



ŘÍZENÍ A PROVOZ SPORTOVNÍCH ZAŘÍZENÍ 2

Mgr. Tereza Viplerová

13. 2. 2023

Kontakt

- E-mail: tereza.viplerova@vos-cus.cz
- Konzultace: po dohodě přes e-mail
- Veškeré informace viz Intranet

Klasifikovaný zápočet

- Docházka – 3 absence (z 10 hodin)

- 13. 2.
- 20. 2.
- 27. 2.
- 6. 3.
- 13. 3.
- 20. 3.

- Aktivní práce v hodině

- Prezentace projektu

- 27. 3. – *odpadá – místo toho 28.3. prohlídka bazénu Podolí*
- 3. 4. – *projekty*
- 10. 4. *Velikonoční pondělí*
- 17. 4. – *projekty*
- 24. 4. – *projekty*
- 1. 5. *Státní svátek*

Struktura projektu

- Individuální zpracování
- 15 – 20 minut prezentace
- Multimediální prezentace (PP, Keynote apod.)
- Termíny prezentací
 - 3. 4.
 - 17. 4.
 - 24. 4.

Struktura projektu

- Plán výstavby a provozu nového sportovního zařízení ve vybraném městě
 - *Vybrat si jedno město a zanalyzovat, jaká sportovní zařízení tam jsou a jaká ne (která chybí) – základ z předmětu Řízení a provoz sportovních zařízení 1 (ZO)*
 - *Vybrat si sportovní zařízení, které zde chybí, a představit důvody, proč by mělo ve vybraném městě být, a přínosy pro město a jeho obyvatele*
 - *Najít lokalitu pro nové sportovní zařízení*
 - *Popsat konkrétní kroky, které musí proběhnout před zahájením výstavby (ukázat posloupnost jednotlivých fází, jak budu postupovat)*
 - *Základní informace o zařízení – název, logo, účel, vize a mise*
 - *Plán provozu – nabízené služby a produkty, ceník, financování, vlastník, kapacita, velikost, sponzoři, právní forma, dostupnost*
 - *Personální a finanční plán*
 - *Vybavení a design zařízení*

Výběr termínu

- Termíny (3-4 studenti / termín)
 - 3. 4.
 - 17. 4.
 - 24. 4.
- Vybrané město a sportovní zařízení - nahlásit na hodině 6. 3.

PLÁNOVÁNÍ

Plánování

- Co to je?
- Kam tuto činnost zařadit v rámci teorie managementu sportu?
- Informační proces stanovení cílů a postupů jejich dosažení
 - *V neziskovém prostředí nedostatky a problémy*
 - Příčiny?
 - *Nestabilita prostředí daná především cirkulací lidských zdrojů*
 - *Úspěšnost získávání vlastních finančních zdrojů*
 - *Účinnost propagace účelu organizace na veřejnosti*
 - *V ziskovém prostředí příznivější*

Ziskové x neziskové prostředí

Kritéria	Ziskové prostředí	Neziskové prostředí
Cíle		
Financování		
Vlastnictví		
Základní aktivity		
Orientace nabídky pro zákazníky		

Ziskové x neziskové prostředí

Kritéria	Ziskové prostředí	Neziskové prostředí
Cíle	Zisk, tržby	Neziskové účely, pokrytí nákladů
Financování		
Vlastnictví		
Základní aktivity		
Orientace nabídky pro zákazníky		

Ziskové x neziskové prostředí

Kritéria	Ziskové prostředí	Neziskové prostředí
Cíle	Zisk, tržby	Neziskové účely, pokrytí nákladů
Financování	Prostřednictvím trhu	Prostřednictvím podpory státu, z členských příspěvků, dary a podpora soukromých subjektů
Vlastnictví		
Základní aktivity		
Orientace nabídky pro zákazníky		

Ziskové x neziskové prostředí

Kritéria	Ziskové prostředí	Neziskové prostředí
Cíle	Zisk, tržby	Neziskové účely, pokrytí nákladů
Financování	Prostřednictvím trhu	Prostřednictvím podpory státu, z členských příspěvků, dary a podpora soukromých subjektů
Vlastnictví	Soukromé	Veřejné, smíšené
Základní aktivity		
Orientace nabídky pro zákazníky		

