovní akce můžeme zpravidla rozdělit na několik fází.

1) Rozhodování o uspořádání sportovní akce

Každý, kdo má zájem pořádat sportovní akci si musí nejdříve uvědomit, jaký bude mít rozsah. Zejména mezinárodní akce je často potřeba plánovat řadu let dopředu. Důležité je vybrat vhodný termín, který koresponduje s požadavky daného svazu či sportovní federace. Následuje podání přihlášky.

Zda federace konkrétnímu návrhu vyhoví, záleží na mnoha faktorech, mezi něž patří např. místo konání akce, praxe a souhrn znalostí oddílu nebo jednotlivce, výsledky předešlých ročníků [5].

2) Přípravná fáze akce

Podstatné myšlenky o tom, jak bude akce probíhat, nosí každý zkušený organizátor v hlavě ještě před jejím oficiálním schválením. Po odsouhlasení se pak veškeré činnosti spojené s organizací akce mohou realizovat. Základními body jsou [5]:

- Upřesnění jednotlivých kategorií, pravidel
- Propozice
- Zajištění ubytování
- Informace pro stravovací zařízení v blízkém okolí na možnost zvýšeného počtu zájemců
- Případná doprava sportovců, umístění dopravních omezení apod.
- Parkování
- Zajištění bezpečnosti akce – policie
- Stanovit podstatné úkoly pro hladký průběh akce, zpravidla se jedná o jmenování příslušníků komise:
 - Sportovně technická měření (rozhodčí, výsledky..)
 - Zajištění dopravy
 - Ubytování
 - Občerstvení
 - Lékařský dozor
 - Komentátor
 - Zviditelnění akce
 - Ekonomické aspekty
 - Určení organizačního týmu
 - Propozice pro závodníky
 - Propagace na webových stránkách oddílu a svazu
 - Zabezpečení potřebných povolení – životního prostředí, majitele pozemku apod.

3) Vlastní konání akce

- Závěrečná porada organizátorů před samotným zahájením soutěže
- Určení stanovišť
- Seznámení závodníků s průběhem soutěže
- Průběžná kontrola průběhu akce
- Vyhlášení výsledků
- Ukončení akce

4) Uzavření a ukončení akce

- Kompletní úklid prostor
- Kontrola, balení a odvoz zapůjčeného materiálu
- Opravy vzniklých škod
- Závěrečné vyúčtování
- Odevzdání sportoviště správci, případně vlastníkovi
- Finální shromáždění organizátorů po soutěži
- Vytvoření zprávy o celkovém průběhu akce – tato část je velmi důležitá pro sponzory [5].

1.3 Analýzy využívané při tvorbě podnikatelského plánu

1.3.1 SWOT analýza

Swot analýza patří k nejvíce používaným metodám sloužícím ke zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů, které mají vliv na úspěšnost firmy či realizaci projektu. Původně měla být součástí strategického řízení, avšak možnost jejího uplatnění je velmi široká a dá se aplikovat prakticky v jakémkoliv prostředí. Jako příklad slouží třeba uvedení nového výrobku na trh. Je založena na identifikaci silných stránek, omezení slabých stránek, využití příležitostí a eliminaci hrozeb celého plánu [16].

Příležitosti a hrozby

Pokud chceme správně analyzovat příležitosti i hrozby celého projektu, musíme podrobně prozkoumat jeho mikro a makroprostředí.

Příležitosti

„Marketingová příležitost firmy je představována přitažlivou oblastí, v níž firma pomocí marketingových činností, získá konkurenční výhody“ [6].

V zásadě se jedná o takové příležitosti, jimiž lze zmírnit dopad hrozeb. Schopnost, jak dokáže firma využít těchto příležitostí, závisí na celé řadě faktorů. Podstatnou roli hraje nejenom postavení firmy na trhu, ale také schopnost pružně reagovat na přání zákazníků. Konkurenční výhodu získá taková firma, která dovede vyhovět klientům v co možná nejdelším časovém úseku [6].

Hrozby

Pokud se trendová situace začne nepříznivě vyvíjet a chybí správné využití marketingových nástrojů, může dojít k ohrožení firmy [6].

Patří sem například jednání konkurence, zavedení obchodních překážek, živelné katastrofy. Všechny tyto aspekty mohou snížit poptávku po daném produktu [17].

Silné a slabé stránky

Je prokázáno, že okolí firmy má velký vliv na volbu vhodné strategie a je nezbytné se mu podrobně věnovat. Nesmí však být jen jediným zkoumaným faktorem. Důležitou roli hrají také faktory ovlivňující organizaci zevnitř [8].

Silné stránky

Zahrnují činitele, které utužují postavení na trhu. Silné stránky představují konkurenční výhodu, kterou firma má oproti dalším organizacím účinkujícím na stejném poli působnosti. Je to třeba dobré jméno, specifické vlastnosti produktu nebo vysoká jakost [17].

Slabé stránky

Oproti silným stránkám stojí stánky slabé. Ty jsou většinou silnými stránkami konkurence. Sem můžeme zařadit nedostatečnou kvalifikaci zaměstnanců, špatné povědomí o značce, nákladnou výrobu apod. [17].

SWOT analýza



Obrázek 1: SWOT analýza (zdroj: [17])

1.3.2 PEST analýza

Vychází z analýzy okolního prostředí, kdy zjišťujeme, jak velký vliv mají vybrané vnější faktory na organizaci. Působení těchto faktorů se mění a s tím i jejich stupeň podstaty. Dobře zpracovaná PEST analýza může podat poměrně dostatek údajů o okolí firmy. Seřazení získaných dat dle jejich významnosti a také svědomitá analýza pomůže identifikovat důvody směřující ke změně ve vývoji faktoru v čase [7].

Název pro PEST analýzu vznikl ze zkratk anglických slov.

- **Political – politicko-právní faktory**

Nejedná se o analýzu politických stran, nýbrž rozhodnutí, které tyto strany uvedly v platnost. Celkově má tedy hlavní vliv stabilita vlády. Firma musí sledovat nejen stávající situaci, ale také tu budoucí. Nejdůležitější jsou oblasti, které do chodu organizace nějakým způsobem zasahují. Do této kategorie spadají zákony, jednání kontrolních a regulačních orgánů [18].

- **Economical – ekonomické faktory**

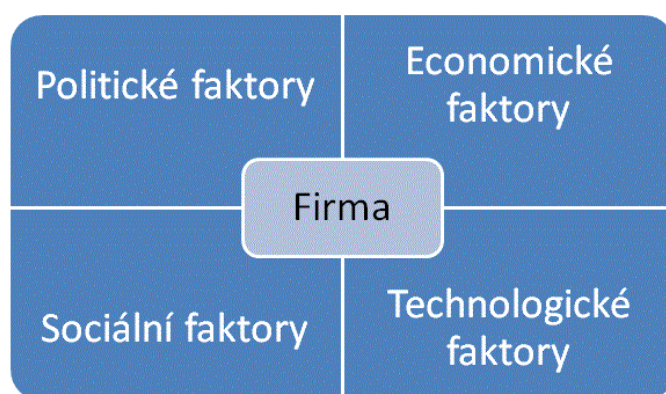
Míra inflace, stupeň nezaměstnanosti, vývoj HDP, problematika zahraničního obchodu, daně. To vše jsou faktory, které mohou ovlivnit ekonomickou stabilitu podniku [18].

- **Social – sociální faktory**

Tato část je rozhodující především pro podniky, jejichž produkty jsou určeny koncovým zákazníkům. Firma musí sledovat preference zákazníků, nové trendy, vliv médií, ukazatele životní úrovně apod. [18].

- **Technological – technologické faktory**

Do technologických faktorů lze zařadit stupeň vývoje vědy a výzkumu v jednotlivých průmyslových odvětvích, dopravní síť, z části řeší i ekologické otázky [18].



Obrázek 2: PEST analýza (zdroj: [18])

1.4 Marketing

„Marketing je společenský a řídicí proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují a požadují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných výrobků s ostatními“ [6].

Marketingem se mnohdy zabývá samostatné oddělení firmy, což má řadu výhod, ale i nevýhod. Přínosem je nepochybně to, že se na tomto oddělení sdružují specialisté na marketing, na druhou stranu by však mělo marketingové oddělení zasahovat do veškerého dění organizace [8].

1.4.1 Marketingový mix

Marketingový mix vnímáme jako souhrn prostředků, jejímž využitím chce firma dosáhnout požadovaných výsledků na cílovém trhu [9].

Zahrnuje tzv. 4P

- Produkt (Product)
- Ceny (Prices)
- Distribuce/místo (Place)
- Propagace (Promotion)

Další pojetí marketingového mixu je rozšířeno na 5P

- People – lidé

Či 7P

- People – lidé
- Processes – procesy
- Physical evidence – fyzický vzhled [9]

Produkt

Výrobkem rozumíme vše, co slouží ke spotřebě, co můžeme nabídnout spotřebitelům, co uspokojí potřeby a přání zákazníků. Výrobky jsou převážně hmatatelné, jako motocykl, nádobí...patří sem ale dokonce i služby, které nazýváme servisními výrobky. V globále můžeme říci, že výrobkem lze nazvat výrobky, služby, osoby, místa [6].

Cena

Pouze cena, jakožto součást marketingového mixu představuje příjmy pro společnost. Stejně podstatnou je také pro zákazníky. Ti v případě, že hodlají zakoupit výrobek či službu musí obětovat určité množství peněžních prostředků [10].

Stanovení vhodné cenové strategie závisí na znalosti elementů, které cenu mohou ovlivnit. Řadíme sem pro příklad analýzu konkurence, informace o politické situaci, jednání spotřebitelů. Prosperující podniky často aplikují odlišné cenové strategie, čili využívají tzv. diferenciací cen [9].

Metody stanovení výše cen:

- **Dle nákladů**

Tato metoda patří mezi velmi využívané a zároveň vcelku jednoduché. Základem je stanovit náklady a zisk na produkt, přičemž vnímáme, jaké náklady budou v ceně zahrnuty a v jaké výši. Využít lze buď to kalkulační metodu úplných nákladů, nebo neúplných nákladů [9].

- **Dle poptávky**

Stanovit cenu na základě poptávky pro úplně nový produkt bývá zpravidla obtížnější, než u již zavedených produktů. Tento problém vyřeší marketingový výzkum, firma může využít třeba dotazníkové šetření [10].

Dá se říci, že celý princip se odvíjí od stupně poptávky. Pokud je vysoká, určujeme vysokou také cenu. V případě klesající poptávky po produktu je potřeba cenu snížit [9].

- **Dle konkurenčních cen**

Rozlišujeme cenovou a necenovou konkurenci. Postup určení ceny podle konkurence má význam především pro nediferencované produkty. Zákazník přitom nerozlišuje velké rozdíly mezi jednotlivými výrobky, i když pochází od rozdílných výrobců [9].

