



**VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ**

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



**FAKULTA PODNIKATELSKÁ  
ÚSTAV MANAGEMENTU**

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT  
INSTITUTE OF MANAGEMENT

# **NÁVRH INOVACE ORGANIZACE VYBRANÉ SPORTOVNÍ AKCE**

DESIGN OF INNOVATION ORGANIZATIONS SELECTED SPORTING EVENTS

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**  
BACHELOR'S THESIS

**AUTOR PRÁCE**  
AUTHOR

**PETRA HOLLÄNDEROVÁ**

**VEDOUCÍ PRÁCE**  
SUPERVISOR

**Mgr. JIŘÍ KYSEL**

BRNO 2014

# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Petra Holländerová**

---

Management v tělesné kultuře (6208R168)

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

**Návrh inovace organizace vybrané sportovní akce**

v anglickém jazyce:

**Design of Innovation Organizations Selected Sporting Events**

Pokyny pro vypracování:

Úvod  
Cíle práce, metody a postupy zpracování  
Teoretická východiska práce  
Analýza současného stavu  
Vlastní návrhy řešení  
Závěr  
Seznam použité literatury  
Přílohy

---

Podle § 60 zákona č. 121/2000 Sb. (autorský zákon) v platném znění, je tato práce "Školním dílem". Využití této práce se řídí právním režimem autorského zákona. Citace povoluje Fakulta podnikatelská Vysokého učení technického v Brně. Podmínkou externího využití této práce je uzavření "Licenční smlouvy" dle autorského zákona.

Seznam odborné literatury:

BOUKAL, P. et al. Fundraising. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4487-2.

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

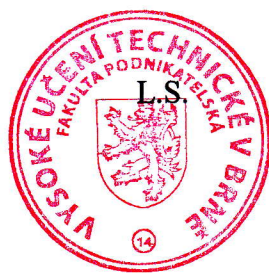
HODAŇ, B. a V. HOBZA. Financování tělesné kultury jako složky občanské společnosti. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2010. ISBN 978-80-244-2658-7.

KOTLER, P. Marketing management. 2. Upravené a doplněné vydání. Praha: Victoria Publishing, a.s., 1995. ISBN 80-85605-08-2.

NOVOTNÝ, J. Ekonomika sportu. 1. vyd. Praha: ISV, 2000. ISBN 80-85866-68-4.

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Jiří Kysel

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2013/14.



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

  
\_\_\_\_\_  
doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.  
Děkan

V Brně, dne 1.4.2014

## **Abstrakt**

Bakalárska práca sa zameriava na návrh inovácie organizácie basketbalového turnaja. Práca sa skladá z teoretických, analytickej a návrhovej časti. Formou anketového šetrenia zistujem aktuálny stav basketbalu na Slovensku. V práci je rozobraný finančný plán, marketing a management športovej akcie.

## **Abstract**

The BA thesis focuses on a proposal for innovation of organization of a basketball tournament. The thesis consists of a theoretical and analytical part and the proposal proper. A survey was employed in order to investigate the relevant status of basketball-related activities in Slovakia. The thesis includes a detailed financial, marketing and management plan for the sporting event in question.

## **Kľúčové slová**

inovácia organizácie, basketbalový turnaj, anketové šetrenie, finančný plán, marketing.

## **Key words**

innovation of organization, basketball tournament, survey, detailed financial, marketing.

## **Bibliografická citácia bakalárskej práce:**

HOLLÄNDEROVÁ, P. *Návrh inovace organizace vybrané sportovní akce*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2014. 101 s. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Jiří Kysel.

## Čestné prehlásenie

Prehlasujem, že predložená bakalárska práca je pôvodná a spracovala som ju samostatne. Prehlasujem, že citácie použitých prameňov je úplná, že som v svojej práci neporušila autorské práva (v zmysle zákona č. 121/2000 Sb., o práve autorskom a o právach súvisiacich s právom autorským).

V Brne dňa 31. 05. 2014

.....  
podpis študenta

## **Pod'akovanie**

Týmto by som chcela poďakovať svojmu vedúcemu práce pánovi Mgr. Jířimu Kyselovi za odborné vedenie, konzultácie a cenné rady. Ďalej chcem poďakovať všetkým pedagógom Fakulty podnikateľskej a pracovníkom CESI za odborné vysvetlenie teoretických poznatkov. Vďaka patrí aj účastníkom ankety, ktorý boli ochotní nájsť si čas na jeho vyplnenie a najväčšia vďaka patrí mojej rodine, ktorá ma podporuje v štúdiu.

# OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>9</b>
<b>1 CIELE PRÁCE, METÓDY A POSTUPY SPRACOVANIA .....</b>	<b>11</b>
1.1 Ciel' práce .....	11
1.2 Metódy práce .....	11
<b>2 TEORETICKÉ VÝCHODISKA PRÁCE .....</b>	<b>12</b>
2.1 Znaký a funkcie neziskových organizácií .....	12
2.2 Občianske združenie.....	12
2.3 Založenie a vznik združenia .....	12
2.4 Základy ekonómie športu .....	13
2.4.1 Základné pojmy a subsystemy telesnej kultúry .....	13
2.4.2 Telesná kultúra a národne hospodárstvo .....	13
2.4.3 Neštátne neziskové organizácie v telesnej kultúre.....	14
2.4.4 Charakteristika neštátnych neziskových organizácií .....	14
2.4.5 Nevyhnutnosť manažérskeho myslenia v neziskových organizáciách .	14
2.4.6 Personál neziskovej organizácie .....	15
2.4.7 Financovanie neziskových organizácií .....	15
2.4.8 Zdroje financovania pre neziskové organizácie.....	16
2.4.9 Financovanie neziskových organizácií zo štátnych zdrojov .....	16
2.4.10 Priama forma podpory neziskových organizácií štátom .....	16
2.4.11 Nepriama forma podpory neziskových organizácií štátom.....	17
2.4.12 Financovanie neziskových organizácií zo súkromných zdrojov.....	17
2.4.13 Samofinancovanie a podnikanie neziskových organizácií.....	18
2.4.14 Financovanie telesnej kultúry z verejných zdrojov.....	18
2.4.15 Financovanie športových akcií – sponzoring.....	19
2.5 Kalkulácie a rozpočty .....	20



2.5.1	Čo je to kalkulácia? .....	20
2.5.2	Matematické rozpustenie nákladov .....	21
2.5.3	Rozpočty celkové a jednotlivé .....	21
2.5.4	Kalkulácia predajných cien .....	21
2.5.5	Štruktúra nákladov .....	22
2.6	Poistenie športových akcií .....	22
2.7	Mikroekonómia v telesnej kultúre .....	23
2.8	Preferencie a úžitok v telesnej kultúre .....	23
2.9	Príjmy a náklady ekonomických subjektov v telesnej kultúre .....	24
2.9.1	Výška nákladov na príslušnú akciu .....	24
2.10	Pozitívne a negatívne externality .....	25
2.10.1	Pozitívne externality .....	25
2.10.2	Negatívne externality .....	27
2.11	Management .....	27
2.11.1	Strategický postup pre realizáciu športovej akcie .....	28
2.11.2	Podstata rozhodovania .....	29
2.11.3	Organizačná stránka rozhodovania .....	30
2.11.4	Príprava rozhodnutia .....	30
2.12	Marketing .....	30
2.12.1	Vplyv psychológie na tvorbu propagačných prostriedkov .....	30
2.12.2	Propagácia .....	30
2.12.3	Reklama .....	31
2.12.4	Tvorba propagačných prostriedkov .....	31
2.12.5	Tvorba propagačného textu .....	31
2.12.6	Reklama na internete .....	31
2.12.7	Role marketingu v športe .....	32

2.12.8	Marketing športových akcií.....	33
2.12.9	SWOT analýza organizácie športovej akcie .....	33
2.13	Ľudské schopnosti .....	37
2.13.1	Umenie komunikovať .....	37
2.13.2	Zdroje konfliktu v projekte .....	37
2.13.3	Smernice pre jednanie .....	38
2.13.4	Umenie viesť kolektív .....	38
2.13.5	Inšpirácia a zdieľanie vízie .....	38
2.13.6	Zahájenie projektu.....	38
2.13.7	Riziko .....	38
2.14	Basketbal .....	39
2.14.1	História basketbalu.....	39
2.14.2	Streetball .....	39
2.14.3	Vozičkársky basketbal .....	40
<b>3</b>	<b>ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU .....</b>	<b>41</b>
3.1	SWOT analýza.....	41
3.2	Klub ŠŠK Žilina – Školský športový klub Žilina, Budatín .....	44
3.3	Anketové šetrenie - Uvedenie do problematiky .....	44
3.3.1	Vyhodnotenie anketového šetrenia .....	59
<b>4</b>	<b>NÁVRHY VLASTNÝCH RIEŠENÍ .....</b>	<b>61</b>
4.1	Inovácia organizácie basketbalového turnaja .....	61
4.2	Žilina cup.....	61
4.2.1	Pravidlá turnaja .....	62
4.3	Inovácie v turnaji.....	64
4.4	Kalkulácia turnaja.....	65
4.4.1	Zahájenie turnaja.....	65

4.4.2	Ubytovanie .....	66
4.4.3	Stravovanie.....	67
4.4.4	Prenajatie telocvične .....	68
4.4.5	Delegácia rozhodcov .....	69
4.4.6	V. I. P. bufet pre rozhodcov .....	71
4.4.7	SOZA .....	72
4.4.8	Zápis zápasov .....	73
4.4.9	Poistenie .....	74
4.4.10	DJ/komentátor .....	75
4.4.11	Predmety pre účastníkov v cene štartovného .....	76
4.4.12	Športové trofeje .....	77
4.4.13	Marketing .....	80
4.4.14	Lekárska a protipožiarna služba.....	83
4.4.15	Sponzori .....	84
4.4.16	Organizátori a dobrovoľníci .....	86
4.4.17	Doprava .....	87
4.4.18	Štartovné .....	88
4.4.19	Sumár kalkulácie celého turnaja .....	89
4.4.20	Celková kalkulácia .....	91
	<b>ZÁVER .....</b>	<b>92</b>
	<b>ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY .....</b>	<b>94</b>
	<b>ZOZNAM OBRÁZKOV .....</b>	<b>96</b>
	<b>ZOZNAM GRAFOV .....</b>	<b>96</b>
	<b>ZOZNAM TABULIEK .....</b>	<b>97</b>
	<b>ZOZNAM PRÍLOH.....</b>	<b>100</b>

## ÚVOD

Šport vo všeobecnosti v našom živote hrá veľmi dôležitú úlohu. Vďaka nemu sa cítime lepšie, ako po psychickej stránke tak po fyzickej. Prináša nám viac pozitív ako negatív. Čím budeme my vyrovnanejší a v lepšej fyzickej kondícii, tým budeme musieť vynakladať menšie finančné prostriedky na zdravotnú starostlivosť.

To je jeden z hlavných dôvodov prečo by sme mali podporovať rozvoj športu u mládeže. Nielenže sa zníži riziko detskej obezity a následne aj v neskoršom veku, ale aj kriminality a ďalších dôležitých aspektov v našom živote.

Basketbal je jeden zo športov, ktorými to môžeme dosiahnuť. Je to kolektívna hra, ktorú založil profesor James Naismith za účelom spestrenia telesnej výchovy počas zimných mesiacov. Hra sa rýchlo rozšírila do celého sveta a zaradila sa medzi olympijské športy. V Spojených štátoch Amerických patrí basketbal medzi najrozšírenejšie športy. Sledujú ho deti, tínedžeri, dospelý. Vďaka basketbalu hráči môžu dostať štipendium na univerzitu, cestovať po svete, spoznávať nových ľudí.

Následne vzniká otázka, keď to môže fungovať v zahraničí, prečo to isté nemôže fungovať aj u nás? Štát čím ďalej viac vynakladá finančné prostriedky na zdravotnú starostlivosť, na boj s kriminalitou a podobne. Áno, štát podporuje šport, ale zväčša sú to dotácie na futbal. Len v tomto roku štát vyčlenil na modernizáciu 21 štadiónov na celom Slovensku 45 miliónov eur, ale na rekonštrukciu zúbožených telocviční minimum.

Preto som si vybrala aj túto tému. Basketbal som sama hrávala viac ako 10 rokov a stále sa mu venujem. Ten šport milujem a je smutné, že nie je dostatočná podpora pre rozvoj takého nádherného športu.

Šport sa hlavne propaguje prostredníctvom jednotlivých športových akcií. Deti sa väčšinou riadia svojimi vzormi, tým čo vidia v televízií alebo čo robia ich rovesníci. Tým by sme sa mali snažiť už deti doviest' ku športu. Nemusia byť vrcholoví športovci, ale stačí, keby ich skúsenosti o športe boli čo najpestrejšie.

U kolektívnych športoch je veľkou výhodou, že pri ňom nie ste nikdy sami. Basketbal, futbal, volejbal nemôžu hrať len jednotlivci. Tieto hry spájajú ľudí, vytvárajú medzi nimi puto, kamarátstvo, ktoré môže pretrvať navždy. . Rozvíja sa tým aj vnímanie, pozornosť, strategické myslenie. Človek športom viac získava ako stráca.

Nemôžeme stále len sedieť a hovoriť aby sa niečo zlepšilo a nič pre to neurobiť. Stojí to na spoločnosti ako sa k tomu postaví a čo s tým dokáže spraviť. Preto si myslím, že organizácia medzinárodného basketbalového turnaja je prostriedok, vďaka ktorému by ľudia mohli mať väčší záujem o basketbal ako aj iné športy.

# 1 CIELE PRÁCE, METÓDY A POSTUPY SPRACOVANIA

Tejto časti sú vymedzené ciele, metódy a postupy spracovania.

## 1.1 Cieľ práce

Hlavným cieľom bakalárskej práce je spracovať návrh inovácie organizácie medzinárodného basketbalového turnaja. Nájsť niečo, čo by spoločnosť donútilo sa viac zaujímať o tento šport. Zabezpečiť dostatok finančných prostriedkov na pokrytie nákladov, zabezpečenie sponzorov, propagácie, personálneho zabezpečenia a v neposlednej rade je práca zameraná aj na rozbor záujmu ľudí v pred a v produktívnom veku o daný šport.

## 1.2 Metódy práce

K splneniu môjho vytýčeného cieľa som využila skúsenosti a odborné znalosti trénerov basketbalu, manažérov. Taktiež v práci som použila poznatky z oblasti sociologického výskumu, kde som vypracovala grafy a anketové šetrenie. V práci som taktiež využila metódu kalkulácie a metódu analýzy SWOT.

Aby prevádzaná analýza bola objektívna a kvalitná, určila som kritéria, ktoré musela spĺňať:

- výber vhodného subjektu na skúmanie;
- zostavenie otázok;
- distribúcia anketového šetrenia;
- vyhodnotenie získaných informácií;

Bakalárska práca je rozdelená na tri celky:

- teoretická časť;
- analýza problémov súčasného stavu;
- vlastné návrhy riešenia.

## 2 TEORETICKÉ VÝCHODISKA PRÁCE

Teoretická časť je prvý celok v bakalárskej práci, ktorý rieši základné teoretické východiska a poznatky, na základe ktorých som vypracovala projekt športovej akcie. V prvej kapitole si povieme základné informácie o občianskom združení, o právnej forme, ktorou je klub založený.

### 2.1 Znaky a funkcie neziskových organizácií

*„Zákon o dani z príjmu č. 366/1999 Z. z. zaviedol veľmi široký pojem: „daňovníci, ktorí nie sú založení alebo zriadení na podnikanie“, a to v § 18 ods. 5. Poznáme viac druhov neziskových organizácií, každá z nich je zriadená za iným účelom [1, str. 19].*

Občianske združenie je jeden z právnych úprav neziskových organizácií. Vzniká na základe zákona č. 83/1993 Zb. o združovaní občanov. Tiež tu patria spolky, spoločnosti, zväzy, hnutia, kluby a odborové organizácie. Ich ciele sú stanovené členmi spoločnosti [1].

### 2.2 Občianske združenie

*„Definícia: Občianske združenie je právnickou osobou a slúži na uspokojovanie vlastných záujmov občanov. Občania sa majú právo slobodne združovať. Na výkon tohto práva nie je potrebné žiadne povolenie štátneho orgán [1, str. 47].“*

### 2.3 Založenie a vznik združenia

Minimálne 3 osoby, z ktorých aspoň jedna musí byť spôsobilá na právne úkony, môžu založiť občianske združenie. Nevyklučuje sa, že členom môže byť aj právnická osoba. Na registráciu sa podá návrh, ktorý zakladateľské osoby musia podpísať, uvedú pri tom svoje mená a priezviská, trvalé bydlisko a rodné čísla. Podstatné je, aby uviedli osobu, ktorá musí byť staršia ako 18 rokov, čiže spôsobilá na právne úkony, ktorá bude zastupovať a konať v mene spoločnosti. K návrhu na založenie sa pripoja aj stanovky [1].

## 2.4 Základy ekonómie športu

V nasledujúcich kapitolách si povieme základné definície telesnej kultúry a jej subsystemy.

### 2.4.1 Základné pojmy a subsystemy telesnej kultúry

**Telesná kultúra** je sociálnokultúrny systém, ktorý zabezpečuje špecifickými telovýchovnými prostriedkami uspokojovanie biologických a sociálnych potrieb človeka.

**Šport** je fyzická aktivita tvoriaca zložku voľného času a životného štýlu vo vrcholovej podobe, prevádzaná aj ako profesia. Plní funkcie zdravotné i rekreačné, zahrňuje momenty súťaživosti a výkonu. Je prevádzaná podľa určitých pravidiel. Delí sa na relaxačnú, vrcholovú a výkonnostnú. Počet medzinárodne uznávaných športov v súčasnej dobe je približne 150. Základné delenie: šport individuálny a kolektívny [2].

**Športové odvetvie** – vznikalo a vyvíjalo sa spravidla celkom samostatne a má preto vždy určité špecifické zameranie danej činnosti, v ktorej sa súťaží. Niektoré športové odvetvia obsahujú jedinú športovú činnosť (napr. basketbal), väčšina však obsahuje radu často veľmi odlišných športových činností (napr. atletika) [2].

**Športová akcia** – je to jednorazová športová udalosť, ktorá trvá niekoľko hodín až niekoľko dní [3].

### 2.4.2 Telesná kultúra a národné hospodárstvo

Podstatné však je, že systém telesnej kultúry a jeho tri subsystemy a nimi produkované činnosti a aktivity významne ovplyvňujú jednotlivé odvetvia národného hospodárstva a následne rozvoj regiónov, pretože vytvárajú určité množstvo stabilných pracovných príležitostí. Ide hlavne o [2]:

- výrobcov športového vybavenia;
- výrobcov špeciálneho športového zariadenia;
- predajcov a distribútorov športového zariadenia;
- prevádzkovanie športových zariadení;
- prevádzkovateľa a organizátorov závodov a športových akcií;



- ostatné obslužné činnosti, napríklad občerstvenie, suveníry, atd.;
- prevádzkovateľ a zariadenia pre pohybovú rekreáciu (cestovný ruch) aj.;
- činnosť oznamovacích prostriedkov, propagácia, atd.

