

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA PEDAGOGICKÁ

**PŘÍPRAVA A REALIZACE GOLFOVÉHO TURNAJE PRO ŽÁKY
STŘEDNÍCH ŠKOL VE VĚKU OD 15 DO 19 (20) LET
(PROJEKTOVÁNÍ SPORTOVNÍ AKCE)**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Adam Koubek

Tělovýchova a sport

Vedoucí práce: Mgr. Luboš Charvát

Plzeň, 2024

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně
s použitím uvedené literatury a zdrojů informací.

V Plzni dne

.....

vlastnoruční podpis

Tímto bych chtěl poděkovat vedoucímu mé bakalářské práce panu Lubošovi Charvátovi, který mi pomáhal při jejím vypracování. Dále mé dík patří všem zúčastněným jedincům turnaje, kteří se na hřišti chovali zodpovědně a vytvářeli výbornou atmosféru. V poslední řadě musím zmínit i všechny členy organizačního týmu, kteří svou práci odvedli výborně, a nebyl s nimi sebemenší problém.

OBSAH

SEZNAM ZKRATEK	3
ÚVOD	4
1 TEORETICKÁ ČÁST	6
1.1 PROJEKTOVÝ MANAGEMENT	6
1.1.1 Projekt	6
1.1.2 Zainterесované strany projektu	7
1.1.3 Trojimperativ projektu	8
1.1.4 Stanovení projektového cíle a jeho dekompozice.....	9
1.1.5 Logický rámec projektu	10
1.1.6 Řízení rozsahu projektu	10
1.1.7 časový plán projektu.....	11
1.1.8 Zdroje projektu	13
1.1.9 Rizika projektu	16
1.1.10 Životní cyklus projektu.....	19
1.2 MARKETING VE SPORTU	23
1.2.1 Marketingový mix ve sportu	23
1.3 SPONZORING	27
1.3.1 Sponzoring sportovních akcí.....	28
2 PRAKTICKÁ ČÁST	29
2.1 STUDIE PŘÍLEŽITOSTÍ A STUDIE PROVEDITELNOSTI	29
2.1.1 Studie příležitostí.....	29
2.1.2 Studie proveditelnosti	30
2.2 LOGICKÝ RÁMEC PROJEKTU	32
2.2.1 Účel projektu	32
2.2.2 Cíl projektu	32
2.2.3 Dílčí cíle (výstupy) projektu	33
2.2.4 Cílová skupina	33
2.2.5 Rozsah projektu (množství projektových činností)	34
2.2.6 Zdroje.....	37
2.2.7 Časový plán projektu	42
2.3 RIZIKA.....	44
2.3.1 Stanovení kontextu řízení rizik	44
2.3.2 Identifikace rizik.....	45
2.3.3 Analýza rizik	46
2.3.4 Ošetření rizik.....	47
2.3.5 Řízení a monitoring rizik a vyhodnocení rizik	50
2.4 GOLFOVÝ TURNAJ - PRAVIDLA, DISCIPLÍNY A VYHODNOCOVÁNÍ.....	50
2.4.1 Pravidla	51
2.4.2 Disciplíny.....	52
2.4.3 Vyhodnocování výsledků	52
2.5 SPONZORING	54
2.5.1 Zajištění sponzorů turnaje.....	54
2.6 PROPAGACE.....	56
2.7 ZMÍNKA V MÉDIÍCH	57
2.8 SWOT ANALÝZA.....	57
DISKUZE	58

ZÁVĚR.....	60
RESUMÉ.....	61
SEZNAM LITERATURY	62
SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A PŘÍLOH	66
PŘÍLOHY	68

SEZNAM ZKRATEK

aj. - a jiné

apod. - a podobně

atpod. - a tak podobně

č. - číslo

min. - minuta

hod. - hodina

např. - například

s. - stránka

SA - sportovní akce

tzn. - to znamená

tzv. - takzvaný

ÚVOD

Tato bakalářská práce se zabývá projektováním, tedy přípravou a následnou realizací sportovní akce ve formě modifikovaného golfového turnaje pro dospívající jedince.

Cílová skupina adolescentů, velmi často žáků středních škol, se v tomto věkovém období totiž může potýkat se specifickými a ne příliš jednoduchými situacemi, které u nich mohou vyvolávat určité psychické, popř. i fyzické napětí a stres. Jedná se především o přechod ze základní na střední školu nebo nástup do práce, což vůči jedinci vytváří nové úkoly, požadavky a starosti, se kterými je třeba se vypořádat. Zároveň je toto období takzvaně „přechodné“ mezi dětstvím, které je spojené s nutnou závislostí na druhých (rodina), a nezávislostí v dospělosti. Jedinci se dostává více prostoru a příležitostí k řešení, která mohou být mnohdy velmi náročná a stresující. Dále se pak adolescenti vzhledem ke zmíněné „přechodné“ fázi mezi dětstvím a dospělostí často dostávají do situací, kdy vzhledem k věku něco už nesmí nebo naopak ještě nemůžou (Macek, 2003). Taktéž se u adolescentů může vyskytovat nejistota ze své budoucnosti, kdy si jedinec klade otázky, kde bude vlastně bydlet, zda začne pracovat, nebo půjde dále studovat atpod. (studium-psychologie.cz). Tato skutečnost a další změny v období, kdy se z dítěte stává dospělý, pak často vyúsťují v nejasnost a konfliktnost vlastních pocitů, emočnímu napětí, stresu, ba dokonce agresivitě (Macek, 2003).

Ideální možností pro kompenzaci bio-psycho-sociálního zatížení, a to nejen v období adolescence, je pohybová rekreace. Její podstatou je vykonávání zájmové pohybové aktivity realizované dobrovolně a ve volném čase. Tehdy dochází k aktivnímu odpočinku, zábavě, celkovému uspokojení, regeneraci duševních a fyzických sil. Mimo to se tím podporuje udržování či zlepšování zdraví a kondice (Božik, 2018; Rubín, 2023).

Golf je pak pro jeho dopady na jedince velmi dobrou volbou pohybové rekreace. Při golfu se člověk většinou pohybuje v klidné přírodě, což kladně působí na jeho psychiku a pomáhá snižovat hladinu stresu. To vede k psychické relaxaci a celkovému zlepšení nálady. Zároveň se jedná i o výbornou platformu pro sociální interakci, jelikož se často hraje ve více lidech, kde se naskytuje možnost vytváření nových vztahů a prožívání příjemných společných zážitků. Vědomí toho, že je člověk součástí nějaké komunity, může

mít velmi dobrý dopad na psychiku. Vzhledem k tomu, že je golf pohybová aktivita, kde se hráč pohybuje po hřišti a při odpalování opakovaně zapojuje různé svaly, dochází i k rozvoji kondice jedince. Pravidelným hraním golfu následně dochází ke zlepšování, či dokonce udržování kardiovaskulárního zdraví, stejně jako je tomu u mnoha jiných pohybových aktivit (rehabilitace.info, 2017).

Účelem uspořádání golfového turnaje je tedy vytvoření vhodných podmínek a prostředí pro to, aby si zúčastnění jedinci z akce odnesli příjemnou první zkušenost, nebo aby došlo k podpoře již existující zkušenosti. Na základě toho by se následně ke golfu vraceli jako k pohybové aktivitě, která jim přináší příjemný prožitek a zábavu. To by jim jako forma pohybové rekreace pomáhalo zdolávat překážky spojené s adolescentním věkem. Dále by se i celkově podporovala, či udržovala fyzická kondice a zdraví.

Z toho tedy vyplývá cíl této bakalářské práce i samotného projektu. Tím je naplánovat, zrealizovat a vyhodnotit sportovní událost ve formě golfového turnaje pro středoškoláky ve věku od 15 do 19 (20) let.

V práci je v teoretické části věnována pozornost především projektovému managementu, marketingu a sponzoringu ve sportu. Následně se tyto získané poznatky a principy aplikují na projektování sportovní akce ve formě golfového turnaje, kde jsou jednotlivé kroky plánování a samotné realizace rozepsány do jednotlivých kapitol.

1 TEORETICKÁ ČÁST

1.1 PROJEKTOVÝ MANAGEMENT

„Projektovým řízením (project management) se rozumí soubor norem, doporučení a best of practise zkušeností, popisujících, jak řídit projekt.“ (Doležal et al., 2016, s. 47)

Rektořík et al. (2015, s. 27) dále píše, že: *„ Projektový management řeší iniciaci, samotný vznik, realizaci a způsob zakončení projektu.“* Blažek (2011, in Rektořík et. al, 2016, s. 26) pak v tomto kontextu zdůrazňuje znalost obecných zákonitostí managementu, které jsou důležité pro pochopení oblasti projektového managementu. Ve sportovním prostředí je toto chápání jak managementu obecně, tak specifického projektového managementu důležité právě pro tvorbu projektů.

Základní oblasti zmíněného managementu využívaného ve specifickém prostředí projektového řízení výstižně popisuje Müller (1988, s. 2, in Čáslavová 2009, s. 11), a to takto: *„Management jsou typické činnosti, které manažer vykonává, jako rozhodování, organizování, plánování, kontrolování, vedení lidí, koordinace, motivování lidí atd.“*

1.1.1 PROJEKT

Projekt v obecném pojetí znamená soubor konkrétních činností a úkolů. Jejich vykonáním je dosahováno specifického cíle v určitém časovém úseku a za využití specifických zdrojů (Svozilová, 2016).

Aby se tedy doopravdy jednalo o projekt, měly by být dodrženy tyto podmínky:

- Vymezenost - jasně určené časové, finanční a zdrojové záležitosti
- Různorodost - pro realizaci projektu je potřeba různých dovedností
- Komplexnost - jedná se o složitou a komplexní záležitost (Doležal et al., 2016)
- Jedinečnost - na rozdíl od rutinního opakujícího procesu se jedná o něco jedinečného, nového
- Rizikovitost - projekt je spojený s celou řadou rizik v oblasti financí, času, personálu atd. (Doležal et al., 2012)

Projekt v podobě sportovní akce

SA lze jakožto jednorázové, jedinečné a časově vymezené události pak při splnění základních výše uvedených podmínek považovat za projekt. SA může být vymezena i jinak, než jen časově, finančně a zdrojově. Je možno je dělit na základě **působnosti** (množství účastníků nebo diváků a dalších participujících se osob), **otevřenosti** (stupeň omezení účasti), **prostředí** (umístění – indoor a outdoor), **participaci** (primární zaměření SA – účastnické či divácké), **formálnosti** (stupeň formality – oficiální či přátelské), **cíle** (ziskové či neziskové) a **multioborovosti** (množství disciplín (oborů), jedno či víceoborové) (Novotný, 2011).

Dále je možno specifikovat SA podle potřeby konkrétních zdrojů, což ve svém díle uvádí Doležal et al. (2013) takto:

- **Komplexní** (např. pořádání olympijských her)
 - dlouhodobé, jedinečné, vysoká náročnost v oblasti nákladů a investic
- **Speciální** (např. pořádání mezinárodních turnajů)
 - střednědobé, průměrná náročnost v oblasti zdrojů, nákladů, rozsahu a množství činností
- **Jednoduché** (např. uspořádání sportovního utkání)
 - Krátkodobé, nenáročné, stačí úsilí jedné či několika málo osob

1.1.2 ZAJINTERESOVANÉ STRANY PROJEKTU

„Zajímavou stranou v projektu je osoba/organizace, která je aktivně zapojená do projektu nebo jejíž zájmy mohou být pozitivně/negativně ovlivněny realizací projektu či jeho výsledkem. Často také může ovlivnit průběh projektu nebo jeho výsledky.“ (Doležal et al., 2016, s. 302).

Podle zastávané role ve vztahu k projektu lze zmínit:

- Zákazník projektu - má zájem o realizaci projektu, je zadavatelem či investorem projektu, budoucí uživatel projektových výstupů (produktu)
 - Sponzor projektu - taktéž podmnožinou skupiny zákazníka, nejvyšší autoritou při rozhodování o zásadních aspektech projektu
- Realizátor projektu - po uzavření dohody se zadavatelem projektu je zodpovědný za jeho realizaci (Svozilová, 2016)
- Zadavatel - osoba se zájmem o uskutečnění projektu
- Investor - poskytuje finanční či jiné zdroje
- Ostatní dotčené strany - nezastávají žádnou z výše uvedených rolí, ale stejně jsou přímým či nepřímým způsobem ovlivněny projektem (Doležal et al., 2016)

1.1.3 TROJIMPERATIV PROJEKTU

V případě, že po stanovení základních podmínek projektu vznikne shoda mezi zadavatelem a realizátorem, je možné se začít blíže zabývat nejdůležitějšími veličinami projektu. Tyto veličiny a jejich provázanost jsou často vyobrazeny do trojúhelníku, tzv. trojimperativu. Někteří autoři se pak mohou do jisté míry lišit v pojmenování některé z veličin. V podstatě věci se ale ve většině případů shodují a na vrcholy pomyslného trojúhelníku umísťují tyto proměnné:

- Čas (dodržování termínů)
- Náklady (plnění cílů s určitými finančními prostředky)
- Požadované provedení, rozsah projektu (kvalita provedení závislá na vykonaných projektových prací odpovídajícími zdroji)

(Rektořík et al., 2015)

Doležal et al. (2016) také zdůrazňuje závislost jednotlivých veličin, kdy změna jedné z nich ovlivňuje zbylé veličiny trojimperativu.

1.1.4 STANOVENÍ PROJEKTOVÉHO CÍLE A JEHO DEKOMPOZICE

Stanovení projektového cíle

Stěžejní záležitostí každého projektu je, aby ze strany projektového manažera došlo k jasnému stanovení cíle a jeho případné dekompozici (rozdělení) na cíle dílčí. Důležité je, aby se při jeho stanovování dodržely určité zásady, což mimo jiné umožní i následnou determinaci cíle (Rektořík et al., 2015).

Tyto zásady shrnuje **metoda smart**, kde každé jedno písmeno tohoto slova zastupuje konkrétní podmínku při určování cílů. Cíle by tedy měly být:

- **S** (specific) – specifické a konkrétní
- **M** (measurable) – měřitelné
 - Možnost hodnocení dosažení cílů
- **A** (agreed, appropriate) – akceptovaný, odpovídající
 - Shoda a souhlas zainteresovaných stran se zvoleným cílem
- **R** (realistic) – realistický
 - Zvolení cíle, kterého je možno reálně dosáhnout
- **T** (timed) – termínovaný
 - Přehledný časový plán a jasně určené termíny v rámci projektu

(Doležal et al., 2012)

Dekompozice projektového cíle

Se záměrem detailnějšího informování a hlubšího porozumění je možno hlavní cíl rozdělit na zmíněné cíle dílčí. Projektový tým a ostatní pracovníci mají pak větší povědomí v oblasti toho, co a jakým způsobem bude řešeno, jaká je časová náročnost, jaké jsou požadavky, nároky, předpokládané mezivýstupy v jednotlivých projektových fázích a potenciální rizika projektu. Ve spojitosti s dekompozicí projektového cíle pak vznikají soubory konkrétních projektových činností. Ty svým záměrem odpovídají dílčím cílům v rámci jednotlivých projektových fází (Rektořík et al., 2015). Projektovým fázím bude věnována větší pozornost v kapitole *1.1.10 Životní cyklus projektu*.

1.1.5 LOGICKÝ RÁMEC PROJEKTU

V návaznosti na předešlé poznatky se za účelem poskytnutí přehledného dokumentu všem zúčastněným stranám vytváří logický rámec projektu. Ten obsahuje základní informace, jako je jasný popis účelu, zmíněného cíle, výstupů (dílčích cílů), klíčových projektových aktivit, zdrojů, časového plánu, předpokladů, rizik a v poslední řadě i vzájemných vazeb mezi těmito elementy. V tabulce níže lze svislé vazby vedoucí směrem zezdola nahoru vysvětlit tak, že splněním klíčových aktivit je dosaženo určitých výstupů, které pomáhají dosažení cíle, a tak plnění účelu projektu. Vodorovné vazby fungují tak, že se při splnění odpovídajících předpokladů a ošetření rizik na dané úrovni posouváme na úroveň vyšší (Vacek et al., 2017).

Obrázek č. 1: Logický rámec projektu (Vacek et al., 2017, s. 18)

Účel	Objektivně ověřitelné ukazatele	Způsob ověření	
Cíl	Objektivně ověřitelné ukazatele	Způsob ověření	Předpoklady a rizika
Výstupy (postupné cíle)	Objektivně ověřitelné ukazatele	Způsob ověření	Předpoklady a rizika
Aktivity (klíčové činnosti)	Zdroje	Časový rámec	Předpoklady a rizika
			Předběžné podmínky

1.1.6 ŘÍZENÍ ROZSAHU PROJEKTU

Jak již bylo nastíněno výše, s ohledem na jednotlivé fáze a dekompozici projektového cíle vznikají konkrétní činnosti, které svým účelem odpovídají daným projektovým fázím. Se záměrem získání detailního přehledu o všech činnostech a jejich vzájemných vazbách se vytváří speciální seznamy, popřípadě i grafy, jež toto všechno poskytují. Projektové fáze by pak měly obsahovat přiměřené množství činností, které jsou ve vztahu k projektu relevantní a odpovídají lidským a jiným dostupným zdrojům (Rektořík et al., 2015).

Definiční tabulka činností

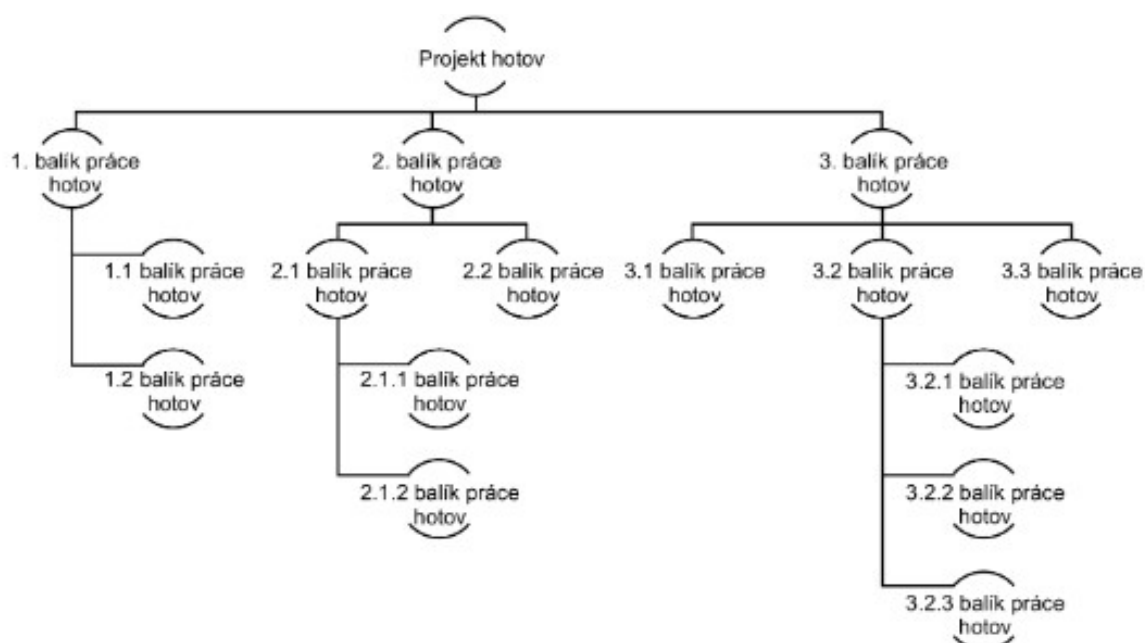
Jedná se o prostou a přehlednou tabulku, která obsahuje rozpis veškerých projektových činností, které je nutno pro úspěšnou realizaci projektu vykonat. Běžně

tabulka obsahuje i informace o trvání a předcházejících a následujících činnostech (Rektořík et al., 2015).