Místo

Každá firma, která chce úspěšně obstát na trhu, by měla pečlivě analyzovat všechny cesty distribuce. Pokud však společnost využívá více distribučních tras, stává se jejich kontrola složitější. To může mít za následek neshody. Naopak pokud je firma zaměřena pouze na jeden distribuční kanál, bude pravděpodobně stát proti velké konkurenci [8].

Do distribučních cest řadíme následující trasy [9]:

- 1) Výrobce – zákazník
- 2) Výrobce – maloobchod – zákazník
- 3) Výrobce – velkoobchod – maloobchod – zákazník
- 4) Výrobce – agent – velkoobchod – maloobchod – zákazník

Rozlišujeme dva typy prostředníků distribučních cest:

Obchodník – vlastní výrobek a rozhoduje o jeho cestě na distribučních kanálech

Agent – výrobek nevlastní, jeho úkolem je zajistit tok produktů [9].

Propagace

Ke kupujícímu se prostřednictvím prodávajícího musí dostat taková informace, která ho utvrdí v tom, že výrobek či služba, které jsou předmětem propagace, stojí za koupi [11].

Níže nalezneme výčet forem propagace:

- **Reklama** – Je účinným prostředkem propagace, kterým firma osloví velký počet potencionálních zájemců o produkt. Jedná se o placenou formu hromadného prodeje, avšak za určitých podmínek je méně nákladná než osobní prodej [11].

Možnosti, jak upoutat zákaznickou pozornost [8]:

- 1) Sponzorování
 - 2) Pochvaly v průběhu talk show
 - 3) Umístění produktu
 - 4) Pouliční propagace
 - 5) Reklama na lidském těle
- **Přímý marketing** – zacílen na určitou skupinu zákazníků. Firma bere informace o klientech především z vlastních zdrojů – databáze. Důležitým partnerem jsou komunikační média. Mezi nejčastější formy řadíme časopisy, katalogy, adresáře[10].
 - **Podpora prodeje** – zahrnuje prostředky, jímž se snaží prodávající podpořit zákazníka v koupi daného výrobku. Sem lze zařadit soutěže, kupóny, vzorky [10].
 - **Osobní prodej** – patří mezi efektivní způsoby prodeje. Jednou z výhod je, že prodávající si během komunikace vytvoří určitý vztah s kupujícím. Na požadavky, dotazy mohou obě strany okamžitě reagovat. K nevýhodám řadíme finanční náročnost [6].

1.5 Požární sport

Požární sport je hlavní složkou tělesné přípravy hasičů, nezbytné pro výkon jejich povolání. Specifika této práce vyžadují pohybovou aktivitu udržující fyzickou zdatnost

a rozvíjející pohybové vlastnosti. Disciplíny požárního sportu jsou koncipovány tak, aby odpovídaly činností při zásahu [25].

1.5.1 Historie

Vznik požárního sportu se váže k roku 1937. Tehdy byla v Sovětském svazu (dnešní Rusko) uspořádána první soutěž. Období druhé světové války nemělo na rozvoj nově vznikajícího sportu dobrý vliv. Válečné situaci bylo nutné podrobit vše a s ohněm se potenciální soutěžící setkávali především v boji, než li ve sportovním areálu. Velký rozmach hasičských závodů přišel po válce, kdy výsledky závodníků předčily očekávání všech. Nejenom, že se vyrovnaly těm před válkou, ale dokonce se výrazně zlepšily. Nová pravidla soutěží pro jednotlivce i družstva vznikla v roce 1945.

Všesvazové soutěže tehdy zahrnovaly následující disciplíny:

- Výstup po hákovém žebříku do 4. podlaží cvičné věže
- Běh na 100m s překážkami
- Umístění třídlílného vysunovacího žebříku a výstup po něm do 3. podlaží cvičné věže
- Požární štafeta 6x 100m
- Požární útok
- Dvojboj

V dalších letech proběhla v pravidlech řada změn související s dalším vývojem požárního sportu. Některá stanoviště úplně vymizela a obměnilo se také rozložení překážek. Díky těmto změnám se stal požární sport divácky atraktivnější, bezpečnější a umožňoval soutěžícím plnit disciplíny v kratším čase.

V historii požárního sportu hrál velkou roli rok 1966, kdy Federace požárního sportu vzala za své pravidla o konečném umístění jednotlivých překážek. Významný rozvoj požárního sportu přišel v letech 1963 – 1968. Pozornost se soustředila hlavně na techniku provedení disciplín, tréninkový proces při čemž sportovci se připravovali na závodní období po celý rok. Doba přála také výstavbě nových sportovišť a specifických krytých hal [12].

1.5.2 Počátky požárního sportu v České republice

K rozvoji požárního sportu u nás značnou mírou přispěl Ing. Pavel Stoklásek, kterého můžeme považovat za hlavního propagátora a zakladatele. V srpnu roku 1968

se v Sovětském svazu měla konat první mezinárodní soutěž v požárním sportu. Družstvo Českosleveska, čítající 10 členů se pod vedením Albína Porše a Olgy Fomenkové začalo na tuto důležitou událost připravovat. Z důvodu tehdejší okupace však náš reprezentační tým odmítal na závodech startovat. I když byla účast zpočátku ohrožena, závodníci nakonec ke startu nastoupili a do historie požárního sportu u nás se mohla vepsat nová kapitola. Bohužel původní obsazení týmu nevydrželo. V dalších letech se pak trénink soustředil spíše na soutěže mezinárodní úrovně. Požární sport se následně stal nedílnou součástí výcviku hasičů z povolání [13].

První významná soutěž na našem území konaná v Ostravě (1970) však příliš velký úspěch nepřinesla. Neznalost pravidel související s nedostatkem kvalifikovaných rozhodčích měla za následek řadu nesrovnalostí v provedení jednotlivých disciplín. Také nedostatek sportovního materiálu velmi ztěžoval průběh závodů. Vzniklé problémy samozřejmě výrazně ovlivnily úroveň celé soutěže. Pořadatelé se poté v dalších ročnících zaměřili na tyto nedostatky a většina z nich vymizela [13].

1.5.3 Disciplíny

Požární sport se skládá ze 4 disciplín, z nichž dvě jsou týmové (štafeta 4x100 m překážek a požární útok) a dvě individuální (běh na 100 m s překážkami a výstup do 4. podlaží cvičné věže). Níže jsou uvedeny základní informace potřebné k jejich pochopení a stručný popis pravidel.

Běh na 100 m s překážkami

Soutěžící má právo startovat jak z vysokého, tak z nízkého startu. Po celou dobu musí mít při sobě proudnici a způsob, jakým ji ponese, spočívá jen na něm. Na povel startéra vybíhá závodník k první překážce na trati, a to dřevěné bariéře o rozměrech 2x2 m (varianta pro muže). Tuto bariéru má za úkol přeskočit, následně musí uchopit dvě hadice typu C-52 mm a před, na nebo za kladinou, je rozhodit. Kladinu je nutné celou přeběhnout a doskočit do své dráhy za vyznačenou čáru. Hadice poté spojí, jednu půlspojsku napojí na rozdělovač a druhou na proudnici. Před proběhnutím cílové čáry musí být jasně zřetelné zapojení této proudnice. Pokud se tak nestane, závodník bude diskvalifikován [19].

Výstup do 4. podlaží cvičné věže pomocí hákového žebříku

Mezi charakteristické znaky nepochybně patří krátká doba plnění. V roce 2015 padl ve výstupu na věž nový národní rekord. Titul získal profesionální hasič Kamil Bezruč, který s časem 13,25 s zvládl tuto disciplínu nejrychleji [20].

Cvičná věž je zpravidla kovové konstrukce. Pouze přední strana se skládá z dřevěných prken, ve kterých jsou rovnoměrně umístěna 3 okna. 4. podlaží věže se rovná bezmála 11 metrům. Z tohoto důvodu bývá nedílnou součástí konstrukce věže také zajišťovací poduška. Minimální hmotnost hákového žebříku činní 8,5 kg.

Závodník se připraví na start včetně sportovního náčiní, což je v tomto případě jednohákový žebřík. Ruce soutěžícího, pokud jimi drží žebřík, mohou přesahovat startovní čáru. Na povel startéra závodník vybíhá z vysokého či nízkého startu ke cvičné věži. Zde zahákne žebřík o parapet okna umístěného ve druhém podlaží, vyšplhá po něm, zasedne na parapetní desku, přemístí žebřík do okna umístěného v dalším patře a celý postup opakuje až do vystoupení na závěrečné podlaží. Do výsledné listiny se následně zapisuje čas, kdy se obě dolní končetiny závodníka dotknou podlahy věže [19].

Štafeta 4x100 m překážek

Soutěžní disciplína je rozdělena na 4 úseky po 100 metrech. Každý závodník může běžet pouze jednou, proto musí mít soutěžící družstvo 4 členy. Jako štafetový kolík v tomto případě slouží proudnice. Záleží pouze na závodníkovi, jakým způsobem tuto proudnici ponese. Úsek, ve kterém musí být proudnice předána dalšímu soutěžícímu činní 20 metrů a bývá též označován jak zóna předávky. Pokud proudnice během předávky upadne, má právo ji zdvihnout pouze předávající.

Prvním stanovištěm je tzv. domeček (délka 5 m, šířka 2,5 m, výška 2,5 m), umístěný 30 metrů od startovní čáry. Pod odstartování vybíhá závodník s proudnicí a sklápěcím žebříkem, pomocí něhož překoná domeček a dopadá do vlastní dráhy za vymezenou čáru.

Úkolem závodníka na druhém úseku je zdolání bariéry ve vzdálenosti 150 metrů od startu. Tato bariéra je totožná s překážkou používající se v disciplíně běh na 100 metrů překážek.

Soutěžící na třetím úseku vezme dvě svinuté hadice typu C-52 mm (215 metrů od startu) a před, na nebo za kladinou ji rozhodí. Kladinu překoná, seskočí do vlastní

dráhy za vymezený prostor, spojí hadice, jednu půlspojku napojí na rozdělovač a druhou na proudnici tak, aby bylo viditelné její zapojení. V zóně odpojení ji odpojí, následně v zóně předání ji předá závodníkovi vybíhajícímu na poslední úsek.

Čtvrtou a zároveň závěrečnou částí štafety je manipulace s hasicím přístrojem. Závodník uchopí hasicí přístroj, zprovozní jej, přeběhne s ním k nádrži s hořící kapalinou, kterou tímto přístrojem uhasí. Nezdáří-li se uhašení jedním přístrojem, může závodník použít rezervní. Odloží hasicí přístroj do své dráhy (nikdy ne tak, aby se dotýkal nádrže) a běží do cíle. Cílovou čaru překonává i s proudnicí [19].

Požární útok

Často označovaný též jako královská disciplína je jedním z nejnáročnějších disciplín požárního sportu. Pro dosažení co nejlepšího výsledného času je zapotřebí 100% výkon od celého družstva, které tvoří 7 členů. Každý z nich má odlišnou funkci, avšak tyto funkce na sebe vzájemně navazují, tudíž mezi závodníky musí fungovat dokonalá souhra. Tato disciplína se těší vzrůstající oblibě a to především díky divácké atraktivitě.