Telesná kultúra vo všetkých svojich potrebách ovplyvňuje priemysel voľného času, cestovný ruch a mnohé nadväzné priemyslové odvetvia, vrátane služieb.

Môžeme to pozorovať ako v makroekonomickom, tak i mikroekonomickom meraní. Ak chceme zistiť ekonomické výsledky celého komplexu, zisťujme to prostredníctvom priamych i nepriamych ekonomických dopadov spôsobených externalitami [2].

### **2.4.3 Neštátne neziskové organizácie v telesnej kultúre**

Veľmi dôležitú úlohu v telesnej kultúre hrá existencia neštátnych neziskových organizácií. V kapitole sa zoznámime so základnými ekonomickými pojmami, subjektmi pôsobiacimi v telesnej kultúre [2].

### **2.4.4 Charakteristika neštátnych neziskových organizácií**

Neštátne neziskové organizácie sú založené na uspokojovaní spoločnosti, na dosahovanie jej spokojnosti. Finančné prostriedky získavajú z dodatočných zdrojov z dotácií, darov, prípadne z členských príspevkov a podobne. Ak spoločnosť dosiahne zisk, tak ho používa späť na investovanie činnosti spoločnosti. Neziskové organizácie sú v mnohých prospešných oblastiach, ako sú sociálne služby, starostlivosť o zdravotne postihnutých, ochrana životného prostredia, telesnej kultúre, rozvoj spoločenského života a iné. Rôznorodosť je hlavným rysom a silnou stránkou týchto organizácií, no zároveň nastáva konkurenčný boj o dobrovoľníkov a finančné príspevky [2].

### **2.4.5 Nevyhnutnosť manažérskeho myslenia v neziskových organizáciách**

Na rozdiel od klasickej spoločnosti, ktorým hlavným cieľom je dosahovanie zisku, je nezisková organizácia založená na uspokojovaní potrieb zákazníkov, a prinesenie prospechu pre spoločnosť. Samozrejme musí dosahovať maximálnu efektívnosť, no jej zdroje sú limitované, týka sa to hlavne finančných prostriedkov a personálneho zabezpečenia [1].

Tak ako sa napr. kapitálové spoločnosti musia vysporiadať s konkurenciou, tak aj medzi neziskovými organizáciami panuje konkurenčný boj. Nejedná sa tu ani tak o získavanie zákazníkov, ale o získanie finančnej pomoci zo strany súkromného a verejného sektora. Sú to granty, dary a podobne.

Neziskové organizácie si musia finančné zdroje a pomoc na zabezpečenie chodu spoločnosti získavať samé. Preto svoju prácu musia robiť efektívne a účinne [1].

#### **2.4.6 Personál neziskovej organizácie**

Medzi personál neziskovej organizácie nepatria len zamestnanci, ako u iných spoločnostiach, ale aj dobrovoľníci. Každá spoločnosť je závislá na personálnom zložení, preto je veľmi dôležité, aby bol zabezpečený súlad a dobrá komunikácia medzi zamestnancami a dobrovoľníkmi spoločnosti [1].

Nezisková organizácia pracuje pod väčším tlakom ako to je u ziskových organizácií. Vyplýva to z dôvodu, že je financovaná z externých zdrojov, a ten, kto spoločnosť financuje, má právo vedieť, kvôli čomu spoločnosť daného dobrovoľníka zamestnáva a aká je jeho pozícia v spoločnosti.

Ak chce nezisková spoločnosť aby o prácu mali dobrovoľníci záujem, mala by presne identifikovať pracovnú pozíciu, o ktorú sa môžu uchádzať.

Dobrovoľníci sú špecifický tím, že im nejde o finančné ohodnotenie, ale sú otvorení novým myšlienkam, prácu ktorú robia, majú radi. Sú zameraní na prácu s ľuďmi, neboja sa problémov, sú flexibilní a chcú sa v práci rozvíjať.

Dôležité pri práci s dobrovoľníkmi je, aby sa vrcholový manažment spoločnosti podelil s víziou a cieľmi spoločnosti. Nemali by dobrovoľníkov brať, len ako pomocnú silu [1].

#### **2.4.7 Financovanie neziskových organizácií**

Keďže neziskové organizácie nie sú založené za účelom zisku, musia finančné prostriedky na chod spoločnosti hľadať inde. Zo strany štátu na Slovensku, sú neziskové organizácie podporované minimálne, podpora prichádza skôr zo strany zahraničnej pomoci, ako napríklad z fondov Európskej únie [1].

#### **2.4.8 Zdroje financovania pre neziskové organizácie**

Nezisková organizácia by nemala mať len jeden zdroj príjmu. Musí si zabezpečiť nezávislosť od jedného zdroja príjmu, a tak predísť jeho možnému zlyhaniu.

Možné zdroje financovania neziskových organizácií sú [1]:

- súkromné;
- individuálne;
- samofinancovanie;
- podnikanie neziskových organizácií.

#### **2.4.9 Financovanie neziskových organizácií zo štátnych zdrojov**

Neziskový sektor na Slovensku je vo veľkej miere závislý na zahraničných zdrojoch.

Na spolufinancovanie neziskových organizácií sú na Slovensku k dispozícii rôzne legislatívne mechanizmy, ktoré majú dve základné podoby [1]:

- priama forma;
- nepriama forma.

#### **2.4.10 Priama forma podpory neziskových organizácií štátom**

Táto forma podpory je málo rozvinutá a nedostatočne transparentná. Priama finančná podpora štátu je neprehľadná, nejasná, informácie sú zvyčajne nedostupné.

Prideľovanie finančných prostriedkov z rozpočtu ministerstiev sa v uskutočňuje dvoma spôsobmi [1]:

- vopred určeným organizáciám, predstavuje to približne 65 % z celkovej sumy;
- na základe predloženia projektu, predstavuje to približne 35 % z celkovej sumy;
- vopred určené organizácie sú napríklad Slovenská humanitná rada, Dobrovoľná požiarna ochrana a pod.

#### **2.4.11 Nepriama forma podpory neziskových organizácií štátom**

Na Slovensku poznáme formy [1]:

- oslobodenie od daní ;
- 2 % dane z príjmov fyzickej osoby;
- 1 % dane z príjmov právnickej osoby;
- odpočtu daru zo základu dane.

#### **2.4.12 Financovanie neziskových organizácií zo súkromných zdrojov**

Poznáme nadačné a podnikové zdroje financovania neziskových organizácií. Sú to nadácie, ktoré môžeme ešte rozčleniť zahraničné a domáce nadačné zdroje; a podnikateľský sektor, ktorý si bližšie priblížime [1].

Podnikateľský sektor; bohužiaľ v súčasnosti neoplýva profesionalitou a skúsenými vedúcimi pracovníkmi. Prevláda amaterizmus či už vo vedení managementu alebo marketingu, ale slabé schopnosti majú aj s nadväzovaním vzťahov s verejnosťou a zväčša sa spoliehajú len na jeden zdroj financovania .

To sú dôvody, kvôli čomu podnikateľský sektor, nie je dostatočne motivovaný. Ďalším dôvodom je pre minimálnu daňovú stimuláciu, výhod a strategických prínosov medzi darcom a príjemcom. Finančné prostriedky z podnikovej sféry nie sú často chápané ako prostriedky pre vytváranie pozitívnej publicity podniku, motivácia zamestnancov, vznik nových možností na trhu, odlíšenie sa od konkurencie [1].

Podniky sú jeden z potenciálnych finančných zdrojov pre neziskové organizácie. Podniky by sa mali snažiť pomôcť pri budovaní komunity, v ktorej podnik pôsobí.

Spolupráca zo strany podnikového sektoru môže byť v podobe [1]:

- vlastnými výrobkami alebo službami;
- prenájom priestorov;
- finančných prostriedkov;
- informáciami;
- zamestnancami a dobrovoľníckou prácou.

Zo strany neziskovej organizácie spätná väzba je v podobe [1]:

- reklamy, PR;
- poďakovanie;
- spoločenské udalosti;
- podpora značky, podpora hlavnej myšlienky firmy.

#### **2.4.13 Samofinancovanie a podnikanie neziskových organizácií**

Môže sa zdať, že je nevhodné, keby nezisková organizácia dosahovala zisk. Ale opak je pravdou. Na rozdiel od ziskových organizácií, u neziskových organizácií je zisk použitý na hlavný cieľ neziskovej organizácie [1].

Otázkou je, prečo by mali organizácie zabezpečovať svoj chod samofinancovaním? Je to z dôvodu finančnej sebestačnosti. Nemusia sa spoliehať len na podporu druhých., ich finančné prostriedky nie sú viazané na čas, t. j. pri podpore zo strany súkromného sektora, je cieľ podpory, čas spotreby väčšinou presne dané, ale ak si organizácia peniaze zarobí sama, môže využívať tieto prostriedky, kedy uzná za vhodné [1].

Poznáme viacej druhov samofinancovania [1]:

- príspevky členov;
- predaj vlastných výrobkov;
- spoplatnenie poskytovaných služieb;
- využívanie hmotných a nehmotných statkov.

#### **2.4.14 Financovanie telesnej kultúry z verejných zdrojov**

Je všeobecne známe, že telesná kultúra vykazuje veľký podiel externalit, ako pozitívnych tak aj negatívnych. Keďže u telesnej kultúry obecné prevláda úroveň pozitívnych externalit nad negatívnymi je produkcia produktov a služieb telesnej kultúry v podmienkach čistej tržnej ekonomiky nedostatočná. Preto je táto produkcia podporovaná vo forme priamej finančnej podpory z verejných prostriedkov a štátneho rozpočtu. Táto podpora má byť tiež zložená na ochote príslušného subjektu poskytovať verejnú prospešnú službu.

Financovanie telesnej kultúry z verejných prostriedkov územných celkov a štátneho rozpočtu zahŕňa tieto oblasti [2]:

- dotácie zo štátneho rozpočtu;

- dotácie z miestnych rozpočtov (z krajských, mestských a obecných rozpočtov);
- financovanie školnej telesnej výchovy.

#### **2.4.15 Financovanie športových akcií – sponzoring**

Sponzoring v športe chápeme ako vzťah medzi hospodárstvom na jednej strane a športom na druhej strane. Sponzorstvom sa vo všeobecnosti dávajú k dispozícii peňažné prostriedky a služby osobám a organizáciám v športovej, kultúrnej a sociálnej oblasti k dosiahnutiu podnikovo-marketingových a komunikačných cieľov. Základným princípom sponzorstva je vzťah služby verzus protislužby [3].

Sponzor očakáva za svoje peňažné, vecné prostriedky alebo poskytnuté služby od sponzorovaného protislužby. Sponzorstvo nemožno chápať ako dobročinný dar, veľkodušné gesto od podniku.

Každý sponzorský vzťah by mal byť založený na vzájomných cieľoch a vzájomne prospešných prínosoch [3].

Základom úspešnej prípravy športovej akcie je mať zdravý kapitál. Väčšina finančných prostriedkov na usporiadanie športovej akcie by mala plynúť z partnerstva so súkromnými spoločnosťami, ale podnikateľský plán sa tiež môže týkať žiadosti o podporu z verejných zdrojov a u miestnych rozpočtov či grantovej agentúry [3].

Športové akcie poskytujú súkromným spoločnostiam možnosti ako predstaviť svoju firmu, prezentovať sa a odlíšiť sa od konkurencie. Zaistenie finančných prostriedkov od sponzora môže byť kľúčový faktor úspechu celej športovej akcie, pretože keď máme viac finančných prostriedkov, môžeme prenajať lepšie zariadenia, lepšie vybavenie a poskytnúť účastníkom aj divákovi lepší komfort a zábavu [3].

Dôležité je zistiť, či partnerstvo s potenciálnym sponzorom môže byť pre danú akciu prínosom, a či bude akcia prínosom aj pre partnera. Potom sa musíme rozhodnúť, čo ponúkame súkromnej spoločnosti. Aké výhody a čím budeme pre neho atraktív-

nym. Tiež je dôležité poznať účastníkov či obecnosť z demografického hľadiska, aby sa čo najviac zhodovalo so segmentom súkromnej firmy, ktorú oslovíme [3].

Aspekt poznania je tiež počet priamych účastníkov, tak ale aj počet účastníkov, ktorí budú danú športovú akciu sledovať pomocou médií. Potrebujeme tiež vedieť, koľko krát sa daná akcia objaví v novinách, televízií, koľko ľudí ju sleduje. Ďalší faktor pôsobiaci na cenu partnerstva môže byť, kde sa koná daná akcia, či je to prvý ročník akcie a aký je pripravený sprievodný program pre účastníkov a pre divákov. Čiastku, ktorú určíme za partnerstvo, musíme relatívne porovnať s tým, koľko by partner získal prezentáciou v alternatívnej variante v iných médiách [3].

Pri oslovovaní partnerov si urobíme databázu s výhodami a zoženieme si kontakty na správne osoby, teda ľudí, ktorí rozhodujú o rozdeľovaní peňazí na tieto projekty. Písaná žiadosť musí byť profesionálna a mala by byť presvedčivá, odlišná, zvýrazňujúca výhody, zamerať sa na témy dôležité pre firmu, možnosť naviazať kontakty s inými partnermi, termíny a pokyny, stručnosť, prílohy. Výhodné je, keď firmu oslovíme zhruba 18 mesiacov pred konaním akcie [3].

## **2.5 Kalkulácie a rozpočty**

V nasledujúcej kapitole si povieme základné informácie o kalkuláciách.

### **2.5.1 Čo je to kalkúcia?**

Je to výpočet nákladov, zisku, ceny, prípadne inej finančnej veličiny na jednotku výkonu, t.j. výrobku, práce, služby a pod. Jednoducho povedané, je to naturálne vyjadrený výkon [4].

Zhrnieme si teda, čo sú kalkúcie [4]:

- činnosť, ktorá je smerovaná k zisteniu nákladov na konkrétny výkon podniku, ktorý je presne vymedzený;
- výsledok výpočtu celkových nákladov na kalkulačnú jednotku;
- časť informačného systému podniku, ktorá je úzko spojená s manažérskym účtovníctvom.

Kalkulácie sú vytvárané rôznymi metódami, ktoré sú závislé na [4]:

- predmete kalkulácie;
- spôsob priradovania nákladov, ktoré sa zisťujú alebo stanovujú.

Metóda kalkulácie je teda

- spôsob stanovenia predpokladanej výšky nákladu na určitý výkon podniku;
- zistenie skutočných nákladov na určitý výkon podniku [4].

### **2.5.2 Matematické rozpustenie nákladov**

Označenie „matematická metóda“ je zavádzajúce, pretože okrem znalosti trojčlenky sa nepredpokladajú ďalšie matematické znalosti. Hovorí sa tiež o matematickom rozpustení nákladov podľa metódy rozdielu a podielu.

Uvedenú metódu možno použiť za nasledujúcich podmienok [4]:

- sú známe dve rozdielne situácie činnosti;
- predpokladá sa oblasť využitia kapacity, v ktorej je možné proporcionálny priebeh variabilných nákladov;
- nesmie sa jednať o fixné náklady meniace sa skokom.

### **2.5.3 Rozpočty celkové a jednotlivé**

- rozpočty celkové sú zostavované pre jednotlivé položky, avšak pre celkovú činnosť útvaru;
- rozpočty jednotlivých aktivít potom berú do úvahy náklady podľa príčiny ich vzniku. Takéto členenie je presnejšie [5].

### **2.5.4 Kalkulácia predajných cien**

Najjednoduchšie je sledovať tvorbu ceny v rámci obchodnej kalkulácie [4]:

nákupná cena

+ obchodná prirážka

---

= vlastné náklady

+ zisková prirážka

---

= predajná cena



### 2.5.5 Štruktúra nákladov

Každý podnik si štruktúru nákladov v kalkulácií stanovuje individuálne, nemožno ju stanoviť presne, ktorá by platila všeobecne pre všetkých.

V kalkulačnom vzorci sú zoskupené jednotlivé položky nákladov. Základným členením jednotlivých položiek, z ktorých sa môže skladať konečná cena je [5]:

1. priamy materiál
2. priame mzdy
3. ostatné priame náklady
4. výrobná alebo prevádzková réžia
<hr/>
= vlastné náklady výroby
5. správne réžia
<hr/>
= vlastné náklady výkonu
6. odbytové náklady
<hr/>
úplné vlastné náklady výkonu
7. zisk prípadne strata
<hr/>
= cena výkonu

## 2.6 Poistenie športových akcií

Poistenie športových akcií či športovcov je špeciálna oblasť poistenia. Umožňuje uzavrieť niekoľko druhov poistných zmlúv, hlavne sa jedná o úrazové poistenie, poistenie zodpovednosti, nekonanie akcie [3].

Niektoré poistné spoločnosti poskytujú aj poistenie na:

- špeciálne poistné riziká – šport
- špeciálne poistné riziká – podujatia

Poistenia chránia značku, zákazníkov. Kryjú hostí, divákov, zabávačov, prevádzkovateľov, organizátorov, dobrovoľníkov.

Zväčša sú v poistení poskytnuté náhrada liečebných nákladov, cestovné poistenie, poistenie škodlivej reklamy v médiách a podobne [6].

## 2.7 Mikroekonómia v telesnej kultúre

Jednotlivými subjektmi, ktoré mikroekonómia skúma v ekonómii sú jednotlivci, domácnosti či firmy. Hlavným dôvodom skúmania týchto subjektov je odpoveď na otázku, ako sa zachovajú po ekonomickej stránke, ak dôjde k zmenám cien, dopytu, ponuky, dôchodkov, preferencií, daní, úrokov, vládnej politiky, atd. [2].

Pre manažérsku prácu sú to poznatky, ktoré sú podstatné pre účelné a hospodárne nakladanie s financiami a správou jednotlivých športových organizácií [2].

Stranu dopytu prezentujú predovšetkým individuálne výdaje, t.j. výdaje z rodinných rozpočtov, ale tiež výdaje ostatných samostatne pôsobiacich na trhu [2]:

- firmy;
- miestne rozpočty;
- štátne rozpočty.

Stranu ponuky v oblasti telesnej kultúry a predovšetkým športu možno charakterizovať troma základnými prúdmi:

- neštátne neziskové organizácie (jednoty, zväzy, spolky, združenie, federácie, atd.);
- štátnymi a samosprávnymi aktivitami v oblasti športu a telovýchovy;
- podnikateľským sektorom.

Do oblasti mikroekonomického skúmania telesnej kultúry rovnako patrí ekonomická analýza podporných a nadväzných činností, súvisiace z finálnej produkcie statkov a služieb športu, ako sú: výrobcovia športového náradia, pomôcok, odevov, topánok, výživy, ale aj zariadení a stavieb, obchodníci, športová reklama (médiá), poradenstvo, cestovný ruch spojený s pohybom (ubytovanie, cestovanie, atd.). lotérie, sázkové hry, atd. [2].

## 2.8 Preferencie a úžitok v telesnej kultúre

Ako v módnom priemysle určuje trend ponuku a dopyt, tak to je aj oblasti telesnej kultúry, avšak sú v niečom odlišné. Spoločenské trendy charakterizujú dlhodobý pohyb spoločenských javov. Trendy sa vyznačujú postupnosťou, sú kontinuálne a moc

nemenia svoj smer. Krátkodobé odchýlky od smerovej línie však nie sú vylúčené. Tieto spoločenské trendy majú vplyv rovnako na životný štýl a modelujú ekonomickú ponuku [2].