WBS

Při dekompozici projektu je určitě na místě zmínit nástroj WBS (Work breakdown structure), do češtiny překládaný jako strukturovaný rozvrh prací. Ve většině případů se jedná o hierarchicky stromovité rozložení veškeré práce, která musí být při realizaci projektu vykonána (Mirko, 2019). Důležité je pak vědět, že anglické slovo *work*, tedy práce, v tomto případě znamená vykonanou práci. Tím se má na mysli její výsledek, a nikoli její proces (Doležal et al., 2012).

Obrázek č. 2: Reprezentace WBS pomocí stromovitého rozkladu (Mirko, 2019, s. 204)



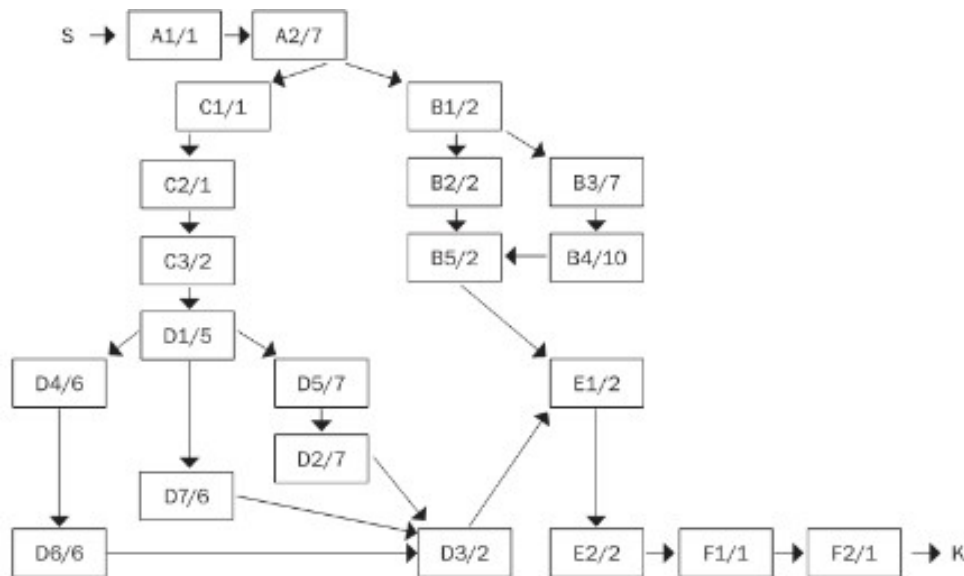
1.1.7 ČASOVÝ PLÁN PROJEKTU

Časové plánování hraje stěžejní roli v celém plánovacím procesu. Je totiž podkladem pro všechny další projektové záležitosti, a tak by mu být věnována dostatečná pozornost. Usiluje se zde o co nejpřesnější vymezení časových záležitostí, popřípadě i vazeb mezi jednotlivými činnostmi, které určují vzájemnou návaznost. K tomu se ve většině případů využívají různé formy grafického znázornění, které vzhledem ke své přehlednosti převažují nad prostými, méně přehlednými tabulkami (Doležal et al., 2012).

Síťový graf logického sledu činností

Jedná se o nejjednodušší formu grafického znázornění, která sice demonstruje logickou posloupnost a vazby vykonávání projektových činností, ale neobsahuje délky jejich trvání. Vazby pak dávají informace o návaznosti jednotlivých činností. Důležité je znázornění především těch činností, které lze vykonávat současně (Rektořík et al., 2015).

Obrázek č. 3: Síťový graf logického sledu činností (Doležal et al., 2016, s. 33)



Ganttův (úsečkový) diagram

Ganttův diagram je znázornění, kde je stanovena časová osa, na níž je doba trvání určité činnosti vyznačena odpovídající délkou úsečky (Doležal et al., 2016). Činnosti a úkoly jsou zpravidla řazeny do sloupce od shora dolů a časová osa je situována vodorovně. V dnešní době jsou pro nenáročnost jejich tvorby velmi často využívány. Na rozdíl od přehledné informace o začátku a konci činnosti zde však nejsou vyznačeny vzájemné jejich vzájemné vazby (Svozilová, 2016).

Obrázek č. 4: Příklad Ganttova diagramu (Svozilová, 2016, s. 153)

	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9
Úkol A	■	■							
Úkol B			■						
Úkol C		■	■	■	■				
Úkol D			■	■	■	■	■		
Úkol E								■	■

Dalšími nástroji pro řízení času může být **Ganttův graf**, kdy se jedná se o kombinaci ganttova diagramu se síťovým grafem, kde jsou zvýrazněny i vzájemné vazby. Posledním uvedeným nástrojem je **síťový graf CPM**, který se využívá spíše u složitějších projektů (Doležal et al., 2016).

1.1.8 ZDROJE PROJEKTU

V této kapitole bude věnována pozornost především lidským a finančním zdrojům. Velká pozornost u finančních zdrojů je věnována zejména nákladům, od kterých se odráží i následné stanovení potřebných finančních zdrojů pro jejich pokrytí.

1.1.8.1 Lidské zdroje

Jedná se o stěžejní krok, kdy se zvolení a následné řízení vhodných a kvalitních lidských zdrojů odráží na vykonávání projektových prací. Na tom se doráží úspěšnost celého projektu (Rektořík et al., 2015).

Oblast lidského řízení v projektu lze podle Doležala et al. (2016) a Vacka et al. (2017) rozdělit a popsat ve 4 krocích:

- Plánování lidských zdrojů
 - Na základě stanoveného rozsahu (např. pomocí WBS) a představě o časovém plánu a nákladech projektu se identifikují potřebné personální zdroje pro splnění všech projektových činností. Stěžejním bodem pozornosti je určení takové kapacity personálních zdrojů, jež je potřeba pro vykonání potřebných činností za určitou dobu (Doležal, et al., 2016).

- Získávání lidí do projektového týmu
 - V návaznosti na předešlou fázi se začíná skutečně získávat potřebný personál pro realizaci projektu. Je vhodné se dostatečně ujistit, že všichni s projektem počítají, aby následně nedošlo k nedostatku personálu a případným problémům (Doležal et al., 2016).
- Rozvoj projektového týmu
 - Jedná se o přípravu jedince či více lidí v projektovém týmu, pokud ještě neovládají potřebné dovednosti a nemají dostatečné znalosti pro vykonávání jejich pozice. Dosáhnout toho lze formou vyučování, výcviku, koučování a mentorování (Doležal et al., 2016). Může k tomu docházet např. prostřednictvím teambuildingových akcí či všelijakých školení (Vacek et al., 2017).
- Řízení projektového týmu
 - Řízení je orientováno především na fyzicky existující skutečnost a schopnost člověka logického myšlení. Jedná se zejména o dovednost jedince, především manažera, plánovat, sledovat, měřit a vyhodnocovat (Doležal et al., 2016).

Projektový tým a projektový manažer

Jedná se o 2 základní podmnožiny v rámci projektu, jejichž zvolení a správné fungování je mimo jedince a celky důležité pro úspěšné dosahování projektových cílů.

- Projektový manažer – osoba zodpovědná za výsledek projektu vzhledem k projektovému cíli, koordinuje a řídí personální zdroje a převádí zadání do skutečnosti (realizuje projekt) (Křivánek, 2019)
- Projektový tým - systém složený z pracovních pozic spojených s vykonáváním příslušných projektových činností, tyto pozice jsou obsazeny pracovníky projektového týmu (Rektořík et al., 2015)

Lidské zdroje v rámci sportovních akcí

Pro sportovní akce je typické, že svým rozsahem a zaměřením vytvářejí velmi specifické pracovní pozice, které bývají často obsazovány příležitostními zaměstnanci či dobrovolníky. Jako příklad lze uvést bezpečnostní personál, prodejce vstupenek, správcování, obsluha stánků s občerstvením, podávání míčů atd. (Masterman, 2004).

1.1.8.2 Finanční zdroje

Jak již bylo nastíněno výše, základem pro určení a následné zajištění finančních zdrojů je nutné stanovit si náklady, které budou z finančních zdrojů pokrývány. Pro tuto skutečnost se vytváří finanční plán, jehož účelem je právě zajištění zdrojů financí a jejich následné řízení při pokrývání nákladů projektu (Máchal et al., 2015).

Při plánování nákladů projektu se usiluje o co nejpřesnější výčet všech nákladů a jejich ocenění. Poněkud náročné pak v tomto ohledu může být vymezení veškerých působících vlivů jak při samotné realizaci projektu, tak i v rámci předprojektové a poprojektové fáze. Pro vyvarování se neúplnému výčtu je proto vhodné se zaměřit na tyto body:

- Identifikování a určení všech dotčených zdrojů
 - personální, materiální a jiné (např. vybavení)
- Ocenění veškerých zdrojů
 - přidělení nákladů ke konkrétním zdrojům a pracím s nimi spjatými
- Vytvoření rozpočtu
 - chronologický rozpis všech nákladových položek
- Kontrola nákladů
 - určení způsobu odhalení eventuelních odchylek ve srovnání s plánovaným rozpočtem

(Rektořík et al., 2015)

Odhadování nákladů

Odhadování nákladů má za účel stanovení co možná nepřesnější výše daných nákladů. Pro samotné odhadování mohou posloužit různé techniky. Jedná se například o odhad nákladů na základě podobnosti s jinými, již realizovanými projekty. Dále je možno využít kupříkladu odhad načítáním, kde se odhady nákladů na jednotlivé projektové práce načítají, a tak vzniká celkový rozpočet (Máchal et al., 2015).

Tvorba rozpočtu

Vytvořením rozpočtu projektu pak vzniká dokument, jenž poskytuje detailní informace o veškerých odhadovaných nákladech a výdajích, případně i výnosech a celkových zdrojích příjmů v čase (Doležal et al., 2012).

Pokud se pak jedná o veřejně prospěšné projekty, nebývá primárním cílem výnosnost projektu, ale přínos pro veřejnost. U takových projektů nejsou řešeny náklady a zisky jako obvykle, ale je využívána analýza nákladů a přínosů (Vacek et al., 2017).

Ve sportovním prostředí jsou tyto finanční a účetní rozhodovací procesy využívány na poměrně jedinečné náklady a příjmy. Z tohoto pohledu je důležité u projektových manažerů v oblasti sportu, aby ovládali zásady finančního managementu. Ty aplikují například ve sférách sponzorství, placených vysílacích práv, příjmů ze sázkových kanceláří a dotací, prodeje vstupenek a produktů pro fanoušky atd. (Hoye et. al, 2018).

1.1.9 RIZIKA PROJEKTU

Rizika jsou neoddelitelnou součástí každého projektu a mohou mít různý charakter. Je možno je dělit na rizika zanedbatelná či závažná, dále rizika s vyšší či menší mírou pravděpodobnosti výskytu atd. V každém případě ale platí pravidlo, že řádná příprava odpovídajících opatření před začátkem projektu výrazně snižuje náklady a riziko nesprávného rozhodnutí při samotném ošetřování rizik (Vacek et al., 2017).

Samotné riziko pak znamená existující skutečnost v projektu či jeho okolí, které může mít případný negativní vliv na jeho průběh. Opakem jsou příležitosti, což jsou okolnosti, které výsledky projektu naopak pozitivně ovlivňují (Korecký a Trkovský, 2011).

Při výběru oblastí řešení je obvykle primárně věnována dostatečná pozornost rizikům spojených se třemi základními veličinami projektu, jakožto časem, náklady a rozsahem (Rektořík et al., 2015).

1.1.9.1 Postup při řízení rizik projektu

1. Stanovení kontextu řízení rizik

Cílem tohoto úvodního kroku je vyjasnit jeho cíle, souvislosti s vnitřním a vnějším prostředím, získat veškeré informace a podklady včetně zkušeností z podobných projektů a vymezit rozsah řízení rizik včetně určení konkrétních členů projektového týmu, kteří budou působit v oblasti řízení rizik.

Finálním produktem tohoto kroku je **plán řízení rizik** (Korecký a Trkovský, 2011). Jeho obsahem by měly být náklady, původní rozdělení rolí a zodpovědností, časové záležitosti, a to vše v oblasti rizik. Dále je to rozdělení rizik do kategorií a popřípadný popis metodiky, tedy jaké metody a nástroje budou v oblasti rizik využity (Doležal et al., 2016)

2. Identifikace rizik

Následně jsou zjišťována veškerá konkrétní rizika, která mohou jakkoliv ohrozit průběh projektu. Identifikace rizik projektu probíhá ve všech fázích jeho životního cyklu. Často využívanou technikou pro zjišťování rizik je brainstorming („chrlení“ a následné vybírání nápadů) (Vacek et al., 2017).

Důležité je daná rizika, zejména ty významnější, popsat co nejdůkladněji. (Doležal et al., 2016). Velmi často se v tomto ohledu používá model příčina-riziko-účinek popisující rizika „od hlavy až k patě“ (Korecký a Trkovský, 2011).

Výstupem tohoto kroku je pak **registr rizik** obsahující všechna potenciální a detailně popsaná rizika. Do něj se následně doplňují veškeré úkony ve spojitosti s riziky (Vacek et al., 2017)

3. Analýza rizik

Na základě předchozí fáze se u všech identifikovaných rizik určuje rozsah potenciálního ovlivnění projektu. Následně se vyhodnocuje důležitost jejich dalšího opatření. Postup v tomto kroku se odvíjí od typu, charakteru, důležitosti a rizikovosti daného projektu (Korecký a Trkovský, 2011).

Analýza rizik projektu se dělí na kvalitativní a kvantitativní (Doležal et al., 2016).

Kvalitativní analýza je verbální ohodnocení pravděpodobnosti a dopadu rizika na projekt (např. vysoká pravděpodobnost, střední dopad atpod.) (Doležal et al., 2016). Nejpoužívanějším nástrojem kvalitativní analýzy je mapa rizik, jejíž podoba bývá nejčastěji

formou tabulky. V ní se porovnává zmíněná pravděpodobnost a dopad rizik. Taktéž je možné mapu rizik rozšířit o faktor příležitostí, které mají na rozdíl od rizik na projekt pozitivní vliv (Vacek et al., 2017).

Obrázek č. 5: Rozšířená mapa rizik (Vacek et al., 2017, s. 51)

Probability	Threats					Opportunities				
	Very Low	Low	Moderate	High	Very High	Very High	High	Moderate	Low	Very Low
Very High			R1							
High								R2		
Moderate	R4									
Low										
Very Low									R3	

Kvantitativní analýzu pak Svozilová (2016, s. 310) pak popisuje kvantitativní analýzu jako „číselné vyjádření pravděpodobností vzniku a velikosti dopadů rizik na projekt podle jeho specifických cílů.“

Závažnost rizika se určuje součinem pravděpodobnosti vzniku, obvykle v procentech, a velikosti dopadu, obvykle v peněžních částkách. Zjišťování těchto hodnot je poměrně náročné. Nemá proto smysl kvantitativní analýzu vytvářet, pokud není k dispozici dostatek parametrů stanovených např. expertními odhady (Vacek et al., 2017).

4. Ošetření rizik

Tento krok se zabývá využitím doposud vytvořenými podklady pro přípravu strategie k ošetření jednotlivých rizik. Usiluje se zde o vymyšlení a následné zrealizování potřebných preventivních úkonů k ošetření minimalizaci výskytu rizik, či jejich eliminaci. (Korecký a Trkovský, 2011).

Velmi důležité je také určení zodpovědných osob za ošetření jednotlivých rizik. Kromě zmíněných preventivních strategií lze u ošetřovaných rizik také hovořit o reaktivních řešeních. Jedná o případ, kdy se vzniklá rizika podle předem připravených kroků snaží zmírnit či ideálně eliminovat. V obou případech dochází k zásahu do rozpočtu, harmonogramu či rozsahu (Doležal et al., 2016).

Výstupem fáze ošetření rizik jsou plány obsahující veškeré preventivní úkony, postupy při ošetřování rizik v případě jejich nastání a určené odpovědné osoby (Korecký a Trkovský, 2011).

5. Řízení a monitoring rizik

Na základě všech dosud vytvořených dokumentů a získaných informací se monitorují a řídí rizika v průběhu celého projektu. Cílem je, aby s pomocí všech analýz a plánů došlo k úspěšné realizaci projektového cíle s udržení rizik pod schválenou hranicí (Korecký a Trkovský, 2011). Výstupem je registr rizik aktualizovaný o veškeré provedené opatření, výskyt nových a zánik starých rizik od začátku projektu (Vacek et al., 2017).

6. Vyhodnocení

Cílem vyhodnocení řízení rizik projektu je zaznamenání všech informací ve smyslu zkušeností, nabytých znalostí a případného ponaučení do budoucích projektů (Korecký a Trkovský, 2011).

1.1.10 ŽIVOTNÍ CYKLUS PROJEKTU

Čas je pro projekt a jeho řízení velmi významnou veličinou. Dodržování časového rámce se totiž odráží na úspěšnosti celého projektu. Životní cyklus projektu se pak podle času rozděluje do určitých fází, kterým odpovídá vykonávání konkrétních činností (Doležal et al., 2016). Fází projektu se má na mysli určitý časově ohraničený úsek, který usnadňuje monitorování dílčích výsledků a případné upravení vývoje projektu (Rektořík et al., 2015). Jednotlivé projektové fáze či jiné významné časové úseky jsou zakončené tzv. milníky, které slouží jako kontrolní bod, a tak určují, zda v dané fázi došlo ke splnění všech povinností a projekt se vyvíjí podle plánu (Svozilová, 2016).

Projekt lze pak rozdělit na **předprojektovou fázi** (původní idea na projekt a její prověření), **projektovou fázi** (zahájení, plánování, realizace a ukončení projektu) a **poprojektovou fázi** (celkové vyhodnocení) (Doležal et al., 2016).