„Úkolem je pomocí motorové stříkačky, hadic, proudnic a dalšího náradí dopravit vodu do terčů vzdálených 90 metrů od připraveného materiálu. Vítězí to družstvo, které úkon splní v nejkratším čase“ [13].

Veškeré náradí si soutěží nachystají před započítáním útoku na tzv. základnu v čase, který udávají pravidla. Sportovní výzbroj nesmí tuto základnu přesáhnout s výjimkou savic. Nic se však nesmí dotýkat země. Zuby půlspojek hadic se taktéž nesmí dotýkat. Na provedení útoku má soutěžící družstvo 2 min. V tomto čase je potřeba pomocí koše nabrat vodu, roztáhnout vedení až k terčům a následně je proudem vody sepnout. Pravidla udávají, že členové družstva nesmí překročit či jiným způsobem se dotknout čáry, která označuje hranici stříkání. Pokus končí sepnutím časomíry nebo signalizací terčů [25].

1.5.4 Sdružení hasičů Čech, Moravy a Slezska

Jedná se o organizaci, která sdružuje všechny dobrovolné hasiče na území České republiky. Sdružení vzniklo dne 9. dubna 1991 jakožto pokračující organizace Svazu požární ochrany. Hlavním úkolem této instituce je vytvářet podmínky sloužící k zajištění ochrany života a zdraví občanů a majetků před požáry. Mezi důležitou

činnost celého sdružení i jednotlivých sborů patří také pomoc občanům při živelných pohromách nebo dalších událostech, které bezprostředně ohrožují život, zdraví či majetek. Výkonné funkce v případě SH ČMS zastává starosta a šest náměstků. Pod SH ČMS spadají sbory dobrovolných hasičů (SDH), okresní sdružení hasičů (OSH) a krajská sdružení hasičů (KSH). V čele těchto ústavů také stojí starostové [21].

2 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU

Tato část bakalářské práce se nejprve věnuje základním informacím týkající se soutěže extraligy ČR v požárním útoku. Jelikož je pořadatelem plánované soutěže sbor dobrovolných hasičů Vésky, nesmí chybět jeho historie a také pravidelné sportovní události jím pořádané. V neposlední řadě nám SWOT a PEST analýza ukáže výchozí podmínky nezbytné pro úspěšnou realizaci projektu.

Různé typy soutěží vyžadují různou dobu přípravy, tím pádem je odlišná i náročnost plánování. Hasičské soutěže bývají převážně jednodenní, avšak mají jistá specifika. Extraliga České republiky v požárním útoku nepochybně patří mezi velmi sledované sportovní události v tomto odvětví a její organizace vyžaduje již určitou míru zkušeností.

2.1 Extraliga ČR

Extraliga ČR

Extraliga funguje jako právnická osoba se sídlem ve Vacenovicích. Jedná se o prestižní soutěž v požárním útoku, konající se na území ČR. Celý seriál se skládá z určitého počtu soutěží. Pořadatel každého kola extraligy se řídí jejími pravidly, na což dohlíží pověřený delegát. Závody se konají o víkendech a to v letních měsících zpravidla soboty i neděle [26].

2.2 SDH Vésky

2.2.1 Historie

Sbor dobrovolných hasičů Vésky byl založen r. 1926. Tehdy čítal 37 členů, z toho 4 ženy. Sbor byl sice založen, ale chybělo potřebné vybavení – jak výstroj, tak výzbroj. Zájem o vstoupení do sboru narůstal a členů přibývalo. Hasiči začali pořádat různé společenské akce, ples, fašank, dokonce se hrávalo i divadlo. Díky tomu bylo možné z výtěžků r. 1927 zakoupit první stříkačku. Možnosti však nedovolovaly vhodné uskladnění hasičských potřeb a tak byla ze zapůjčených peněz a z části i darovaného stavebního materiálu postavena hasičská zbrojnice. Hasiči z Véseck samozřejmě již v této době zasahovali u řady větších či menších požárů. V roce 1947 sbor zakoupil motorovou stříkačku v hodnotě 52.331,80 Kč. V dalších letech se do sboru zařadila mládež, která dosahovala výborných úspěchů. První vozidlo bylo pro potřeby sboru

získáno v roce 1966. Jednalo se o typ AERO – 150, které následně vystřídalo nové požární vozidlo PRAGA – RN-AS 16. Hlavními příjmy v roce 1989 je kromě výtěžků ze společenských akcí také sběr kovošrotu. V tomto roce také končí hasičská soutěž s názvem Memoriál Fr. Nováka, pořádaná celých 10 let. Sbor zažádal vedení města o zařazení nové soutěže, následně pojmenované O putovní pohár starosty města. Hasiči začali pořádat také další novou soutěž a to noční, kde se využilo umělé osvětlení. První ročník se uskutečnil roku 1993. Rok 1997 se zapsal do dějin celé České republiky katastrofálními povodněmi, které se nevyhnuly ani městu Uherské Hradiště a okolním obcím. Hasiči z Věsek strávili 1717 hodin čerpáním vody a 112 hodin v pohotovosti na hasičské zbrojnici. Sbor byl oceněn mnoha uznáními, jak od HZS, tak i OSH [14].

Tabulka 1: Nejlepší výsledky sboru (zdroj: data z [14] a [15])

Rok	Družstvo	Umístění
1969	Dorost	Krajské kolo, 3. místo
1971	Dorost	Hry Plamen, 11. místo
1976	Dorostenky	Krajské kolo Břeclav, 3. místo
1982	Muži	Soutěž Český Krumlov (90 soutěžních družstev), 3. místo
1989	Muži	Krajské kolo Brno, 1. místo
1992	Muži	Memoriál Urbana (96 soutěžních družstev), 10. místo
1992	Muži	GP okresu, 2. místo
1996	Muži	Okrsek Kunovice, 1. místo
1996	Muži	VC okresu, 4. místo
1997	Muži	Okrsek Kunovice, 2. místo
1998	Muži	Okrsek Kunovice, 2. místo
2000	Muži	GP okresu, 5. místo
2002	Muži	GP okresu, 3. místo
2003	Muži	GP okresu, 2. místo
2004	Muži	GP okresu, 2. místo
2005	Muži	O Pohár hejtmana ZLK, 6. místo Krajské kolo v PS, 6. místo
2007	Muži	MČR Plzeň, 2. místo v požárním útoku, celkově

		7. místo VCUH, 1. Místo, O Pohár hejtmána ZLK, 1. místo
2008	Muži A Ženy	VCUH, 1. místo, MČR 6. místo, O Pohár hejtmána ZLK, 1. místo VCUH, 3. místo
2009	Muži A Ženy	VCUH, 1. Místo, Krajské kolo 4. místo VCUH, 3. místo
2010	Muži A Ženy	O Pohár hejtmána ZLK, 2. místo, VCUH, 1. místo VCUH, 2. místo
2011	Muži A Ženy	Závod EXČR Pravčice, 4. místo O pohár hejtmána ZLK, 1. Místo, VCUH 1. Místo VCUH, 3. místo
2012	Muži A Muži B	VCUH, 1. Místo, ZLPS 4. místo O Slováký džbáněk, 1. místo Krajské kolo v PS, 2. místo VCUH, 1. Místo, GPHO, 5. místo O Slováký džbáněk, 3. místo
2013	Muži A Muži B	VCUH 1. Místo, ZLPS 2. místo, krajské kolo v PS, 4. místo VCUH, 5. místo, GPHO, 2. místo
2014	Muži A Muži B	VCUH, 1. místo, ZLPS, 2. místo VCUH, 5. místo, GPHO 7. místo
2015	Muži A Muži B	VCUH, 2. místo, ZLPS 2. místo O pohár ředitelky HZS ZLK, 2. Místo, VCUH 4. místo

2.2.2 Sportovní akce pořádané SDH Vésky

O Putovní pohár starosty města

Tato soutěž je zařazena do seriálu VCUH, kterého se SDH Vésky pravidelně účastní. Dřívější ročníky se konaly na začátku srpna, avšak poslední dobou sboru více vyhovuje období na konci měsíce června. Soutěž probíhá na místním asfaltovém hřišti.

Trat' má travnatý náběh, který střídá betonová základna a následně 90% povrchu tvoří asfalt. Závodistiště je poměrně specifické, protože většina soutěží v okrese se v případě mužů běží na tzv. 3B, což na této trati není možné. Soutěžící – muži, tak běží stejnou vzdálenost jako ženy. Co se týče vybavení sportoviště, je zde krytý altán pro potřeby komentátora, zvukaře a rozhodčí, budova s občerstvením, letní zahrádka, toalety, dětské hřiště. Mimo vyhlášení samotné soutěže v požárním útoku v obou kategoriích – muži i ženy, případně dorostenci, bývají ocenění ještě nejrychlejší proudař a nerychlejší proudarka. Po odstartování posledního soutěžního družstva přichází na řadu družstvo dětí z Vések, které provádí požární útok exhibičně. Soutěž je pořádána ve hlavní spolupráci s městem Uherské Hradiště, tudíž se obvykle účastní také starosta města, který dle svých možností soutěž zahajuje či předává ceny.

Noční soutěž O pohár firmy Topdoors

Soutěž probíhá každoročně na konci října. Hlavním partnerem je firma Topdoors. Celá akce se koná na tomtéž hřišti, jako Pohár starosty města, ale za umělého osvětlení. Nutno podotknout, že se u hasičských sborů těší velké oblibě, o čemž svědčí i účast vzdálenějších družstev a sborů ze Slovenska. Hasiči se sem pravidelně sjíždí, aby zakončili sportovní sezónu, jelikož soutěž patří mezi poslední pořádané akce před zimní přestávkou. V roce 2015 se zúčastnilo přes 30 družstev mužů a žen.

2.3 SWOT analýza

Pro analýzu současného stavu je vybrána SWOT analýza, jež dovede přesně a jasně rozebrat aktuální situaci. Zaměřuje se na již existující akci a to soutěž O putovní pohár starosty města. Díky rozboru stávající pořádané akce lze lépe zorganizovat akci novou. Získané informace pak poslouží jako výchozí bod pro realizaci dobře zabezpečené soutěže po všech stránkách.

Tabulka 2: SWOT analýza existující akce (zdroj: vlastní zpracování)

Silné stránky	Slabé stránky
• Dobré jméno sboru • Dostupnost • Podpora sponzorů	• Parkovací plocha • Propagace • Trat' na 2B

• Dobré zázemí a příjemné prostředí	
Příležitosti	Hrozby
• Nový sponzor • Účast profesionálních hasičských sborů • Rozšíření soutěže • Spolupráce se školami	• Špatné počasí • Soutěž pořádaná konkurencí • Nedostatek financí

2.3.1 Příležitosti

Nový sponzor

Nalezení nového sponzora je příležitost, jak zlepšit podmínky a úroveň soutěží. Více sponzorů znamená také větší jistotu peněžních prostředků.