Ziskové x neziskové prostředí

Kritéria	Ziskové prostředí	Neziskové prostředí
Cíle	Zisk, tržby	Neziskové účely, pokrytí nákladů
Financování	Prostřednictvím trhu	Prostřednictvím podpory státu, z členských příspěvků, dary a podpora soukromých subjektů
Vlastnictví	Soukromé	Veřejné, smíšené
Základní aktivity	Prodej	Plnění účelů neziskových organizací
Orientace nabídky pro zákazníky		

Ziskové x neziskové prostředí

Kritéria	Ziskové prostředí	Neziskové prostředí
Cíle	Zisk, tržby	Neziskové účely, pokrytí nákladů
Financování	Prostřednictvím trhu	Prostřednictvím podpory státu, z členských příspěvků, dary a podpora soukromých subjektů
Vlastnictví	Soukromé	Veřejné, smíšené
Základní aktivity	Prodej	Plnění účelů neziskových organizací
Orientace nabídky pro zákazníky	Taková nabídka, která získá soukromé peníze od zákazníka	Taková nabídka, která získává nové členství v organizaci

Neziskové organizace

Spolky

Organizační složky státu
a územních
samosprávních celků

Příspěvkové organizace

Zájmová sdružení
právnických osob – již
nelze zakládat, stávající
zůstávají, mohou se
transformovat na spolek

Nadace a nadační fondy

Ústavy

Obecně prospěšné
společnosti – existují a
fungují, ale nelze je již
zakládat

Politické strany a hnutí

Státem uznávané církve
a náboženské
společnosti

Obce

Státní fondy

Veřejné vysoké školy

Příklady aplikace základní činnosti manažera na činnosti sportovního manažera – plánování

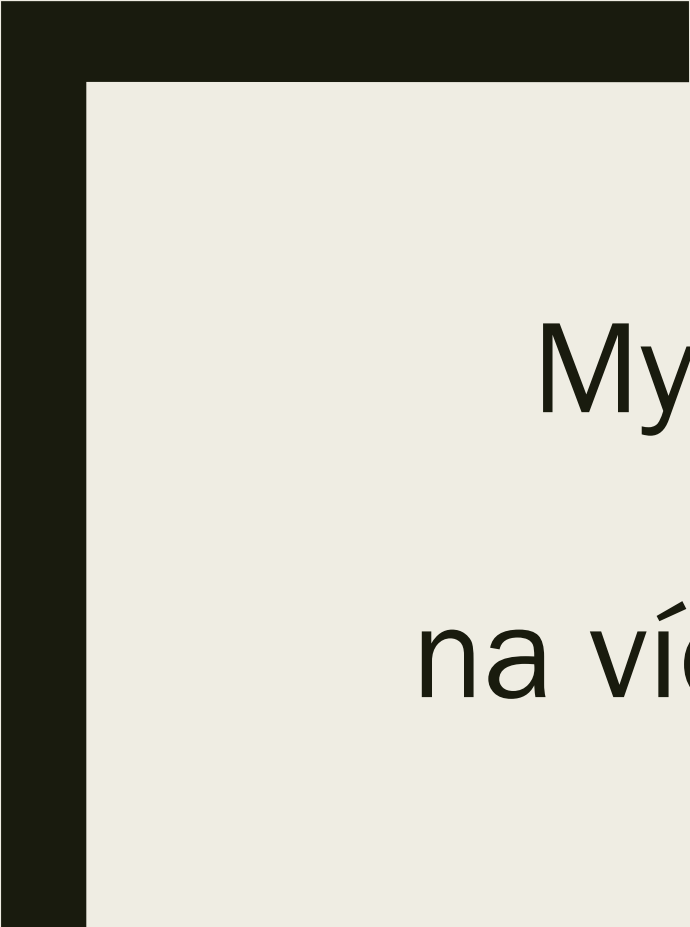
- Strategický plán rozvoje příslušné organizace (např. SK)
- Dlouhodobý, střednědobý a aktuální program
- Strategický postup manažera při plánování akcí a podniků TVS
- Marketingový plán sportovních subjektů
- Specifické činnosti:
 - *Sponzorská činnost*
 - Vytvoření nabídky pro sponzory
 - Aktivace sponzorských programů