**Globalizácia** ; stovky druhov športu sú propagované prostredníctvom olympijských hier, majstrovstiev sveta a najrôznejších športových akcií. Obdobne, ako pri globalizácií obchodu, sa miesto na trhoch stretávajú športovci na športoviskách. Prostredníctvom médií a týchto zástupcov (športovcov a organizátorov) je potom rozširovaný šport a jeho myšlienky so všetkými pôvodnými znakmi do všetkých zemí sveta – globálne, na základe postupnej liberalizácie medzinárodných tokov tovarov a služieb sú tak šírené športové služby, propagované náradie, oblečenie a ostatné športové produkty, čím je upevňovaná integrácia ďalších zemí prostredníctvom športu [2].

## **2.9 Príjmy a náklady ekonomických subjektov v telesnej kultúre**

Mikroekonomické ciele ekonomických subjektov pôsobiacich v telesnej kultúre sledujú, okrem tých subjektov, ktoré sú priamo podnikateľsky zamerané, celkom iné aspekty než maximalizácia zisku. Z podstaty neziskových organizácií vyplýva ich orientácia na maximalizáciu úžitku, zásady efektívnosti prevádzaných činností a ich hospodárnosti [2].

### **2.9.1 Výška nákladov na príslušnú akciu**

Náklady možno rozlíšiť na dve zložky [2]:

- fixné; s rastom objemu outputu sa nemenia. Existujú dva extrémne prípady chovania fixných nákladov. Na jednej strane musí ekonomický subjekt hradiť tieto náklady aj vtedy, keď je otuput nulový, na druhej strane sa ich výška po dosiahnutí určitých vyšších parametrov výstupu menia skokovo, na ďalší vyšší, ale fixná úroveň (nájomné, údržba, základných prostriedkov, mzdy správy, atd.);
- variabilné; s rastom objemu outputu rastú, pričom môžu mať podproporcionálnu, proporcionálnu, či exponenciálnu závislosť na rastúcom outpute (spotreba energie, spotreba materiálu, výkonnostní odmeny, atd.)

Celkové náklady (total costs – TC) sú súčtom oboch zložiek a vypočítajú sa, keď sa vynásobí množstvo inputu, potrebného k produkcii jednotlivých objemov outputov, jednotkovou cenou inputu. Ostatné produkčné faktory sú konštantné (základná podmienka) a pripočítame ich k celkovému súčtu [2].

## **2.10 Pozitívne a negatívne externality**

Predmetom zvláštneho záujmu na výstupe je produkcia pozitívnych a negatívnych externalit. K pozitívnym externalitám výstupu patrí hlavne preukázateľný vplyv pohybových aktivít na [2]:

- podporu zdravia človeka;
- tvorbu osobnosti človeka a jeho systému životných hodnôt a ideí;
- tvorbu a kvalitu sociálnych vzťahov.

Vo všeobecnosti vzaté, pozitívne externality pôsobia na rozvoj, uschovanie a kultiváciu ľudského potenciálu [2].

### **2.10.1 Pozitívne externality**

Následne sú podrobnejšie rozvídzané jednotlivé zložky pozitívnych externalit [2]:

- podpora zdravia človeka;
- formovanie osobnosti človeka a jeho systému životných hodnôt a ideí;
- tvorba a kvalita sociálnych vzťahov.

#### **Podpora zdravia človeka**

Ako jeden z najdôležitejších faktorov pozitívneho pôsobenia telovýchovných aktivít na človeka je považovaný faktor zdravotný.

Je preukázané, že pravidelná pohybová aktivita prináša človeku rad pozitívnych zmien. Tieto zmeny prebiehajú okrem iného aj v rade metabolických dejov. Pozitívna zmena látkovej výmeny sa prejavuje znížením rizika vzniku celej rady neinfekčných onemocnení [2].

V dôsledku disproporcie medzi biologickou dispozíciou a životným štýlom vzniká rada hromadných neinfekčných onemocnení, ktoré majú najväčšiu morbiditu a mortalitu [2].

Životný štýl človeka má tak najväčší vplyv na zdravie; z biologického hľadiska obsahuje správny životný štýl hlavne vyrovnaný energetický príjem a výdaj a pravidelnú a adekvátnu pohybovú aktivitu. Väčšina ľudí má z vyššie uvedeného hľadiska neadekvátny životný štýl, ktorý ovplyvňuje negatívne nielen súčasný zdravotný stav populácie, ale i prognózu jeho ďalšieho vývoja.

V nasledujúcich príkladoch sú podrobnejšie skúmané súvislosti medzi zdravotným stavom a pohybovou aktivitou (PA) či inaktivitou (PI) človeka [2].

### **Formovanie osobnosti človeka a jeho systému životných hodnôt a ideí**

Definovanie osobnosti je veľmi rozmanité a ťažké. Človek ako bytosť spoločenská je determinovaná spoločenskými vzťahmi. To znamená, že jedine v spoločnosti je človek schopný rozvinúť svoje špecifické ľudské vlastnosti.

Za základný vzťah, pri ktorom človek rozvíja svoje vlastnosti, možno považovať vzťah telesnej kultúry a pracovný proces. Pri vykonávaní športovej aktivity, človek získava návyky ako napr. dodržiavanie pravidiel, reguly, etiky, húževnatosť a súťaživosť. Tieto vlastnosti sa vďaka telesnej kultúre, ktorá je už prevádzaná na základných školách sa prenášajú do pracovného procesu a vytvárajú potenciál každého jedinca, ktorý využíva počas celého života [2].

### **Tvorba a kvalita sociálnych vzťahov**

Na rozvoj osobnosti človeka a tvorbu sociálnych vzťahov nepôsobí len telesná kultúra, ale taktiež ostatné faktory, ako napr. politické, ekonomické, kultúrne a sociálne faktory.

Športové aktivity nepôsobia len priaznivo na zdravotný stav jedinca, ale účelovo viažu čas, čím pôsobia na znižovanie zločinnosti a kriminality.

Deti vo vyspelých krajinách sú vedené k organizovanému športu už v rannom veku. Možnosti ich aktívnej účasti sa líši v závislosti na socioekonomickom statuse rodiny, mieste bydliska či rasovej príslušnosti [2].

Šport má pozitívne socializačné účinky predovšetkým v pestovaní zdravej súťaživosti, uplatňovanie športových zručností, pestovanie osobnej angažovanosti a utužovanie priateľských vzťahov prostredníctvom spolkov, klubov a organizácií [2].

### **2.10.2 Negatívne externality**

Šport nemá len pozitívne dopady. Sú tiež identifikované negatívne externality. Sú známe prípady dopingu, poškodzovanie zdravia, úrazmi v pohybovej rekreácii, atď. Mnohé športy ekologicky negatívne ovplyvňujú životné športy (lyžovanie, turistika, horské bicykle, motorizmus, atď.). K najfrekvencovanejším negatívnym externalitám telesnej kultúry, ktoré sú [2]:

- negatívne vplyvy na zdravie človeka;
- negatívne vplyvy na životné prostredie;
- komercializácia telesnej kultúry.

## **2.11 Management**

V slovenčine alebo češtine anglický výraz „management“ zodpovedá riadeniu. V súčasnej literatúre môžeme nájsť množstvo definícií vysvetlenia pojmu management. Možno ich rozdeliť zhruba do troch skupín, a to na definície zdôrazňujúce [7]:

- vedenie ľudí,
- špecifické funkcie vykonávané vedúcimi pracovníkmi,
- predmet štúdia a jeho účel.

Na to, aby firma efektívne fungovala, dosahovala stanovených cieľov sa vyžaduje od managementu firmy zvládnutie komplexu náročných úloh.

Manažérske riadiace funkcie [7]:

- plánovanie (planning);
- organizovanie (organizing);
- výber a rozmiestnenie spolupracovníkov, resp. personálne zabezpečenie (staffing);
- vedenie ľudí (leading);
- kontrola (controlling).

Športový management môžeme chápať ako riadenie telovýchovných a športových zväzov, spolkov, klubov, družstiev, ktoré z časti akceptujú podnikateľské chovanie. Ďalej ide o spôsob riadenia v podnikateľskom sektore výroby športového tovaru, či prevádzkovania platených telovýchovných a športových služieb.

Komponent managementu a komercie zahŕňa nielen manažérske riadiace funkcie, ale aj účtovníctvo, marketing, ekonómiu, financie a právo [7].

### **2.11.1 Strategický postup pre realizáciu športovej akcie**

Ide o jednoduchý štandardizovaný súbor nadväzujúcich desiatich etáp, podľa ktorých sa môže orientovať každý organizátor telovýchovných a športových akcií [7]:

#### **1. etapa – súčasná situácia**

Dôležitou otázkou v tejto etape je, ako sme na tom? Prehľad súčasného stavu umožní organizátorovi rozhodnúť o ciele akcie a prostriedkoch, ktoré k nemu povedú.

#### **2. etapa – Budúce prostredie**

Kontrolná otázka: Čo možno predpokladať? Je treba mať jasnú predstavu o tom, aké riziká akcia skrýva. Predvídateľné riziká by mal organizátor znížiť na minimum a počítať s časovou rezervou.

#### **3. etapa – Naše momentálne možnosti**

V tejto etape si musíme zodpovedať na otázku, kam až sme schopní. Dôležité je reálne zhodnotiť svoje možnosti a nedostatky. Len tak možno definovať stupeň úspešnosti.

#### **4. etapa – Možné smery**

Pri vymedzení cieľov organizátorom, je možno určiť niekoľko cieľov, z nich adekvátne vyberieme vzhľadom k súčasným možnostiam. Kontrolná otázka: Kam by sme mohli ísť?

#### **5. etapa – Naše ciele**

Predstavuje stanovenie cieľov na základe predošlého skúmania a prípravy. Kontrolná otázka: Kam chceme dospieť?

#### **6. etapa – Možné prístupové cesty**

Vo väčšine situácií existuje viacej spôsobov, ako dosiahnuť vytýčený cieľ. Preto skôr ako uskutočníme akciu, musíme zobrať do úvahy všetky strategické varianty. V tejto etape je si potrebné zodpovedať na otázku, ako tam môžeme prísť?

### **7. etapa – Zvolená cesta stratégie**

Ak chceme zvoliť najvýhodnejšiu stratégiu, musíme zhodnotiť účinky a dôsledky jednotlivých stratégií. V tejto etape si zodpovieme na otázku, čo budeme robiť?

### **8. etapa – Program akcie**

Kontrolná otázka: Ako športovú akciu zorganizujeme? Keď sme vybrali najvýhodnejšiu stratégiu pre daný projekt, môžeme sa zaoberať detailmi plánu činnosti z hľadiska, čo najlepšieho výsledku. Delegovať prácu personálu, stanoviť časový harmonogram a spôsob kontroly.

### **9. etapa – Rozpočet**

Kontrolná otázka: Čo budeme potrebovať? V každom projekte je dôležité stanoviť rozpočet výdajov a príjmov celej akcie. Strana príjmu musí vyjadrovať typy finančných zdrojov, ich výšku, sú to napríklad poplatky účastníkov, vstupné, dotácie, dary od súkromných osôb a do firiem a podobne. Strana výdajov vyjadruje druhy výdajov a ich výšku podľa činnosti športových akcií.

### **10. etapa – Prehľad a kontrola**

Dôležitou súčasťou projektov okrem stanovenia cieľov je ich kontrola. Kontrola má tri časové priebehy, a to predbežná, priebežná, nadväzná. Vďaka nim kontrolujeme priebeh akcie, ktorý eliminuje výskyt chýb. Kontrolná otázka: Čo z toho vyplýva pre realizáciu?

#### **2.11.2 Podstata rozhodovania**

Na začiatok si zodpovieme na otázku, čo vlastne znamená pojem „rozhodovanie“? V literatúre sa stretávame s radou rôznych definícií, no v hlavnej podstate všetky definície hovoria o tom, že rozhodovanie je voľba, medzi viacerými variantmi chovania vedúcich pracovníkov ku naplneniu určitého cieľa.

Manažér nesie zodpovednosť za úspešnú činnosť kolektívu, respektíve organizáciu, ktorú riadi. Ako riadi a ako v rámci riadenia rozhoduje, zostáva viac menej jeho záležitosťou. Dôležité sú výsledky a podľa nich je hodnotený [8].



### **2.11.3 Organizačná stránka rozhodovania**

Zásadný význam pre každú organizáciu je spôsob rozdelenia práce medzi jednotlivé funkčné oddelenia. To, čo platí o deľbe práce všeobecne, platí ešte výraznejšie pre riadiacu prácu a hlavne potom pre rozhodovanie. Správne rozdelenie rozhodovacej právomoci v organizačnej štruktúre je pre úspešné riadenie a sprostredkovanie dôležitou súčasťou [8].

### **2.11.4 Príprava rozhodnutia**

Vlastnému rozhodnutiu by mala predchádzať vždy adekvátne a precízna príprava. Ide o to, aby človek, ktorý bude rozhodovať, starostlivo premyslel a zvažil všetky možné dôsledky a snažil sa eliminovať negatívne následky [8].

## **2.12 Marketing**

V kapitole si povieme podrobnejšie potrebu propagácie, základné pojmy z marketingu a dôležitosť marketingu v športovom odvetví.

### **2.12.1 Vplyv psychológie na tvorbu propagačných prostriedkov**

Pre úspešnú tvorbu propagačných prostriedkov je dôležitá znalosť psychológie spotrebiteľa. Človek pri nakupovaní a výbere tovaru alebo služby je ovplyvňovaný psychickými procesmi, pôsobia na neho okolie ako aj zmysly človeka. Preto pri propagácii prostriedkov je dôležité využiť poznatky o trhu. Štúdie dokázali, že človek si zapamätá [9]:

- 20 % z toho, čo počul;
- 30 % z toho, čo videl;
- 50 % čo počul a súčasne videl;
- 70 % z toho, čo som hovoril;
- 90 % z toho, čo sám robil.

### **2.12.2 Propagácia**

Súčasťou marketingového mixu, je komunikačná činnosť, s pomocou ktorej podnikateľ dostáva do povedomia potenciálnych zákazníkov informácie o svojom produkte či službe [9].

### **2.12.3 Reklama**

Jeden z nástrojov propagácie je platená forma neosobnej komunikácie. Podáva informácie o produkte alebo poskytovanej službe, presvedčuje o ich výhodách a kvalitách. Reklama sa používa pri zavedení ako nového produktu alebo služby, ale aj stávajúceho. Reklamou sa do povedomia dostáva nielen produkt či služba, ale aj samotná organizácia [9].

### **2.12.4 Tvorba propagačných prostriedkov**

Základné členenie tvorby propagačného prostriedku [9]:

- propagačná myšlienka; hovorí o tom, o čom je, a komu je myšlienka určená;
- myšlienkový zámer; vystihuje ho grafika, design, zobrazenie;
- dokonalé technické prevedenie; je výsledkom kolektívu, netvorí ho jednotlivec. Na starosti ho majú tlačiarne, fototlačiarne, zvukové a svetelné techniky.

### **2.12.5 Tvorba propagačného textu**

Propagačný text pomáha v predaji produktov. Je tvorený na základe marketingu, t. j. prieskumu a znalosti trhu.

Aby správna reklama bola účinná a úspešná, mala by obsahovať text, ktorý bude [9]:

- konkrétny a vecný;
- presvedčivý;
- pravdivý;
- zdvorilý, decentný;
- pútavý,
- nemal by byť urážlivý a rasistický;
- humorný;
- bez pravopisných chýb a slangových výrazov.

### **2.12.6 Reklama na internete**

Internet v dnešnej dobe patrí medzi najrozšírenejšie médium medzi ľuďmi. Za pár rokov sa rozšíril do všetkých kútov sveta, do všetkých domácností. Je obrovským zdrojom informácií, ktoré každodenne hľadáme a využívame. Preto umiestnenie reklám

na internetových vyhľadávačoch, stránkach poslúži ako veľmi dobrý zdroj na ich prezentáciu a rozšírenie.

Druhý internetových reklám [10]:

- bannery (reklamné prúžky);
- WWW stránky; *World Wide We*, v skratke WWW. Pri webových stránkach je dôležitá ako aj u iných druhoch reklám jej grafika. Vzhľad a rozloženie stránky má byť čo najprehľadnejšie a zrozumiteľné, aby zákazník nemal problém s nájdením potrebných informácií. Nevýhodou webových stránok je, že same o sebe sa nedokážu propagovať. Ich propagáciu musíme zaistiť iným druhom reklamy.

### **2.12.7 Role marketingu v športe**

Posledných desiat rokov môžeme pozorovať evidentný význam a uplatňovanie marketingu v oblasti športu. Je charakteristický hlavne pre organizácie vyrábajúce športový tovar, ale môžeme ho vidieť aj v marketingových agentúrach, ktoré pripravujú alebo vyhodnocujú sponzorské projekty pre firmy podporujúce šport alebo propagujúce športové osobnosti, ale i samotné športové organizácie [7].

Športový marketing prináša finančné zdroje pre prevádzkovanie športových aktivít, preto sa marketingom začali výrazne zaoberať športové organizácie. Športové organizácie, ktoré sú po právnej stránke právnickými osobami, obchodnými spoločnosťami v oblasti športu, prevádzkujú komerčnú činnosť so športovými produktmi ako svoju základnú aktivitu, neziskové organizácie v oblasti športu majú obchodné činnosti ako doplnkovú, v medziach, ako to povoľujú predovšetkým daňové zákony danej krajiny.

Do oblasti športu sa tak dostáva súťaženie o získanie zákazníka s inou obchodnou spoločnosťou. Zákazníci môžu veľmi výrazne prispieť k pozitívnemu rozvoju športových organizácií či obchodnej organizácie v športe.

Na to, aby obchodné spoločnosti boli úspešné a marketing mal význam pre spoločnosti, musíme sa zaoberať systematickou informovanosťou zákazníkov prostredníctvom propagačných stratégií a definovať, ako sa športový produkt k zákazníkovi dostane [7].

V procese môžeme pozorovať ako pozitíva, tak aj negatíva [7]:

- pozitíva; presne je určené komu sú predávané športové produkty (členom, divákom, sponzorom, štátu), rozlišuje ponuku športových produktov na činnosti, ktoré môžu priniesť finančný efekt, a ktoré nie, premýšľa nad propagáciou športu, určuje proporcionalitu a prioritu dosiahnutia cieľov, získava doplnkové finančné zdroje, ktoré umožňujú rozvoj neziskových aktivít;
- negatíva; financie určujú, čo má šport robiť, pozícia financií nerešpektuje športovú odbornosť, marketing vedie k propagácii športu, zmluvná záväznosť na sponzoroch obmedzuje slobodnú voľbu (napr. vo výbere náradia, v osobnostných právach športovca), dosiahnutie určitej úrovne športového výkonu môže viesť k používaniu zakázaných podporných prostriedkov, show (zameraná napr. na reklamu).

#### **2.12.8 Marketing športových akcií**

Získavať zákazníkov môžeme hlavne prostredníctvom športových akcií. Preto by ich marketing mal mať detailne pripravené a zorganizované.