1.1.10.1 Předprojektová fáze

Jak již bylo nastíněno, hlavním účelem této fáze je důkladné prozkoumání základní ideje a její následné posouzení z pohledu proveditelnosti. Základními dokumenty této fáze jsou pak studie příležitostí a studie proveditelnosti (Vacek et al., 2017). Kromě zmíněných studií zde vzniká i logický rámec projektu (Doležal et al., 2016).

Studie příležitostí

Slouží k identifikaci co možná největšího množství příležitostí, u kterých se zdá, že z investičního pohledu vykazují výnosný charakter (Vacek et al., 2017). Na základě výsledků studie se buď doporučí, nebo nedoporučí dále se zabývat studií proveditelnosti a projektem obecně. Pokud pak byl projekt z hlediska příležitostí doporučen, začíná se tvořit první detailnější popis projektu. Výčet příležitostí může být také součástí SWOT analýzy (viz níže) (Doležal et al., 2012).

Studie proveditelnosti

V návaznosti na doporučení ze studie příležitostí se projektem dále začne zabývat studie proveditelnosti, která odhalí, zda je projekt proveditelný, či nikoli. (Doležal et al., 2016). Prozkoumávané jsou především oblasti ekonomické, technické, legislativní, časové (Vacek et al., 2017) a trhové (Sieber, 2004).

SWOT analýza

SWOT analýza bývá taktéž vytvářena v předprojektové fázi (např. v souvislosti s příležitostmi). V kontextu projektového managementu je SWOT analýza ověřeným nástrojem. Využívá se pro zhodnocení interních a externích činitelů mají vliv na projekt (Máchal et al., 2015). Název SWOT se skládá z prvních čtyř písmen anglických slov, a to konkrétně **S** – **strengths** (*silné stránky*), **W** – **weaknesses** (*slabé stránky*), **O** – **opportunities** (*příležitosti*) a **T** – **threats** (*hrozby*) (Masterman, 2004).

Pro vytvoření SWOT analýzy je potřeba mít jasně stanovený předmět, kterému má být věnována pozornost. Předmětem může být např. projekt, projektový tým, dále firma atd. (Doležal et al., 2016).

1.1.10.2 Projektová fáze

Zahájení projektu

Zahájení projektu je založeno na předchozí (předprojektové) fázi, kde se po všech prověřovacích činnostech rozhodlo k jeho spuštění. Vzhledem k předchozím událostem je žádoucí buďto ověřit, upřesnit nebo definovat záležitosti týkající se cíle, personálních zdrojů, kompetencí, požadovaných výstupů atpod. (Doležal et al., 2012). V oblasti lidských zdrojů je důležité především jmenování projektového manažera a jeho týmu (Vacek et al., 2017).

Plánování projektu

Zde již zvolený projektový tým v čele se svým manažerem na základě dříve vzniklých dokumentů vytváří plán řízení projektu. Tím je na mysli dokument či soubor dokumentů, které rozebírají řízení projektu ve všech jeho oblastech (Doležal et al., 2016). Jsou řešeny již zmíněná hlediska nákladů, času, personálních zdrojů a dále například použití různých metod a technik (Svozilová, 2016). Doležal et al. (2016) k uvedeným dodává také určení celkového způsobu řízení projektu, způsobu komunikace, rizik, zainteresovaných stran, externího zboží, služeb atd.

Realizace projektu

Pokud došlo ke schválení plánu řízení projektu, začíná se projekt realizovat. Projektový manažer se v této fázi na základě vytvořeného plánu snaží s pomocí projektového týmu zrealizovat. Projekt je pak v celém svém průběhu řízen, monitorován a neustále porovnáván s plánem (Doležal et al., 2016). V případě, že dojde k odchýlkám od plánovaného průběhu, je nezbytné provést potřebná opatření a popřípadě i změny v samotném plánu, aby se průběh projektu optimalizoval (Doležal et al., 2012).

Ukončení projektu

Po schválení všech projektových výstupů a vyjádření spokojenosti vlastníka a zákazníka projektu je možno projekt ukončit. Na závěr se často vyhotoví závěrečná zpráva s veškerými zkušenostmi a doporučeními, jež je možno využít v budoucích projektech. V poslední řadě dochází k rozpuštění projektového týmu (Doležal et al., 2016).

1.1.10.3 Poprojektová fáze

V poprojektové fázi probíhá celková analýza již ukončeného projektu, jeho ohodnocení a ponaučení, pokud už tak nebylo učiněno v rámci závěrečné zprávy při ukončení projektu (Vacek et al., 2017).

1.2 MARKETING VE SPORTU

Hoye et al. (2018) a Nová et al. (2016) se shodují na existenci dvou přístupů ke sportovnímu marketingu. Prvním je **marketing sportu**, kde je cílem zvýšení spotřeby a zájmu o služby a produkty přímo spojené se sportem, čímž mají na mysli různé SA a soutěže, sportovní vybavení, všelijaká sportovní zařízení atd. Druhým přístupem je **marketing prostřednictvím sportu**, kde nesportovně zaměřené organizace skrze sport propagují své služby a produkty sportovním fanouškům. Hoye et al. (2018) u marketingu prostřednictvím sportu uvádí příklad, kdy profesionální sportovec propaguje textilní značku, významnou sponzorující korporaci, SA atpod.

Ačkoli se pak jedná o dva rozdílné přístupy, u obou je důležité využití marketingových principů tak, aby se propagovaný obsah dostal přímo jimi vytyčené cílové skupině (Nová et al., 2016).

Marketing sportovních akcí

Ve specifické oblasti marketingu SA je pozornost zaměřena na činnosti, jako je zajištění zákazníků (diváků nebo aktivních soutěžících), spolupráce s partnery a sponzory, rozšíření povědomí veřejnosti o SA (elektronicky či tištěné - letáky atd.), nakloněnosti místních zastupitelů a popř. i vlády (získání veřejných zdrojů) a v poslední řadě sjednání doprovodných služeb SA (Novotný, 2011).

1.2.1 MARKETINGOVÝ MIX VE SPORTU

Marketingový mix, taktéž označovaný jako 4P, se týká taktického rozhodování v oblastech produktu (product), ceny (price), propagace (promotion) a místa či dostupnosti (place) (Karlíček, 2018). Nová et al. (2016) ho z důvodu závislosti sportovních produktů na lidských zdrojích (people) rozšiřuje, a tak přidává další důležité P.

Na uvedené oblasti lze pohlížet jako na tzv. marketingové nástroje, jejichž správným využitím se dosahuje úspěchu na zákaznickém trhu (Lukasová, 2002).

Úprav a verzí marketingového mixu je v literatuře opravdu mnoho. V této práci se ale bude pracovat s jeho původní verzí doplněnou o lidské zdroje.

1.2.1.1 Produkt

Produkt se má na mysli veškeré nabízené zboží a služby, kterými spotřebitel uspokojuje své hmotné a nehmotné potřeby (Vašítková, 2014). Jedná se tedy jak o fyzické zboží, tak o zmiňované služby, všelijaké zážitky, myšlenky atpod. (Karlíček, 2018).

Podle Fullerton a Merz (2008, s. 99 in Nová et al. 2016, s. 151) pak v prostředí sportu může mít produkt podobu participační SA (např. různé turnaje); diváckého produktu (SA v TV); sportovního náradí, oblečení, obuvi, suvenýrů atpod.

Podle zastoupení materiální a nemateriální složky lze rozdělit produkt na čistou sportovní službu (nemateriální), čistý sportovní produkt (materiální) a jejich kombinaci (SA) (Nová et al., 2016)

Pokud se pak jedná o **sportovní produkt** ve formě konání SA, jde o: *„transakční proces, který zahrnuje peníze (výměnu), čas (dobu cestování a čas strávený na místě konání sportovní události) a cenu obětované příležitosti (posouzení jiných alternativ využití volného času.“* (Nová et al. 2016, s. 153)

1.2.1.2 Cena

Cena je jedinou veličinou marketingového mixu spojenou s výnosy. U produktu, propagace a místa se pracuje pouze a jenom s náklady, co se financí týče. Cenotvorba, tedy stanovení ceny produktu, pak může být obtížnější, než se na první pohled zdá. Základem je pochopení, jak spolu souvisí kvalita a cena daného produktu. Cena u mnoha lidí totiž ovlivňuje vnímanou hodnotu a determinuje jejich pohled na kvalitu produktu, tedy že dražší je kvalitnější a levnější je méně kvalitní. Zároveň pak příliš vysoce nastavená cena snižuje dostupnost, a naopak příliš nízká cena vyvolává pocit nejistoty. Kromě toho musí být při cenotvorbě zároveň respektovány náklady (dolní hranice ceny), případné ceny konkurence a hodnota produktu vnímaná zákazníky (horní hranice ceny) (Karlíček, 2018).

Na ocenění produktu se dále například odráží, jestli je účelem výdělek, nebo rozšíření produktu mezi spotřebitele (Hoye et al., 2018). U veřejných služeb pak není cílem finanční zisk, ale přínos veřejnosti (Vašítková, 2014).

S ohledem na všechny záležitosti je stanovení ceny velmi obtížný, ale stěžejní krok pro produkt (Karlíček, 2018).

Cena SA je dále v úzké souvislosti s dodatečnou cenou za parkování, kupováním reklamních předmětů, sázením atd. Vnímaná hodnota (užitek) zákazníka pak reprezentuje měřítko, kterým porovnává spokojenost se sportovním produktem či službou s kompletní cenou zakoupeného produktu (Nová et al., 2016).

1.2.1.3 Místo

Nástroj „místo“, také označován jako distribuce, se zabývá z dostupněním produktu cílovým zákazníkům (Lukasová, 2002). Důležitý je pojem **trh**, což ve své podstatě znamená, kde a na koho je produkt cílený. Pro zaměření marketingu na konkrétní trh je důležité provést segmentaci neboli rozdělení trhu na skupiny zákazníků se stejnými potřebami (tzv. tržní segmenty). Následně se určuje tržní zaměření, kde se volí jeden nebo více z tržních segmentů. Ve finále je pak produkt umístěn na zvolený trh (Slavík, 2014).

Ve specifickém kontextu SA se pak na pojem místo většinou nahlíží jako na širší prostředí, v němž ke konzumaci sportu dochází. Pro SA je to klíčová vlastnost, která úzce souvisí s výsledným sportovním zážitkem soutěžícího či diváka. Podle toho, zda se SA zákazník přímo účastní, či jí jen sleduje, se tyto akce dělí na participativní, jež vyžaduje prostor pro konání, a divácké, které zákazník sleduje buď přímo v prostorech konání akce, či nepřímo skrze média a internet. Podle toho, zda se pak SA koná ve venkovních či uzavřených prostorech se jedná o akce indoorové (gymnastika, basketbal, hokej aj.) či outdoorové (golf, fotbal, dostihy atd.) (Nová et al., 2016).

1.2.1.4 Propagace

Hlavním cílem propagace je komunikace s cílovým trhem. Začíná se úvodní informativní propagací, jež oobeznamuje zákazníka s produktem a užitekem s ním spojeným, kde se snaží se docílit poptávky po produktu. Následuje přesvědčovací propagace, kterou je zákazník přesvědčován o benefitech produktu ve srovnání s konkurenčními produkty, či je přemlouván k okamžité koupi. Finální fází je připomínací propagace, která jednoduše připomíná a upozorňuje na existenci daného produktu (Slavík, 2014).

Propagace využívá různé komunikační nástroje. Mezi základní pak uvedení autoři řadí:

- Osobní prodej – osobní komunikace mezi prodejcem a jedním či více potenciálními zákazníky; velmi efektivní; při interakci je možné na základě zjišťování potřeb a vlastností dotyčného řídit následující kroky; přesvědčování atd. (Kotler a Armstrong, 2004)
- Reklama – placený neosobní způsob propagace produktů (služeb) (Lukasová, 2002), dokáže efektivně oslovit velké množství cílových zákaznických skupin; pro šíření reklamy se využívají média jako TV, rozhlas, kina, dále tisk (noviny, časopisy atd.), různé online platformy (facebook, youtube atpod.) a venkovní reklamy (plakáty, billboardy aj.)
- Direct marketing – komunikace se zákazníkem prostřednictvím direct mailu (pošta), e-mailu, SMS a MMS zpráv (Karlíček, 2018)
- Dalé se do komunikačních nástrojů řadí například telemarketing (nabízení produktu nebo služby prostřednictvím telefonického hovoru) (Dvořáková, 2005), digital (jiné online zdroje – např. webové stránky), event marketing (využití pořádání různých akcí a událostí s cílem propagace produktu), podpora prodeje (Karlíček, 2018) a PR (public relations) (Vysekalová, 2006)

Ve sportovním prostředí se pak média pojí s vykonáváním významných úloh, jako je zajištění konzumace sportu i mimo oblast konání SA (TV, rádio, internet, tisk aj.), vytváření velkých příjmů v oblasti sportu (sponzoři velkých sportovních akcí, propagace produktů a služeb skrz sport, tvorba vzorů pro obyvatelstvo (zejména pro mládež, zlepšuje vztah k pohybu), podpora povědomí o zdravotním významu sportu a etika sportu (fair play) (Nová et al., 2016).

1.2.1.5 Lidé

Lidé v tomto kontextu nesou význam všech zaměstnanců, kteří spolupracují při tvorbě zákaznické hodnoty (Lukasová, 2002) .

Ve sportu je to další z klíčových jmenovatelů podílející se na kvalitě výsledného sportovního produktu. U SA se jedná především o:

- Profesionální sportovce - jejich popularita a kvalitní výkony lákají zákazníky a zvyšují návštěvnost SA
- Dobrovolníky – zejména na neziskových sportovních akcích pro podporu pohybové aktivity běžné populace; mají velký vliv na výslednou kvalitu SA; neplacená pracovní síla
- Klienty – ojedinělý případ, kdy přítomnost a chování fanoušků či účastníků SA má vliv na výslednou kvalitu sportovního produktu
- Ostatní pozice – zajišťují konkrétní potřeby zákazníků SA; jedná se o obsluhu občerstvení, zprostředkovatele zábavy a specifické služby pro děti, seniory atd.

(Nová et al., 2016)

1.3 SPONZORING

Sponzoring je také považován za typ marketingového komunikačního nástroje, kdy firma v pozici sponzora finančně podpoří či koupí danou akci, dílo, pořad nebo publikaci. Na oplátku jí je pak umožněno prezentování svého názvu, loga nebo reklamního sdělení o svých produktech či službách (Vysekalová, 2006). Svoji spolupráci s kulturní, sociální či SA se sponzor snaží dostat do povědomí veřejnosti, a to zejména skupiny lidí zájímaví se o konkrétní činnost. To ze sponzoringu dělá nástroj marketingové komunikace a často i levnější možnou náhradu reklamy (Nová et al., 2016). Správně řízený sponzoring pak je, co se týče nákladů a výnosů, značně efektivnější (Novotný, 2011).

Podstatou sponzoringu je, že sponzor poskytující ne jenom finanční prostředky očekává od sponzorovaného subjektu protislužbu, a tou je obvykle reklama ve formě loga či názvu na dresech, reklamních nosičích atpod. V prostředí sportu, sociálních služeb a kultury (umění) se méně často lze setkat s dárcovstvím či mecenášstvím, což je

jednostranná pomoc ze strany sponzora bez očekávání protislužby. Mecenášství se pak na rozdíl od dárcovství vyznačuje opakovanou podporou dané oblasti (Nová et al., 2016).

Sponzorský balíček

Při zájmu potenciálního sponzora se obvykle nabízí tzv. sponzorský balíček obsahující veškeré protivýkony, které je sponzorující v zastoupení manažera bezprostředně ochoten nabídnout. Bývá zpracován v písemné formě a obsahuje konkrétní podmínky, jejichž splnění odpovídá konkrétním protislužbám. To pak zároveň určuje, zda jde o exkluzivního sponzora (generální sponzor, vysoká cena, získá všechny protivýkony), hlavního sponzora (ve srovnání s ostatními vedlejšími sponzory kupuje nejdražší, ale za to „nejkvalitnější“ balíček) a dílčího sponzora (větší počet sponzorů, rozdělují si protivýkony). Při shodě sponzora a sponzorujícího se pokračuje ke konečnému podpisu sponzorské smlouvy, čímž oba zmínění souhlasí s jejím obsahem (Čáslavová, 2009).

1.3.1 SPONZORING SPORTOVNÍCH AKCÍ

Sportovní sponzoring v oblasti SA se svou podstatou v nějakých ohledech liší od klasických marketingových způsobů. Obvykle se totiž nenachází v klasických reklamních prostorech, co se médií týče. Jeho hlavním cílem je využít atmosféru různých SA a kladné emoce fanoušků a diváků, kteří se ztotožňují s úspěchem sportovců nesoucích logo sponzorující firmy, což sponzory láká (Dvořáková, 2005).

Sponzorům v oblasti SA lze nabídnout mnoho možností protislužby. Jedná se například o reklamu v programovém sešitu či na vstupenkách, zmínění sponzora na úvodu, o přestávkách či na závěru a jeho prezentování pod titulem hlavní sponzor atd. Ve hře mohou být i některé manažerské náměty ve smyslu speciální propagace pro prioritní (klíčové) sponzory, VIP akce atpod. Bližší popis navrhovaných protislužeb pro sponzora bývá uveden ve sponzorském balíčku (Čáslavová, 2009).

Sponzoři sportovních akcí často bývají podniky zaměřující se na zboží nebo služby ve sportovní oblasti (např. Adidas, Fisher aj.), nebo se může jednat i o nesportovně orientované společnosti (kupř. Coca-Cola) (Novotný, 2011).

2 PRAKTICKÁ ČÁST

Předtím, než bylo možné začít rozebírat hlavní veličiny projektu, bylo nutné vytvořit studii příležitostí a následně i studii proveditelnosti, které ukáží, zda je projekt realizovatelný a má smysl ho začínat, či nikoli.

2.1 STUDIE PŘÍLEŽITOSTÍ A STUDIE PROVEDITELNOSTI

2.1.1 STUDIE PŘÍLEŽITOSTÍ

Vzhledem k záměru a konkrétním podmínkám turnaje byly identifikovány tyto příležitosti:

- Zúčastnění budou sdílet svojí potenciální pozitivní zkušenost s golfem i mezi ostatní adolescenty a nalákají je taktéž ke golfu jako k prostředku pohybové rekreace.
- Hezké počasí podpoří pozitivní zážitek spojený s hraním golfu.
- Oslovení potenciální účastníci pozvou i své kamarády, kteří budou mít také zájem o účast na golfovém turnaji.
- Zkušený golfový hráč, golfový trenér a pořadatel turnajů Jan N. svými radami pozitivně podpoří výkony zúčastněných, a tak i jejich kladnou zkušenost s hraním golfu.
- Pořádáním turnaje na Driving Plzeň s účastí majitele a trenéra Jana N. se zúčastnění mohou rovnou zeptat či domluvit na golfové lekce, čímž by se naplnil účel turnaje.
- Nízká cena přihlášení na turnaj podpoří zájem o účast na SA.
- Přívětivé ceny u stánku s občerstvením podpoří pozitivní atmosféru, kterou si jedinci spojí s hraním golfu.
- Zvolení otevřeného a kamarádského přístupu ze strany organizátorů taktéž podpoří zkušenost s hraním golfu.
- Jan N., který trénuje studenty z Gymnázia Františka Křížíka, tak může oslovit další potenciální účastníky golfového turnaje, v tomto případě už ale hráče s golfovou zkušeností, a tudíž by byla snaha o podpoření jejich dosavadní zkušenosti s golfem.