Účast profesionálních hasičských sborů

S profesionálními hasiči se na soutěžích setkáváme čím dál méně. Je důležité si uvědomit, že disciplína požární útok se podobá opravdovému hašení požáru. Přizvání profesionálních sborů může pomoci zlepšit vztahy a spolupráci mezi těmito dvěma články. Dále připomene obyčejným občanům, že se nejedná pouze o soutěž, ale tyto zde získané zkušenosti mohou dobrovolní hasiči využít při skutečném zásahu. Každému soutěžnímu družstvu se navíc naskytne možnost porovnat své výsledky s profesionály.

Rozšíření soutěže

Mimo hlavní disciplínu požární útok lze ještě do programu zařadit doplňující soutěž známou pod lidovým názvem „O nejrychlejší zadek“. Této soutěže se účastní zpravidla dva zástupci z každého družstva, a to „košař“ a druhý člen týmu, který s ním „nabírá“. Podstatou je co nejrychleji nasadit koš, nabrat vodu a spojit savice. Jakmile ze stroje vytryskne voda, čas se zastaví. Tato doplňující disciplína bývá zařazena zvlášť, na konec soutěže v požárním útoku. Účastní se pouze ty dvojice, které mají zájem.

Spolupráce se školami

Propagace celé akce není na příliš dobré úrovni. Velkým přínosem by bylo oslovení škol zaměřených na ekonomii a marketing, na vytvoření marketingového plánu pro soutěž. Studenti dostanou šanci získat více zkušeností z praxe a mohou přinést do celého návrhu své nápady, které mnohdy bývají neotřelé a inovativní. V případě spokojenosti na obou stranách by se mohlo uvažovat o dlouhodobé spolupráci.

2.3.2 Hrozby

Špatné počasí

Mezi velké hrozby rozhodně patří počasí. Soutěže se plánují řadu měsíců dopředu a vývoj počasí může organizátor jen těžko předpokládat. Dá se říci, že tento faktor obvykle neovlivní konání samotné soutěže, ale spíše její návštěvnost. Hasičské závody probíhají hlavně v letních měsících, tudíž může akci ohrozit především silný déšť a vítr. Určitě není pravidlem to, že se soutěže v případě špatného počasí ruší. Pokud jsou podmínky dostačující, závody se konají beze změn. Existují však i případy, kdy soutěž musela být kvůli špatnému počasí přesunuta na jiný termín.

Jiná soutěž tohoto typu pořádaná konkurencí

Přibližně od května do srpna se soutěže po celé republice konají téměř každou neděli či sobotu. Je tedy velmi pravděpodobné, že se jednotlivé soutěže v různých ligách budou krýt. Týmy si tak často musí vybrat, které z nich dají přednost. Většina týmů se soustřeďuje na jednu ligu, ve které chtějí dosáhnout co nejlepších výsledků. Účast na dalších soutěžích má pak posloužit třeba jako trénink nebo způsob, jak nabrat více zkušeností. Prestižním soutěžím je samozřejmě věnována značná pozornost. Totéž platí i pro akce, kde lze získat v případě umístění hodnotné ceny.

Nedostatek finančních prostředků

Ekonomická situace firmy se může změnit ze dne na den. Pokud se podnik dostane do finančních problémů, je velmi pravděpodobné, že nebude moci dále poskytovat finanční prostředky na podporu sportovních týmů. Sbory dobrovolných hasičů jsou neziskové organizace, proto ztráta některého ze stávajících sponzorů může mít vliv na kvalitu sportovních výsledků a úroveň pořádaných soutěží.

Sbor SDH Vésky vyniká aktivitou i mimo závodní dráhu, o čemž svědčí celá řada jím pořádaných akcí, mezi něž řadíme např. plesy, divadla, zábavy. Dalším zdrojem financí je také sběr kovošrotu. Veškeré příjmy z těchto činností umožňují hasičům pokrýt náklady spojené s celkovým fungováním organizace.

Tabulka 3: Příjmy z akcí v roce 2015 (zdroj: pokladní kniha SDH)

Akce	Částka
Ples	20.000 Kč
Soutěž O Pohár starosty města	13.000 Kč
Zábava	20.000 Kč
Noční soutěž	15.000 Kč
Celkem	68.000 Kč

2.3.3 Silné stránky

Dobré jméno sboru

SDH Vésky má dlouholeté zkušenosti s pořádáním soutěží. Zejména noční soutěž se těší vysoké návštěvnosti a to hlavně díky dobré organizaci. Nelze také popřít, že noční soutěže tohoto typu jsou vyhledávané nejen sportovními družstvy, ale i diváky. Za dobu, kterou sbor působí, si vytvořil dobré jméno také mezi občany obce a ostatními sbory. V případě potřeby jsou hasiči Véseck vždy ochotni pomoci, o čemž svědčí například účasti při záplavách, zásahy u požárů a další. Nesmíme opomenout sportovní úspěchy, kterých sbor dlouhodobě dosahuje.

Dostupnost

Vésky jsou částí města Uherské Hradiště, které je vzdáleno cca 3km. Sbory se na soutěže dopravují zpravidla vlastními hasičskými vozidly, avšak pro diváky může být mnohdy rozhodující dopravní dostupnost v místě konání. Přímo ve Věskách se nachází dvě autobusové zastávky MHD a jedna vlaková. Vše v těsné blízkosti sportoviště.

Podpora sponzorů

Sbor má své pravidelné sponzory, bez kterých by často nebylo možné akce pořádat. Mezi důležité podporovatele patří hlavně město Uherské Hradiště, které hraří

náklady spojené se závodem O putovní pohár starosty města. Dále nesmíme opomenout soukromé firmy.

Dobré zázemí a příjemné prostředí

Soutěž se odehrává na místním hřišti, kde je současně i hospoda. Mezi výhody nepochybně patří široká nabídka nápojů, což v letních měsících přijde vhod. Sportovní den se samozřejmě podle počtu přihlášených týmů může hodně protáhnout, proto diváci i soutěžící oceňují podávané grilované speciality.

Mezi další silné stránky lze zařadit i vhodné prostředí pro děti. Hasičský sport je určen pro opravdu širokou věkovou kategorii, avšak nejvíce sportovců najdeme v rozmezí 20 – 40 let. Mnoho z nich má i malé děti a vhodné prostředí jim umožní trávit čas se svými rodiči přes to, že se věnují nějakému sportu a jsou nuceni mu v závodním období obětovat hodně času (jedná se především o víkendy). Přímou u závodní plochy je nové menší hřiště pro děti a cca 100m od něj travnaté hřiště s houpačkami, průlezkami a ohrazeným pískovištěm.

2.3.4 Slabé stránky

Parkovací plocha

Bohužel se zatím nenašlo vhodné místo pro parkování hasičských aut. Ty se v den soutěže soustřeďují po celém obvodu hřiště, které navíc není nijak veliké. Cesta okolo něj se pak stane velmi úzkou a je problém s průjezdem dalšího vozidla. Družstva potřebují, aby bylo parkoviště vzdáleno co nejbližší, protože pro plnění disciplíny je zapotřebí větší množství sportovního náčiní.

Propagace

Propagace probíhá formou prezentace na internetových stránkách. Na serveru www.firesport.cz, probíhá rezervace startovního pořadí a dále je vytvořena událost prostřednictvím facebooku na oficiálních stránkách sboru, což určitě není dostačující. Sportovci a fanoušci tyto stránky pravidelně navštěvují, avšak obyčejní lidé, kteří do hasičského sportu nejsou příliš zasvěceni, se o akci mohou jen stěží dozvědět.

Trat' na 2B

Některé mužské týmy mohou brát trat' na 2B jako příjemnou změnu. Pro většinu družstev to však znamená běžet na závodech něco, na co nemají příliš natrénováno. Muži obvykle běží vzdálenosti na 3B. Kromě nočních soutěží pořádaných v okrese se prozatím jedná o jedinou trat', která je takto zkrácena (v rámci VCUH).

2.4 PEST analýza

Další analýzou použitou v podnikatelském plánu je PEST analýza, zaměřující se na externí prostředí. Níže uvedená analýza se zabývá faktory ovlivňující nejen hasičské závody, ale také sportovní akce všeobecně. Informace o politickém prostředí jsou čerpány z telefonického rozhovoru s osobami, které mají na starost přidělení níže uvedených dotací.

Politické prostředí

Jakákoliv změna v zákonech týkající se podmínek pro pořádání jednotlivých typů soutěží může mít velký dopad na počet konaných soutěží i jejich návštěvnost. Pokud se změní přístup k neziskovým organizacím a k jejich financování, nebude mnohdy možné podobné akce vůbec uskutečnit.

Co se týká dobrovolných hasičů, stát dotuje okresní kola, krajská kola a MČR (dospělých i mládeže). Dále financuje materiál potřebný pro výjezdovou jednotku, mezi který řadíme třeba zásahové oblečení apod.. V nákladech jsou pak proplaceny jen výdaje s tím spojené. Není úplně vždy pravidlem, že výjezdová jednotka má zcela totožné členy se sportovním družstvem. Avšak v případě pomoci například u záplav či náročných požárů, se samozřejmě členové musí prostřídat a do zásahu jsou obvykle zapojeni také členové sportovního týmu. Je důležité podotknout, že hasičské soutěže udržují hasiče v dobré kondici. Sportovní družstvo SDH Věsky zatím podporuje pouze město Uherské Hradiště a to z fondu na podporu sportu, které v roce 2016 umožňují čerpat dotace až do výše 100% nákladů. Dále podporují družstvo SDH soukromé firmy.

V roce 2016 byla zavedena zcela nová dotace od Ministerstva vnitra na nákup dopravního automobilu a výstavbu či rekonstrukci hasičské zbrojnice.

Ekonomické prostředí

Ekonomické ukazatele nepochybně mohou přispět ke změně vnímání soutěží a sportu všeobecně. V případě, že se například zvýší nezaměstnanost, lidé se budou soustředit spíše na to, aby uživili sebe a svou rodinu, než aby věnovali svůj čas návštěvě sportovních událostí. Podobně budou situaci vnímat i lidé, kteří dosahují v práci pouze na minimální mzdu.

Sociální prostředí

Velká část populace tráví v dnešní době čas pasivně. Celkově se dá říci, že se mění priority obyvatelstva a hrozí, že se budou zájmy lidí ubírat jiným směrem, než je sport a s ním spojené diváctví. Především děti tráví mnoho času doma u počítače či televize, což má za následek zvýšení počtu osob s civilizačním onemocněním.