Športová akcia vyvoláva emócie, ktoré účastníkov akcií ovplyvňujú, vznikajú predpoklady pre marketingové akcie hlavne v oblasti komunikácie. Ide o reklamu produktov, starostlivosť potenciálnych zákazníkov [7].

#### **2.12.9 SWOT analýza organizácie športovej akcie**

Pri príprave športovej akcie je dôležité vypracovať analýzu silných a slabých stránok, príležitostí a hrozieb, inak povedané, vypracovať SWOT analýzu. Vďaka nej sa môžeme pozrieť na vnútorné aspekty organizácie a športovej akcie a súčasne poskytnúť informácie a poznatky, ktoré môžu ovplyvniť celkový úspech.

Analýza nám poskytuje dôležité informácie pre odhad externých faktorov a situácií, ktoré môžu priamo či nepriamo ovplyvniť projekt.

Pri vytváraní SWOT analýzy musíme mať k dispozícii všetky podstatné náležitosti akcie, do čoho spadá časový harmonogram, rozpočet, personál, miesto konania, počet účastníkov, publikum [7].

## **Silné stránky**

Schopnosti a zručnosti v analýze silných stránok môžeme rozdeliť do troch kategórií: silné, priemerné alebo slabé. V danej etape môžeme napríklad analyzovať [7]:

- finančné plánovanie; spadá tu utváranie rozpočtu, účtovníctvo, management;
- personálny management; výber kvalifikovaných pracovníkov, školenia, dohľad, stimulácia zamestnancov a dobrovoľníkov;
- bezpečnosť, ochrana, rizikový management; zabezpečenie športoviska, diváci, účastníci športovej akcie, personál;
- marketing akcie; spadá tu informovanosť o turnaji, príprava letákov a propagačného materiálu, bulletinov, design pozvánok a ich produkcia, spolupráca logistiky;
- pohostinnosť; pohodlie, hostiteľské aktivity, kvalita;
- písomnosti; korešpondencia, interné zápisky, mediálne využitie;
- riadiace schopnosti; v tejto zložke posudzujeme ľudské schopnosti ako sú presvedčovanie; stimulácia, schopnosť poslúchať, zručnosť riešenia problémov;
- iné zručnosti lebo silné stránky.

## **Slabé stránky**

Na zložky posudzované v analýze slabých stránok musíme posudzovať precízne, a ich dôsledky by sme mali minimalizovať a regulovať. Ide napríklad o parametre [7]:

- konflikty medzi personálom;
- nedostatočná kvalifikácia a skúsenosti personálu;
- krátky nedostatočný čas na plánovanie;
- odhadnutie problémov;
- nedostatočné vybavenie zariadenia;
- iné.

## **Príležitosti**

Každá príležitosť, ktorá sa naskytuje pri organizácii športovej akcie by mala byť predpokladaná a vyhodnotený jej pozitívny, prípadne negatívny dopad. Možné predpokladané vplyvy [7]:

- budúci partneri;
- budúci sponzori;
- personálne zabezpečenie;
- priateľská spoločnosť v oblasti bussinisu.

## **Hrozby**

Parametre, ktoré sa môžu vyskytnúť v danej analýze, musíme posudzovať, čo najdetailnejšie a venovať im dostatočnú pozornosť, aby sme sa vyhli možným problémom. Spadá do nich [7]:

- politický nepokoj;
- ekonomická recesia;
- kriminalita;
- počasie alebo iné neovplyvniteľné vplyvy;
- iné.

**Pri plánovaní športovej akcie je dôležité zodpovedať si na nasledujúce otázky, ktoré môžu celý priebeh ovplyvniť [7]:**

- za akým účelom organizujeme športovú akciu – získanie peňazí a pozornosti médií, marketing produktu, zábava zákazníkov?
- aká je akcia veľká – počet účastníkov, divákov médií?
- aký je rozpočet akcie – koľko sponzorov predpokladáme, prípadne iný zdroj príjmov?
- kde sa koná akcia; vo vnútri, vonku alebo kombináciou?
- na koľkých miestach sa bude akcia konať a ako ďaleko sú tieto miesta od seba?
- aké sú požiadavky na zariadenie a splňajú tieto zariadenia požiadavky pre postihnutých a zdravotné štandardy?
- je potrebné postaviť alebo vybudovať niektoré zariadenia?
- koľko času je treba pre usporiadanie a demontovanie športovej akcie?

- bude podávané jedlo a nápoje – ak áno, aké povolenie je potrebné?
- aké jedlo je vhodné podávať?
- bude jedlo a nápoje poskytované zdarma alebo za predplatené stravné lístky alebo sa bude platiť v hotovosti na mieste?
- koľko hostí potvrdilo účasť?
- bude zaistená nejaká zábava – ak áno, aká? Koľko vyžaduje prípravy, finančných prostriedkov, personálu?
- sú plánované ceremoniály?
- aká doprava bude pre účastníkov zaistená? Súkromná, verejná?
- ako bude personál dochádzať a odchádzať na svoje určené pracovisko?
- aké je požadované ubytovanie pre športovcov, médiá, divákov?
- je zaistený dostatok ubytovania pre prípadné nepredvídateľné udalosti?
- aké sú hygienické predpisy
- bude veľká časť publika vyžadovať špeciálne ubytovanie (napr. invalidi, starší obyvatelia, prekladateľ)?
- bude sa vyberať vstupné? alebo bude zdarma, prípadne bude platiť oboje?
- aká je vhodná výška vstupenky alebo registračný poplatok?
- ako budú vstupenky predávané a distribuované?
- aké je usporiadanie sedadiel?
- koľko personálu si akcia vyžaduje?
- aké dodatočné školenie bude potrebné pre personál?
- je potrebné objednať špeciálne vybavenie pre personál?
- ako bude distribuované oblečenie pre personál a účastníkov turnajov?
- koľko skladovacích priestorov je potrebných na vybavenie alebo tovar?
- má športová akcia nejaké faktory, ktorú môžu byť riskantné?
- ako bude prebiehať propagácia? Koná sa akcia každoročne alebo ide o akciu, ktorá sa koná prvý krát
- bude sa na akcii predávať tovar? Bude tento tovar licencovaný? Kto zaistí ochrannú známku?
- bude potrebné zohnať sponzora?
- bude športová akcia vysielaná v televízií?
- aké iné akcie budú pred a po hlavnom programe akcie?

## **2.13 Ľudské schopnosti**

V nasledujúcich kapitolách sa budeme venovať ľudským schopnostiam a ich správnym využívaním v praxi.

### **2.13.1 Umenie komunikovať**

Efektívne komunikovať s ostatnými ľuďmi je najdôležitejšia schopnosť, ktorú by mal ovládať každý projektový manažér. Komunikujeme každý deň, celý život, už od útleho detstva. Potom tu vzniká otázka, prečo by sme mali komunikácií venovať takú pozornosť? Dôvodom je, že väčšina z nás nevie správne využiť svoje komunikačné schopnosti, a stále máme čo na nich zlepšovať.

Komunikáciou chceme dospieť k porozumeniu. Komunikácia zahŕňa ústny, písomný a neverbálny prenos informácií medzi ľuďmi. Neverbálny druh komunikácie sa vyskytuje ako v hovorovej, tak aj v písanej komunikácii [11].

### **2.13.2 Zdroje konfliktu v projekte**

Konflikty nevznikajú ani tak pred začatím projektu, ako počas jeho priebehu. Je to hlavne kvôli [11]:

- časovému plánu; zvyčajne je podceňovaný. Väčšina projektových manažérov sú optimisti, a nerátajú s možnosťou výskytu problému, ktorý by časový harmonogram mohol nabúrať;
- psychológií; vzniká tu osobnostný konflikt a konflikt, ktorý vzniká z dôvodu, že členovia tímu stratili motiváciu, a nie sú ochotní dokončiť svoju prácu na projekte;
- odhad výšky nákladov; projektový manažér zle vyhodnotí náklady na projekt, buď z dôvodu nevhodných postupov pri odhade, alebo cenu projektu podhodnotí za účelom získania kontraktu;
- počtom pracovníkov; snaha o ušetrenie finančných prostriedkov môže viesť k nedostatku kvalifikovaných pracovníkov, čo môže viesť k narušeniu časového plánu.



### **2.13.3 Smernice pre jednanie**

Pri jednaní manažér jedná za spoločnosť, nie sám za seba, vyjednáva s priateľmi alebo so spojencami, nie so súpermi. Rozhovory vedú k dlhodobému prínosu spoločnosti. V zásadách vyjednávania existujú štyri kroky [11]:

- oddeľte ľudí od problému;
- zamerajte sa na záujmy, nie na postavenie;
- vytvorte si možnosti voľby;
- trvajte na štandardoch.

### **2.13.4 Umenie viesť kolektív**

Projektový manažér ma za úlohu pri realizácii projektu dodržiavať časový harmonogram, rozpočet, kvalitu. Kvôli tomu musí vedieť pracovníkov stimulovať k tomu, aby vo svojej práci mali motiváciu svoju prácu robiť poctivo. Vytvárať im podmienky, kde sa budú cítiť dobre a budú mať z práce potešenie [11].

### **2.13.5 Inšpirácia a zdieľanie vízie**

Každý projektový manažér má víziu o postupe projektu a o jeho úspešnom ukončení. Ale nemôže celý projekt vytvoriť a zrealizovať sám. Preto bez inšpirácie, ktorú má s tímom zdieľať, sa vízia nikdy nestane realitou [11].

### **2.13.6 Zahájenie projektu**

Keď sa projekt zahajuje, vyžaduje to zo strany organizácie širokú analýzu. Organizácia musí vyhodnotiť dostupnosť zdrojov, aké má možnosti a rátať s prípadnými alternatívnymi možnosťami [11].

### **2.13.7 Riziko**

Počas života projektu sa jeho manažér neustále dostáva do konfliktu. Keby nebolo v projekte žiadne riziko alebo konflikt, riadenie projektu by bolo administratívnou záležitosťou. Riziko by malo byť plánovane eliminované tak, aby v prípade jeho výskytu, bol projektový tím schopný s ním pracovať a napraviť ho.

Pri vyhodnocovaní rizika sa musíme venovať trom hlavným zložkám [11]:  
udalosť; to je to, čo sa môže v projekte prihodiť. Dobré alebo zlé udalosti?

- pravdepodobnosť, že sa riziko objaví; to znamená, aká je šanca, že k udalosti dôjde?
- dopad na projekt; ukazuje, aké má riziko na projekt účinok: dobrý alebo zlý, ak k udalosti skutočne došlo?

## **2.14 Basketbal**

V kapitolách si povieme o histórii basketbalu a jeho formách v súčasnosti.

### **2.14.1 História basketbalu**

Basketbal vznikol už v 19. storočí, konkrétnejšie v decembri roku 1891. V meste Springfield ho na dnešnej Springfield College založil doktor Jamesom Naismith. Viedlo ho k tomu, že počas zimy, chcel zabaviť svojich zverencov a udržať ich zároveň v kondícii. Na vyvýšené miesto pribil kôš na broskyne. Loptu hádzali najskôr do koša s dnom, keďže ale zistili, že je to nepraktické, prederavili kôš zo spodnej strany. Názov hre nevymyslel samotný doktor, ale jeho žiak, a to Basket Ball. Prvý oficiálny zápas sa konal v telocvični YMCA v januári 1892.

Prvý ženský zápas sa po úprave pravidiel telocvikárkou Sendra Beresnovou, konal o pár mesiacov neskôr na škole Smith Collage.

Podobu basketbalu ako ho poznáme dnes získal až v 50. rokoch 20. storočia. Začalo sa viacej driblovať a používať oranžová lopta.

Dôležitý medzník je rok 1932, kedy vznikla Medzinárodná basketbalová federácia – FIBA. Ďalší dôležitý krok sa konal o 4 roky neskôr, kedy sa po prvý krát dosal na Olympijské hry [12].

### **2.14.2 Streetball**

Firma Adidas si nechala zaregistrovať pod svojím menom označenie streetball. Je to hra o troch hráčov proti trom, na polovine basketbalového ihriska na jeden kôš. Základné pravidlá platia rovnako ako pre normálny basketbal. Pri priaznivom počasí sa hráva vonku, inak sa môže hrať aj v telocvični. Pravidlá si môže každý organizátor prispôbovať potrebám súťaže [13].

### **2.14.3 Vozičkársky basketbal**

Základy tohto športu položili veteráni z druhej svetovej vojny. Rozvinul sa najmä v rehabilitačných strediskách, kde ho nazvali „vozičkársky netball“. Potom sa hra rozšírila do celého sveta. Vďaka svojej dynamike a atraktívnemu štýlu hry sa stal vozičkársky basketbal najpopulárnejší paraolympijský šport [14].

Pravidlá sú rovnaké ako pre nehendikepovaných basketbalistov. Tento šport sa hráva vo vyše 80 krajinách. Vo všetkých z nich majú hendikepovaný basketbalisti vlastnú ligu, súťaže, turnaje. Riadi ho Medzinárodná federácia vozičkárskeho basketbalu.

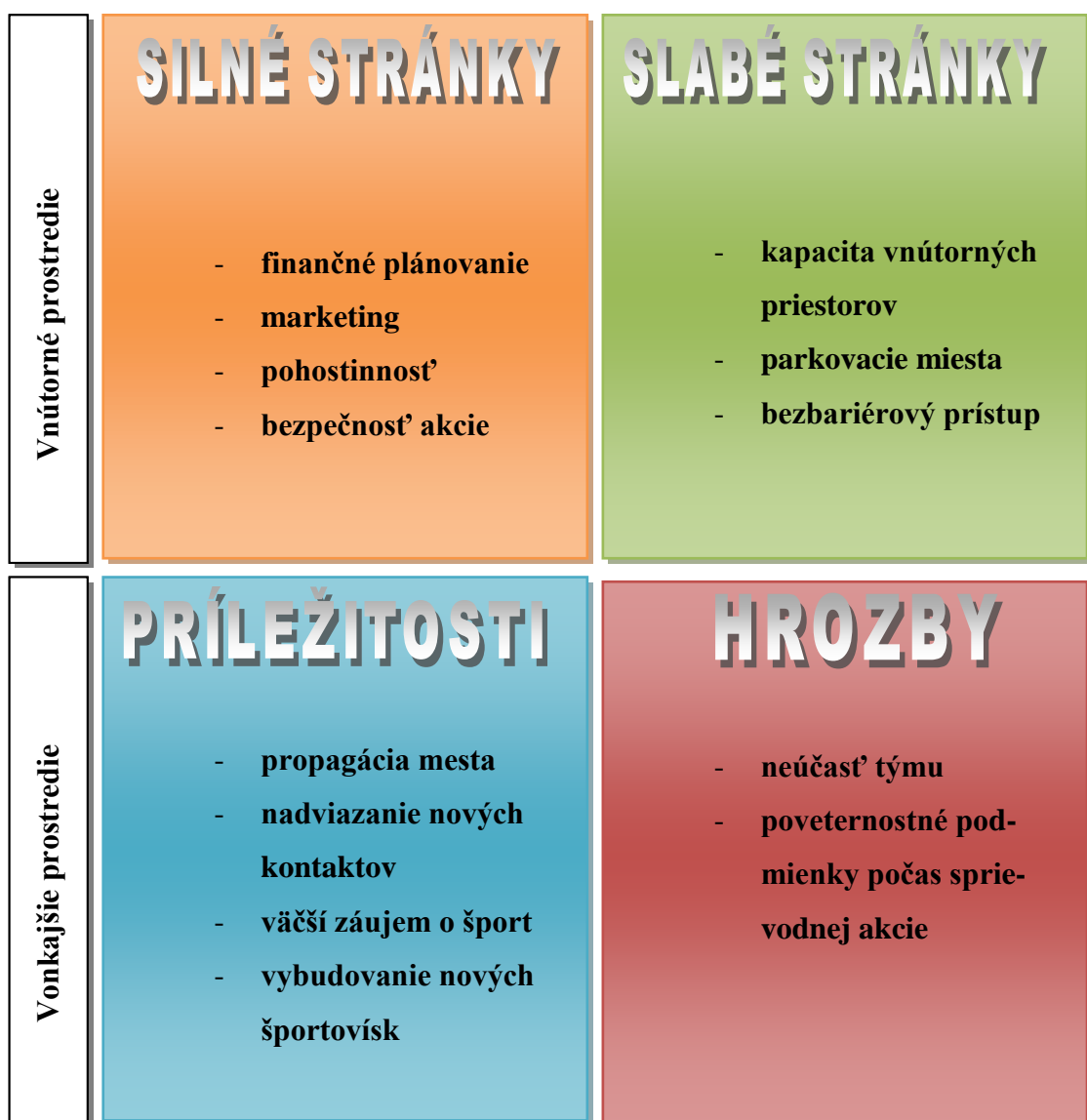
Na Slovensku tento šport funguje na rekreačnej báze. Neexistuje liga a prevažne sa tento krásny šport prevádza v rehabilitačnom stredisku Kováčová [14].

### 3 ANALÝZA SÚČASNÉHO STAVU

Tejto časti bakalárskej práce je spracovaná analýza súčasného stavu. K vypracovaniu analýzy som použila dotazníkové šetrenie.

Pre vyhodnotenie možných rizík a hrozieb som sa pri organizácii turnaju rozhodla použiť metódu analýzy SWOT. Táto metóda mi má pomôcť pri rozhodovaní a vyvážaní sa hroziacich problémov, ktoré môžu nastať.

#### 3.1 SWOT analýza



Obrázok č. 1: SWOT analýza

(Zdroj: vlastné spracovanie)

### **Silné stránky – vonkajšie prostredie**

- finančné plánovanie; organizátori zaistili sponzorov na turnaj, ktorí znížia náklady vynaložené na športovú akciu. Tri mesiace pred začatím turnaja je uzávierka termínov na prihlásenie alebo prípadne odhlásenie, čo je dostatok času na rozplánovanie dodatočných nákladov;
- personálny management; klub má dostatok ochotných členov, ktorý sa dobrovoľne, bez nároku na mzdu podieľajú na plánovaní akcie a na jej realizácií;
- bezpečnosť; športoviská sú vopred pripravené a prispôsobené počtu účastníkov turnaja a ich potrebám. Pre divákov je zabezpečený v rámci možnosti kapacity telocvične potrebný komfort na sledovanie zápasov. V areály športoviska je zabezpečená zdravotnícka pomoc ako aj protipožiar-na služba;
- pohostinnosť; organizátori sa nezameriavajú len na organizáciu turnaja, ale snažia sa pre účastníkov pripraviť aj pestrý sprievodný program, ktorý slúži na propagáciu turnaj, mesta, klubu a na zoznámenie účastníkov;
- občerstvenie a nápoje; jedálny lístok je účastníkom odoslaný vopred, pre prípadné možné variácie po dohode (ak by trpel niekto alergiou). Budú pripravené vždy dve varianty jedla, jedno vegetariánske a jedno mäsi-té;
- obchodné oddelenie a marketing; na propagáciu turnaju sú pripra-vené trička, perníky, bulletiny, materiály o meste a iné;
- riadiace schopnosti; turnaj je pripravovaný v dostatočnom časo-vom predstihu a podieľajú sa na ňom ako manažéri klubu tak aj samotní tré-neri klubu.