2.1.2 STUDIE PROVEDITELNOSTI

Na základě poznatků z teoretické části byla po identifikaci všech příležitostí v předchozí studii provedena studie proveditelnosti. Ta se zabývá těmito hledisky:

Ekonomické a finanční

Jelikož se jedná spíše o veřejně prospěšný projekt, a nikoli o ziskový, je důležité zajistit takové množství finančních prostředků, které postačí na zrealizování akce a pokrytí veškerých nákladů. Běžně jsou zdroji financí veřejně prospěšných projektů různé dotace a příspěvky od státu a všelijakých organizací. V tomto konkrétním případě, kdy je pronájem hrací plochy a zapůjčení veškerého potřebného vybavení řešen formou sponzorského daru, ohromně klesají náklady na uspořádání turnaje. Jediné dvě věci, u kterých by se měly finance vrátit, aby se projekt nedostal do mínusu, jsou pak nákup občerstvení a štítků na poháry. Nákup štítků přitom vyjde na 60 Kč a množství nakupovaného občerstvení bude určeno na základě přihlášených osob, a tak projekt nepůsobí rizikově, co se týče financí. Zároveň se všichni členové organizačního týmu shodli na tom, že jelikož se jedná o veřejně prospěšnou SA, budou pracovat v pozici dobrovolníků, a tudíž nepředstavují pro projekt žádné náklady a finanční zátěž. Z ekonomického hlediska je tedy projekt realizovatelný.

Technické

Vzhledem k tomu, že bude turnaj uspořádaný v prostorech Drivingu Plzeň, kde jsem rok pracoval a mám přehled o možnostech a vybavení, které je zde dostupné, jedná se o ideální místo pro realizaci tohoto turnaje. Pro jednotlivé disciplíny (odpal, přihrávka a patování) jsou na hrací ploše dostupné veškeré odpovídající podmínky pro jejich provedení. Umístění disciplín je zároveň poměrně blízko sebe, ale zase ne natolik, aby si navzájem překážely. Z tohoto důvodu se mohou organizátoři v případě nejasností velmi rychle poradit s hlavním kvalifikovaným rozhodčím Janem N., který má na starosti disciplínu odpalu. Z mého pohledu, a především z pohledu zkušeného Jana N., pak lze z technického hlediska na prostorech Driving Plzeň za dostupnosti určených lidských a ostatních zdrojů uspořádat golfový turnaj pro 30 - 40 lidí.

Časové

Z časového hlediska nejsou žádné významnější faktory, které by měly výrazný negativní vliv na jeho proveditelnost. Po zadání BP a zvolení projektových cílů a úkolů v červnu 2023 byly vymezeny tři měsíce pro přípravu a naplánování projektu. Uspořádání turnaje 7. října 2023 je z časového hlediska vhodné jak z pohledu Drivingu Plzeň, který nemá naplánovanou žádnou akci na tento den a je stále v provozu před zimní pauzou, tak z pohledu mých možností, kdy se jedná o dostatečné množství času na naplánování projektu a vyřešení veškerých potřebných záležitostí. Samotný průběh turnaje se stanovenou dobou trvání od 09:00 do 14:00 je vzhledem k soutěžním disciplínám (odpalu, přihrávce a patování) a jejich poměrně snadné organizaci podle mě a Jana N. z časového hlediska poměrně lehce realizovatelný. Taktéž po rozhovoru se všemi sponzory je ve stanoveném čase 3 měsíců přípravy a plánování turnaje možné dodat konkrétní zdroje. Jedná se především o sponzorské dary od Driving Plzeň a 1. slovanského golfového klubu, které poskytnou hrací plochy a veškeré potřebného vybavení pro hru golfu (golfové hole, míčky atd.).

Legislativní

Majitel Drivingu Plzeň mi na základě zkušeností s pořádáním SA na tomto místě potvrdil, že při konkrétních podmínkách tohoto turnaje by neměly vzniknout žádné komplikace po legislativní stránce.

Trhové

Po analýze trhu (potenciálních zákazníků), bylo zjištěno, že velká většina dotazovaných by si ráda vyzkoušela golf, pokud by šlo o nezávaznou a ne příliš drahou zábavu. Tyto požadavky se v podstatě shodovaly s mou vizí, kdy namísto dlouhých závazných přihlašovacích formulářů, které by mohly vzhledem ke konkrétní akci spíše zájem odradit, byl zvolen nezávazný způsob přihlášení prostřednictvím emailu, zprávy na facebooku či osobního nebo telefonického rozhovoru. Dále z hlediska nastavení „požadované“ nízké ceny, kdy byla zvolena minimální částka vstupného 50 Kč + možnost zapůjčení vybavení za 30 Kč, lze říci, že se vzhledem k celkovému programu akce dá hovořit o velmi přívětivé ceně. Z následných rozhovorů s potenciálními účastníky se ověřilo, že nastavení těchto cen je pro ně velmi lákavé. Zhruba třetina dotazovaných se

ptala na možnost občerstvení, které je ve vztahu k trvání akce, navíc v čase obědu, více než vhodné. V tomto ohledu vznikla opět shoda mezi poptávkou trhu a mým plánem, jelikož chci vzhledem k účelu turnaje podpořit příjemnou atmosféru i v tomto ohledu. Zúčastněným bude tedy zprostředkována možnost občerstvení s velmi „férovými“ cenami tak, aby se shodovalo nízké cenové nastavení startovního s cenami občerstvení.

2.2 LOGICKÝ RÁMEC PROJEKTU

Po tom, co návrh projektu prošel skrze studii příležitostí a proveditelnosti, bylo možné se začít zabývat charakteristikou stěžejních prvků celého projektu. Proto bylo postupováno podle logického rámce, který výše zmíněné prvky osahuje.

Projektový cíl a účel již byly zmíněny v úvodu práce. Pro úplnost popisu logického rámce byly ale uvedeny i zde.

2.2.1 ÚČEL PROJEKTU

Účelem tohoto projektu je prostřednictvím uspořádání golfového turnaje vytvořit vhodné podmínky a prostředí pro to, aby si zúčastnění jedinci z akce odnesli příjemnou první zkušenost či pozitivně podpořenou existující zkušenosti s golfem. Na základě toho by se následně mohli ke golfu vracet jako k pohybové aktivitě, kterou mají spojenou s příjemným prožitkem a zábavou. To by jim jako forma pohybové rekreace pomáhalo překonávat překážky spojené s adolescentním věkem a dále podporovalo či udržovalo fyzickou kondici a zdraví.

2.2.2 CÍL PROJEKTU

Při využití metody SMART byl cíl stanoven takto:

Naplánovat, zrealizovat a vyhodnotit sportovní událost ve formě modifikovaného golfového turnaje pro středoškoláky ve věku 15 – 19 (20) let

Objektivně měřitelné ukazatele (indikátory) dosažení hlavního cíle

Pro ověření splnění cíle byly společně s vedoucím vytyčeny tyto podmínky:

- Proběhnutí turnaje ve stanoveném časovém rozmezí
- Účast minimálně třiceti účastníků

- Propagace minimálně dvěma způsoby
- Spolupráce minimálně s jedním sponzorem, který se podílí na zrealizování turnaje
- Zmínka minimálně v jednom veřejně přístupném médiu
- Návratnost investice

2.2.3 DÍLČÍ CÍLE (VÝSTUPY) PROJEKTU

Pro větší přehled v rámci projektu byly stanoveny i cíle dílčí.

- Vytvoření návrhu turnaje a jeho prověření
- Plánování turnaje a zajištění potřebných zdrojů
- Výběr a zajištění sponzorů
- Propagace
- Výběr a zajištění veřejného média
- Meeting a kontrola před turnajem
- Realizace turnaje
- Ukončení a vyhodnocení projektu

Pro splnění daných dílčích cílů je vždy potřeba vykonat odpovídající činnosti, které jsou vypsány v definiční tabulce činností. Splnění jednotlivých dílčích cílů je vždy zakončeno milníkem, kde se ověří, zda při plnění nevznikly nějaké nesrovnalosti a nebylo nic přehlédnuto.

2.2.4 CÍLOVÁ SKUPINA

Cílová skupina sice není přímou součástí logického rámce projektu, ale taktéž se jedná o stěžejní faktor, který je třeba v souvislosti s cílem a účelem projektu charakterizovat.

V úvodu práce byly zmíněny problémy v období adolescence, které můžou u jedince vytvářet určité stresové situace, na které by měl golf jako forma pohybové rekreace mít kladný vliv.

Z textu výše je tedy patrné, že cílovou skupinou projektu jsou adolescenti. Často používaný český ekvivalent k pojmu adolescence je „mládí“, jehož věkové rozpětí je autory ve většině případů určováno jako období mezi 15. a 20. (22.) rokem života jedince. Člověk se na počátku tohoto období stává reprodukčně zralý. Ze stránky biologické dochází v průběhu adolescence k ukončení tělesného růstu a ustálení hmotnosti jedince. Již nastíněná oblast psychologická je spojována s dosažením vlastní autonomie. Ve stránce sociologické pak již přijímá jedinec roli dospělého (Macek, 2003). Podle (studium-psychlogie.cz) se tak stávají adolescenti rovnocennými konkurenty v rámci diskuze s dospělými jedinci, přičemž mají ale značně méně zkušeností, o které se mohou opřít.

Při přechodu na střední školu a s následným nástupem na školu vysokou či do práce se adolescenti setkávají s vytvářením nových přátelských vztahů, které jsou v porovnání s těmi předchozími výrazně hlubší (studium-psychlogie.cz). V mnoha případech pak dochází v adolescentním věku k ukončování vzdělání a získávání kvalifikace v určité profesi (Macek, 2003).

2.2.5 ROZSAH PROJEKTU (MNOŽSTVÍ PROJEKTOVÝCH ČINNOSTÍ)

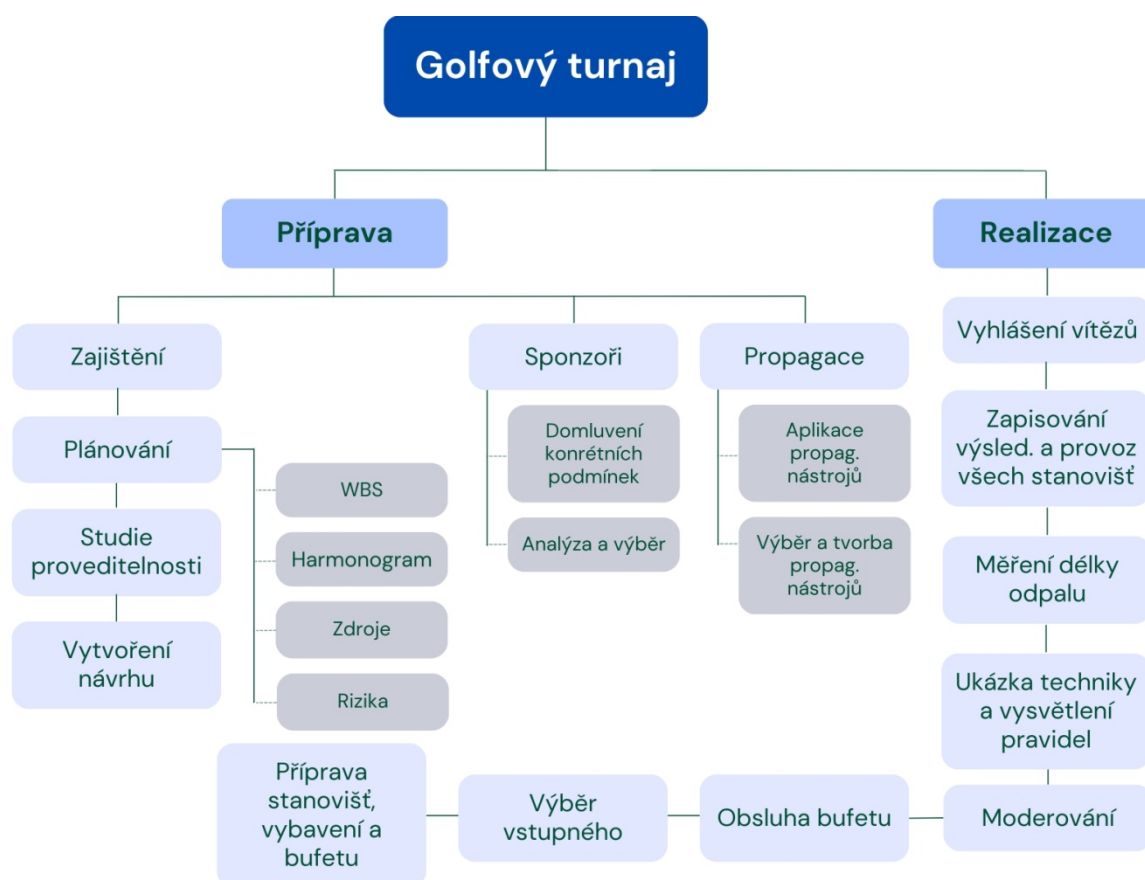
Zde bude rozebrán rozsah projektu ve smyslu všech projektových prací, které musí být pro jeho úspěšnost splněny, a to jak v době plánování a přípravy, tak při samotné realizaci turnaje. Nejprve budou veškeré projektové činnosti vypsány do **definiční tabulky činností** a následně budou základní projektové činnosti přehledně vyobrazeny do grafu **WBS**. Na rozdíl od definiční tabulky činností by pak bylo velmi obtížné do grafu WBS vměstnat všechny projektové činnosti a konkrétní záležitosti, např. co se týče vybavení atd. Proto graf obsahuje spíše obecnější a stručnější pohled na činnosti spojené s přípravou a realizací golfového turnaje.

Tabulka č. 1: Definiční tabulka činností (vlastní zpracování)

Označení činnosti	Popis činnosti	Předchozí činnost	Následná činnost	Doba trvání
A	Vytvoření návrhu turnaje a jeho prověření			
A1	Výběr cílové skupiny	Start	A2	1 den
A2	Vymezení účelu turnaje	A1	A3, A4, C1	4 dny
A3	Původní návrh programu, zdrojového zajištění atd.	A2	A5	5 dní
A4	Předběžná domluva s majitelem hřiště, dodavatelem vybavení a sponzory	A2	A5	10 dní
A5	Vytvoření studie příležitostí	A3, A4, C2	A6	3 dny
A6	Vytvoření studie proveditelnosti	A5	B1, C3	4 dny
B	Plánování turnaje a zajištění potřebných zdrojů			
B1	Vytvoření plánu rozsahu (definiční tabulka činností a WBS)	A6	B2	5 dní
B2	Vytvoření harmonogramu	B1	B3	3 dny
B3	Vytvoření plánu zdrojů (lidské, materiální a finanční),	B2	B4	3 dny
B4	Vytvoření rozpočtu	B3	B5	2 dny
B5	Vytvoření plánu rizik	B4	B6	4 dny
B6	Zajištění zdrojů a předem domluvené plochy	B5	D1, E1	7 dní
C	Výběr a zajištění sponzorů			
C1	Analýza a výběr potenciálních sponzorů	A2	C2	3 dny
C2	Oslovení vybraných sponzorů a přednesení návrhu	C1	A5	6 dní
C3	Uzavření dohody	A6	D1, E1	4 dny
D	Propagace			
D1	Výběr propagačních nástrojů	B6, C3	D2	2 dny
D2	Vytvoření propagačních nástrojů	D1	D3, F1, F2	5 dní
D3	Reálná propagace turnaje	D2	G1, G2	29 dní
E	Výběr a zajištění veřejného média			
E1	Výběr vhodného média	B6, C3	E2	4 dny
E2	Oslovení vybraného média a přednesení návrhu	E1	E3	6 dní
E3	Uzavření dohody	E2	F1, F2	2 dny
F	Meeting a kontrola před turnajem			
F1	Ujištění se o jasnosti úkolů všech jedinců	D3, E3	G1, G2	1 den
F2	Kontrola hrací plochy a vybavení	D3, E3	G1, G2	1 den
G	Realizace turnaje			
G1	Příprava stánků a vybavení	D3, F1, F2	G3, G13	1 hod.
G2	Příprava stánku s občerstvením	D3, F1, F2	G3, G13	1 hod.
G3	Výběr vstupného	G1, G2	G4	1 hod.
G4	Zahajovací proslov a rozdělení do skupin	G3	G5	10 min.
G5	Úvodní ukázka techniky a vysvětlení pravidel	G4	G6, G7, G8, G9	15 min.
G6	Zapisování stanoviště odpalu	G5	G10	2 hod.

Označení činnosti	Popis činnosti	Předchozí činnost	Následná činnost	Doba trvání
G7	Měření délky odpalu	G5	G10	2 hod.
G8	Zapísování stanoviště přihrávky	G5	G10	2 hod.
G9	Zapísování stanoviště patování	G5	G10	2 hod.
G10	Spočtení bodů všech soutěžících	G6, G7, G8, G9	G11	15 min.
G11	Vyhlášení vítězů a předávání cen	G10	G12	10 min.
G12	Závěrečný proslov	G11	G13	5 min.
G13	Úklid hrací plochy, stánku s občerstvením a vrácení vybavení	G12	H1	30 min.
G14	Prodej u stánku s občerstvením	G1, G2	G11	5 hod.
H	Ukončení a vyhodnocení projektu			
H1	Ukončení projektu	G13	H2	1 den
H2	Vyhodnocení projektu	H1	Konec	2 dny

Obrázek č. 6: WBS golfového turnaje (vlastní zpracování)



2.2.6 ZDROJE

2.2.6.1 Lidské zdroje

Po konzultaci se zkušeným golfistou, kvalifikovaným rozhodčím a mimo jiné i organizátorem golfových turnajů Janem N. bylo dovršeno závěru, že pro tento konkrétní turnaj bohatě postačí 1, maximálně 2 zkušení golfisté. Ti se postarají o úvodní ukázkou potřebné techniky pro vybrané disciplíny a vysvětlení základních pravidel. Dále budou po celou dobu turnaje k dispozici jako pomocná ruka především pro zúčastněné závodníky, ale i pro ostatní členy týmu v případě jakýchkoliv nejasností. Zapotřebí je taktéž rozhodčí a zapisovatel výsledků pro každou disciplínu, přičemž tyto dvě pozice může u každé disciplíny zastávat pouze jeden člověk. Vzhledem k náplni a spíše zábavnému formátu turnaje není potřeba kvalifikovaných rozhodčích na všech stanovištích, jelikož požadavky na tuto pozici jsou minimální a lehce zvládnutelné po krátkém předchozím zaučení Janem N. Konkrétně pak pro odpal jsou navíc zapotřebí i dva měřiči délky odpalu, kteří se budou pohybovat po celém odpališti a nahlašovat zapisovateli naměřenou vzdálenost odpalů. Pro úvodní a závěrečný proslov, bezpečnostní manuál při pohybu po hřišti, dále pro vyhlášení vítězů a případné organizační pokyny (např. pro přesun skupin na další stanoviště) je potřebný moderátor. Taktéž fotograf je nutnou součástí týmu, jehož úkolem bude zdokumentovat celý turnaj. Bez pochyby nesmí chybět ani zdravotník, jenž bude k dispozici po celou dobu turnaje v případě, že by došlo k jakémukoli zranění či se někomu udělalo špatně atd. Další pozice, která sice přímo nezasahuje do hry golfu, ale je stěžejní pro udržení dobré atmosféry, je obsluha občerstvení. Výběrčí startovného a poplatku za zapůjčení golfových holí bude taktéž potřeba.