Uherské Hradiště podporuje řadu sportovců a sportovních klubů. Poměrně široká nabídka sportů a sportovních akcí tak občanům dává nespočet možností, jak využít svůj volný čas. Mezi velmi sledované můžeme zařadit třeba utkání FC Slovácka, Slovácké beachové léto, Slovácký běh, Slovácký okruh a mnoho dalších. Hasičské soutěže (pokud se nejedná o ty prestižní) se často netěší velké informovanosti u obyvatel. Proč by tedy měli lidé tyto akce navštěvovat? Jedním z důvodů je rozhodně divácká atraktivita nabízející pokaždé nové, nečekané situace. Žádný závod není stejný, což snižuje riziko nezábavnosti pro sledující. Sport je také spojen s emocemi a ani v hasičském sportu o ně není nouze. Po bližším poznání celého chodu družstva člověk zjistí, že hasiči fungují jako rodina, což se projevuje nejen na závodní ploše, při zásahu, ale také při organizaci různých společensko – kulturních akcí. Jsou to často právě dobrovolní hasiči, kteří mají hlavní zásluhu na udržení soudržnosti celé obce. Jinak tomu není ani u SDH Vésky.

Technologické prostředí

Kvalita dopravní sítě je na lepší úrovni než kdysi. Výstavba nových silnic a dálnic a pravidelná vlaková spojení rozhodně prospívají sportovním akcím. Diváci i soutěžící se tak snáze dostanou na tyto soutěže. Díky médiím pak můžeme mnohdy ve vysoké kvalitě sledovat sportovní dění prakticky z jakékoli části světa. Na jednu stranu můžeme proto pokrok médií zařadit do velkých výhod, avšak na druhou stranu řada lidí pak tráví daleko více času pasivně doma u televize.

3 VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ

Tato část se zabývá zhotovení konkrétního podnikatelského plánu na pořádání hasičských závodů. Na základě předchozí analýzy současného stavu podám vlastní návrhy, jak celou soutěž uspořádat. Informace, které slouží jako podklad pro tvorbu projektu jsou čerpány od členů SDH Vésky a dále od ředitele sportovního areálu v Uherském Hradišti.

3.1 Titulní strana

Název organizace:	SDH Vésky
Sídlo:	Na Dědině 137 Uherské Hradiště - Vésky, 686 01
Starosta:	Roman Prachman
Velitel:	Šesták Miroslav st.
Právní forma:	organizační složka občanského Sdružení hasičů Čech, Moravy a Slezska
E – mail:	hasici@vesky.cz
Způsob financování:	Sponzorské dary Členské příspěvky Dotace z Fondu na podporu sportu Výtěžky z pořádání vlastních akcí

3.2 Cíl

Cílem podnikatelského plánu je uspořádat jednodenní soutěž v požárním útoku, konkrétně jedno kolo spadající do série závodů Extraliga ČR. Mezi další patří zabezpečení hladkého průběhu celé akce, zajištění dostatečné informovanosti potenciálních diváků o konání závodů, díky čemuž bude mít veřejnost také šanci dozvědět se o celkové činnosti sboru.

3.3 Marketingový plán

3.3.1 Produkt

Produktem je v našem případě služba v podobě nabídky účasti na hasičských závodech, konkrétně v disciplíně požární útok. Soutěž bude zařazena do seriálu Extraliga ČR v PÚ.

Závody jsou určeny pro družstva mužů i žen a to jak profesionálních, tak dobrovolných hasičů. Vítáni budou všichni, kteří milují tento sport, mají chuť soutěžit o hodnotné ceny a zároveň chtějí porovnat své výsledky s nejlepšími. Zúčastnit se mohou závodníci od 15 let, horní věková hranice není nijak omezena.

Divákům nabízíme napínavé odpoledne plné vyrovnaných sportovních výkonů a zároveň možnost dozvědět se něco nového o tomto sportu i samotné činnosti sboru.

3.3.2 Cena

Povinnou položkou pro soutěžící je pouze startovné, které zaplatí vždy jeden člen družstva za celý sportovní tým. Jedná se o jedinou položku zajišťující příjem pro sbor, tudíž organizátor musí zajistit dostatečnou propagaci, aby z co největší části naplnil volnou kapacitu. Sbory dobrovolných hasičů působí jako neziskové organizace, tudíž základem je stanovit takovou cenu startovného, aby vyhovovala finančním možnostem týmů. Pokud by bylo příliš vysoké, mohlo by se stát, že mnoho týmů si svou účast na závodech rozmyslí. Startovné soutěžící uhradí až v den příjezdu na závody, nejpozději 30 min. před zahájením, v ceně 300 Kč/tým. Chceme dodržet pravidla pro pořádání soutěží extraligy ČR, z tohoto důvodu ani výše startovného tuto částku nesmí přesáhnout.

3.3.3 Místo

Závody se uskuteční na městském atletickém stadionu v Uherském Hradišti. Sportoviště je velmi udržované a vhodné pro organizaci takové soutěže, jako je extraliga. V minulých letech se zde dokonce pořádalo mistrovství ČR v požárním sportu. Závodní dráha bude mít podobné rozmístění, jak tomu bylo právě při zde konaném mistrovství. Správcem tohoto sportoviště je město Uherské Hradiště, stejně jako je tomu u sportovní dráhy ve Věstkách, kde je pořádána soutěž v současné době.



Obrázek 3: atletický stadion Uherské Hradiště (zdroj: [23])



Obrázek 4: atletický stadion Uherské Hradiště (zdroj: [23])

3.3.4 Propagace

Propagace bude probíhat formou poutačních letáčků a banneru. Jedním z hlavních bude billboard na tř. Maršála Malinovského, u hypermarketu Tesco, což je velmi frekventovaná komunikace I. Třídy v Uherském Hradišti. Umístění celé reklamy zajistí firma H-design, po dobu 1 měsíce v rozměru 350x200cm, za cenu 3.500Kč.

Malé propagační letáčky budou rozdávat členové SDH přímo v ulicích města a jeho okolí.

Pro zajištění dostatečně velké účasti soutěžních družstev je nezbytné informovat družstva o konání soutěže na internetových portálech. Mezi nejznámější stránky zabývající se celkovým dění v jednotlivých ligách nepochybně patří server www.firesport.cz. Zde bude vytvořena událost a po přihlášení si zde každý tým může rezervovat požadované startovní číslo. Jedná se zřejmě o nejvíce v praxi využívaný způsob, jak si zajistit vhodné startovní pořadí nejen u soutěží extraligy. Dále pak budou závody uveřejněny na internetových stránkách pořádajícího sboru, extraligy a také na facebooku. Na všechny propagační materiály samozřejmě organizátor uvede loga všech sponzorů.

Přímý přenos ze soutěže pak zajistí hasičská televize FireTV, cena 2.500Kč.

Propagační letáček (viz příloha č. 1).

3.4 Organizační plán

3.4.1 Personální zabezpečení

Rozhodčí

Obvykle zajišťuje Sdružení hasičů Čech, Moravy a Slezska. Rozhodčím náleží odměna 200Kč + občerstvení a cestovné.

Hlavní rozhodčí

Odpovídá za dodržení všech pravidel týkající se provedení disciplíny požárního útoku. Svolává porady rozhodčích a deleguje jejich úkoly. Pokud nejsou podmínky pro konání soutěže vyhovující (zejména mohlo by být ohroženo zdraví soutěžících) může navrhnout veliteli soutěže její zrušení [27].

Rozhodčí - základna

Rozhodčí základny vyzívá družstvo pokynem „na základnu“ k přípravě na sportovní pokus. Měří čas, který tým má na nachystání náčiní potřebného k plnění disciplíny. Kontroluje také, zda jsou hadice, savice, proudnice a vůbec všechny materiál rozmístěn dle pravidel. Červeným či bílým praporkem následně dává znamení startérovi, zda je tým připraven ke startu.

Startér

Jeho úkolem je kontrola startovní listiny. Zároveň také dohlíží na to, aby soutěžní družstva startovala ve správném pořadí a byla pro disciplínu řádně ustrojena. Pokud start není proveden dle pravidel, vrací startér družstvo zpět zapískáním na píšťalku či druhým výstřelem. Může mít stanoveného pomocníka [27].

Rozhodčí - hranice stříkání a terče

Aby disciplína byla splněna, je nutné dodržet hranici stříkání (ta je označena páskou, či hadicí) a sestříknout oba terče. Proto kontrolu i na tomto místě provádí pověřený rozhodčí.

Hlavní časoměřič

Má odpovědnost za funkci časomíry, kontrolu naměřených časů a připravenost pro další sportovní tým. Vše musí být v pořádku před zahájením útoku, v průběhu i po něm. Čas se měří od výstřelu do sepnutí obou terčů. Veškeré naměřené časy pak předává zapisovateli. Časomíra uvádí čas pravého i levého terče a také oba tyto časy se zapisují [26].

Časoměřič

Podléhá hlavnímu časoměřiči.

Zapisovatel

Obvykle bývá pomocníkem hlavního časoměřiče. Na jeho pokyn zapisuje výsledné časy, včetně neplatných pokusů do tabulek. Naměřené výsledky pak předává také komentátorovi [27]. Jako zapisovatele využijeme v našem projektu člena sboru SDH Vésky.

Komentátor

Úloha komentátora by neměla být podceňována. Je důležité, aby osoba, která tuto funkci zastává, disponovala určitými znalostmi z daného prostředí a dokázala svým projevem upoutat diváky. V případě zájmu sportovních družstev budou u prezence k vyzvednutí informativní letáčky, které jednotlivé týmy vyplní a odevzdají komentátorovi. Obvykle se sem uvádí informace jako název týmu, představení všech členů družstva včetně jejich postu, nejlepší dosažené výsledky, cíl družstva pro stávající sezonu, píseň na přání apod. Pro tuto soutěž bude zajištěn komentátor, který zároveň zastává i funkci Djeje. Za veškerou odvedenou práci organizátor obdrží sjednanou odměnu ve výši 1.200 Kč + občerstvení.

Zdravotník

Povinností každého pořadatele je zajistit zdravotnický dozor. Co se úrazů týče, hasičské soutěže lze zařadit do kategorie rizikovějších sportů, ale nikoliv přímo nebezpečných. Mezi časté úrazy patří například strhnuté nehty na rukou, oděrky, spáleniny, občas zlomeniny a tržné rány, u kterých je nezbytné šití. SDH Vésky, jakož to pořadatel plánované soutěže má tu výhodu, že v řadách členů sboru má nejen vystudované zdravotnické záchranáře, ale i primáře traumatologie. Zdravotnický materiál si zajišťují zdravotníci sami. Vzhledem ke kvalifikovanosti těchto členů by měla být zdravotnická péče po celou dobu závodů dostačující. K vážnějším případům pak bude volána rychlá záchranná služba. Před samotnou soutěží je proto vhodné informovat i místní nemocnici.

Pokladník

Pokladníka si jmenuje každý sbor sám. Po celý rok má na starosti veškeré finance a to jak jejich výdej, tak příjem. V den soutěže vybírá startovné a následně podává kompletní soupis příjmů a výdajů. Na závěr sestavuje kompletní finanční zprávu pro sponzory.