### **Slabé stránky – vnútorné prostredie**

- kapacita priestorov telocvični ako pre divákov tak pre hráčov; telo-cvične, okrem jednej, nedisponujú dostatočnými priestormi. Iba jedna telo-cvična spĺňa oficiálne pravidla rozmerov telocvični.
- nie je umožnený bezbariérový prístup; ani jedna telocvična v Žili-ne, v ktorej by sa dal hrať basketbal nemá potrebné bezbariérové vybavenie.

- miesta na parkovanie; pri telocvičniciach sa nenachádza dostatočný priestor na parkovanie, čo môže spôsobovať problém u divákov ako aj u účastníkov.

### **Príležitosti – vonkajšie prostredie**

- turnaj slúži ako na propagáciu mesta, kraja; medzinárodný basketbalový turnaj je dobrým prostriedkom ako predstaviť krásu nášho kraja zahraničným účastníkom. Týmto sa mesto a kraj propaguje a získava od účastníkov finančné prostriedky.

- na spoznávanie nových ľudí; kolektívne hry sú najlepším spôsobom ako sa spoznať s novými ľuďmi.

- naviazanie nových kontaktov; na turnaji sa nespoznávajú len hráči, ale aj tréneri a nadväzujú ďalšiu spoluprácu.

- vzbudenie záujmu o basketbal u mladších generácií; turnaje sú výborným prostriedkom ako spropagovať samotný šport. Už od začiatku olympijských hier sa šport propaguje vďaka veľkým hrám.

- vybudovanie nových športovísk; ak sa turnaju bude úspešný, bude oň záujem aj o ďalšie roky, ľudia začnú mať väčší záujem o šport, mesto bude nútené vybudovať nové športoviská pre uspokojenie ich potrieb.

### **Hrozby – vonkajšie prostredie**

- neúčast' niektorého z tímov; uzávierka prihlášok je 3 mesiace pred začatím turnaja, ale stále hrozí riziko, že sa vyskytne u nejakého tímu problém sa zúčastniť turnaja, aj keď budú mať finančné sankcie.

- poveternostné podmienky počas zahájenia turnaju alebo v priebehu turnaja; počasie je nevyspytateľné a nemožno ho ovplyvniť. Na sprievodnú akciu je plánovaný zväčša program vonku, čo je dosť rizikový faktor.

### **3.2 Klub ŠŠK Žilina – Školský športový klub Žilina, Budatín**

Riadime sa heslom: „*Jeden klub, jedno srdce, jedna vášeň*“.

Klub je občianske združenie, fungujúce od roku 2004. Sme dievčenský klub, snažiaci sa zachovať basketbalovú tradíciu v Žiline. Od začiatku fungovania klubu trénujeme a hrávame zápasy na Základnej škole Slovenských dobrovoľníkov v Žiline, inak známa ako ZŠ Budatín. Klub ma síce len jedno družstvo, ale neustále sa snažíme rozšíriť naše rady.

V klube si zahralo nespočetné množstvo dievčat. Niektoré dievčatá boli pri zrode klubu a prešli s ním až do druhej najvyššej ligy na Slovensku.

Od roku 2011 klub začal opäť trénovať s mladými novými dievčatami a dúfa, že naviažu a vylepšia meno klubu.

Úspechy klubu sú ďalekosiahle. Družstvo sa zúčastnilo mnohých medzinárodných turnajov, kde slávil úspechy. Na domácej pôjde tiež nezostávalo na chvoste a obsadzovalo slušné priečky.

Klub je financovaný hlavne s 2 %, podpore rodičov a sponzorských darov.

Pod jeho záštitou bude turnaj organizovaný. Klub bude spolupracovať pri organizácii turnaja s mestom Žilina, ktorý bude hlavným sponzorom.

### **3.3 Anketové šetrenie - Uvedenie do problematiky**

Ako súčasť bakalárskej práce som sa rozhodla spraviť a vyhodnotiť anketového šetrenie. Mojim cieľom bolo zistiť aký je záujem o basketbal u detí, či ho vôbec skúsili. Otázky boli zväčša uzatvorené a týkali sa najmä záujmu o basketbal.

#### **Celkové zhodnotenie**

Celkový počet zúčastnených respondentov bolo 177, 70 chlapcov a 107 dievčat vo veku od 10 do 15 rokov. Dotazník prebiehal na dvoch základných školách v Žiline. Konkrétne na škole Základnej škole Slovenských dobrovoľníkov a na Základnej škole Hliny VII.

### Vyhodnotenie kategórie chlapci s odpoveďou kladnou, na otázku či pravidelne špor

Z celkového počtu chlapcov pravidelne športuje 42 opýtaných. Dominantný šport je futbal, potom nasleduje basketbal, plávanie, volejbal, florball, tance a iné.

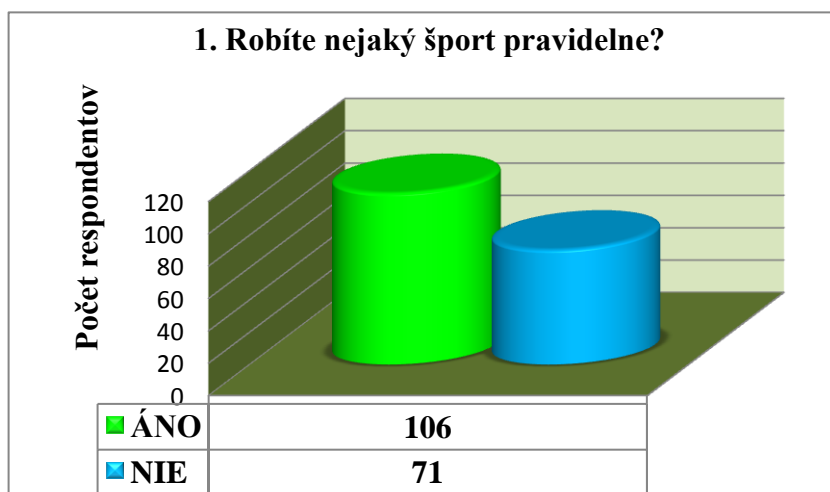
Celkový počet od trénovaných hodín za týždeň je 129. Priemerný počet hod na jedného športovca na týždeň je 3,1 hod/týždeň.

### Vyhodnotenie kategórie dievčat s kladnou odpoveďou na otázku či športujú pravidelne

Z celkového počtu opýtaných dievčat 64 z nich pravidelne športuje. Celkový počet hodín za týždeň, ktorý trénujú je 206 hodín. Priemerný počet hodín na jednu respondentku je 3.2 hod/týždeň. Dominantný šport je basketbal, potom nasleduje atletika, volejbal, futbal, plávanie, jazda na koni, gymnastika a iné.

Grafické spracovanie otázky č. 1 nájdete v (grafe 1).

Otázka č. 1: Robíte nejaký šport pravidelne?



Graf č. 1: Robíte nejaký šport pravidelne?

(Zdroj: vlastné spracovanie)



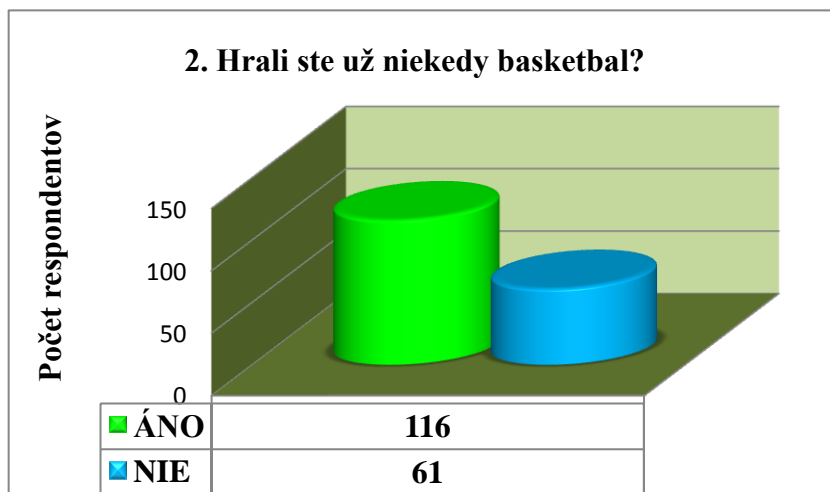
Z celkového počtu respondentov odpovedalo kladne 106. Predstavuje to 59,89 %. Záporne odpovedalo 71 respondentov, čo predstavuje 40,11 %.

Celkový počet hodín, ktorý respondenti športujú je 335 hodín za týždeň, priemerne na jedného respondenta to je 3,2 hod za týždeň, odhliadnuc od druhu športu a pohlavia.

Najpreferovanejší šport bol futbal, na druhom mieste skončil basketbal potom nasledovali atletika, volejbal, plávanie a iné. Je veľmi pozitívne, že väčšina detí robí šport pravidelne, ale mali by sme sa snažiť o to, aby toto číslo len rástlo.

Prehľadné grafické zobrazenie otázky 2 je ukázané v (grafe 2).

Otázka č. 2: Hrali ste už niekedy basketbal?



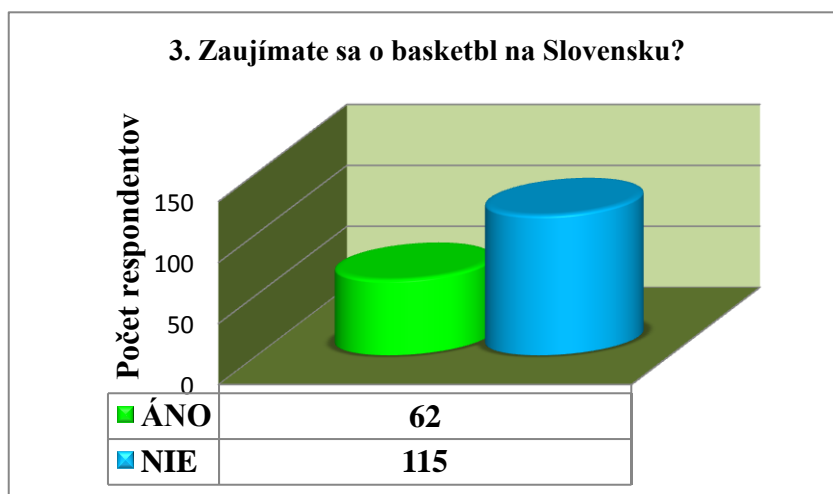
Graf č. 2: Hrali ste už niekedy basketbal - celkové zhodnotenie

(Zdroj: vlastné spracovanie)

Z celkového počtu respondentov odpovedalo kladne 116 opýtaných. Predstavuje to 65,65 %, čo je pomerne pozitívny výsledok. Negatívne odpovedalo 61 opýtaných, čo je 34,46 % z celkového počtu opýtaných. Je pozitívnym výsledkom, že takmer 66 % opýtaných už hralo niekedy basketbal, ale na druhú stranu je otázne prečo 34 % ho vôbec neskúsilo.

Otázka č. 3: Zaujímate sa o basketbal na Slovensku?

Prehľadné zobrazenie odpovedí na otázku č. 3 je uvedené v (grafe 3).



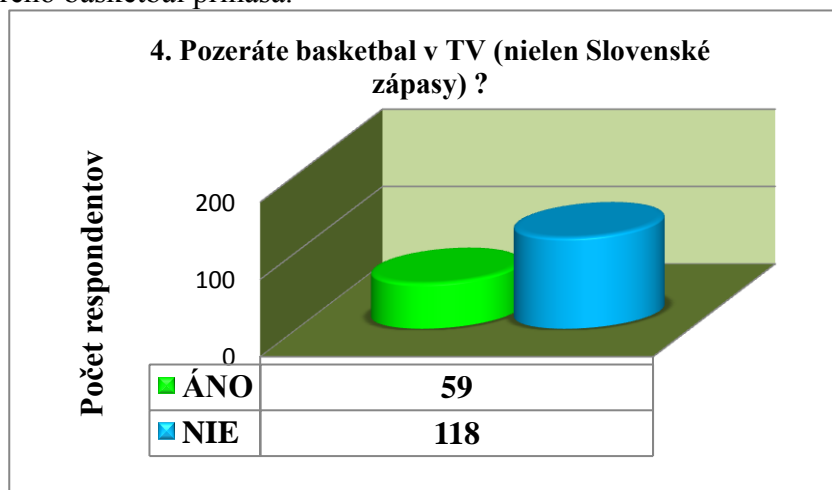
Graf č. 3: Zaujímate sa o basketbal na Slovensku - celkové zhodnotenie

(Zdroj: vlastné spracovanie)

Otázka č. 4: Pozeráte basketbal v TV (nielen Slovenské zápasy)?

V (grafe 4) nájdete grafické zobrazenie odpovedí na otázku č. 4.

Vyšší počet negatívnych odpovedí vyšlo pri dotaze záujmu o basketbal na Slovensku. Z celkového počtu opýtaných, negatívne odpovedalo 115 účastníkov, čo predstavuje 64,97 %. Kladne odpovedalo 62 účastníkov, percentuálne vyjadrené to predstavuje 35,03 % opýtaných sa aktívne zaujíma o basketbal na Slovensku. Nemyslím si, že tento výsledok by sme mali brať negatívne. Ide o to, že deti skôr nemajú predstavu, čo všetko dobrého basketbal prináša.



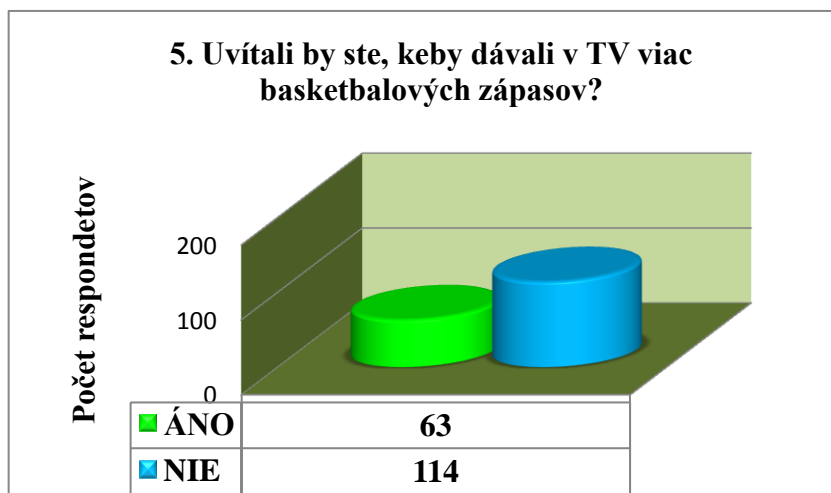
Graf č. 4: Pozeráte basketbal v TV (nielen Slovenské zápasy)  
- celkové zhodnotenie

(Zdroj: vlastné spracovanie)

Otázka č. 5: Uvítali by ste, keby dávali v TV viac basketbalových zápasov?

Grafické zobrazenie odpovedí na otázku č. 5 nájdete v (grafe 5).

Z celkového počtu opýtaných záporne odpovedalo 118 respondentov, čo predstavuje 66,67 %. Kladne odpovedalo len 33,33 % opýtaných. Tento výsledok ma ani neprekvapuje vzhľadom na to, že zhruba do roku 2013 boli basketbalové zápasy alebo výsledky z basketbalu prezentované len výnimočne.



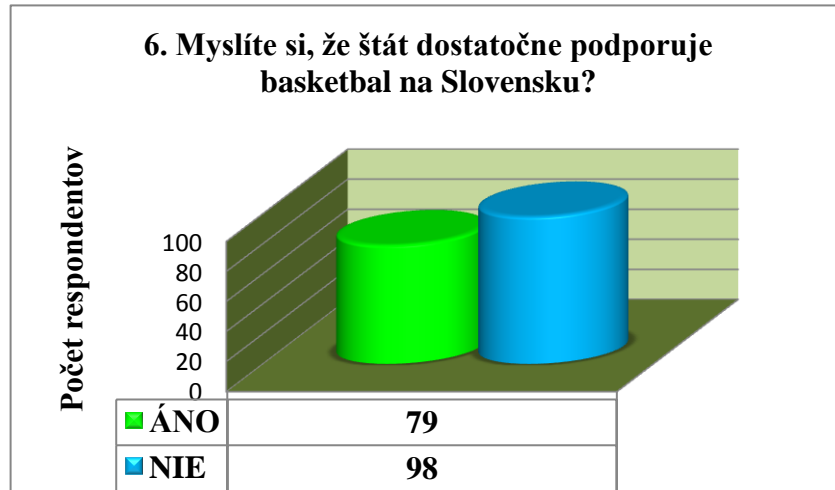
Graf č. 5: Uvítali by ste, keby dávali v TV viac basketbalových zápasov?

(Zdroj: vlastné spracovanie)

Z celkového počtu opýtaných záporne odpovedalo, že nevyžaduje väčšie množstvo vysielaných domácich a zahraničných zápasov 114 opýtaných, čo predstavuje 64,41 %. Kladne odpovedalo 35,59%.

Otázka č. 6: Myslíte si, že štát dostatočne podporuje basketbal na Slovensku?

Zobrazenie odpovedí na otázku č. 6 nájdete v (grafe 6).

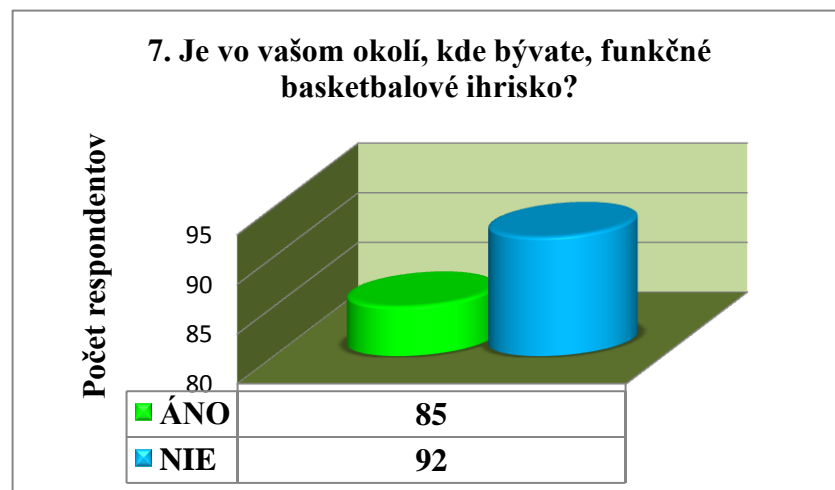


**Graf č. 6: Myslíte si, že štát dostatočne podporuje basketbal na Slovensku - celkové zhodnotenie**  
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Z celkového počtu respondentov sa domnieva, že basketbal nie je dostatočne podporovaný štátom 98 opýtaných, čo je 55,37 %. Na druhú stranu 79 opýtaných účastníkov, čo predstavuje 44,63 % z celkového počtu si myslí, že štát podporuje basketbal dostatočne. Je dosť znepokojujúce, že už deti si myslia, že štát nevenuje dostatočnú podporu na basketbal. Keď deti nebudú mať dostatočnú motiváciu niečo vyskúšať potom ich nepresvedčíme aby športovali.

Otázka č. 7: Je vo vašom okolí, kde bývate, funkčné basketbalové ihrisko?

V (grafe 7) je grafické zobrazenie odpovedí na otázku č. 7.