Obsazení vyjmenovaných pozic

Po identifikaci potřebných pozic bylo možné začít zajišťovat odpovídající personál, který se, vzhledem ke svým dispozicím, hodí na konkrétní pracovní pozice. Pro zmíněné pozice byli osloveni a následně formou nestrukturovaného rozhovoru domluveni tito jedinci

- Zkušený golfisté - majitel Driving Plzeň, ředitel 1. slovanského golfového klubu, bývalý profesionální hráč, kvalifikovaný rozhodčí, trenér golfu a pořadatel golfových turnajů Jan N. a zkušená golfová trenérka Monika D.

- Pořadatel a manažer projektu - Adam Koubek
- Rozhodčí a zapisovatelé výsledků u daných disciplín - Jan N. (odpal), Monika D. (příhrávka) a Tomáš K. (patování)
- Měřiči vzdálenosti odpalu - Adam Koubek a Pavel Š.
- Moderátor - Tomáš K.
- Zdravotník - Lenka M.
- Obsluha stánku s občerstvením – Simona K. a Liliana H.
- Fotograf - Zdeněk K.
- Výběrce peněz – Tomáš K.

Vzhledem k nedostatečným zkušenostem s golfem rozhodčího Tomáše K. je nutné v rámci meetingu před turnajem základní zaškolení pro tuto pozici, o které se postará Jan N.

Pro neziskový a veřejně prospěšný záměr projektu jsou všichni jedinci ochotni pracovat v pozici dobrovolníků a nepožadují na oplátku žádné finanční či jiné ohodnocení, což výrazně snižuje náklady akce.

Potřeba jednotlivých lidských zdrojů

Celková potřeba jednotlivých pracovníků pro vykonávání výše zmíněných pozic je u všech stejná, všichni budou potřební pouze v den konání turnaje a v rámci meetingu 2 dny před samotným konáním turnaje. Zde by mělo dojít k vyjasnění veškerých záležitostí, jako je například upřesnění náplně pracovních pozic jedinců, čímž se má na mysli nácvik proslovů moderátora Tomáše K. a pořadatele Adam Koubka, vyjasnění povinností rozhodčích a zapisovatelů na všech stanovištích atpod.

V den konání sportovní akce bude zhruba hodinu a půl před začátkem turnaje potřebný Adam Koubek, Pavel Š. a Tomáš K., kteří připraví všechna stanoviště a popřípadě upraví hrací plochu. Následně se začne vybírat startovné a poplatek za vybavení, které obstará Tomáš K., který vzápětí z pozice moderátora společně s Adamem Koubkem oficiálně zahájí turnaj úvodním proslovem. Na ten naváže rozdělení zúčastněných do skupin a demonstrace golfové techniky Janem N. Po krátké době na rozcvičení se všechny

skupiny prostřídají na všech disciplínách, na kterých budou v pozici rozhodčích a zapisovatelů výsledků Monika D., Tomáš K a Jan N. U disciplíny odpalu budou zároveň potřební měřiči Adam Koubek a Pavel Š. Poté přichází na řadu opět Pavel Š., který spočte výsledky a následné vyhlášení vítězů a závěrečný proslov mají na starosti opět Tomáš K. a Adam Koubek. Po celou dobu turnaje bude stánek s občerstvením obsluhovat Simona K. a Liliana H. Turnaj bude od začátku do konce dokumentován fotografem Zdeňkem K.

2.2.6.2 Materiální zdroje

Stěžejním materiálem pro turnaj jsou golfové hole, a to konkrétně 3 typy (pro každou disciplínu jeden). Důležité je zajištění různých velikostí holí a jejich stranového rozlišení na levou a pravou stranu tak, aby měl každý jedinec možnost hry s ideální holí. Nutností je samozřejmě i dostatečný počet golfových míčků. Konkrétně pro disciplínu odpalu a přihrávky bude navíc potřeba zajištění tzv. golfových týček, která jsou vhodná pro konkrétní podmínky odpaliště na Drivingu Plzeň. Pro disciplínu přihrávky je dále vyžadován terč, do kterého se jedinci budou muset trefovat. Pro disciplínu odpalu je taktéž důležitý nástroj na měření jeho vzdálenosti, a tím je ideálně pásmo.

Dále je pro vyhodnocení vítězů nutné zajistit nějakou formu ocenění, ideálně pohárů a popřípadě i dalších předmětů.

Pro úvodní a závěrečný proslov, vyhlášení vítězů a organizační pokyny je nutné zajistit reproduktor s mikrofonem.

Za materiál by se svým způsobem dalo považovat i občerstvení, k němuž se vztahují i nástroje a spotřebiče, kterým se budou připravovat. Pro jeho podávání je potřebné zajistit o případné tácky a kelímky.

Zajištění materiálních zdrojů

Prostor pro konání sportovní akce byl společně s veškerým dostupným vybavením na hřišti (gril, kruhový terč, odpalové koberce s týčky atd.) zajištěn formou sponzorského daru od Drivingu Plzeň (viz kapitola 1.3.1 *sponzoring*).

Zajištění vybavení ve smyslu golfových holí a míčků bylo taktéž zprostředkováno Janem N. formou sponzorského daru, tentokrát ale z pozice ředitele 1. slovanského golfového klubu.

Jan N. dále poskytl i ocenění jedincům na stupních vítězů ve formě tří pohárů věnovaných ze skladu Driving Plzeň. Dále skrze Driving Plzeň a jeho sponzory (Christ car cash s.r.o. a Techdraw s.r.o.) bylo možné domluvit, že mohou být využity předměty od těchto firem, jako propisky, psací bloky, klíčenky atd., pokud budou tyto firmy zmíněny v průběhu akce a jejich logo bude umístěno na propagačním letáčku. Tyto drobné předměty budou tedy taktéž využity jako forma ocenění jedinců.

Pásmo, reproduktor a mikrofon budou přivezeny z domova.

Pro občerstvení jakožto spotřební materiál byly zvolené velmi oblíbené párky v rohlíku, klobásy s chlebem, kečup a hořčice, koláčky (od sponzora Pekárnička cukrárnička Veverka), kafe, perlivá a neperlivá voda a sladké nápoje (fanta a coca cola). Všechno vybavení pro přípravu párků v rohlíku (napichovač rohlíků, parní stroj na párky, nůž a prkýnko) budou využity z mých zdrojů z domova. Papírové tácky a kelímky budou nakoupeny společně s výše zmíněným občerstvením.

Potřeba materiálních zdrojů

V den zmiňovaného meetingu, tedy 2 dny před konáním turnaje, budou potřebné tyto zdroje v rámci kontroly, zda je vše pořádku a připravené na turnaj.

Jejich potřeba je nutná především v den konání turnaje. Stánek s občerstvením, gril a veškeré potřebné spotřebiče pro přípravu občerstvení budou potřebné po celou dobu turnaje. Hole na patování, přihrávku a odpal budou společně s míčky, týčky, terčem pro disciplínu přihrávky a pásmem potřebné především pro provádění všech disciplín.

2.2.6.3 Finanční zdroje

Zdrojem financí tohoto projektu tvoří pouze výběr startovního a možnost zapůjčení holí v den konání turnaje, což v rozpočtu tedy zastupuje část **příjmů**. Při zaplacení startovního a zapůjčení holí všech 30 účastníků činní příjmy 2400. Tato skutečnost je ale málo pravděpodobná, proto i částka na nákup občerstvení byla snížena na nižší tak, aby bylo pravděpodobné, že příjmy turnaje pokryjí náklady z nákupu občerstvení a štítků na poháry. Zároveň se počítá s tím, že většina jedinců si bude chtít i zapůjčit hole za 30 Kč, což dohromady se startovním dělá 80 Kč.

Náklady, které musí být z příjmů pokryty, jsou pouze zmíněný nákup občerstvení a štítků na poháry.

Rozpočet

Ačkoli finančních nákladů a příjmů projektu není mnoho, i přes to byly vloženy do přehledné tabulky.

Tabulka č. 2: Rozpočet (vlastní zpracování)

Náklady	Cena	Příjmy	Cena
nákup občerstvení	1800 Kč	prodej občerstvení	párek v rohlíku - 20 Kč klobása s chlebem - 35 Kč voda 0,3 l - 5 Kč sladký nápoj 0,3 l - 10 Kč káva - 15 Kč koláček - zdarma
nákup štítků	60 Kč	startovné	50 Kč
		zapůjčení holí	30 Kč
celkem	1860 Kč		závisí na počtu účastníků

Cash flow

Jeden ze dvou prvků představujících **náklady** je zmíněný nákup občerstvení. Na základě počtu přihlášených účastníků se pak bude odhadovat a následně kupovat určité množství jednotlivých potravin a nápojů. Jak z hlediska čekání na přesný počet přihlášených, tak z hlediska trvanlivosti bude nákup proveden až 2 dny před turnajem v obchodu Makro. Pro nákup byla vymezena částka 1700 Kč z níže uvedených důvodů.

Druhým prvkem **nákladů** je nákup lepících štítků na poháry, přičemž vyrobení štítků pro 1., 2. a 3. místo štítků stojí dohromady 60 Kč a mělo by být hotové do 2 dnů nejdéle. Jejich nákup bude realizovaný zhruba 3 týdny před začátkem turnaje v Sympakt trade s.r.o.

Příjmy ve formě výběru vstupného a poplatku za zapůjčení holí budou vybírány v den konání turnaje na jeho úvodu.

Vzhledem k tomu, že se nákup uskutečňuje dříve, než budou získány příjmy ze vstupného a zapůjčení vybavení, jedná se o investici „z vlastní peněženky“, jejíž návratnost se očekává právě v den konání sportovní akce.

2.2.7 ČASOVÝ PLÁN PROJEKTU

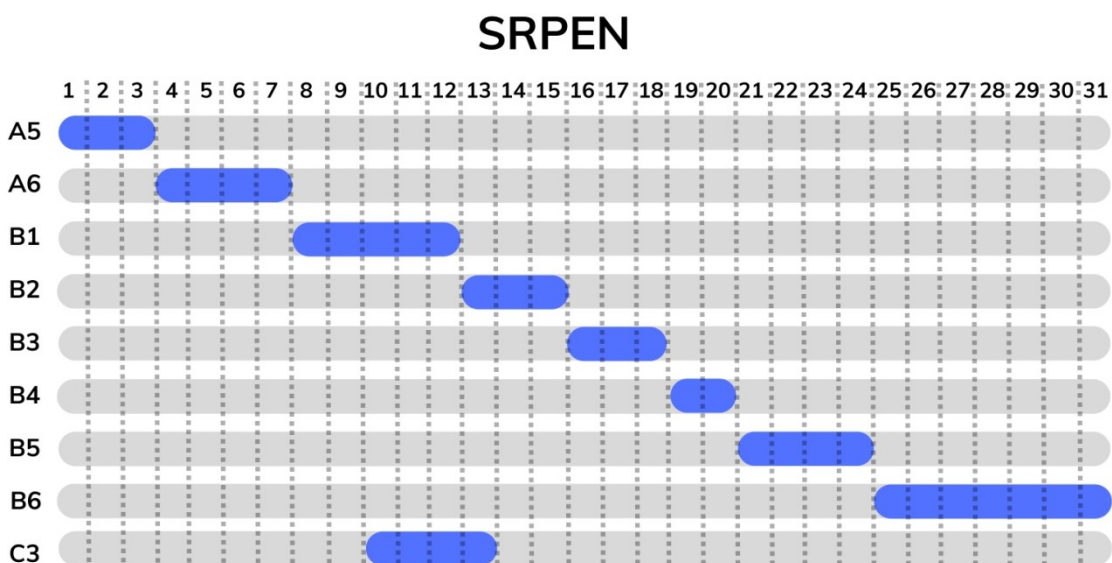
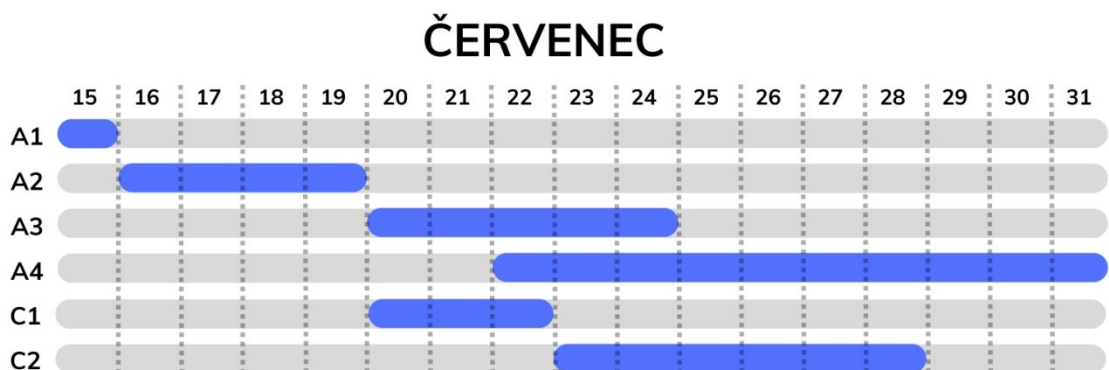
Pro časový plán byl v programu Word Office vytvořen časový diagram znázorňující odhadovanou délku trvání jednotlivých činností, která byla určována spíše delší, aby nedošlo k výraznému nestíhání a nedodržování časového plánu. Časové rezervy tedy nebyly do diagramu znázorňovány jako prázdné dny mezi činnostmi, a tak na sebe projektové činnosti naopak přímo navazují ze zmiňovaného důvodu rozdělení rezervního času mezi jednotlivé činnosti. Zároveň pokud by se některé z činností stihly vyřídit rychleji, než je odhadováno, je možné s následujícími činnostmi začít dříve. V opačném případě by se začínalo o něco déle. Pokud by se pak jednalo o výraznější zdržení, vynaložilo by se maximální úsilí, aby se skluz dohnal. Propagace by ale v tomto případě musela být uskutečněna i přes to, že by nebyly dokončeny předchozí činnosti, aby se turnaj dostal do povědomí veřejnosti se stanoveným předstihem. Vzhledem k tomu, že se jednalo o činnosti organizačně poměrně nenáročné, není ale tento scénář pravděpodobný. Řada z nich (domluva hrací plochy, vybavení atd.) byla totiž už předem řešena s hlavními sponzory Driving Plzeň a 1. slovanský golfový klub.

Jelikož je časový diagram vytvořený v programu Word Office poměrně obsáhlý, byl pro větší přehlednost skrze nástroj canva.com vytvořen pro každý měsíc diagram pouze s činnostmi vykonávanými v daném měsíci.

Diagram vytvořený ve Word Office byl společně se síťovým grafem logického sledu činností, který přehledně znázorňuje posloupnost a případnou souběžnost vykonávání jednotlivých projektových činností, vložen do kapitoly *Přílohy*.

Pro den konání akce byl vytvořen harmonogram, který byl mimo jiné vložen i na facebookovou událost. Jedná se o orientační odhad trvání jednotlivých fází turnaje, jelikož není zcela jisté, jak dlouho zabere jedincům projít všemi disciplínami. Tento letáček vytvořený skrze stránku canva.com se taktéž nachází v přílohách bakalářské práce. Detailní popis činností a zodpovědných jedinců za jejich vykonání je v kapitole 2.2.6.1 u rozpisu potřeby jednotlivých zdrojů.

Obrázek č. 7: Ganttův diagram pro měsíce červenec, srpen, září a říjen (vlastní zpracování)



2.3 RIZIKA

Oblasti rizik byla věnována velká pozornost a bylo postupováno podle kroků popsaných v teoretické části, tedy takto:

2.3.1 STANOVENÍ KONTEXTU ŘÍZENÍ RIZIK

V této oblasti mi byl velice nápomocen majitel Drivingu Plzeň, díky kterému jsem si na základě jeho zkušeností a rad z pořádání turnajů na tomto místě byl schopen vytvořit základní kontext turnaje ve spojitosti s určitými riziky. Na základě získaných informací byl pro tento konkrétní projekt vytvořený **plán řízení rizik**, který obsahuje:

1. Náklady pro řízení rizik

Jelikož se nejedná o velký projekt, kde by např. analýzy rizik byly prováděny na základě nákladných expertních odhadů, nevznikají v této oblasti žádné náklady. Zároveň minimalizace a ošetření většiny rizik není spojeno s financemi, ale buď s fyzickou prací, nebo prostou domluvou. V případě, že by ale nastala rizika, jako například nedostatek vybavení či zkušených jedinců, mohly by vzniknout náklady pro dozajištění konkrétních zdrojů. Předem ale byly domluveny se všemi sponzory a jedinci takové podmínky, že pravděpodobnost výskytu těchto rizik je naprosto minimální. Zároveň byly zajištěny rezervy, co se týče jak lidských, tak materiálních zdrojů, které minimalizovaly výskyt těchto rizik na v podstatě nemožný. Vytyčené náklady pro řízení rizik tohoto projektu jsou tedy nulové.

2. Rozdělení rolí a zodpovědností

Pro minimalizaci a ošetření rizik při plánování a přípravě turnaje by měl stačit jeden zodpovědný jedinec, kterým je Adam Koubek. Pro případnou výpomoc při preventivních krocích bude nápomocen Jan N. a Pavel Š. Konkrétně pak při dohlížení na jedince, co se týče pohybu po hřišti a nezodpovědného chování budou nápomoci všichni jedinci organizačního týmu. Pro eliminaci či zmírnění případného vzniklého rizika je taktéž v hlavní roli Adam Koubek, který bude mít k dispozici pro vyřešení problému kohokoliv z organizačního týmu. Jedinou osobou, která mimo Adama Koubka nese zodpovědnost za určité riziko, je zdravotník Lenka M., která odpovídá za ošetření případných zranění či usouzení zavolání záchranné služby.