Další pomocný personál

Pro přípravu sportoviště takto významné soutěže je zapotřebí dostatečný počet dobrovolníků. SDH Vésky má v současné době 83 členů, čili zajistit tým pro kompletní zabezpečení soutěže, by neměl být problém. Obsluhu stánku s občerstvením obstará 5 osob (1 osoba přijímá objednávky a přebírá peníze, 1 vydává guláš, 1 griluje, další dvě

se starají o výčep a prodej drobných potravin). Pokud se stane, že ve stánku bude mnoho práce, vždy jsou na soutěžích další členové, kteří jsou schopni obsluhujícím lidem pomoci nebo je vystřídat. Dalších 5 osob bude připravovat dráhu. Tato práce není časově nějak extrémně náročná, díky velmi udržovanému sportovišti. Jeden člověk se bude starat o průběžný úklid sportoviště. Dvě osoby budou ve stánku s informacemi. Všichni organizátoři budou mít stejná trika s označením sboru (není potřeba objednat, členové tyto trika v současné době vlastní). Soutěžní týmy se tak budou moci kdykoliv zeptat na jakékoliv otázky týkající se průběhu závodů.

3.4.2 Ubytování

Předmětem tohoto podnikatelského plánu je jednodenní soutěž, proto zpravidla týmy po skončení soutěže ze závodů odjíždí domů. V případě zájmu bude zajištěno ubytování v hotelu Synot ve Starém Městě, který je od sportoviště vzdálen necelé 3km. Hotel disponuje 22 pokoji, pro potřeby soutěže předběžně rezervujeme 11 jednolůžkových pokojů s přistýlkou (možnost ubytování 2 osob). Tato kapacita vystačí pro kompletní tři týmy. Mezi velké výhody tohoto ubytovacího zařízení patří monitorované parkoviště přímo před hotelem, což bude pro družstva nezbytností. Hasičská sportovní výzbroj není levnou záležitostí, především cena mašin nezbytných k provedení požárního útoku se pohybuje v řádech desítek tisíc korun. Nabídka hotelu (viz příloha č. 2).

3.4.3 Stravování

V areálu atletického stadionu se nachází dostatek vhodného prostoru pro umístění stánků s občerstvením i posezení. Z teplých pokrmů se budou podávat grilované speciality a guláš, do prodeje zařadíme také oplatky, zmrzliny apod. Nejdůležitější část občerstvení je nepochybně dostatek pití. Základem jsou balené vody a to jak neochucené tak i limonády. Velký zájem bývá také o čepované pivo, které si zde budou moci zájemci taktéž zakoupit.

Blízký aquapark pak nabízí poměrně širokou škálu teplých pokrmů. Sportoviště se nachází v centru města, proto není problém najít restauraci, kde se dá dobře najíst.

3.4.4 Parkování

V těsné blízkosti atletického areálu je dostatek vhodných parkovacích míst (z části lze poznat také z přílohy č. 4). Parkování je samozřejmě bezplatné. V případě

naplnění míst obklopujících stadion, lze zaparkovat určitý počet hasičských vozidel také přímo v areálu.

3.4.5 Materiální zabezpečení

SDH Věsky vlastní uspokojivé množství materiálu potřebného pro zabezpečení sportovní soutěže v požárním útoku. Kád' a základnu (na které si závodníci chystají potřebný materiál) vlastní zpravidla každé soutěžní družstvo a jinak tomu není ani u tohoto sboru. Hadice a hydrant potřebný pro dopravení vody do kádě také. Mezi další patří praporky, tiskárny a PC. Zabezpečit se musí pouze časomíra a dále terče odpovídající takovéto soutěži. Organizátor osloví dodavatele, který tento materiál pravidelně zajišťuje. Cena za terče a časomíru činí 1000 Kč. Místo pro hasičskou televizi není potřeba nijak zvlášť chystat, soutěž bude snímána z horní části divácké tribuny z tzv. „pavlače“. Ostatně zmíněný prostor pro televizi byl odzkoušen na již uspořádaném mistrovství ČR. Stánky a posezení v podobě pивních setů má sbor k dispozici v dostatečném množství. Poháry a diplomy budou objednány na webu www.pohary.com. Diplom obdrží každé soutěžní družstvo, které dosáhne v umístění na věčné ceny. Ty bychom rádi získali od sponzorů. Pokud se ceny nepodaří získat touto formou, bude investováno 200 Kč pro každý tým na jejich nákup.

Diplomy (16 Kč/ks).....	25 x 16 = 400 Kč
Putovní poháry (1.370 Kč/ks).....	2 x 1.370 = 2.740 Kč
Poháry – muži (4ks).....	1.300 Kč
Poháry – ženy (3ks).....	780 Kč
Sošky pro proudaře (120 Kč/ks).....	240 Kč
Štítky (10 Kč/ks).....	11 x 10 = 110 Kč

3.4.6 Harmonogram přípravy

Rozhodování o uspořádání akce

Žádost o pořádání soutěže Extraligy je potřeba podat do 15. října 2016.

Podmínky a náležitosti přihlášky:

- Písemná forma
- Podpis starosty SDH
- Razítko
- Prohlášení o seznámení s podmínkami pořádání Extraligy

O pořadateli rozhoduje rada Extraligy, konkrétně rada a to tajnou volbou.

Do konce dubna 2017 je potřeba uhradit pořadatelský poplatek ve výši 3000 Kč. Důležité je splnit veškerá pravidla pro pořádání soutěží extraligy. Všechny body, které je nutné dodržet, jsou uvedeny ve „Smlouvě o provedení soutěže“ [22].

Leden

- Schůze členů
- Zamluvení sportoviště + informace o jeho možnostech
- Určení organizačních týmů a rozdělení úkolů

Únor

- Poptávka ubytování
- Zajištění personálu – rozhodčí, zdravotník, komentátor
- Objednávka materiálu, který si sbor musí zapůjčit
- Zajištění cen

Březen

- Uhrazení pořadatelského poplatku
- Zveřejnění propozic (viz příloha č. 3)
- Propagace

Duben

- Potvrzení ubytování

Květen

- Informace o konání akce okolním stravovacím zařízením
- Informace o konání akce místní nemocnici
- Vyzvednutí bannerů od sponzorů

Vlastní konání akce

Den před akcí

Možnosti atletického stadionu umožňují přípravu sportovní akce den předem. V podvečer před samotnou soutěží je vhodné přichystat:

- **Menší stánky a velký stan, lavičky** Sestavení stanu pro potřeby občerstvení je časově i personálně náročnější, proto je zapotřebí s touto činností začít dříve.

- **Bannery od sponzorů** - umístíme na místa k tomu určená (převážně zábradlí na stadionu).
- **Příprava občerstvení** – den před akcí se na hasičské zbrojnici uvaří guláš a naloží maso, nakoupí potraviny, které se bude další den na soutěži podávat
- **Kontrola** – Kád', hydrant, plato, hadice, pokud bude zjištěna závada tak případné opravy

Den konání

Tabulka 4: Program v den akce (zdroj: vlastní zpracování)

Čas	Činnost
7:00 – 9:30	Vytyčení závodní dráhy, vyměření vzdáleností dle pravidel, umístění startovací a cílové čáry, značek, terčů a časomíry,
9:30 – 10:15	Kontrola trati, reklamních ploch, místa pro TV, příprava potřeb pro občerstvení
10:15	Uzavření startovní listiny a její kontrola
10:30	Nástup družstev a porada velitelů
11:00	Zahájení soutěže (kategorie mužů)
11:00 – 15:00	Závody mužů – čas orientační, dle počtu družstev
15:00 – 15:30	Přestávka pro posun terčů pro kategorii žen
15:30 – 18:00	Závody žen – čas orientační, dle počtu družstev
18:00 – 18:30	Vyhlášení

Po celou dobu konání je k dispozici správce celého areálu. Denně od 7:00.

O všech krocích organizace musí být informován také delegát Extraligy.

Rozmístění na závodní dráze (viz příloha č. 4)

Uzavření a ukončení akce

- **Získání zpětné vazby** – formou krátkého dotazníku zjistíme, jak byli soutěžící s organizací a celkovým průběhem soutěže spokojeni. Tento dotazník je anonymní a závodníci jej obdrží při zaplacení startovného (viz příloha č. 5).

- **Zveřejnění kompletní výsledkové listiny** – fotografie výsledkové listiny, včetně výtisku z časomíry bude zaslán na e-mailovou adresu uvedenou v pravidlech Extraligy ČR a na internetové stránky pořadajícího sboru
- **Úklid sportoviště** – demontace stánku s občerstvením, úklid košů, šaten a přilehlých prostor, odvoz vlastního a zapůjčeného materiálu
- **Vytvoření článku** – zpracování článku o průběhu celé soutěže. Tato část je nezbytná pro splnění podmínek soutěží extraligy, proto po sepsání bude zaslán na stejnou e-mailovou adresu stejně jako výsledková listina
- **Vyúčtování** – provedení předběžného vyúčtování celé soutěže. Rozdělení příjmů a výdajů.

Den po akci

- Sestavení kompletní zprávy o průběhu akce a závěrečné vyúčtování
- Závěrečná schůze organizátorů, návrhy na zlepšení pro další ročníky

3.5 Finanční plán

Pro lepší orientaci v oblasti nákladů poslouží níže uvedená tabulka zachycující náklady na akci.

Tabulka 5: Náklady na akci (zdroj: vlastní zpracování)

Náklady na akci	
Ceny - hotovost	19.000 Kč
Věcné ceny	5.000 Kč
Poháry	4.910 Kč
Sošky pro nejlepší proudaře	260 Kč
Diplomy	400 Kč
Pronájem sportoviště (600Kč/ hod.)	7.800 Kč
Rozhodčí	1.200 Kč
Komentátor	1.200 Kč
Zapůjčení terče a časomíry	1.000 Kč
Pořadatelský poplatek	3.000 Kč

Tonery do tiskárny	900 Kč
Psací potřeby	200 Kč
Papír	240 Kč
Televize FireTV	2.500 Kč
Reklama	3.500 Kč
Občerstvení pro rozhodčí a koment.	300 Kč
Cestovné rozhodčích	500 Kč
Celkem	51.910 Kč

Tabulka 6: Rozdělení nákladů (zdroj: vlastní zpracování)

Fixní náklady	Variabilní náklady
Pronájem sportoviště	Ceny - hotovost
Rozhodčí	Poháry
Komentátor	Sošky pro nejlepší proudaře
Pořadatelský poplatek	Diplomy
Zapůjčení terče a časomíry	Tonery do tiskárny
Televize FireTV	Psací potřeby
	Papír
	Reklama
	Občerstvení pro rozhodčí a komentátora
	Cestovné rozhodčích
	Věcné ceny

Příjmy ze startovného budou využity výhradně na ceny pro vítěze, případně na odměny pro rozhodčí.

Jelikož sportovní akce nebyla zatím ve městě Uherské Hradiště uspořádána, budeme vycházet z průměru počtu družstev účastnící se extraligy ČR v požárním útoku v roce 2015.