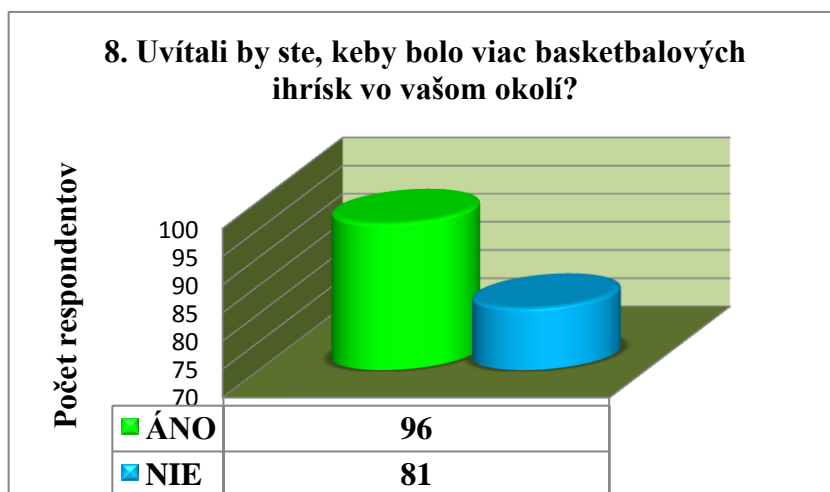


**Graf č. 7: Je vo vašom okolí, kde bývate, funkčné basketbalové ihrisko - celkové zhodnotenie**  
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Funkčné basketbalové ihrisko z celkového počtu opýtaných nemá 92 opýtaných, čo je 51,98 %. Funkčné basketbalové ihrisko má 85 respondentov, čo predstavuje 48,02 %. Je zarážajúce a zároveň znepokojujúce, že takmer 52 % opýtaných nemá vo svojom okolí bydliska funkčné basketbalové ihrisko. Keď deti nebudú vidieť, že majú v blízkosti ihrisko, kde by sa mohli zahrať, tak ich nedonútime aby odložili svoje tablety, počítačové hry a šli sa hrať vonku. Mali by sme sa snažiť aby možností na hranie bolo viac a čím pestrejšie by boli, tým lepšie.

Grafické zobrazenie odpovedí na otázku č. 8 nájdete v (grafe 8).

Otázka č. 8: Uvítali by ste, keby bolo viac basketbalových ihrísk vo vašom okolí?



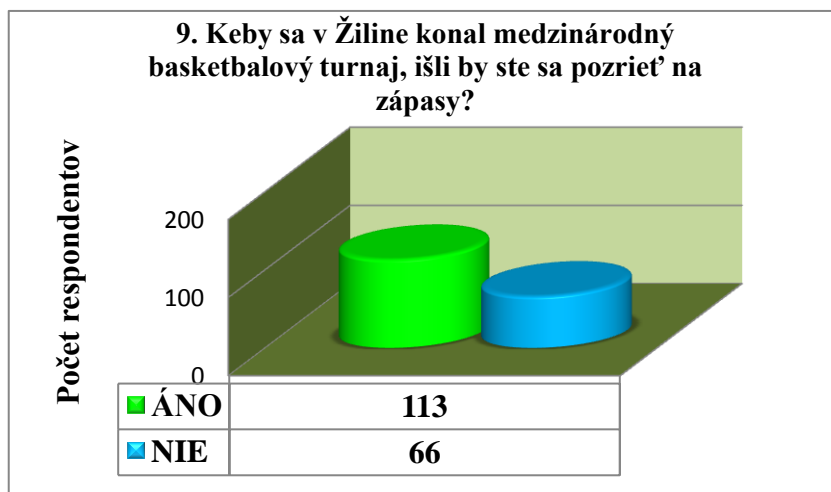
**Graf č. 8: Uvítali by ste, keby bolo viac basketbalových ihrísk vo vašom okolí - celkové zhodnotenie**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

Postavenie funkčného basketbalového ihriska by z celkového počtu opýtaných uvítalo 95 opýtaných, čo je 54,24 %. Negatívne odpovedalo 81 účastníkov, čo je 45,76 %. Je veľmi pozitívne vedieť, že deti by o výstavbu nových ihrísk mali záujem. Preto by sme mali hľadať možnosti, ako im to umožniť.

Otázka č. 9: Keby sa v Žiline konal medzinárodný basketbalový turnaj, išli by ste sa pozrieť na zápasy?

Zobrazenie odpovedí v grafickom prevedení nájdete v (grafe 9).



**Graf č. 9: Keby sa v Žiline konal medzinárodný basketbalový turnaj, išli by ste sa pozrieť na zápasy - celkové zhodnotenie**  
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Ak by sa v Žiline konal basketbalový turnaj, na zápasy by sa šlo pozrieť 113 opýtaných, čo je 63,84 % z celkového počtu. Negatívne odpovedalo 66 opýtaných, percentuálne vyjadrené to predstavuje 36,16 %.

Pozitívnym výsledkom je, že takmer 64 % opýtaných detí by malo záujem sa zúčastniť ako divák na medzinárodnom basketbalovom turnaji. Tento výsledok je veľmi dobrým motívom k tomu, aby sme sa snažili o realizáciu takýchto turnajov či už basketbalových alebo iného druhu športu.

Ak majú o to totiž záujem deti, tým je väčšia pravdepodobnosť, že budú mať chuť si tiež potom sami vyskúšať basketbal. Na zápasy nikdy neprídu samé, pôjdu naň ako partia, tým pádom počet detí bude rásť a rásť.

### Vyhodnotenie kategórie chlapci

Otázka č. 1: Robíte nejaký šport pravidelne?

V (tab. 1) nájdete prehľadné zobrazenie odpovedí na otázku č. 1 v kategórií chlapcov.

**Tabuľka č. 1: Robíte nejaký šport pravidelne - kategória chlapci**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

1. Robíte nejaký šport pravidelne?	
ÁNO	NIE
42	28

V kategórií chlapcov kladne odpovedalo na vyššie uvedenú otázku 42 respondentov, čo predstavuje 60 % z celkového počtu chlapcov. Nešportuje 40 % z opýtaných chlapcov.

Otázka č. 2: Hrali ste už niekedy basketbal – kategória chlapci?

Prehľadné zobrazenie odpovedí na otázku č. 2 nájdete v (tab. 2).

**Tabuľka č. 2: Hrali ste už niekedy basketbal - kategória chlapci**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

<b>2. Hrali ste už niekedy basketbal?</b>	
<b>ÁNO</b>	<b>NIE</b>
<b>41</b>	<b>29</b>

Kladne odpovedalo 41 respondentov, čo z celkového počtu opýtaných chlapcov predstavuje 58,57 %. Basketbal v danej kategórií nikdy nehralo 29 opýtaných, čo je 41,43 %. Tento výsledok je na zamyslenie rodičov a učiteľov telesnej výchovy, ako je možné, že 29 opýtaných chlapcov ešte nikdy nehralo basketbal. Je to smutný obraz dnešnej úrovne znalosti športov u detí.

Otázka č. 3: Zaujímate sa o basketbal na Slovensku – kategória chlapci?

V (tab. 3) nájdete prehľadné zobrazenie odpovedí v kategórií chlapcov na otázku č. 3.

**Tabuľka č. 3: Zaujímate sa o basketbal na Slovensku - kategória chlapci**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

<b>3. Zaujímate sa o basketbal na Slovensku?</b>	
<b>ÁNO</b>	<b>NIE</b>
<b>21</b>	<b>49</b>

O basketbal na Slovensku sa zaujíma len 21 opýtaných čo je 30 % z celkového počtu opýtaných chlapcov. Opýtaných 49 účastníkov sa o basketbal na Slovensku nezaujíma, čo predstavuje z celkového počtu až 70 %. Tento výsledok je znepokojujúci, ale mal by slúžiť ako motív niečo s tým spraviť. Vymyslieť niečo, aby sa deti začali o basketbal zaujímať viac.

Otázka č. 4: pozeráte basketbal v TV (nielen Slovenské zápasy)?

Prehľadné zobrazenie odpovedí na otázku č. 4 v kategórií chlapcov nájdete v (tab. 4).

**Tabuľka č. 4: Pozeráte basketbal v TV (nielen Slovenské zápasy) - kategória chlapci**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

<b>4. Pozeráte basketbal v TV (nielen Slovenské zápasy)?</b>	
<b>ÁNO</b>	<b>NIE</b>
<b>22</b>	<b>48</b>

Basketbal v televízií sleduje 22 opýtaných, čo je 31,43 % opýtaných. Basketbalové zápasy ako zahraničné, tak i domáce nesleduje až 48 opýtaných, čo predstavuje 68,57 %.

Otázka č. 5: Uvítali by ste, keby dávali v TV viac basketbalových zápasov? - kategória chlapci?

V (tab. 5) nájdete prehľadné zobrazenie odpovedí v kategórií chlapcov na otázku č. 5.

**Tabuľka č. 5: Uvítali by ste, keby dávali v TV viac basketbalových zápasov - kategória chlapci**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

<b>5. Uvítali by ste, keby dávali v TV viac basketbalových zápasov?</b>	
<b>ÁNO</b>	<b>NIE</b>
<b>25</b>	<b>45</b>

Z celkového počtu opýtaných by uvítalo viac zápasov v televízií 25 opýtaných, čo predstavuje 35,711 %. Opýtaných 64 účastníkov nevyžaduje viacej zápasov v televízií. Percentuálne vyjadrené to predstavuje 64,29 %.

Otázka č. 6: Myslíte si, že štát dostatočne podporuje basketbal na Slovensku? – kategória chlapci?

V (tab. 6) nájdete prehľadné zobrazenie odpovedí v kategórií chlapcov v otázke č. 6.



**Tabuľka č. 6: Myslíte si, že štát dostatočne podporuje basketbal na Slovensku? - kategória chlapci**  
(Zdroj: vlastné spracovanie)

<b>6. Myslíte si, že štát dostatočne podporuje basketbal na Slovensku?</b>	
<b>ÁNO</b>	<b>NIE</b>
<b>30</b>	<b>40</b>

Z celkového počtu opýtaných respondentov si 30 myslia, že štát dostatočne podporuje basketbal na Slovensku, predstavuje to 42,86 %. Negatívne odpovedalo 40 opýtaných, čo predstavuje 57,14 %.

Otázka č. 7: Je vo vašom okolí, kde bývate, funkčné basketbalové ihrisko - kategória chlapcov.

Prehľadné zobrazenie odpovedí na otázku č. 7 v kategórii chlapcov nájdete v (tab. 7).

**Tabuľka č. 7: Je vo vašom okolí, kde bývate, funkčné basketbalové ihrisko? - kategória chlapci**  
(Zdroj: vlastné spracovanie)

<b>7. Je vo vašom okolí, kde bývate, funkčné basketbalové ihrisko?</b>	
<b>ÁNO</b>	<b>NIE</b>
<b>35</b>	<b>35</b>

Polovička opýtaných respondentov, t.j. 35 opýtaných, 50 %, má a druhá polovica nemá funkčné basketbalové ihrisko v okolí svojho bydliska.

Otázka č. 8: Uvítali by ste, keby bolo viac basketbalových ihrísk vo vašom okolí - kategória chlapcov?

V (tab. 8) nájdete prehľadné zobrazenie odpovedí na otázku č. 8 v kategórii chlapcov.

**Tabuľka č. 8: Uvítali by ste, keby bolo viac basketbalových ihrísk vo vašom okolí? - kategória chlapci**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

<b>8. Uvítali by ste, keby bolo viac basketbalových ihrísk vo vašom okolí?</b>	
<b>ÁNO</b>	<b>NIE</b>
<b>32</b>	<b>38</b>

Z respondentov by 32 opýtaných , čo predstavuje 45,77 % , by uvítalo v svojom okolí väčšie množstvo funkčných basketbalových ihrísk. Väčšie množstvo basketbalových ihrísk nevyžaduje 38 opýtaných, čo predstavuje 54,23 %.

Otázka č. 9: keby sa v Žiline konal medzinárodný basketbalový turnaj, išli by ste sa pozrieť na zápasy?

Prehľadné grafické zobrazenie otázky č. 9 nájdete v (grafe 10).



Graf č. 10: Keby sa v Žiline konal medzinárodný basketbalový turnaj, išli by ste sa pozrieť na zápasy? - kategória chlapi  
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Z celkového počtu opýtaných respondentov sa 37 z nich, čo predstavuje 52,86 %, sa šlo pozrieť na zápasy medzinárodného basketbalového turnaju. Negatívne odpovedalo 33 respondentov, čo predstavuje 47,14 %.

### Vyhodnotenie kategórie dievčatá

Otázka č. 1: Robíte nejaký šport pravidelne – kategória dievčatá?

V (tab. 9) nájdete prehľadné zobrazenie na otázku č. 1 v kategórií dievčat.

Tabuľka č. 9: Robíte nejaký šport pravidelne? - kategória dievčatá

(Zdroj: vlastné spracovanie)

1. Robíte nejaký šport pravidelne?	
ÁNO	NIE
64	43

V kategórií dievčat športuje 64 opýtaných, čo predstavuje 59,81 %. Negatívne odpovedalo 40,19 %.

Otázka č. 2: Hrali ste už niekedy basketbal – kategória dievčatá?

Prehľadné zobrazenie odpovedí na otázku č. 2 v kategórií dievčat nájdete v (tab. 10)

**Tabuľka č. 10: Hrali ste už niekedy basketbal? - kategória dievčatá**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

<b>2. Hrali ste už niekedy basketbal?</b>	
<b>ÁNO</b>	<b>NIE</b>
<b>75</b>	<b>32</b>

Z celkového počtu dievčat hralo už niekedy basketbal 75 opýtaných, čo predstavuje 59,81 %. Basketbal nikdy nehralo 40,19 %.

Otázka č. 3: Zaujímate sa o basketbal na Slovensku?

V (tab. 11) nájdete prehľadné zobrazenie odpovedí na otázku č. 3 v kategórií dievčat.

**Tabuľka č. 11: Zaujímate sa o basketbal na Slovensku? - kategória dievčatá**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

<b>3. Zaujímate sa o basketbal na Slovensku?</b>	
<b>ÁNO</b>	<b>NIE</b>
<b>41</b>	<b>66</b>

O basketbal na Slovensku sa zaujíma len 41 opýtaných, čo predstavuje 38,32 %. Negatívne odpovedalo 66 respondentiek, čo predstavuje 61,68 %.

Otázka č. 4: Pozeráte basketbal v TV (nielen Slovenské zápasy)?

Prehľadné grafické zobrazenie odpovedí na otázku č. 4 v kategórií dievčat nájdete v (tab. 12).

**Tabuľka č. 12: Pozeráte basketbal v TV (nielen Slovenské zápasy)? - kategória dievčatá**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

<b>4. Pozeráte basketbal v TV (nielen Slovenské zápasy)?</b>	
<b>ÁNO</b>	<b>NIE</b>
<b>37</b>	<b>70</b>

Basketbalové zápasy v televízií sleduje len 37 opýtaných, čo predstavuje 34,58 %. Basketbalové zápasy nesleduje 70 opýtaných, čo predstavuje 65,42 %.

Otázka č. 5: Uvítali by ste, keby dávali v TV viac basketbalových zápasov?

V (tab. 13) nájdete prehľadné zobrazenie odpovedí v kategórii dievčat na odpoveď č. 5.

**Tabuľka č. 13: Uvítali by ste, keby dávali v TV viac basketbalových zápasov? - kategória dievčatá**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

<b>5. Uvítali by ste, keby dávali v TV viac basketbalových zápasov?</b>	
<b>ÁNO</b>	<b>NIE</b>
<b>38</b>	<b>69</b>

Z celkového počtu opýtaných by 38 respondentiek, čo predstavuje 35,51 % by uvítalo väčšie množstvo vysielaných basketbalových zápasov. Negatívne odpovedalo 69 opýtaných, čo predstavuje 64,49 %.

Otázka č. 6: Myslíte si, že štát dostatočne podporuje basketbal na Slovensku?

Prehľadné zobrazenie odpovedí na otázku č. 6 v kategórii dievčat nájdete v (tab. 14).

**Tabuľka č. 14: Myslíte si, že štát dostatočne podporuje basketbal na Slovensku? - kategória dievčatá**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

<b>6. Myslíte si, že štát dostatočne podporuje basketbal na Slovensku?</b>	
<b>ÁNO</b>	<b>NIE</b>
<b>49</b>	<b>58</b>

Z celkového počtu opýtaných by 49 respondentiek, čo predstavuje 45,79 % , sa domnieva, že štát dostatočne podporuje basketbal na Slovensku. Negatívne odpovedalo 58 opýtaných dievčat, čo percentuálne predstavuje 54,21 %.

Otázka č. 7: Je vo vašom okolí, kde bývate, funkčné basketbalové ihrisko?

V (tab. 15) nájdete prehľadné zobrazenie odpovedí na otázku č. 7 v kategórií dievčat.

**Tabuľka č. 15: Je vo vašom okolí, kde bývate, funkčné basketbalové ihrisko? - kategória dievčatá**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

<b>7. Je vo vašom okolí, kde bývate, funkčné basketbalové ihrisko?</b>	
<b>ÁNO</b>	<b>NIE</b>
<b>50</b>	<b>57</b>

Z opýtaných 107 dievčat, 50 z nich, čo predstavuje 46,73 %, má v okolí svojho bydliska funkčné basketbalové ihrisko. Negatívne odpovedalo 57 opýtaných.

Otázka č. 8: Uvítali by ste, keby bolo viac basketbalových ihrísk vo vašom okolí?

Prehľadné grafické zobrazenie na otázku č. 8 nájdete v (tab. 16).

**Tabuľka č. 16: Uvítali by ste, keby bolo viac basketbalových ihrísk vo vašom okolí? - kategória dievčatá**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

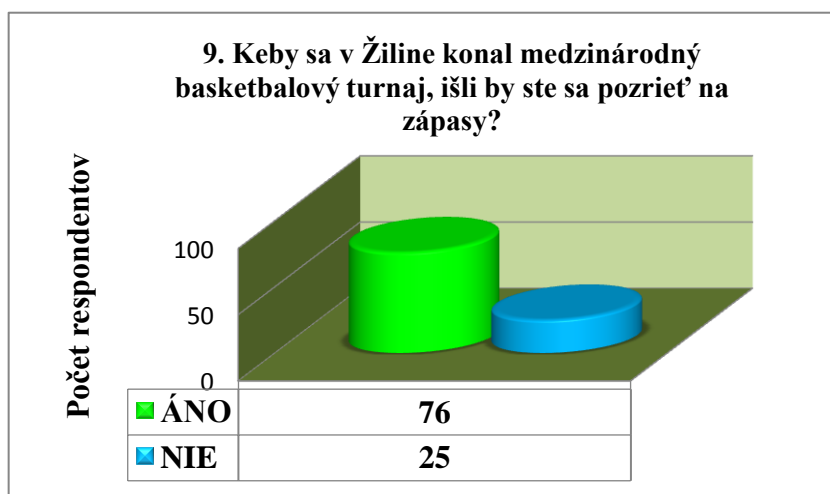
<b>8. Uvítali by ste, keby bolo viac basketbalových ihrísk vo vašom okolí?</b>	
<b>ÁNO</b>	<b>NIE</b>
<b>64</b>	<b>43</b>

Z opýtaných respondentiek by 64 z nich, čo percentuálne vyjadrené je 59,81 %, by uvítalo väčšie množstvo funkčných basketbalových ihrísk vo svojom okolí. Negatív

ne odpovedalo 43 z nich, čo predstavuje 40,19 %.