3. Kategorie rizik

Na základě charakteru turnaje se všemi jeho záležitostmi bylo dospěno k závěru, že projekt mohou v různé míře ohrozit rizika z kategorií přírodní vlivů, personálních a materiálně-technických potíží, financí, nízké účasti, vážného úrazu, časových potíží a divoké zvěře.

4. Časové záležitosti

Konkrétní preventivní činnosti pro ošetření rizik (viz níže) budou probíhat souběžně u většiny kategorií od července až po den konání turnaje, tedy 7. října 2023. Preventivní kroky zajišťující ošetření rizik v kategoriích vážného úrazu, problémů s divokou zvěří a částečně i přírodních vlivů je možné uskutečňovat až v den konání akce. O opatření rizik se bude pravidelně ujišťovat a v případě nových skutečností v oblasti rizik bude dále zakročeno. Případná vzniklá rizika budou taktéž řešena od července po 7. říjen 2023 včetně.

2.3.2 IDENTIFIKACE RIZIK

Pomocí metody brainstormingu se snažilo přijít na všechna možná rizika, která spadají do jednotlivých kategorií a jsou v jejich příčinami.

- Přírodní vlivy (1)
 - **1.1** - špatné počasí v den konání turnaje
- Personální potíže (2)
 - **2.1** - neschopnost personálu plnit úkoly, **2.2** - nedostatečné personální zdroje pro zajištění úspěšného průběhu turnaje, **2.3** - zmatek při plnění jednotlivých úkolů, **2.4** - špatná komunikace mezi personálem v průběhu turnaje, **2.5** - náhlá nemocnost či úrazy, **2.6** - zajištění golfisty s nedostatkem zkušeností pro demonstraci techniky
- Materiálně-technické potíže (3)
 - **3.1** - nedostatek či nekvalitní golfové hole a míčky, **3.2** - špatný průběh turnaje z důvodu nedostatečně připravených a upravených hracích ploch (koberců pro odpal a přihrávku a greenu), **3.3** - nedostatek či nekvalitní další vybavení

(golfová týčka, kruhový terč, pásmo apod.), **3.4** - nedostatek občerstvení pro celý průběh turnaje

- Finanční rizika (4)
 - **4.1** - nedostatek finančních prostředků pro realizaci turnaje, **4.2** - nenávratnost investice, a tudíž prodělečný výsledek projektu
- Nízká účast na turnaji z důvodu (5)
 - **5.1** - nedostatečné a špatně zvolené propagace, **5.2** - náhlé nemoci či úrazu hráčů, **5.3** - neoznámené neúčasti, **5.4** - nedostatečné informovanosti o lokaci turnaje, **5.5** - nezrušení účasti z nenucenosti vzhledem k nezávaznému přihlášení na turnaj a platbě startovného až v den akce
- Vážný úraz z důvodu (6):
 - **6.1** - nedostatečného informování o bezpečnosti zacházení s holí a pohybu po hřišti, **6.2** - nezodpovědného chování účastníků, **6.3** - individuálních potíží (nedostatečné rozcvičení, specifické individuální problémy pohybového aparátu zúčastněných atd.)
- Časové potíže (7)
 - **7.1** - nestíhání dodržování harmonogramu z důvodu příliš optimistické představy průběhu projektu celkově a turnaje samotného, **7.2** - nestíhání plnění úkolů z důvodu jejich neúměrného rozdělení
- Divoká zvěř (8)
 - **8.1** - rozryté hrací plochy od divokých prasat

2.3.3 ANALÝZA RIZIK

Vzhledem k menšímu rozsahu projektu byla prováděna pouze kvalitativní analýza, jelikož v tomto případě bez profesionálních odhadů nemá cenu vytvářet i kvantitativní analýzu.

Pro to, aby bylo možné určit závažnost rizika celkově, tedy „spojit“ jeho pravděpodobnost a účinek (dopad), bylo postupováno následujícím způsobem. Pravděpodobnost byla určována podle čísel 1 – 3, kde jednotlivá čísla znamenají: **1** - **malá**

pravděpodobnost, 2 - střední pravděpodobnost a 3 - vysoká pravděpodobnost. U účinku bylo postupováno na stejném principu, a tedy: **1 - malý dopad, 2 - střední dopad, 3 - velký dopad.** Celková závažnost pak byla určena aritmetickým průměrem čísla u pravděpodobnosti a účinku každého rizika.

Tabulka č. 3: Analýza rizik (vlastní zpracování)

Riziko	Pravděpodobnost	Dopad	Celková závažnost
1.1	2	2	2
2.1	1	2	1,5
2.2	1	2	1,5
2.3	1	1	1
2.4	1	2	1,5
2.5	1	2	1,5
2.6	1	2	1,5
3.1	1	3	2
3.2	1	3	2
3.3	1	2	1,5
3.4	1	1	1
4.1	1	3	2
4.2	1	3	2
5.1	1	3	2
5.2	1	3	2
5.3	2	2	2
5.4	1	3	2
5.5	2	3	2,5
6.1	1	3	2
6.2	2	3	2,5
6.3	1	2	1,5
7.1	1	2	1,5
7.2	1	2	1,5
8.1	1	3	2

2.3.4 OŠETŘENÍ RIZIK

V první řadě byly v tomto kroku ke každému riziku vytyčeny určité preventivní činnosti, které mají zmírnit pravděpodobnost jeho výskytu a případného dopadu.

Tabulka č. 4: Preventivní ošetření rizik (vlastní zpracování)

Riziko	Preventivní ošetření
1.1	neovlivnitelné
2.1	dostatečné přesvědčení se o spolehlivosti a schopnosti plnit jednotlivé úkoly
2.2	pro den konání turnaje zajistit spíše o 1 - 2 jedince více pro vyvarování se nedostatku personálu
2.3	dostatečně obeznámit personál s jednotlivými úkoly, jasné přiřazení úkolů odpovědným osobám a důkladné vysvětlení postupování v průběhu celé akce
2.4	jasně vymežit způsob komunikace před a hlavně v průběhu konání turnaje
2.5	mít připravený záložní lidské zdroje pro případ náhlého onemocnění či úrazu původně domluveného personálu
2.6	předem se dostatečně ujistit o zajištění zkušeného golfisty schopného správné demonstrace techniky
3.1	zajistit spíše více kvalitních holí různých velikostí pro hru na pravou i levou stranu od spolehlivého zdroje, mít připravené záložní hole pro případ nečekaného zničení, zajistit dostatečné množství míčků pro všechny disciplíny, mít připravené záložní míčky pro případ ztráty či rozbití
3.2	přesvědčit se o kvalitě hřiště 2 dny před turnajem pro možnost jeho případné úpravy
3.3	zajistit spíše více golfových týček pro odpal a přihrávkou, předem důkladně zkontrolovat a popřípadě opravit kruhový terč, zajistit i záložní potřebné pomůcky pro měření odpalů (2 pásma atd.)
3.4	na základě přihlášených účastníků přibližně stanovit množství odpovídajícího občerstvení + možné dokoupení občerstvení v nejbližším obchodě (viz 3.4 v tabulce níže)
4.1	s dostatečným předstihem začít řešit stanovení ceny startovního a především zajištění sponzorů ochotných poskytnutí buď finančních či jiných prostředků pro zrealizování turnaje, popř. upravit ceny (zvýšení startovního)
4.2	nákup takového množství občerstvení a stanovení takových cen (startovního, půjčení vybavení a občerstvení), aby byla návratnost investice pravděpodobná
5.1	zvolit vhodný způsob propagace vzhledem k věku cílové skupiny a aktivně ho podporovat (sociální sítě, letáčky a osobní pozvání)
5.2	zvolit spíše větší kapacitu pro přihlášení pro případ úrazu či onemocnění přihlášených; celkově špatně ovlivnitelné
5.3	apelovat na přihlášené jedince, aby o nemožnosti účasti dali co možná nejrychleji vědět a mohli se začít shánět "náhradní" účastníci
5.4	vzhledem k lehce matoucímu příjezdu automobilem k hřišti vyznačit na mapě trasu jak automobilem, tak pěšky z nejbližší zastávky mhd
5.5	viz výše zmíněné apelování na jedince na případné oznámení neúčasti
6.1	dostačujícím způsobem seznámit zúčastněné hráče se správným a bezpečným zacházením s holí a pohybu po hracích plochách
6.2	upozornit na nebezpečí nezodpovědného chování v průběhu turnaje a apelovat na vyvarování se tohoto chování

Riziko	Preventivní ošetření
6.3	zajistit prostor na rozcvičení a doporučit využití této možnosti; zdůraznit možnost poradit se s organizátory a zdravotníkem v případě zranění či jiných individuálních problémů, zda je vhodné začít hrát či ve hře pokračovat
7.1	při plánování počítat spíše s o něco delším trváním vykonávání činností a stanovit určité časové rezervy (po celou dobu projektu i v rámci turnaje samotného); poradit se s člověkem se zkušenostmi pořádáním turnaje ohledně rozvržení času na jednotlivé disciplíny, pauzy mezi disciplínami atpod.
7.2	rozdělit úkoly mezi všechen personál rovnoměrně a zároveň úměrně k jejich možnostem
8.1	Driving Plzeň čas od času navštíví divoká prasata a rozryjí hrací plochy; zkontrolovat hrací plochu v rámci meetingu 2 dny před turnajem; být na místě konání turnaje s dostatečnou rezervou pro případnou opravu hrací plochy

Následně byly stanoveny u většiny rizik i postupy pro zmírnění či eliminaci vzniklého rizika.

Tabulka č. 5: Zmírňující či eliminační postup při ošetřování vzniklých rizik (vlastní zpracování)

Riziko	Zmírňující či eliminační postup
1.1	v závislosti na stavu počasí přesun disciplín odpalu a přihrávky na kryté odpaliště, disciplína patování by byla podle podmínek odložena, či dokončena (např. při mírném dešti), celkově možnost schovat se pod velké deštníky či do klubovny
2.1	na malou chvíli pozastavit turnaj, využít možnosti občerstvení pro "zabavení" soutěžících a vyřešit nejasnosti v organizačním týmu
2.2	zavolat záložní personál
2.3	viz řešení rizika 2.1, možné řešit individuálně s jedinci v průběhu turnaje
2.4	viz řešení rizika 2.1 a 2.3
2.5	zavolat záložní personál, viz riziko 2.2
2.6	velmi malá pravděpodobnost nastání, jelikož mají být přítomni 2 zkušené golfisté
3.1	vyměnit hole či míčky za jiné, co jsou k dispozici v klubovně
3.2	být na místě konání turnaje s dostatečným předstihem pro přípravu a případné úpravy hracích míst
3.3	dojít pro záložní tyčka v klubovně, pozastavit disciplínu přihrávky pro opravu terče
3.4	vyslat fotografa pro dodatečný nákup občerstvení do Penny marketu vzdáleného 4 minuty autem od místa konání turnaje
4.1	zvýšit cenu startovního a zapůjčení holí, popřípadě ubrat nějakou z plánovaných položek ve stánku s občerstvením
4.2	není možné s jistotou vědět, jaký bude zájem o prodej občerstvení; zvyšování cen občerstvení či doplácení startovního v průběhu turnaje po zjištění pravděpodobné nenávratnosti investice nepřipadá v úvahu
5.1	v případě malého zájmu zintenzivnit, změnit či přidat formu propagace

Riziko	Zmírňující či eliminační postup
5.2	po zjištění této skutečnosti se začít snažit o dodatečné pozvání jiných jedinců
5.3	špatně ovlivnitelná skutečnost
5.4	v případě problémů s dostavením se na místo turnaje daného jedince kontaktovat (přes FB či telefonicky) a popřípadě pro něj vyslat člena týmu k hlavní silnici
5.5	špatně ovlivnitelné při nastání této skutečnosti
6.1	při povšimnutí si špatného zacházení s holí či jiných nevhodností, okamžitě dané jedince informovat a napravit tuto skutečnost
6.2	při nevhodném chování ihned zasáhnout; opět vysvětlit možné následky; při neuposlechnutí až diskvalifikace z turnaje
6.3	při zranění využití tejpovací pásky, obvazu atd. (vše v místní lékárnice)
7.1	zkrátit přestávky mezi disciplínami, urychlit jejich celkový průběh
7.2	dodatečné přerozdělení úkolů mezi ostatní jedince
8.1	lopatou a hráběmi ihned upravit rozrytou hrací plochu

2.3.5 ŘÍZENÍ A MONITORING RIZIK A VYHODNOCENÍ RIZIK

Předposlední fáze, tedy **řízení a monitoring rizik**, se týká převážně dne konání golfového turnaje. Jsou ale i rizika, která lze kontrolovat a řídit před dnem konání turnaje, jako například riziko nedostatečné či špatně zvolené propagace, které se může vyznačovat velmi nízkým, či žádným zájmem o účast. V takovém případě je nutné následně zasáhnout a řídit toto riziko právě před samotným dnem konání turnaje.

Poslední fází je **vyhodnocení rizik**, které bude probíhat po dni konání turnaje v kapitole diskuze.

2.4 GOLFOVÝ TURNAJ - PRAVIDLA, DISCIPLÍNY A VYHODNOCOVÁNÍ

Vzhledem k tomu, že před vstupem na klasické golfové hřiště je třeba projít kurzem a získat zelenou kartu, musí být turnaj uspořádán někde, kde je to vůbec vzhledem k začátečnické úrovni zúčastněných hráčů možné. Jedna z možností, kde mají jedinci možnost s golfem začít, jsou drivingová hřiště, což jsou velká golfová odpaliště uzpůsobená na trénink různě dlouhých odpalů a přihrávek, jejichž součástí je v drtivé většině případů i green (malá plocha s precizně upraveným trávníkem a golfovou jamkou), kde je možnost trénovat krátkou hru (dohrávání do jamek). Pro znalost ploch a možností, které nabízí Driving Plzeň, bylo zvoleno právě toto místo. V jeho prostorech je možné

zúčastněné seznámit se základy golfu, tedy odpalem, přihrávkou a patováním, které, dá se říct, simulují průběh golfové hry.

Na úvod turnaje je naplánovaná ukázka techniky potřebné pro splnění všech tří disciplín a vysvětlení pravidel pro správné udeření míče.

2.4.1 PRAVIDLA

Jelikož se nejedná o klasickou hru golfu, kde je nutné znát mnoho věcí a pravidla mohou být v některých případech poněkud složitá, potřeba znalosti pravidel pro tento turnaj se značně zužuje. Dále je předpokládána účast jedinců spíše z oblasti začátečnické a účelem turnaje je, aby si hráči golf v konkrétních disciplínách vyzkoušeli a v ideálním případě oblíbili, a nikoli se zatěžovali „drcením“ všech pravidel nazpaměť. Vzhledem k výše zmíněným důvodům postačí pravidla týkající se úderů holí do míčku. Všechna níže zmíněná pravidla byla čerpána z aktuálních pravidel z roku 2023 vydaných celosvětovými řídicími orgány golfu R&A a USGA.

Pravidla golfu 2023 (ogy.cz) píší, že: *„Hráč musí míč řádně udeřit jakoukoli částí hlavy hole tak, že dojde jenom k chvilkovému kontaktu hole a míče, a nesmí míč strkat, vyškrabávat nebo nabírat.“* V případě, že je při úderu neúmyslně míček zasáhnut více než jednou, nejedná se o přestupek proti pravidlům a úder je bezrestně počítán pouze jako jedna rána.

Druhé pravidlo pro správné udeření míčku se týká ukotvení hole, kdy není dovoleno přímo opírat ruku držící hůl či hůl samotnou o jakoukoliv část těla vyjma ruky a předloktí. Nepřímo pak není dovolené ani opírat předloktí o kteroukoliv část těla za úmyslem vytvoření pevného bodu, kolem něž může být při úderu hůl otáčena druhou rukou. Pokud se pak jedná pouze o dotek ruky či předloktí těla bez přímého a úmyslného opírání, nejedná se o přestupek.

Třetí pravidlo týkající se obkročného postavení ke směru hry nebo v jejím přímém směru popisují pravidla golfu 2023 (ogy.cz) takto: *„Hráč nesmí zahrát ránu z postoje, při kterém si úmyslně stoupne obkročmo ke směru hry nebo jeho prodloužení za míč nebo tak, že se směru hry nebo jeho prodloužení za míč dotýká některou nohou. Pouze pro potřeby tohoto pravidla nezahrnuje směr hry žádnou vzdálenost na žádnou stranu.“*

Poslední podmínkou pro beztrestné zahrání úderu je dodržení pravidla o hraní pohybujiícího se míče, kdy není dovoleno hrát míč v pohybu. Existují ale určité výjimky, kdy to dovoleno je, jako například zahrání kývajícího se míče, který se zastavil a pouze se na místě zastavení kýve, při čemž je stále na místě zastavení nebo se na něj vrací. Dále se za chybu nepočítá, pokud se míč začal hýbat až po zahájení nápřahu k ráně, míček při úderu začal padat z týčka nebo míč pohybujiící se ve vodě.

Na ploše Driving Plzeň se zároveň nachází elektrické rozvaděče, kdy se při jejich zásahu udělí jedincovi nahrazující pokus.

(ogy.cz)

2.4.2 DISCIPLÍNY

První disciplínou je **nejdelší odpal**, kterým ve většině případů začíná každá hra a hráči se tak snaží míček co nejbliže a nejvýhodněji přiblížit golfové jamce. Každý soutěžící zde má 5 pokusů, z nichž mu je započítán právě ten nejdelší.

Druhá disciplína je tzv. **přihrávka**, kde je cílem z pěti pokusů trefit co možná nejvíce míčků do kruhového terče (železná konstrukce podobná trampolíně s prověšenou sítí) ve vzdálenosti 20 metrů. Nahrávka v běžné hře následuje jednomu či více odpalům, kdy byl hráč schopný dostat svůj míček do blízké vzdálenosti greenu a snaží se na něj přesným obloučkem zahrát míček co nejbliže jamce, v ideálním případě rovnou do jamky.

Poslední třetí disciplínou je **patování**, tedy dohrávání míčku do jamky na greenu. Driving Plzeň má na této ploše zároveň k dispozici 3 jamky, čehož bylo využito tak, že bude stanoveno jedno začáteční místo pro všechny jedince a ti musí ve stanoveném pořadí obehrát všechny jamky. Po trefení první jamky v pořadí si tedy míček vyndají a umístí v její bezprostřední blízkosti tak, aby byli schopni hrát do druhé a ve finále třetí jamky. Součet úderů pro trefení všech tří jamek pak určuje jejich umístění v této disciplíně, při čemž platí, že čím menší počet úderů, tím lepší výsledek.