Strategické plánování

- Nejdůležitější nástroj pro dosahování firemních cílů
- Zaměřeno na budoucnost (nad 3 roky)
 - *Taktické plánování (1 – 3 roky)*
 - *Operativní plánování (do 1 roku)*
- Stanovení budoucích cílů a vhodných prostředků pro jejich dosažení
- Výsledek: STRATEGICKÝ PLÁN

Strategie

- Jak dosáhnout našich cílů?
- Formulace našeho chování k dosažení cílů
- Plán / strategie
 - *Hlavní cíle, obchodní politika, implementace – jednotný celek*
 - *Všichni uvnitř organizace jsou ztotožněni*
 - *Dlouhodobá*
- Vliv na úspěšnost / neúspěšnost
- Dlouhodobost
- Jedinečnost



Myslet v čase,
v prostoru,
na více úrovních

STRATEGICKÉ
MYŠLENÍ



Strategické řízení – východiska strategie

- Vize a mise
- Mise
 - *Smysl existence organizace*
 - *Jaké produkty? Komu? Jaký je důvod naší tržní existence?*
 - *Spíše neurčitá*
- Vize
 - *Budoucí podoba organizace*
 - *Tržní pozice a síla? Podoba?*

Strategické řízení – východiska strategie

- Úkol – vyhledejte ve dvojicích organizaci vašeho výběru a představte její misi a vizi ve třídě

Co umožňuje strategické plánování TVS organizacím?

1. Promyslet jakým způsobem sportovní organizaci založit
 - *Rozhodování, zda má být SK založen a fungovat jako:*
 - Spolek – na základě zákona č. 89/2012 Sb.
 - Obchodní společnost – podle zákona č. 90/2012 Sb. O obchodních korporacích (nejčastěji s.r.o. nebo a.s.)
2. Definovat nejdůležitější cílové skupiny
 - *Skupiny osob, které SK pomáhají uskutečňovat jeho vytyčené cíle – sportovci, sponzoři, diváci / fanoušci*
3. Určit krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé cíle
4. Určit způsob, jakým se budou tyto cíle plnit

Sportovní zařízení jako podnik

- Vlastnictví
- Sektor sportu
- Struktura
- Organizace

Sportovní zařízení jako podnik

- Vlastnictví
 - *Samostatné vlastnictví*
 - *Partnerství*
 - *V rámci korporací*
- Sektor sportu
- Struktura
- Organizace

Sportovní zařízení jako podnik

- Vlastnictví
- Sektor sportu
 - *Spolkový*
 - *Komunální*
 - *Podnikatelský*
- Struktura
- Organizace

Sportovní zařízení jako podnik

- Vlastnictví
- Sektor sportu
- Struktura – řízení
 - *Veřejný subjekt*
 - *Soukromý subjekt*
 - *Partnerství veřejného a soukromého sektoru (PPP – public-private partnership)*
 - *Dobrovolná struktura*
- Organizace

Sportovní zařízení jako podnik

- Vlastnictví
- Sektor sportu
- Struktura
- Organizace – modely organizační efektivnosti
 - *Goal model*
 - *System resource model (systémové prostředky)*
 - *Process model*
 - *Multiple constituency model (model více složek)*

Do příští hodiny

- Promyšlení prvního a druhého bodu projektu
 - *Vybrat si jedno město a zanalyzovat, jaká sportovní zařízení tam jsou a jaká ne (která chybí) – základ z předmětu Řízení a provoz sportovních zařízení 1 (ZO)*
 - *Vybrat si sportovní zařízení, které zde chybí, a představit důvody, proč by mělo ve vybraném městě být, a přínosy pro město a jeho obyvatele*
 - ***v příští hodině začneme pracovat na vašem projektu, proto tento bod nepodceňte!***
- Sledovat e-mail a Intranet kvůli možným prohlídkám sportovního zařízení



PROSTOR PRO DOTAZY