Otázka č. 9: Keby sa v Žiline konal medzinárodný basketbalový turnaj, išli by ste sa pozrieť na zápasy?

V (grafe 11) nájdete prehľadné spracovanie do grafickej podoby na otázku č. 9 v kategórií dievčatá.



**Graf č. 11: Keby sa v Žiline konal medzinárodný basketbalový turnaj, išli by ste sa pozrieť na zápasy? - kategória dievčatá**  
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Z celkového počtu opýtaných by sa šlo pozrieť na basketbalové zápasy na medzinárodnom turnaji až 76 opýtaných, čo predstavuje 70,03 %. Na zápasy by sa nešlo pozrieť 25 opýtaných, čo predstavuje 28,97 %.

### 3.3.1 Vyhodnotenie anketového šetrenia

Výsledky anketového šetrenia ma prekvapili, ale zväčša nemilo. Ak mám vyzdvihnúť klady, tak pozitívny výsledok je, že väčšina opýtaných detí robí nejaký šport pravidelne. Je to priaznivý výsledok, pretože čo nenaučíme človeka keď je dieťa, nenaučíme ho, keď je už dospelý. Je dôležité budovať v deťoch základy pravidelnej fyzickej aktivity.

Celkom dosť detí si už basketbal aj vyskúšalo, ale je smutné, že z celkového počtu opýtaných až takmer 35 % detí ešte nehralo basketbal vôbec. Vzniká otázka prečo to tak je? Prečo každé dieťa si to aspoň nevyskúšalo?

Myslím si, že odpovede na tieto otázky sú na dlhú debatu. Ale každý rodič, učiteľ telesnej výchovy by sa mal nad tým zamyslieť a skúsiť to zmeniť.

Záujem o basketbal bohužiaľ na moje sklamanie vyšiel v záporných číslach. Môže to byť spôsobené tým, že basketbal na Slovensku nepatrí medzi populárne športy. Domnievam sa, keby bol záujem celej spoločnosti o tento šport väčší a hlavne, keby bol viac propagovaný médiami, tak by deti mali oň väčší záujem.

Ďalšou otázkou v anketovom šetrení bolo, či štát dostatočne podporuje basketbal na Slovensku. Viem, že deti nemôžu mať o tejto problematike dostatočný prehľad. Skôr ma zaujímal ich vnútorný pocit, dojem. Väčšina z nich si myslí, že štát nepodporuje dostatočne basketbal na Slovensku. Je dosť smutné, že už deti vo veku od 10 rokov do 15 rokov si myslia, že nie je dostatočná podpora zo strany štátu. A keď už majú takto negatívny postoj detí, ako ich máme potom podnietiť k tomu, aby začali športovať? V iných krajinách majú v tomto smere deti motiváciu, buď je to športové štipendium alebo možnosť cestovať. Je veľká škoda, že to nefunguje aj na Slovensku.

Ďalší negatívny výsledok anketového šetrenia bol, že deti nemajú vo svojom okolí bydliska funkčné basketbalové ihrisko a väčšina z nich by nové uvítala, čo je veľmi priaznivý výsledok.

Najpozitívnejší výsledok, ktorý ma osobne potešil najviac bol, že z celkového počtu opýtaných detí takmer 64 % by malo záujem aby sa zúčastnili v roli diváka, o medzinárodný basketbalový turnaj. Toto je len hŕstka detí, ale žiadne dieťa by nešlo samé, vždy treba rátať s tým, že pôjdu ako partia, čo privedie viac detí. Na turnaji môžu objaviť svoj vzor alebo dostanú len chuť si to vyskúšať, keď uvidia, čo všetko vďaka tomu môžu získať. Preto si myslím, že organizácia takýchto turnajov je veľmi dôležitá pre rozvoj športu a pozitívneho prístupu detí ku športu.

## 4 NÁVRHY VLASTNÝCH RIEŠENÍ

V tejto časti bakalárskej práci je vypracovaný návrh na inováciu organizácie basketbalového turnaja.

### 4.1 Inovácia organizácie basketbalového turnaja

V Žiline sa dlhé roky konal medzinárodný turnaj pod názvom Badem. Funguje už vyše 22 rokov. Tento turnaj zažili mnohé vekové kategórie, deti ktoré boli pri jeho zrode, sa stali rodičmi a berú tam zas svoje deti. Bol to úžasný turnaj, na ktorý majú mnohí tie najlepšie spomienky. Každoročne do roku 2008 sa konal v športovej hale, kde sa hrali všetky zápasy. Športová hala disponovala 5 ihriskami, čo umožňovalo, aby všetky družstvá boli na jednom mieste. Nanešťastie po roku 2008 športovú halu zatvorili a turnaj musel byť presunutý do viacerých telocviční.

Negatívnom Bademu bolo, že mu chýbal sprievodný program. Momentálne sa Badem hráva už len v pár vekových kategóriách, hlavne v mini žiakoch.

Preto som sa rozhodla navrhnúť inovatívny turnaj, ktorý bude na úrovni tých najlepších medzinárodných turnajov v zahraničí.

Chcela by som pritiahnúť mládež k basketbalu a boli by som rada, keby mesto a kraj viac podporovali rozvoj športu.

Taktiež, čoby bolo novinkou v turnaji a vôbec na Slovensku, je vozičkársky basketbal. Žilina nedisponuje basketbalovou bezbariérovou halou. Všade vo svete je vozičkársky basketbal súčasťou turnajov. Preto si myslím, že je to výborný prostriedok ako pritiahnúť čo najväčšie množstvo sponzorov, divákov a účastníkov a zároveň im priblížiť šport hendikepovaných.

Taktiež navrhujem pripraviť pre všetkých účastníkov bohatý sprievodný program. Na jeho tvorbe uvažujem spolupracovať s mestom a krajom Žilina.

### 4.2 Žilina cup

Žilina cup je medzinárodný basketbalový turnaj. Nultý ročník sa konal v roku 2013 len v kategórii dievčatá staršie mini.



V roku 2015 a v ďalších ročníkoch turnaja navrhujem turnaj rozšíriť o ďalšie vekové kategórie a spraviť taktiež kategóriu chlapcov, mužov.

Turnaj by bol organizovaný so zámerom priniesť basketbal do radov mladších ročníkov a obnoviť basketbalovú tradíciu v Žiline.

Turnaj by nadväzoval na týždeň Žilina žije športom. Sprievodný program samozrejme nebude chýbať. Najväčším lákadlom a zároveň inováciou turnaju bude streetball basketbal na vozníku spolu s klasickým streetballom, ktorý sa bude konať počas sprievodného programu.

Dlhodobým cieľom je, aby sa v Žiline vybudovala nová bezbariérová športová hala, ktorá bude slúžiť všetkým nadšencom športu.

Turnaj by bol organizovaný pod záštitou mesta, ktorý by bol hlavným sponzorom turnaja.

Konal v troch telocvičniach. Bohužiaľ mesto už nedisponuje športovou halou, v ktorej by bola možnosť odohrať všetky zápasy na jednom mieste.

Negatívnou stránkou týchto telocviční je, že sa nenachádzajú blízko seba a iba jedna telocvičňa spĺňa oficiálne podmienky pravidiel FIBA. Avšak ostatné telocvične majú výnimku, vďaka ktorej sa tu zápasy môžu konať.

V blízkosti každej telocvične sa nachádza škola s jedálňou, kde sa účastníci budú stravovať.

Celý turnaj by mal trvať 5 dní aj so sprievodným programom. Ten prebehne s registráciou účastníkov v prvý deň turnaja.

Pre predstavu a pre vytvorenie programu, pravidiel a herného systému uvažujem so 49 družstvami.

#### **4.2.1 Pravidlá turnaja**

Pravidla turnaja sa riadia s FIBA pravidlami pre všetky vekové kategórie s výnimkami:

- družstvo si môže zobrať 1 time-out za štvrtinu;
- hráč môže mať maximálne 4 osobné chyby;
- družstvo môže mať maximálne 3 fauly za štvrtinu;
- v prípade zhody skóre, hra sa bude predlžovať o 2 min.

### **Skupiny**

- skupiny o 3,4 alebo 5 družstiev hrajú systémom každý s každým;
- v skupine so 6,8 alebo 10 družstvami budú vytvorené dve skupiny po 3 družstvách, kde odohrajú systémom každý s každým, pričom víťazi skupín postúpia do finále, ostatné družstvá budú hrať podľa poradia o ďalšie umiestnenia;
- v skupine so 12 družstvami alebo 16 družstvami budú 4 skupiny, kde jednotlivé družstvá budú vyžrebované. V skupinách odohrajú družstvá každý s každým a podľa poradia postúpia do finálových bojov.

### **Hrací čas**

- každá skupina s výnimkou chlapcov a dievčat U12 hrajú 4 x 8 min čistého času;
- pol čas trvá 5 min;
- prestávka medzi štvrtinami a time-outom sú v trvaní 1 minúty;
- chlapci a dievčatá U12 hrajú 4 x 6 min čistého času.

### **Lopty**

- hrá sa s loptami príslušnými patričnej vekovej kategórie, ktoré určujú pravidla FIBA.

### **Rozpis zápasov**

Rozpis je usporiadaný pre hranie v 3 telocvičniach, keďže ostatné telocvične nie sú prispôbené na medzinárodné telocvične. Harmonogram je nabitý, ale rátame s prípadným predlžovaním. Kategórie v jednotlivých telocvičniach sú namiešané pre spestrenie a zvýšenie atraktivity zápasov. Rozpis zápasov sa nachádza v (prílohe 1).

### 4.3 Inovácie v turnaji

Dôležitou úlohou pri organizácii turnaja je niečím ho ozvláštniť, aby účastníci mali dôvod prísť, aj keď sa nachádzajú tisíce kilometrov ďaleko.

Ale dobre pripravený turnaj nemôže byť len pre účastníkov. Každá takáto športová akcia potrebuje sponzorov, preto je potrebné zabezpečiť, aby potenciálni sponzori mali záujem prispieť na turnaj svojimi finančnými prostriedkami alebo poskytnutím protislužby.

Prvým z návrhov na vylepšenie je usporiadať pred turnajom pre Žilinčanov športový týždeň pod názvom Žilina žije športom. Vrcholom tohto týždňa by bol práve spomínaný turnaj, kde samotní účastníci budú mať sprievod mestom. Počas celého týždňa budú predstavované jednotlivé športy, kde si ich občania budú môcť vyskúšať. Navrhujem spolupracovať ako so základnými školami, tak so strednými a aj s vysokou školou.

Takže to bude určené pre všetkých ľudí ,odhliadnuc od veku, pohlavia či fyzickej zdatnosti. Verím, že tento týždeň bude výborný propagačný prostriedok na turnaj.

Ako som spomínala vrcholom a ukončením športového týždňa bude zahájenie turnaja, ktorý sa by sa konal na námestí Žiliny. Každý tím tam bude predstavený a každej krajine zahrá patričná hymna.

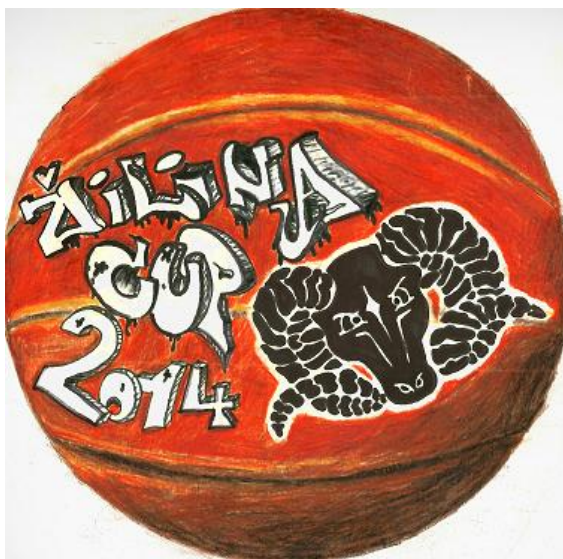
Po skončení ceremoniálu bude pokračovať program v hraní basketbalu na námestí. Budú pripravené rôzne súťaže pre deti, kde budú môcť vyhrať nejaké drobnosti.

Ako vrchol tejto akcie bude streetball na vozíku. Vozičkársky basketbal je veľmi zaujímavá hra, ktorú by som navrhovala zaradiť v ďalších rokoch ako samostatnú kategóriu, no zatiaľ mesto Žilina nedisponuje funkčnou bezbariérovou basketbalovou halou.

Pokračovaním pre účastníkov bude Garden party, ktorá sa uskutoční v Budatínskom parku. Účastníkov, tam budú čakať švédske stoly, ale aj diskotéka a rôzne súťaže. Zároveň budú mať šancu si pozrieť krásnu historickú dominantu Žiliny.

Ako ďalšiu inováciou navrhujem zabezpečiť prehliadku historických pamiatok mesta a iných zaujímavostí tak, aby sa dozvedeli účastníci aj o našom krásnom kraji. Preto každý dostane bulletin turnaja, bedeker mesta Žiliny a ďalšie propagačné materiály. Taktiež je pre každého účastníka pripravené turnajové tričko, perníky s logom klubu a logom turnaja, basketbalová kľúčenka, prívesky a podobne.

Inováciou je aj logo turnaja, ktoré som navrhla sama a následne spracovala v počítači, (obr. 2).



Obrázok č. 2: Návrh loga na turnaj

#### 4.4 Kalkulácia turnaja

V nasledujúcej kapitole je navrhnutý predbežný rozpočet so všetkými nákladmi na organizáciu turnaja.

##### 4.4.1 Zahájenie turnaja

Sprievodný program bude zabezpečený hlavným partnerom mestom Žilina a ostatnými sponzormi turnaja. Bude pokračovaním športového týždňa Žilina žije športom. Koná v deň registrácií účastníkov. Sprievodný program zabezpečí mesto Žilina, nebudú chýbať na nej umelci, hudba, občerstvenie.

Pre účastníkov bude tiež pripravená Garden party, na ktorej sa budú švédské stoly s následnou diskotékou a súťažami. Ceny budeme mať od sponzorov. Diskotéku zabezpečí DJ. Cena na jedného účastníka na jedlo predstavuje 10 €. Celkový rozpočet na náklady na zahájenie turnaju sú uvedené v (tab. 17).

Tabuľka č. 17: Kalkulácia zahájenia turnaja

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	ZAHÁJENIE TURNAJA		
	SUMA		Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje
	Na jedného účastníka	Celkom	
<b>Celkový počet účastníkov</b>	10,00 €	8 850,00 €	885
<b>Počet dobrovoľníkov pri zahájení</b>	10,00 €	150,00 €	15
<b>Počet organizátorov</b>	10,00 €	30,00 €	3
<b>Mzda pre DJ/komentátora</b>	0,11 €	100,00 €	885
<b>CELKOM</b>	<b>10,11 €</b>	<b>9 130,00 €</b>	<b>903</b>

Vysvetlivky:

Stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a, stĺpec s názvom Celkom = b, stĺpec s názvom Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

$a_1 = 10,00 \text{ €}; a_2 = 10,00 \text{ €}; a_3 = 10,00 \text{ €}; a_4 = b_4 (100,00 \text{ €}) / c_4 (885); a_5 (10,11 \text{ €}) = b_5 (9 130,00 \text{ €}) / c_5 (903); b_1 (8 850,00 \text{ €}) = a_1 (10,00 \text{ €}) * c_1 (885); b_2 (150,00 \text{ €}) = a_2 (10,00 \text{ €}) * c_2 (15); b_3 (30,00 \text{ €}) = a_3 (10,00 \text{ €}) * c_3 (3); b_4 = 100,00 \text{ €}; c_5 (9 130,00 \text{ €}) = b_1 + b_2 + b_3 + b_4; c_1 = 885, c_2 = 15, c_3 = 3, c_4 = 885, c_5 (903) = c_1 (885) + c_2 (15) + c_3 (3).$

#### 4.4.2 Ubytovanie

Účastníci budú ubytovaní v hoteloch s patričným sociálnym zariadením. Ubytovne sa bohužiaľ nenachádzajú v úplnej blízkosti telocviční, ale účastníci budú disponovať kartičkami na MHD, mapou a presnými inštrukciami ako sa dostať do telocvične, takže nebudú mať problém s presunom. Prehľadné grafické zobrazenie nákladov na ubytovanie je zobrazené v (tab. 18).

**Tabuľka č. 18: Kalkulácia nákladov na ubytovanie**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	NÁKLADY NA UBYTOVANIE		
	SUMA		Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje
	Na jedného účastníka	Celkom	
Ubytovanie pre zahraničných účastníkov 1 noc	10,00 €	8 250,00 €	825
<b>Celkom ubytovanie pre zahraničných účastníkov 4 noci</b>	<b>40,00 €</b>	<b>33 000,00 €</b>	<b>825</b>

Vysvetlivky:

Stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b; stĺpec s názvom Počet účastníkov na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

$a_1 = 10,00 \text{ €}$ ,  $a_2 (40,00 \text{ €}) = a_1 (10,00 \text{ €}) * 4 \text{ dni}$ ;  $b_1 (8\,250,00 \text{ €}) = a_1 (10,00 \text{ €}) * c_1 (825)$ ;  $b_2 (33\,000,00 \text{ €}) = a_2 (40,00 \text{ €}) * c_2 (825)$ ;  $c_1$  až  $c_2 = 825$ .

**4.4.3 Stravovanie**

Stravovanie bude prebiehať v školských zariadeniach (školských jedálni), ktoré sa nachádzajú neďaleko miesta telocvične, kde účastníci budú hrať.

Prvý deň turnaja (štvrtok) účastníci majú jedlo vo vlastnej réžii. Večer budú mať spomínanú Garden party, ktorá je vyčíslená pri zahájení turnaju.

Piatok – pondelok pre zahraničných účastníkov budú pripravené raňajky, obed, večera. Posledný deň turnaja, t. j. v pondelok bude pre zahraničných účastníkov bude miesto večere pripravený cestovný balíček s jedlom.

Domáci účastníci sa budú stravovať rovnako ako zahraniční účastníci okrem raňajok a poslednej večere v pondelok, ktoré nemajú zahrnuté v cene. Grafické spracovanie nákladov na stravovanie je zobrazené v (tab. 19).

Tabuľka č. 19: Kalkulácia nákladov na stravovanie

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	NÁKLADY NA STRAVOVANIE		
	SUMA		Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje
	Na jedného účastníka	Celkom	
Strava na 1 deň pre 1 zahraničného účastníka - raňajky, obed, večera (piatok, sobota, nedeľa, pondelok)	8,00 €		
Strava na 1 deň pre 1 domáceho účastníka - obed, večera (piatok, sobota, nedeľa)	7,00 €		
Strava pre domáceho účastníka – pondelok	4,50 €		
<b>celkom strava - 2. až 5. deň (zahraničný účastníci)</b>	32,00 €	26 400,00 €	825
<b>celkom strava - 2. až 5. deň (domáci účastníci)</b>	25,50 €	1 530,00 €	60

#### Vysvetlivky:

Stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b; stĺpec s názvom Počet účastníkov na ktorých sa suma vzťahuje = c.