Tabulka 7: Počet startujících týmů v extralize v r. 2015 (zdroj: data z [24])

Kolo extraligy	Počet účastníků - muži	Počet účastníků - ženy
Olšovec	40	15
Radíkov	38	8
Pšánky	34	14
Myštěves	30	15
Petrovice	38	9
Karolín	32	17
Lavička	34	10
Radimovice	40	16
Průměrný počet týmů	36	13

- Pokud dodržíme pravidla extraligy, zpětně získáme dotaci 2.000 Kč.
- Stávající sponzoři SDH Vésky poskytnou sponzorské dary ve výši 10.000 Kč.
- Vztahy sboru SDH Vésky a města Uherské Hradiště jsou velmi dobré, proto počítáme alespoň s dotací od města v podobě pronájmu sportovního areálu, nebo snížení jeho ceny na minimum. Žádat tedy budeme o dotaci od města z Fondu na podporu sportu.

Tabulka 8: Rozdíl mezi výnosy a náklady akce (zdroj: vlastní zpracování)

Náklady a výnosy akce	Částka
Očekávané příjmy ze startovného (49 osob)	14.700 Kč
Sponzorské dary	10.000 Kč
Dotace extraliga	2.000 Kč
Dotace - pronájem sportoviště	7.800 Kč
Náklady	- 51.910 Kč
Rozdíl	- 17.410 Kč

Co žádáme?

Od potenciálních sponzorů žádáme věcné dary, které bychom použili jako ceny pro vítěze, případně finanční hotovost k pokrytí nákladů akce. Za předpokladu výše uvedených skutečností, musíme získat 17.410 Kč, aby se soutěž nestala ztrátovou.

Pro získání potřebných financí budou osloveny následující firmy:

BILLA, s. r. o, TESCO, SPORTISIMO, JAMI SPORT, s. r. o., FREE STYLE SPORT, INTERSPORT, TUFÍR, s. r. o, ALBERT hypermarket, AQUAPARK UH, internetový obchod X-flmae.cz, internetový obchod Hasici CZ.cz, internetový obchod Haspot. Cz.

Co nabízíme?

- Reklamu Vaší firmy na všech propagačních materiálech akce
- Umístění Vašeho stánku na soutěži
- Účast na hasičských akcích konaných v průběhu roku sborem SDH Vésky, konkrétně se jedná o hasičský ples, pytláckou noc, hasičskou zabijačku, besedu u cimbálu

3.6 Rizika

Rizikem tohoto podnikatelského plánu je nepochybně nedostatečné naplnění kapacity, čili nízká účast startujících týmů. Výše uvedené riziko jsme se snažili minimalizovat pomocí marketingového plánu. Velký vliv na počet účastníků se družstev bude mít samozřejmě také to, kolik družstev se přihlásí do celého seriálu extraligy. Pokud to není nezbytně nutné, závodní týmy nevynechávají žádnou ze soutěží v seriálu, kde jsou přihlášení, protože za umístění jsou přiděleny také body, které nakonec určují konečné pořadí.

V Uherském Hradišti se extraliga v požárním útoku zatím nikdy nekonala. Proto může být pro řadu týmů tato soutěž velkým otazníkem a mnozí nebudou mít představu, co od zde pořádaných závodů očekávat. Po celou dobu je nutné komunikovat s delegátem extraligy, který dohlíží na všechny kroky podniknuté v organizaci. Z tohoto důvodu bychom se měli vyhnout také případným chybám, na které nás delegát upozorní.

Komplikací vztahující se k materiálu může být porucha na časomíře. Pokud by se jednalo o trvalou poruchu, zajištění náhradní by se mohlo stát časově náročným úkonem. Problém by se mohl vyřešit ručním měřením stopkami.

Pro realizaci projektu bude dále důležitá především výše dotace od města Uherské Hradiště, které doposud financovalo soutěž pořádanou ve Věskách. To, na jakou dotaci bude tento projekt schopen dosáhnout, závisí na mnoha faktorech. SDH Věsky má velmi dobré jméno a jimi pořádané soutěže se těší oblibě. Ekonomický výsledek a srovnání soutěže, kterou nyní pořádá sbor a plánované extraligy může do budoucna rozhodnout, kterou z těchto soutěží pořádat i v dalším roce.

Aby se soutěž mohla uskutečnit, je zapotřebí získat sponzorské dary ve formě finanční hotovosti a věcných cen. Pokud by projekt nepodpořili oslovené firmy, bylo by nutné zvážit, zda závody uskutečnit.

ZÁVĚR

Cílem tohoto podnikatelského plánu bylo navrhnout úspěšný projekt na realizaci hasičských závodů, konkrétně v disciplíně požární útok. Abychom stanoveného cíle dosáhli, bylo zapotřebí se dostatečně věnovat teoretické části zabývající se samotnou strukturou podnikatelského plánu, marketingem a v neposlední řadě historií požárního sportu a popisem jednotlivých disciplín.

Informace o dosažených výsledcích sboru v minulých letech poukázaly na vysokou úroveň sportovního týmu a umožnily čtenářům podnikatelského plánu nahlédnout do historie SDH Věsky.

Současný stav a možnosti pro realizaci takových závodů nejlépe zhodnotily analýzy SWOT a PEST. Využití těchto analýz pomohlo identifikovat vnitřní i vnější faktory, které ovlivňují soutěž pořádanou v současné době a z části i celkové fungování sboru.

Část vlastní návrhy řešení pojednává o vytvoření konkrétního podnikatelského plánu, dle kterého by bylo možné soutěž zorganizovat. Jsou zde uvedeny vlastní návrhy, jak takovou soutěž uspořádat a jak zajistit potřebný personál, materiál, finance.

Pro tyto hasičské závody bude podstatná výše získaných dotací, což vyplynulo z finančního plánu. V současnou chvíli je soutěž ztrátová, a pokud se nepodaří získat chybějící finance, musíme zvážit, zda závody vůbec pořádat. Možností jak snížit náklady by mohlo být snížení cen pro nejlepší týmy, což by však mohlo některá družstva odradit. Jelikož se jedná o extraligu, která patří mezi soutěže nejvyšší úrovně a ocenění nejlépe umístěných týmů by takové soutěži mělo odpovídat.

Výše uvedené skutečnosti však umožňují plán realizovat a tím byl zároveň splněn i cíl práce.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] SRPOVÁ, Jitka, Ivana SVOBODOVÁ, Pavel SKOPAL a Tomáš ORLÍK. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 194 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.
- [2] KORÁB, Vojtěch, Jiří PETERKA a Mária REŽŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, c2007, 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [3] BLACKWELL, Edward. *Podnikatelský plán*. Praha: Readers International Prague, 1993, 134 s. ISBN 80-901-4541-8.
- [4] FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha 7: Grada Publishing, a.s., 2005, 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- [5] NOVOTNÝ, Jiří. *Ekonomika sportu: vybrané kapitoly III*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010, 194 s. ISBN 978-80-245-1713-1.
- [6] KOTLER, Philip. *Marketing Management: analýza, plánování, využití, kontrola*. 7. Vyd. Děčín: Victoria Publishing, 1992, 789 s. ISBN 80-85605-08-2.
- [7] VEBER, Jaromír. *Management: Základy, prosperita, globalizace*. Praha: Management Press, 2005, 700 s. ISBN 80-7261-029-5.
- [8] KOTLER, Philip. *Marketing v otázkách a odpovědích*. Brno: CP Books, a. s., 2005, 130 s. ISBN 80-251-0518-0.
- [9] KAŇOVSKÁ, Lucie. *Základy marketingu*. Brno: AKADEMICKÉ NAKLADATELSTVÍ CERM, 2009, 123 s. ISBN 978-80-214-3838-5.
- [10] VSEKALOVÁ, Jitka. *Marketing*. Praha: Fortuna, 2006, 247 s. ISBN 80-7168-979-3.

[11] MCCARTHY, E. Jerome a William D. PERREAULT. *Základy marketingu*. Praha: Victoria Publishing, 1995, 511 s. ISBN 80-856-0529-5.

[12] VELIČKO, V. M., S. I. TIMOŠENKO a J. I. PANKOV. *Současný požární sport*. Praha: TEPS, 1989, 129 s. Knižnice požární ochrany (Tisková ediční a propagační služba). ISBN 80-706-5016-8.

[13] MINARSKÝ, Antonín. *Náš požární sport: 35 mistrovství České republiky hasičů z povolání*. Karlovy Vary: Český hasič, 2007. 143 s.

[14] *Brožura k 80. výročí založení Sboru dobrovolných hasičů Věsky*. 2006.

[15] *Výroční zprávy z valné hromady*. Uherské Hradiště - Věsky.

Internetové zdroje:

[16] *Management mania* [online]. 9.3.2016 [cit. 2016-05-04]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>

[17] *Magdalena Čevelová* [online]. ČEVELOVÁ, Magdalena. 7.4.2011 [cit. 2016-05-04]. Dostupné z: <http://www.cevelova.cz/proc-swot-analyza/>

[18] *Businessvize* [online]. 29.11.2010 [cit. 2016-05-04]. Dostupné z: <http://www.businessvize.cz/planovani/kde-se-vzala-a-k-cemu-je-pest-analyza>

[19] *Hasičský záchranný sbor České republiky* [online]. [cit. 2015-02-05]. Dostupné z: <http://www.hzscr.cz/clanek/discipliny-pozarniho-sportu.aspx>

[20] *Centrum požárního sportu* [online]. 29.6.2015 [cit. 2016-05-04]. Dostupné z: <http://cps.pozary.cz/novinka/654/v-discipline-vystup-na-vez-padl-narodni-rekord>

[21] *Dobrovolní Hasiči.cz: Oficiální informační server sdružení hasičů Čech, Moravy a Slezska* [online]. 7.11.2008. 2008, 31.3.2014 [cit. 2015-02-05]. Dostupné z: http://www.dh.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=2

[22] *Firesport* [online]. [cit. 2016-05-17]. Dostupné z: <http://excr.firesport.eu/clanek-vyzyvame-zajemce-2015070601.html>

[23] *Sportoviště města Uherské Hradiště* [online]. [cit. 2016-05-18]. Dostupné z: <http://www.sportoviste-uh.cz/atleticky-areal/>

[24] *Extraliga ČR v požárním útoku* [online]. [cit. 2016-05-28]. Dostupné z: <http://www.extraliga-pu.cz/vysledky/2015>

Vyhlášky, zákony, pravidla:

[25] *Vyhláška MV č. 247/2001 Sb. o organizaci činnosti jednotek požární ochrany ve znění vyhlášky č. 226/2005 Sb.* In: .

[26] *Pravidla Extraligy České republiky v požárním útoku pro XXI. ročník v roce 2016.* In: .

[27] *Směrnice hasičských sportovních soutěží pro muže a ženy.* In: . Sdružení hasičů Čech, Moravy a Slezska, 2011.