2.4.3 VYHODNOCOVÁNÍ VÝSLEDKŮ

Proto, aby bylo možné kombinovat výsledky ze všech tří disciplín, byl zvolený jednoduchý způsob, kdy se prvním deseti jedincům s nejlepšími výsledky rozdělí body tak, že první získá 10 bodů, druhý 9, třetí 8 atd. V případě, že mají jedinci stejný výsledek, jsou

body započítány oběma. Ve finále se body ze všech disciplín sečtou a jedinec s největším počtem bodů vyhrává. Postupně se pak pokračuje až k šestému místu, kdy soutěžící na stupni vítězů dostanou mimo dalších cen pohár a čtvrté, páté a šesté místo je odměněno drobnějšími cenami.

2.5 SPONZORING

Hlavní pozornost při analýze potenciálních sponzorů byla zaměřena na oblast SA. Vzhledem k tomu, že se jednalo o golfový turnaj, bylo vhodné analyzovat a následně oslovit společnosti pohybující se v této „brandži“. Hlavním cílem bylo domluvit se s potenciálním sponzorem, zda by byl za určité protivýkony ochoten pronajmout golfovou plochu pro pořádání turnaje se sníženou pronajímací cenou. To samé platilo i pro vybavení, tedy jestli by bylo možné zapůjčení vybavení se zvýhodněnou cenou při poskytnutí protislužby. Taktéž šla pozornost směrem k finančnímu odlehčení, co se týkalo občerstvení turnaje. Jako poslední pak byla snaha zajistit sponzora, který by sehrál roli při zajišťování cen pro jedince při vyhlašování vítězů.

2.5.1 ZAJIŠTĚNÍ SPONZORŮ TURNAJE

1. Driving Plzeň

Jelikož jsem byl zaměstnancem Drivingu Plzeň a dobře jsem znal jeho majitele Jana N., směřovala má pozornost ihned touto cestou. Po oslovení byl tento sponzor zaujatý a bylo možné probírat konkrétní podmínky. Pro dobročinný účel tohoto turnaje nabídl majitel Driving Plzeň sponzorský dar ve formě poskytnutí hrací plochy pro dobu konání turnaje. Tímto velkorysým gestem ze strany Drivingu Plzeň byl projekt zbaven pravděpodobně největšího nákladu, a zasloužil se tak o pozici hlavního sponzora. Kromě toho zprostředkoval i poháry pro jedince na stupni vítězů.

Protislužba

I přes to, že za sponzorský dar Driving Plzeň neočekával protislužbu, byla mu vzhledem k obrovské podpoře udělena protislužba alespoň ve formě umístění loga na propagačních letáčcích a zmínění v úvodním a závěrečném proslovu.

2. 1. slovanský golfový klub Plzeň

Domluva tohoto sponzora probíhala totožně s Driving Plzeň, jelikož je Jan N. zároveň i ředitelem 1. slovanského golfového klubu. Jan N. v tomto případě opět poskytl sponzorský dar, tentokrát ale ve formě golfových holí různých velikostí pro všechny 3 disciplíny a golfových míčků.

Protislužba

Protislužba probíhala naprosto stejně jako u Driving Plzeň. Ačkoli tedy protislužba nebyla vyžadována, za velkorysost a opět velké finanční ulehčení v oblasti zajišťování vybavení byla sponzorovi poskytnuta protislužba ve formě zmínění v úvodním a závěrečném proslovu a umístění loga na propagační letáček.

3. Christ carwash s.r.o. a Techdraw s.r.o

Skrze Jana N., jakožto majitele Driving Plzeň, který je mimo jiné sponzorovaný právě těmito dvěma společnostmi, byly u nich domluveny propisky, bloky a klíčenky, které budou využity při předávání cen v rámci vyhlášení vítězů.

Protislužba

Protislužba pro tyto dva sponzory je též zmínění v průběhu turnaje a umístění jejich loga na propagačním letáčku.

4. Pekárnička cukárnička Veverka

Skrze Lianu H., která má společně se Simonou K. na starosti občerstvení, jsem se dozvěděl o této cukrárně, která mimo jiné zprostředkovává různé zákusky na všelijaké akce (např. i na svatby). Napadlo mě tedy kontaktovat majitelku, zda by byla ochotná za určitou protislužbu pro turnaj poskytnout zákusky zhruba pro 30 lidí.

Protislužba

Majitelka s nabídkou souhlasila a požadovala protislužbu opět ve formě umístění loga na propagační letáček a zmínění v úvodním a závěrečném proslovu.

2.6 PROPAGACE

Vzhledem k tomu, že jsou sociální sítě zejména u mladších jedinců velmi populární, bylo jako hlavní forma propagace zvoleno vytvoření facebookové události, kde je možné cílové skupině sdělit veškeré důležité informace o golfovém turnaji.

Facebooková událost má hned několik předností. Za prvé je možné ji jedním kliknutím přesdílet, čímž se může její dosah velmi rychle a efektivně rozšířit. Dále je možné na vytvořenou událost stále přidávat informace, např. pro upřesnění některých záležitostí či připomínání dané akce. S tím dále souvisí i 3. pozitivum, kdy se blížící se událost automaticky připomíná jedincům, kteří zaškrtili, že se zúčastní.

Po vytvoření události s názvem golfový turnaj byl kromě lokace, data a času trvání golfového turnaje také vložen úvodní text s pozváním a dalšími informacemi o turnaji, včetně způsobu přihlášení, pro nějž byl vytvořen gmail, přes který se měli jedinci v případě zájmu přihlašovat. Každopádně byl tolerovaný i jakýkoliv jiný způsob, při kterém by zájemci potřebné informace pro přihlášení (jméno, telefonní číslo a zkušenost s golfem) sdělili i jiným způsobem (zpráva na facebooku, osobně atd.). Dále s blížící se událostí je v plánu přidat detailnější harmonogram pro den konání turnaje a informace o dopravě (automobilové i pěší) kvůli mírným komplikacím při zadávání trasy na místo konání turnaje do navigace.

Druhým zvoleným způsobem propagace bylo vytvoření propagačního letáčku se zásadními informacemi. Jeho papírová forma pak bude skrze mnou známé středoškoláky roznesena do různých středních škol. Tento letáček bude taktéž přidán na zeď facebookové události, kde bude v podstatě shrnovat informace z úvodního textu na tématickém golfovém podkladu, což se může zdát pro nějaké jedince atraktivnější než klasická forma textu (úvodní text).

Pro poslední doplňující formu propagace bylo zvoleno klasické osobní pozvání, které bude probíhat příležitostně při styku s potenciálními účastníky.

Obrázky facebookové události včetně úvodního textu a všech doplňujících informací budou v sekci příloh. Součástí bude i propagační letáček, který byl taktéž přidán na zeď facebookové události. Tvorba všech obrázků s textem včetně letáčku byla prováděna skrze stránku canva.com.

2.7 ZMÍNKA V MÉDIÍCH

Původní návrh o zajištění zmínky v médiu podal Jan N., který mi doporučil redaktorku v tisku věnujícím se právě podobným akcím. Zde ale bohužel z důvodu velkého zatížení nebylo možné domluvit zajištění zmínky o golfovém turnaji. Bylo tedy nutné zajistit jiný zdroj.

Při hledání dalšího možného média jsem se dozvěděl o blogerce Lucii Němcové, která se věnuje psaní článků o sportovně zaměřených akcích. Lucii jsem tedy ihned kontaktoval a vzápětí mi bylo odpovězeno, že se o mém golfovém turnaji paní Lucie ráda zmíní ve svém blogu s jménem: *Na stopě sportu v Plzni*. Já jsem jí naopak navrhl nejen zmínění v této bakalářské práci, ale dále i doporučení jiným organizátorům sportovních akcí atpod.

Odkaz na blog, konkrétně článek o uspořádaném golfovém turnaji, je zde:

[Golfový turnaj :: Na stopě sportu v Plzni \(webnode.cz\)](#)

2.8 SWOT ANALÝZA

První důležitou věcí bylo si určit předmět SWOT analýzy. Tím pak byl jednoduše projekt. Jeho příležitosti a rizika byla již popsána výše. Do úplné SWOT analýzy chybí tedy zmínit už jen silné a slabé stránky.

- Silné stránky
 - Přítomnost zkušených golfistů na turnaji
 - Nízké náklady
 - Důkladně připravený turnaj díky pomoci a radám zkušeného pořadatele turnajů a bývalého profesionálního golfisty Jana N.
- Slabé stránky
 - První ročník turnaje - nedostatek zkušeností v tomto konkrétním formátu turnaje

DISKUZE

Golfový turnaj probíhal bez jakýchkoli problémů až na účast všech původně přihlášených jedinců. Zhruba čtyři dny před turnajem bylo přihlášeno třicet dva účastníků, přičemž od dvou přihlášených jedinců jsem byl informován o nemožnosti dorazit z důvodu školních povinností a další dva přihlášení zrušili svou účast dva dny před konáním akce kvůli nemoci. Tři přihlášení jedinci nedorazili bez jakéhokoli oznámení. I přes to, že se na poslední chvíli snížil počet přihlášených jedinců, bych nepovažoval účast dvaceti pěti jedinců za malou. Každopádně projekt v tomto ohledu vzhledem k předem stanovenému počtu třiceti jedinců nebyl splněn.

Dodržení podmínky propagace minimálně dvěma způsoby bylo taktéž úspěšné. Konkrétně pak byla zvolena propagace pomocí facebookové události, tištěného propagačního letáčku a doplňujícího osobního pozvání. Zejména propagace skrze facebook se ověřila jako velmi účinná, což se i předpokládalo.

Průběh turnaje dodržoval předem stanovený harmonogram a skončil přesně ve dvě hodiny, jak bylo naplánováno, a tudíž podmínka proběhnutí turnaje ve stanoveném čase byla splněna. Disciplína patování pak u všech tří skupin trvala o něco déle než odpal a přihrávka. Se skutečností, že všechny disciplíny nebudou končit souběžně, jsme počítali a stánek s občerstvením a přátelská atmosféra podporovaná ze strany organizátorů nádherně vyplnila tyto krátké časové mezery.

Při zajišťování sponzorů taktéž šlo vše bez problémů a objektivní indikátor zajištění minimálně jednoho sponzora byl splněn. Na celé akci se totiž podílelo pět sponzorů.

Investice do občerstvení a nákupu štítků na poháry se vrátila, a dokonce vznikl i zisk 486 Kč. Jak již bylo ale zmíněno, nejednalo se o sportovní akci s výdělečným záměrem, tudíž bylo důležité, že se turnaj uskutečnil bez prodělku. Za tuto částku bylo nakoupeno srnčí maso, které bylo věnováno Janu N. na základě předchozí symbolické dohody. Tím mu bylo poděkováno za ohromnou pomoc po všech stránkách projektu. V každém případě podmínka návratu investice byla pozitivně naplněna.

Posledním objektivním indikátorem splnění cíle bylo zajištění zmínky ve veřejně dostupném médiu, které proběhlo taktéž úspěšně.

V průběhu celé akce nenastal v organizačním týmu žádný problém. Každý plnil své úkoly řádně a poctivě. Turnaj nepostihlo ani žádné z vyjmenovaných rizik. Ačkoli se sedm přihlášených jedinců turnaje nezúčastnilo, celá akce proběhla za účasti dvaceti pěti hráčů. To bych pak nepovažoval za naskytnuté riziko nízké účasti.

Všechno šlo tedy podle plánu, až na lehce sníženou účast. Pro optimalizaci i této stránky bych v tomto případě usiloval o zintenzivnění propagace, a to i po naplnění základní kapacity přihlášených, aby byli nějakí jedinci „v rezervě“.

Od mnoha zúčastněných jsem zároveň dostal velmi hezké zprávy, kde mi děkovali za příjemný zážitek a taktéž se zmiňovali o chuti začít se golfu věnovat i nadále. Na základě této skutečnosti se dá usoudit, že u těchto jedinců účast na turnaji do jisté míry splnila svůj účel.

Tato bakalářská práce by mohla posloužit jako podklad jedincům, kteří mají taktéž zájem o uspořádání sportovní akce. To by jim mohlo pomoci při plánování a realizaci dané akce. Taktéž by její přínos mohl být v oblasti pohybové rekreace, kde by se jedinci inspirovali účelem této práce. Prostřednictvím pořádání sportovních akcí by pak vytvářeli u zúčastněných jedinců zálibu v dané aktivitě, která by jim jakožto forma pohybové rekreace přinášela různé benefity.

ZÁVĚR

Naplánování a uspořádání turnaje proběhlo až na jednu nesplněnou podmínku výborně. Ponaučení z této zkušenosti a především získané znalosti v oblasti projektového managementu bych chtěl využít při dalších příležitostech konání sportovních akcí s veřejně prospěšným záměrem. Opět mám totiž v plánu pokusit se o vytvoření vhodných podmínek a prostředí pro seznámení jedinců s daným sportem jako s formou pohybové rekreace. Snaha by tedy opět byla především o vytvoření zájmu o tuto sportovní aktivitu, která by jedincům mohla nadále pomáhat zdolávat různé překážky po psycho-sociální stránce a taktéž udržovat a rozvíjet tělesnou kondici a zdraví.

RESUMÉ

V bakalářské práci jsem se zabýval projektováním, tedy naplánováním a zrealizováním golfového turnaje pro adolescenty, v drtivé většině případů žáky středních škol. První teoretická část se zabývá projektovým managementem, marketingem sportu a sponzoringu. V druhé praktické části byla tato teoretická východiska aplikována na konkrétní případ projektování golfového turnaje, který jsem naplánoval, následně zrealizoval a vyhodnotil.

Hlavním cílem bylo zmíněné naplánování, zrealizování a vyhodnocení sportovní události ve formě modifikovaného golfového turnaje pro středoškoláky ve věku 15 – 19 (20) let.

Turnaj byl na základě vytvořených plánů úspěšně zrealizován a byly naplněny všechny objektivně měřitelné indikátory splnění cíle, až na minimální počet třiceti účastníků, jelikož se sportovní akce zúčastnilo pouze dvacet pět jedinců.

SEZNAM LITERATURY

ARMSTRONG, Gary; KOTLER, Philip. *Marketing*. Praha: Grada, 2004. ISBN 978-80-247-0513-2.

BLAŽEK, Ladislav. *Management. Organizování, rozhodování, ovlivňování*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3275-6.

BOŽIK, Roman (2018). *Základy tělesné kultury*. PDF. Online. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Dostupné z: <https://fhs.utb.cz/?mdocs-file=10356> [citováno 2024-1-17]

ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management a marketing sportu*. Praha: Olympia, 2009. ISBN 978-80-7376-150-9.

DOLEŽAL, Jan; KRÁTKÝ, Jiří a CINGL, Ondřej. *5 kroků k úspěšnému projektu: 22 šablon klíčových dokumentů a 3 kompletní reálné projekty*. Management. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4631-9.

DOLEŽAL, Jan; LACKO, Branislav; HÁJEK, Martin; CINGL, Ondřej; KRÁTKÝ, Jiří; BOČKOVÁ HRAZDILOVÁ, Kateřina; MÁCHAL, Pavel; NECHVÍLOVÁ, Stanislava; PITAŠ, Jaromír a TETŘEVOVÁ, Liběna. *Projektový management podle IPMA*. 2. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4275-5.

DOLEŽAL, Jan; LACKO, Branislav; HÁJEK, Martin; CINGL, Ondřej; KRÁTKÝ, Jiří a BOČKOVÁ HRAZDILOVÁ, Kateřina. *Projektový management. Komplexně, prakticky a podle světových standardů*. Praha: Grada, 2016. ISBN 978-80-271-9067-6.

DVOŘÁKOVÁ, Šárka. *Sportovní marketing*. 1. vyd. Brno: Masarykova Univerzita, 2005. ISBN 8021039019.

FULLERTON, Sam; MERZ, Russ. *TheFourDomains of Sports Marketing: A Conceptual Framework Introduction to Sports Marketing*. Online. ResearchGate. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/265199601_The_Four_Domains_of_Sports_Marketing_A_Conceptual_Framework_Introduction_to_Sports_Marketing

HOYE, Russell; NICHOLSON, Matthew; SMITH, C.T., Aaron; STEWART, Bob. *Sport management: Principles and Applications*. 5th edition. London: Routledge, 2018. ISBN 9781351202190.

KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu*. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5.

KORECKÝ, Michal a TRKOVSKÝ, Václav. *Management rizik projektů: se zaměřením na projekty v průmyslových podnicích*. Expert (Grada). Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3221-3.

KŘIVÁNEK, Mirko. *Dynamické vedení a řízení projektů: systémovým myšlením k úspěšným projektům*. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-0408-6.

LUKASOVÁ, Ivana. *Marketing. Sešit 1. Marketing a marketingové řízení*. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2002, ISBN 80-7082-912-5.

MACEK, Petr. *Adolescence*. 2. vyd. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-17178-747-7.

MÁCHAL, Pavel; KOPEČKOVÁ, Martina a PRESOVÁ, Radmila. *Světové standardy projektového řízení: pro malé a střední firmy : IPMA, PMI, PRINCE2*. Manažer. Praha: Grada, 2015. ISBN 978-80-247-5321-8.

MASTERMAN, Guy. *StrategicSports Event Management*. Oxford: ElsevierButterworth-Heinemann, 2004. ISBN 0-7506-5983-1.

MILLER, Danny. *Relating Porter's Business Strategies to Environment and Structure: Analysis and Performance Implications*. Online. The Academy of Management Journal. 1988, Vol. 31, No. 2. Dostupné z: <https://doi.org/10.2307/256549>

NOVÁ, Jana; NOVOTNÝ, Jiří; RACEK, Oldřich; REKTOŘÍK, Jaroslav; SEKOT, Aleš et al. *Management, marketing a ekonomika sportu*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sportovních studií, 2016. ISBN 978-80-210-8346-2.

NOVOTNÝ, Jiří. *Ekonomika sportu*. Praha: ISV nakladatelství, 2000. ISBN 80-85866-68-4

NOVOTNÝ, Jiří. *Sport v ekonomice*. Praha: WoltersKluwer Česká republika, 2011. ISBN 978-80-7357-666-0.

Ogy.cz (2023). Pravidla Golfu. Online. Dostupné z: <https://www.ogy.cz/wp-content/uploads/2023/03/Pravidla-golfu-2023-v230310.pdf>

Rehabilitace.info (2017). *Magazín o zdraví*. Online. Dostupné z: <https://www.rehabilitace.info/zdravotni/golf-a-zdravi-jake-ma-tento-sport-zdravotni-benefit/>

REKTOŘÍK, Jaroslav; PIROŽEK, Petr; NOVÁ, Jana; MRNUŠTÍK, Pavel; KOTYZA, Petr; HRBOLKA, Daniel; GÁLLOVÁ, Tereza; PÓČ, David, ŠMAJZROVÁ, Kateřina a VÍT, Darek. *Projektový management ve sportu*. Brno: Masarykova Univerzita, 2015. ISBN 978-80-210-7995-3.