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK, GRAFŮ

Obrázek 1: SWOT analýza (zdroj: [17]).....	20
Obrázek 2: PEST analýza (zdroj: [18]).....	21
Obrázek 3: atletický stadion Uherské Hradiště (zdroj: [23])	42
Obrázek 4: atletický stadion Uherské Hradiště (zdroj: [23])	42
Tabulka 1: Nejlepší výsledky sboru (zdroj: data z [14] a [15])	31
Tabulka 2: SWOT analýza existující akce (zdroj: vlastní zpracování).....	33
Tabulka 3: Příjmy z akcí v roce 2015 (zdroj: pokladní kniha SDH)	36
Tabulka 4: Program v den akce (zdroj: vlastní zpracování)	49
Tabulka 5: Náklady na akci (zdroj: vlastní zpracování)	50
Tabulka 6: Rozdělení nákladů (zdroj: vlastní zpracování)	51
Tabulka 7: Počet startujících týmů v extralize v r. 2015 (zdroj: data z [24])	52
Tabulka 8: Rozdíl mezi výnosy a náklady akce (zdroj: vlastní zpracování)	52

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Propagační leták

Příloha 2: Nabídka ubytování

Příloha 3: Propozice

Příloha 4: Rozmístění sportovní dráhy

Příloha 5: Dotazník spokojenosti



české republiky v požárním útoku

SPONZOŘI A PARTNEŘI EXTRALIGY ČR:



„O Putovní pohár starosty města“



Turnusvnek 2017

Kdy: 17. 6. 2017, začátek 11:00
Kde: atletický stadion, Uherské Hradiště

OBČERSTVENÍ ZAJIŠTĚNO!!
Srdečně zve SDH Věsky





Nabídka ubytování – Hotel Synot, Staré Město

Kontakty:

Tel.: +420 572 541 745

Mobil: +420 739 604 119

E-mail: synot@synothotels.com

GPS: 49°4'44.043"N,
17°26'13.488"E

Cena pro sportovní týmy účastníci se závodů v požárním útoku:

Jednolůžkový pokoj s přistýlkou.....300 Kč/osoba/noc

Snídaně.....75 Kč/osoba

Vstup do wellness centra.....100 Kč/osoba/hod.

Celková cena za osobu.....475 Kč

(v případě využití všech výše uvedených služeb)

Výše uvedená nabídka je přímo hotelem Synot velmi zvýhodněná, na základě e-mailové komunikace.

Běžné ceny ubytování v hotelu Synot:

Jednolůžkový pokoj s přistýlkou.....650 Kč/osoba/noc

Snídaně.....95 Kč/osoba

Vstup do wellness centra.....150 Kč/osoba/hod.

Na každém pokoji je k dispozici telefon, satelitní TV a vlastní sociální zařízení se sprchovým koutem. Wellness centrum umístěno přímo pod hotelem, snídaně probíhají formou švédských stolů.

Propozice

Název sportovní akce: „O Putovní pohár starosty města Uherské Hradiště“

Partneři projektu: město Uherské Hradiště
firma TOPDOORS
firma FAVEX
firma Grafiko

Sponzoři extraligy: Bison, Hasičská vzájemná pojišťovna, Firesport, FireTV, Sdružení hasičů Čech, Moravy a Slezska, Sportservis, marvays.cz, Nevřela

Všeobecná ustanovení:

Pořadatel: SDH Vésky

Datum konání: sobota 17. 6. 2017

Místo konání: atletický stadion Uherské Hradiště

Prezence: prezence a uzavření startovní listiny do 10:15 hod.
nástup a porada velitelů 10:30
začátek soutěže (kategorie mužů) od 11:00

Velitel soutěže: Šesták Miroslav, tel. 608543122

Hlavní rozhodčí: Petr Šupka

Startovné: 300 Kč - muži, ženy

Informace: tel: 777 578 111, sl. Horsáková, [www.extraliga – pu.cz](http://www.extraliga-pu.cz)

Přihlášky: www.firesport.eu

Šatny: zajištěny v místě konání

Občerstvení: v místě konání stánkové občerstvení, soutěžící si jej hradí na vlastní náklady

Ubytování: možnost zajistit v nedalekém hotelu Synot
Nutnost závazně potvrdit rezervaci a upřesnit počet osob dva měsíce před začátkem soutěže, kontakt viz. informace

Doprava: soutěžní týmy si zajišťují dopravu samostatně

Technická ustanovení:

Kategorie: muži, ženy (od 15 let)

Disciplína: Požární útok podle pravidel Extraligy České republiky v PÚ

Povrch tratě: tartanová základna, poté tráva

Způsob provedení požárního útoku:

Dle platných pravidel požárního sportu uvedených ve Směrnici požárního sportu SH ČMS a pravidel Extraligy na rok 2017, na sklopné terče, soutěže jsou uveřejněny na internetové adrese www.extraliga-pu.cz

Kontrola techniky a ústroje bude provedena v předstartovním boxu.

Protesty: podává vedoucí družstva hlavnímu rozhodčímu do 10 minut od ukončení pokusu, týká-li se sporná otázka provedení, průběhu nebo hodnocení pokusu

Odpovědnost: Pořadatel neručí za vnesené či odložené věci soutěžících družstev.

Přihlašovatel odpovídá za veškeré technické a věcné prostředky PO použité v disciplínách požárního sportu odpovídající Směrnici hasičských soutěží a pravidlům PS, ručí, že jsou řádně přezkoušené, schválené a nejsou nijak upravené

Ceny:

Kategorie muži:

1. místo 2 500 Kč Putovní pohár, pohár za umístění, věcná cena
2. místo 2 200 Kč Pohár za umístění, věcná cena
3. místo 2 000 Kč Pohár za umístění, věcná cena
4. místo 1 600 Kč Pohár za umístění, věcná cena
5. místo 1 300 Kč Věcná cena
6. místo 1 000 Kč Věcná cena
7. místo 900 Kč Věcná cena
8. místo 800 Kč Věcná cena
9. místo 700 Kč Věcná cena
10. místo 500 Kč Věcná cena
- 11.-15. místo Věcné ceny

Kategorie ženy:

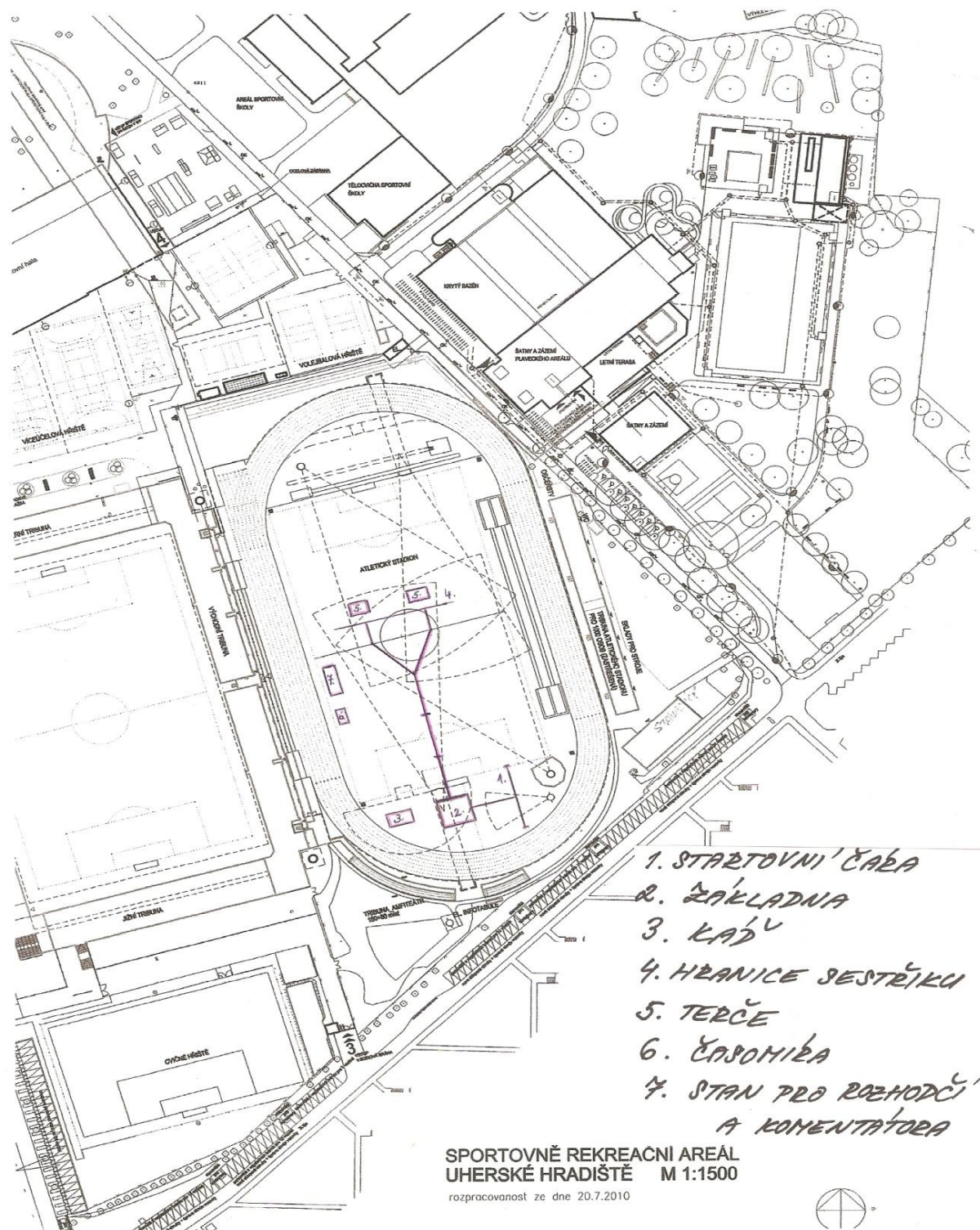
1. místo 1 500 Kč Putovní pohár, pohár za umístění, věcná cena
2. místo 1 200 Kč Pohár za umístění, věcná cena
3. místo 1 000 Kč Pohár za umístění, věcná cena
4. místo 600 Kč Věcná cena
5. místo 500 Kč Věcná cena
6. místo 400 Kč Věcná cena
7. místo 300 Kč Věcná cena
- 8.-10. místo Věcné ceny

Ocenění budou také nejlepší proudař a nejlepší proudářka.

Každý ze závodníků soutěží na vlastní nebezpečí.

V místě konání zajištěn zdravotnický dozor.

Příloha 4: Rozmístění sportovní dráhy



Dotazník spokojenosti s organizací soutěže

Prosíme zúčastněné týmy, aby vyplnily krátký dotazník, který nám pomůže zkvalitnit služby pro další ročníky.

1) Jak jste se o soutěži dozvěděl/a?

.....

2) Byli jste spokojeni s organizací soutěže?

ANO / NE

3) Doporučil/a by jste účast na těchto závodech také jiným sportovním týmům?

ANO / NE

4) Jak na Vás působí sportovní areál?

.....

5) Zúčastníte se soutěže také další rok?

ANO / NE

6) Uveďte prosím, co jste na soutěži postrádali.

.....