RUBÍN, Lukáš. *Základy kinantropologie*. PDF. Online. In: Technická univerzita v Liberci. Liberec, 2023. Dostupné z: https://ktv.fp.tul.cz/images/zamestnanci/lukas.rubin/ZKIN/ZKIN_rekreace.pdf. [citováno 2024-1-17].

SIEBER, Patrik. *Studie proveditelnosti: metodická příručka MMR*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2004.

SLAVÍK, Jakub. *Marketing a strategické řízení ve veřejných službách: jak poskytovat zákaznický orientované veřejné služby*. Manažer. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4819-1.

Studium-psychologie.cz (bez data). *Psychický vývoj: období pubescence, adolescence*. Online. Dostupné z: <https://www.studium-psychologie.cz/vyvojova-psychologie/6-pubescence-adolescence.html> [citováno 2024-2-12]

SVOZILOVÁ, Alena. *Projektový management: systémový přístup k řízení projektů*. 3., aktualizované a rozšířené vydání. Expert (Grada). Praha: Grada Publishing, 2016. ISBN 978-80-271-0075-0.

VACEK, Jiří; ŠPICAR, Radim; SOVA MARTINOVSKÝ, Václav. *Projektový management: cvičebnice*. 1. vyd. Katedra podnikové ekonomiky a managementu, Fakulta ekonomická, Západočeská univerzita v Plzni, 2017. 145 s. ISBN 978-80-261-0756-9.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Manažer. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-5037-8.

VYSEKALOVÁ, Jitka. *Marketing: pro střední školy a vyšší odborné školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-979-3.

SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A PŘÍLOH

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Logický rámec projektu (Vacek et al., 2017, s. 18)

Obrázek č. 2: Reprezentace WBS pomocí stromovitého rozkladu (Mirko, 2019, s. 204)

Obrázek č. 3: Síťový graf logického sledu činností (Doležal et al., 2016, s. 33)

Obrázek č. 4: Příklad Ganttova diagramu (Svozilová, 2016, s. 153)

Obrázek č. 5: Rozšířená mapa rizik (Vacek et al., 2017, s. 51)

Obrázek č. 6: WBS golfového turnaje (vlastní zpracování)

Obrázek č. 7: Ganttův diagram pro měsíce červenec, srpen, září a říjen (vlastní zpracování)

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Definiční tabulka činností (vlastní zpracování)

Tabulka č. 2: Rozpočet (vlastní zpracování)

Tabulka č. 3: Analýza rizik (vlastní zpracování)

Tabulka č. 4: Preventivní ošetření rizik (vlastní zpracování)

Tabulka č. 5: Zmírňující či eliminační postup při ošetřování vzniklých rizik (vlastní zpracování)

Přílohy

1) facebooková událost

2) propagační letáček

3) harmonogram golfového turnaje

4) Ganttův diagram - 1/2

5) Ganttův diagram - 2/2

6) síťový graf logického sledu činností - 1/3


7) síťový graf logického sledu činností - 2/3

- 8) síťový graf logického sledu činností – 3/3
- 9) sponzorský dar od 1. slovanského golfového klubu – 1/2
- 10) sponzorský dar od 1. slovanského golfového klubu – 2/2
- 11) sponzorský dar od Driving Plzeň – 1/2
- 12) sponzorský dar od Driving Plzeň – 2/2
- 13) fotky z turnaje


PŘÍLOHY


1) facebooková událost


Podrobnosti

 25 lidí zareagovalo



 Událost pořádá **Adam Koubek**

 **Driving Plzeň - 1. Slovanský golfový klub**

 Veřejná · Kdokoli na Facebooku i mimo něj

S radostí vás zveme na golfový turnaj, konkrétně golfový trojboj, který prověří vaše dovednosti ve 3 základních sférách, a to v patování, přihrávce do sítě na 30 metrů a odpalu. Zúčastnit se můžou středoškoláci všech úrovní ve věku od 15 do 20 let. Turnaj bude probíhat formou jednotlivců, kde budou hráči rozděleni do kategorií podle jejich úrovně (amatéři, pokročilí, profesionálové...). Pro úplné začátečníky máme na začátek turnaje připravenou krátkou přednášku o správném zacházení s holí a základy správné techniky golfových úderů. Celá akce bude probíhat na drivingovém hřišti v Lobzích (Na Vyhlídce, 326 00 Plzeň 2-Slovany) v sobotu 7.10. 2023 od 09:00 cca do 15:00. Startovné činí 50 Kč. Hráči si mohou přinést vlastní hole a míčky, popřípadě mají možnost zapůjčit si vybavení přímo na místě za 30 Kč před začátkem konání turnaje (placení startovného a zapůjčení holí probíhá od 09:00 do 10:00).

Na závěr celé akce se můžete těšit na slavnostní vyhlášení vítězů a předávání zajímavých cen.

Po celou dobu turnaje budete také otevřený stánek s občerstvením.

V případě zájmu se přihlašujte se na gmailu: gturnaj@gmail.com

Do zprávy na gmailu prosím uveďte jméno, telefonní číslo a vaše zkušenosti s golfem:

1. nikdy jste golf nehráli
2. s golfem jste se setkali, ale nejste aktivní hráč
3. hrajete aktivně golf pro zábavu
4. hrajete golf profesionálně

Pokud je to možné, uveďte prosím i svůj handicap.

S veškerými dotazy se obraťte buďto na gturnaj@gmail.com, přímo zde na facebookovou událost v sekci diskuze nebo soukromě na facebookový profil pořadatele.

Zobrazovat míň

Plzeň

2) propagační letáček

**GOLFOVÝ
TURNAJ**

pro středoškoláky všech
úrovní od 15 do 20 let

7. 10. 2023 v 9:00

PROVĚŘTE VAŠE DOVEDNOSTI V GOLFU

 drivingové hřiště - Na Vyhlídce 242, 326 00 Plzeň

 startovné 50 Kč - možnost zapůjčení holí + 30 Kč

 přihlašujte se na gmailu : gturnaj@gmail.com

PARTNEŘI AKCE











3) harmonogram golfového turnaje



09:00 - 10:00

placení startovného + prostor k zapůjčení holí

10:00 - 10:20

úvodní proslov + stručná přednáška o správné technice hry s holí v následujících disciplínách

10:20 - 10:45

prostor k protažení, popřípadě vyzkoušení úderů pro následující hru

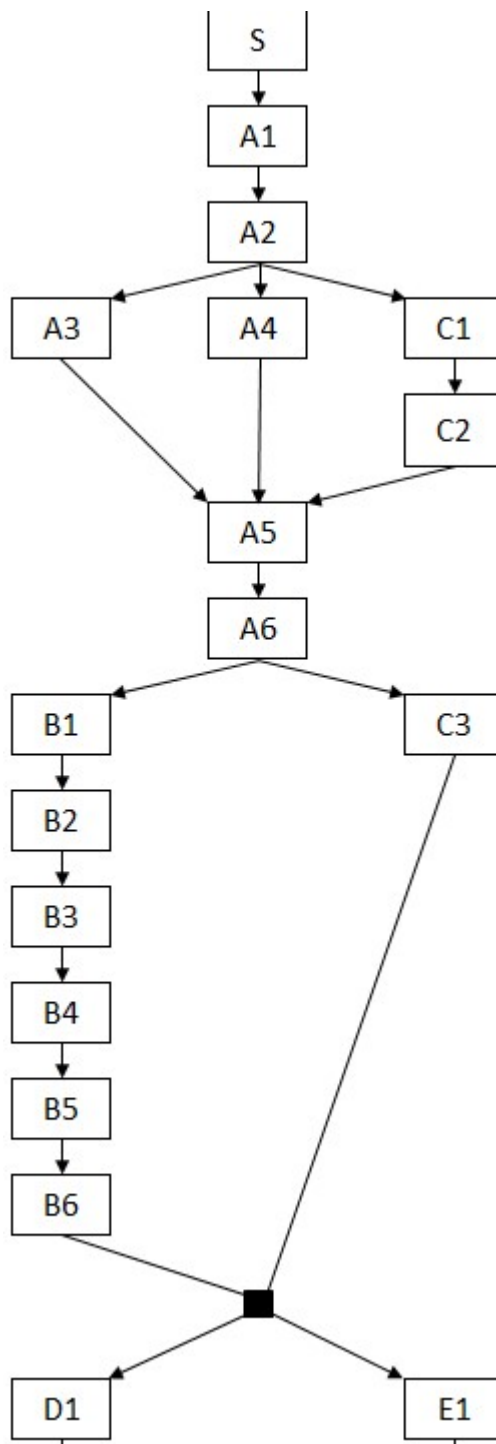
10:45

oficiální začátek turnaje

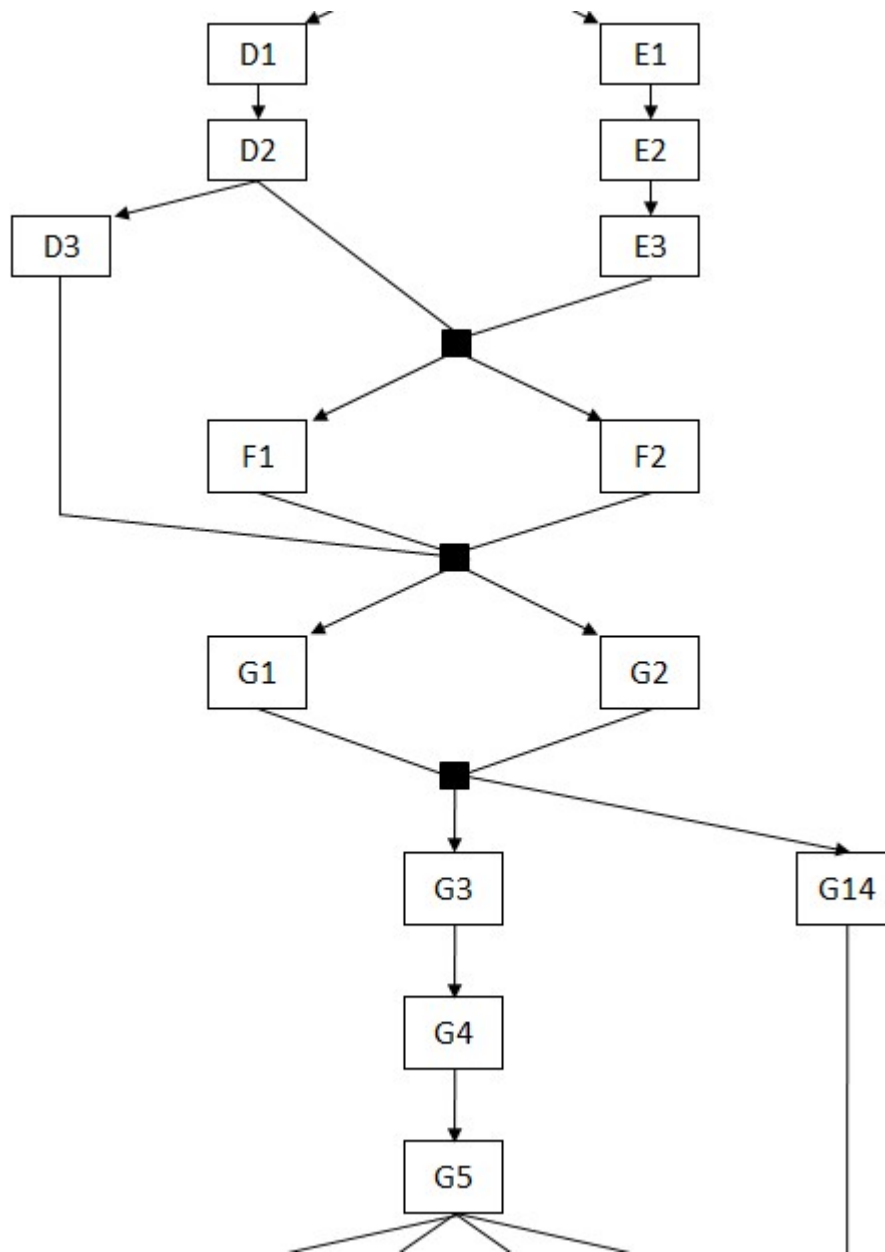
14:30 - 15:00

slavnostní vyhlášení turnaje a předávání cen

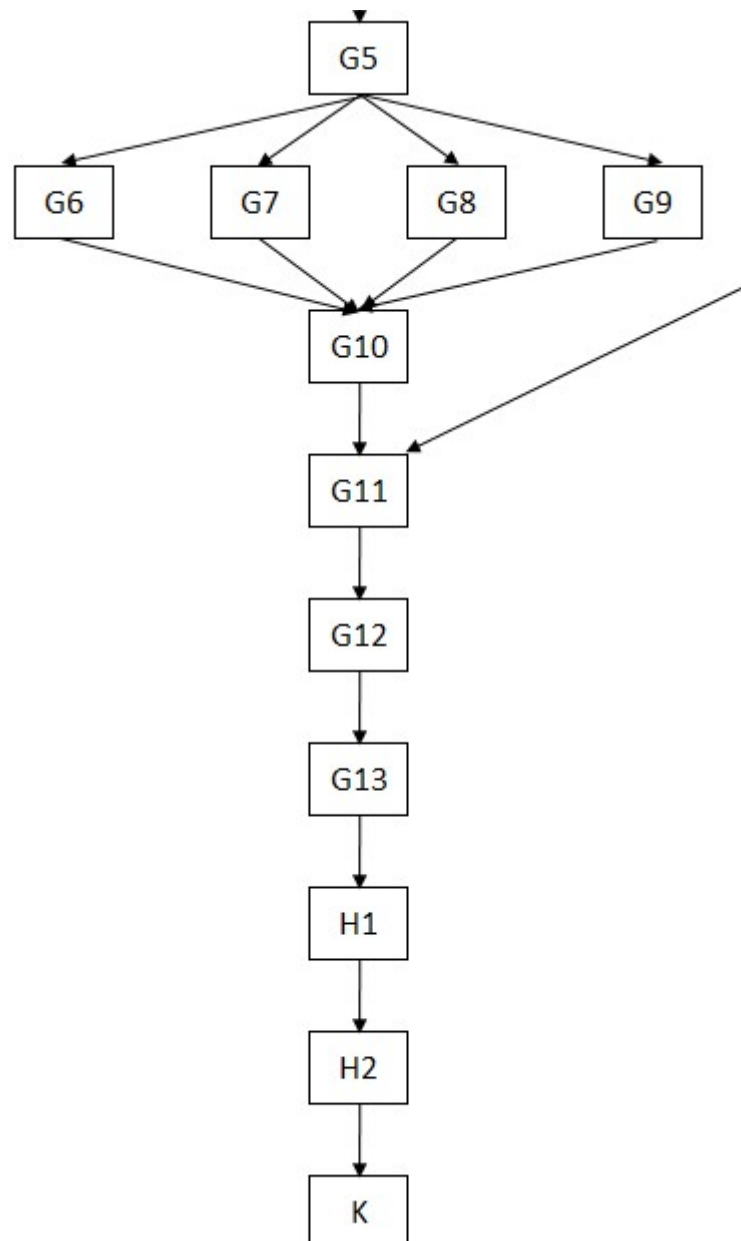
6) síťový graf logického sledu činností - 1/3




7) síťový graf logického sledu činností - 2/3



8) síťový graf logického sledu činností – 3/3



9) sponzorský dar od 1. slovanského golfového klubu – 1/2



Darovací smlouva

Smluvní strany

Dárce: **Firma:** 1. Slovanský golfový klub
Sídlo: Na Vyhlídce 242, 326 00 Plzeň
IČO: 26570050
Zastoupená: majitelem Janem Novákem

Obdarovaný: organizátor sportovní akce Adam Koubek

uzavřely níže uvedeného dne smlouvu v tomto znění:

I. Předmět smlouvy

Dárce poskytne Adamu Koubkovi dar ve formě propůjčení golfových holí a míčků za účelem konání sportovní akce.

Dárce prohlašuje, že je výlučným vlastníkem daru.

Dárce poskytuje dar obdarovanému dobrovolně a bezplatně a obdarovaný jej přijímá.

II. Předání daru

Dar bude možno využít dne 7.10. 2023 od 9:00 do 14:00.

10) sponzorský dar od 1. slovanského golfového klubu – 2/2

III. Další ujednání

Obdarovaný dar přijímá a je nucen ho využít k výše zmíněným účelům.

IV. Závěrečná ustanovení

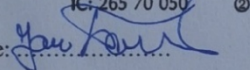
Tato smlouva nabývá účinnosti a platnosti v den, kdy je podepsána oběma stranami.

Tato smlouva je vytvořena ve dvou stejnopisech, z nichž každá strana dostane jeden.

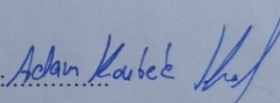
Smluvní strany si smlouvu přečetly a svůj souhlas stvrzují svými podpisy.

1. Slovanský golfový klub
Na Vyhlídce 242, 326 00 Plzeň
IČ: 265 70 050

Dárce:



Obdarovaný:



V Plzni dne

10.9.2023

V Plzni dne

10.9.2023

11) sponzorský dar od Driving Plzeň – 1/2

Darovací smlouva

Smluvní strany

Dárce: **Firma:** Driving Plzeň
Sídlo: Barrandova 372/6, 326 00 Plzeň
Provozovna: Na Vyhlídce 242, 326 00 Plzeň
IČO: 06339107
Zastoupená: majitelem Janem Novákem

Obdarovaný: organizátor sportovní akce Adam Koubek

uzavřely níže uvedeného dne smlouvu v tomto znění:

I. Předmět smlouvy

Dárce poskytne Adamu Koubkovi dar ve formě propůjčení hracích ploch a vybavení hřiště za účelem konání sportovní akce.

Dárce prohlašuje, že je výlučným vlastníkem daru.

Dárce poskytuje dar obdarovanému dobrovolně a bezplatně a obdarovaný jej přijímá.

II. Předání daru

Dar bude možno využít dne 7.10. 2023 od 9:00 do 14:00.

12) sponzorský dar od Driving Plzeň – 2/2

III. Další ujednání

Obdarovaný dar přijímá a je nucen ho využít k výše zmíněným účelům.

IV. Závěrečná ustanovení

Tato smlouva nabývá účinnosti a platnosti v den, kdy je podepsána oběma stranami.
Tato smlouva je vytvořena ve dvou stejnopisech, z nichž každá strana dostane jeden.
Smluvní strany si smlouvu přečetly a svůj souhlas stvrzují svými podpisy.

DRIVING PLZEŇ S.R.O.
JAN NOVÁK PŘEDKATEL
Dárce:
Obdarovaný: Adam Koubek
V Plzni dne 15.9.2023
V Plzni dne 15.9.2023

13) fotky z turnaje