#### Použité vzorce:

$a_1 = 8,00 \text{ €}; a_2 = 7,00 \text{ €}; a_3 = 4,50 \text{ €}; a_4 (32,00 \text{ €}) = a_1 (8,00 \text{ €}) * 4 \text{ dni}; a_5 (25,50 \text{ €}) = (a_2 (7,00 \text{ €}) * 4) + a_3 (4,50); b_4 (26 400,00 \text{ €}) = a_4 * 825; b_5 (1 530,00 \text{ €}) = a_5 (25,50 \text{ €}) * 60; c_4 = 825 \text{ (zahraničný účastníci)}, c_5 = 60 \text{ (domáci účastníci)}.$

#### 4.4.4 Prenajatie telocvične

Turnaj sa bude konať v troch rôznych telocvičniach, ale ceny prenájmu sú rovnaké. Cena telocvične počas konania turnaja činí 12 €/hod.

Každý telocvična počas celého turnaju bude prenajatá na 20 hodín na deň. Celý sumár nákladov na prenájom telocviční je zobrazený v (tab. 20).

**Tabuľka č. 20: Kalkulácia prenájmu telocvične**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	PRENÁJOM TELOCVIČNE		
	SUMA		Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje
	Na jedného účastníka	Celkom	
<b>Cena na hodinu prenájmu</b>	0,01 €	12,00 €	885
<b>Cena na 20 h prenájmu – 1 telocvičňa</b>	0,27 €	240,00 €	885
<b>CELKOM - všetky 3 telocvične</b>	<b>0,81 €</b>	<b>720,00 €</b>	<b>885</b>

Vysvetlivky:

Stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a, stĺpec s názvom Celkom = b, stĺpec s názvom Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

$a_1 (0,01 \text{ €}) = b / c$ ;  $a_2 (0,27 \text{ €}) = b_2 (240,00 \text{ €}) / c (885)$ ;  $a_3 (0,81 \text{ €}) = b_3 (720,00 \text{ €}) / c (885)$ ;  $b_1 = 12,00 \text{ €}$ ;  $b_2 = 20 \text{ hod} * b_1 (12,00 \text{ €})$ ;  $b_3 (720,00 \text{ €}) = b_2 (240,00 \text{ €}) * 3$  (počet telocviční, v ktorých sa hrá);  $c_1$  až  $c_3 = 885$ .

**4.4.5 Delegácia rozhodcov**

Na celý turnaj bude potrebné zabezpečiť 27 rozhodcov. Prvý až tretí deň turnaju budú písať všetci 27 rozhodcovia, štvrtý deň, kedy sa budú hrať finálové zápasy sa vyberie z celkového počtu 18 najlepších (po každom zápase tréneri ohodnotia výkon rozhodcu známku, rozhodcovia ktorí budú mať najlepší priemer budú písať druhý deň finálové boje).

Rozhodcovská účasť bude medzinárodná. Stravovanie je zabezpečené pre všetkých rozhodcov, vrátane tých, ktorý majú trvalé bydlisko v žilinskom kraji). Strava sa nezapočítava do mzdy rozhodcov.

Ubytovanie je zabezpečené pre všetkých rozhodcov, ktorý nemajú trvalé bydlisko v žilinskom kraji a pre tých, ktorý požiadali o ubytovanie. Ubytovanie zabezpečuje organizátor turnaja a nie je započítané do mzdy rozhodcov.

Na jeden zápas je mzda pre jedného rozhodcu 10 € bez rozdielu vekovej kategórie. Prehľadné grafické spracovanie nákladov na delegáciu rozhodcov nájdete v (tab. 21).



Tabuľka č. 21: Kalkulácia nákladov na rozhodcov

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	NÁKLADY NA ROZHODCOV		
	SUMA		Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje
	Na jedného účastníka	Celkom	
mzda pre jedného rozhodcu na 1 zápas	0,01 €	10,00 €	885
mzda pre všetkých rozhodcov na zápas	0,03 €	30,00 €	885
<b>mzda pre všetkých rozhodcov na celý turnaj</b>	<b>3,59 €</b>	<b>3 180,00 €</b>	<b>885</b>
náklady na ubytovanie na 1 deň	0,01 €	10,00 €	885
náklady na ubytovanie – 3 dni pre 9 rozhodcov	0,31 €	270,00 €	885
náklady na ubytovanie – 4 dni pre 18 rozhodcov	0,81 €	720,00 €	885
<b>náklady na ubytovanie celkom</b>	<b>1,12 €</b>	<b>990,00 €</b>	<b>885</b>
náklady na stravovanie 1 deň	0,01 €	8,00 €	885
náklady na stravovanie – 3 dni pre 9 rozhodcov	0,24 €	216,00 €	885
náklady na ubytovanie – 4 dni pre 18 rozhodcov	0,65 €	576,00 €	885
<b>náklady na stravovanie celkom</b>	<b>0,89 €</b>	<b>792,00 €</b>	<b>885</b>
Celkom náklady na 9 rozhodcov na 3 dni	0,55 €	486,00 €	885
Celkom náklady na 18 rozhodcov na 4 dni	1,46 €	1 296,00 €	885
<b>Celkové náklady</b>	<b>5,60 €</b>	<b>4 962,00 €</b>	<b>885</b>

Vysvetlivky:

stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b, stĺpec s názvom Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

a1 (0,01 €) = b1 (10,00 €) / c1 (885); a2 (0,03 €) = b2 (30,00 €) / c2 (885), a3 (3,59 €) = b3 (3 180,00 €) / c3 (885); a4 (0,01 €) = b4 (10,00 €) / c4 (885); a5 (0,31 €) = b5 (270,00 €) / c5 (885); a6 (0,81 €) = b6 (720,00 €) / c6 (885); a7 (1,12 €) = b7 (990,00 €) / c7 (885); a8 (0,01 €) = b8 (8,00 €) / c8 (885); a9 (0,24 €) = b9 (216,00 €) / c9 (885); a10 (0,65 €) = b10 (576,00 €) / c10 (885); a11 (0,89 €) = b11 (792,00 €) / c11 (885); a12 (0,55 €) = b12 (489,00 €) / c12 (885); a13 (1,46 €) = b13 (1 296,00 €) / c13 (885)

(885); a14 (5,60 €) = b14 (4 962,00 €) / c14 (885); b1 = 10,00 €; b2(30,00 €) = b1 (10,00 €) \* 3 rozhodcovia; b3 (3 180,00 €) = b2 (30,00 €) \* 106 (všetky zápasy); b4 = 10,00 €, b5 (270,00 €) = (b4 (10,00 €) \* 3 dni) \* 9 rozhodcov; b6 (720,00 €) = (b4 (10,00 €) \* 4 dni) \* 18 rozhodcov; b7 (990,00 €) = b5 (270,00 €) + b6 (720,00 €); b8 = 8,00 €; b9 (216,00 €) = (b8 (8,00 €) \* 3 dni) \* 9 rozhodcov; b10 (576,00 €) = (b8 (8,00 €) \* 4 dni) \* 18 rozhodcov; b11 (792,00 €) = b9 (216,00 €) + b10 (576,00 €); b12 (486,00 €) = b5 (270,00 €) + b9 (216,00 €); b13 (1 296,00 €) = b6 (720,00) + b10 (576,00 €); b14 (4 962,00 €) = b3 (3 180,00 €) + b7 (990,00 €) + b11 (792,00 €); c1 až c14 = 885.

#### 4.4.6 V. I. P. bufet pre rozhodcov

Počas turnaja bude pripravené pre rozhodcov pripravené špeciálne občerstvenie, ktoré je nad rámec stravy ako majú ostatný účastníci. Toto občerstvenie je organizátor povinný pripraviť. Na výber budú mať obložené chlebíky, koláče a pitie. Grafické spracovanie nákladov na V. I. P. bufet pre rozhodcov je zobrazené v (tab. 22).

Tabuľka č. 22: Kalkulácia nákladov na V. I. P. bufet

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	Náklady na V. I. P. bufet		
	SUMA		Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje
	Na jedného účastníka	Celkom	
cena 1 ks chlebíčku – priemer	0,0012 €	1,10 €	885
cena 40 ks chlebíkov na 1 deň	0,05 €	44,00 €	885
cena chlebíkov na turnaj v troch telocvičniciach	0,60 €	528,00 €	885
cena 1 ks koláča - priemer	0,0003 €	0,30 €	885
cena 40 ks koláčov na deň	0,01 €	12,00 €	885
cena koláčov na turnaj	0,16 €	144,00 €	885
cena pitia na deň	0,01 €	8,10 €	885
cena pitia na turnaj	0,04 €	32,40 €	885
<b>suma spolu</b>	<b>0,80 €</b>	<b>704,40 €</b>	<b>885</b>

Vysvetlivky:

Stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b; stĺpec s názvom Počet účastníkov na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

$a_1 (0,0012 \text{ €}) = b_1 (1,10 \text{ €}) / c_1 (885)$ ;  $a_2 (0,05 \text{ €}) = b_2 (44,00 \text{ €}) / c_2 (885)$ ;  $a_3 (0,60 \text{ €}) = b_3 (528,00 \text{ €}) / c_3 (885)$ ;  $a_4 (0,0003 \text{ €}) = b_4 (0,30 \text{ €}) / c_4 (885)$ ;  $a_5 (0,01 \text{ €}) = b_5 (12,00 \text{ €}) / c_5 (885)$ ;  $a_6 (0,16 \text{ €}) = b_6 (144,00 \text{ €}) / c_6 (885)$ ;  $a_7 (0,01 \text{ €}) = b_7 (8,10 \text{ €}) / c_7 (885)$ ;  $a_8 (0,04 \text{ €}) = b_8 (32,40 \text{ €}) / c_8 (885)$ ;  $a_9 (0,80 \text{ €}) = b_9 (704,40 \text{ €}) / c_9 (885)$ ;  $b_1 = 1,10 \text{ €}$ ;  $b_2 (44,00 \text{ €}) = b_1 (1,10 \text{ €}) * 40 \text{ ks}$ ;  $b_3 (528,00 \text{ €}) = (b_2 (44,00 \text{ €}) * 4 \text{ dni}) * 3 \text{ telocvične}$ ;  $b_4 = 0,30 \text{ €}$ ;  $b_5 (12,00 \text{ €}) = b_4 (0,30 \text{ €}) * 40 \text{ ks}$ ;  $b_6 (144,00 \text{ €}) = ((b_4 (0,30 \text{ €}) * 40 \text{ ks}) * 4 \text{ dni}) * 3 \text{ telocvične}$ ;  $b_7 = 8,10 \text{ €}$ ;  $b_8 (32,40 \text{ €}) = b_7 (8,10 \text{ €}) * 4 \text{ ks}$ ;  $b_9 (704,40 \text{ €}) = b_3 (528,00 \text{ €}) + b_6 (144,00 \text{ €}) + b_8 (32,40 \text{ €})$ ;  $c_1 \text{ až } c_9 = 885$ .

#### 4.4.7 SOZA

Pre zabezpečenie hudobného doprovodu musí byť zo zákona zaplatené licenčné práva. Cena je podľa platného sadzovníku Slovenského ochranného zväzu autorského (SOZA). Grafické zobrazenie nákladov na licenčné práva sú zobrazené v (tab. 23).

Tabuľka č. 23: Kalkulácia nákladov na zaplatenie licenčných práv – SOZA

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	Náklady na zaplatenie licenčných práv - SOZA		
	SUMA		Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje
	Na jedného účastníka	Celkom	
<b>cena na 1 deň v 3 telocvičniach</b>	0,34 €	300,00 €	885
<b>cena na 4 dni</b>	<b>1,36 €</b>	<b>1 200,00 €</b>	<b>885</b>

Vysvetlivky:

stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b, stĺpec s názvom Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

$a_1 (0,34 \text{ €}) = b_1 (300,00 \text{ €}) / c_1 (885)$ ;  $a_2 (1,36 \text{ €}) = b_2 (1\,200,00 \text{ €}) / c_2 (885)$ ;  $b_1 (300,00 \text{ €}) = 3 \text{ telocvične} * \text{taxa na 1 deň} (100,00 \text{ €})$ ;  $b_2 (1\,200,00 \text{ €}) = b_2 (300,00 \text{ €}) * 4 \text{ dni}$ ;  $c_1 \text{ a } c_2 = 885$ .

#### 4.4.8 Zápis zápasov

Na každom zápase musí byť zapisovateľ a časomerač. Na celý turnaj je potrebné zabezpečiť 36 zapisovateľov.

Na jeden zápas musia byť prítomní 3 zapisovači, pričom každý ma na starosti inú činnosť - čas, zápis, signalizačnú tabuľu. Celkom v jeden telocvični bude potrebných 12 zapisovateľov aby si mohli oddýchnuť. Spolu vyhodnotia 106 zápasov pričom odmena za 1 zápas je 2,00 €. Zapisovatelia budú preškolený a budú mať znalosť o slovenskom zápise. Celkové náklady na zapisovateľov sú zobrazené v (tab. 24).

Tabuľka č. 24: Kalkulácia nákladov na zapisovateľov

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	NÁKLADY NA ZAPISOVATEĽOV		
	SUMA		Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje
	Na jedného účastníka	Celkom	
mzda na 1 zápas pre jedného zapisovateľa	0,0023 €	2,00 €	885
mzda pre 3 zapisovateľov na 1 zápas	0,01 €	6,00 €	885
<b>náklady na mzdu pre zapisovateľov na celý turnaj celkom</b>	<b>0,72 €</b>	<b>636,00 €</b>	<b>885</b>
náklad na stravu na 1 deň pre 1 zapisovateľa	0,01 €	7,00 €	885
náklady na stravu na celý turnaj pre 1 zapisovateľa	0,03 €	28,00 €	885
náklady na stravu pre všetkých 36 zapisovateľov na celý turnaj	1,14 €	1 008,00 €	885
<b>Celkom náklady na zapisovateľov na turnaj</b>	<b>1,86 €</b>	<b>1 644,00 €</b>	<b>885</b>

Vysvetlivky:

stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b, stĺpec s názvom Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

$a_1 (0,0023 \text{ €}) = b_1 (2,00 \text{ €}) / c_1 (885)$ ;  $a_2 (0,01 \text{ €}) = b_2 (6,00 \text{ €}) / c_2 (885)$ ;  $a_3 (0,72 \text{ €}) = b_3 (636,00 \text{ €}) / c_3 (885)$ ,  $a_4 (0,01 \text{ €}) = b_4 (7,00 \text{ €}) / c_4 (885)$ ,  $a_5 (0,03 \text{ €}) = b_5 (28,00 \text{ €}) / 885$ ;  $a_6 (1,14 \text{ €}) = b_6 (1\ 008,00 \text{ €}) / c_6 (885)$ ;  $a_7 (1,86 \text{ €}) = b_7 (1\ 644,00 \text{ €}) / c_7 (885)$ ;  $b_1 = 2,00 \text{ €}$ ;  $b_2 (6,00 \text{ €}) = b_1 (2,00 \text{ €}) * 3$  zapisovatelia;  $b_3 (636,00 \text{ €}) = b_2 (6,00 \text{ €}) * 106$  zápasov;  $b_4 = 7,00 \text{ €}$ ;  $b_5 (28,00 \text{ €}) = b_4 (7,00 \text{ €}) * 4$  dni;  $b_6 (1\ 008,00 \text{ €}) = b_5 (28,00 \text{ €}) * 36$  zapisovateľov;  $b_7 (1\ 644,00 \text{ €}) = b_3 (636,00 \text{ €}) + b_6 (1\ 008,00 \text{ €})$ ;  $c_1$  až  $c_7 = 885$ .

#### 4.4.9 Poistenie

Poistenie závisí od spoločnosti, s ktorou uzavrie organizátor poistnú zmluvu.

Poist'ovne poskytujú postenie:

- špeciálne poistné riziká – podujatie
- na šport
- nekonanie akcie
- poistenie zodpovednosti
- krátkodobé úrazové poistenie

Cena závisí od poisťovne, od počtu účastníkov. Grafické spracovanie nákladov na poistenie je zobrazené v (tab. 25).

Tabuľka č. 25: Kalkulácia nákladov na poistenie

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	Náklady na poistenie		
	SUMA		Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje
	Na jedného účastníka	Celkom	
poistenie na turnaj	0,23 €	200,00 €	885

Vysvetlivky:

Stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b; stĺpec s názvom Počet účastníkov na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

$a_1 (0,23 \text{ €}) = b_1 (200,00 \text{ €}) / c_1 (885)$ ;  $b_1 = 200,00 \text{ €}$ ;  $c_1 = 885$ .

#### 4.4.10 DJ/komentátor

Aby turnaj bol zaujímavý ako pre divákov tak pre účastníkov bude turnaj spravovať DJ, ktorý zároveň bude komentovať zápasy, vyhlasovať a predstavovať hráčov pri začatí zápasov. Ide nám o komfort pre všetkých zúčastnených turnaja a aby sa na ňom dobre cítili. Prehľadné grafické spracovanie nákladov na DJ/komentátora je zobrazené v (tab. 26).

Tabuľka č. 26: Kalkulácia nákladov na DJ/komentátora

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	DJ/komentátor		
	SUMA		Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje
	Na jedného účastníka	Celkom	
mzda pre DJ/komentátora na deň	0,06 €	50,00 €	885
mzda pre DJ/komentátora na turnaj v 3 telocvičniciach	0,68 €	600,00 €	885
náklady na stravu na 1 deň	0,01 €	7,00 €	885
náklady na stravu na turnaj	0,09 €	84,00 €	885
<b>Náklady celkom</b>	<b>0,77 €</b>	<b>684,00 €</b>	<b>885</b>

Vysvetlivky:

Stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b; stĺpec s názvom Počet účastníkov na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

$a_1 (0,06 \text{ €}) = b_1 (50,00 \text{ €}) / c_1 (885)$ ;  $a_2 (0,68 \text{ €}) = b_2 (600,00 \text{ €}) / c_2 (885)$ ;  $a_3 (0,01 \text{ €}) = b_3 (7,00 \text{ €}) / c_3 (885)$ ;  $a_4 (0,09 \text{ €}) = b_4 (84,00 \text{ €}) / c_4 (885)$ ;  $a_5 (0,77 \text{ €}) = b_5 (648,00 \text{ €}) / c_5 (885)$ ;  $b_1 = 50,00 \text{ €}$ ;  $b_2 (600,00 \text{ €}) = (b_1 (50,00 \text{ €}) * 3 \text{ telocvične}) * 4 \text{ dni}$ ;

b3 = 7,00 €; b4 (84,00 €) = (b3 (7,00 €) \* 3 komentátori) \* 4 dni; b5 (648,00 €) = b2 (600,00 €) + b4 (684,00 €); c1 až c5 = 885.

#### 4.4.11 Predmety pre účastníkov v cene štartovného

Pre športovcov sme pripravil v rámci štartovného tričko, (obr.8). To dostane každý účastník. Taktiež každý účastník dostane perník, (obr. 10) a kľúčenku (obr. 3) a ďalšie vecné ceny od sponzorov. Ďalšej sme pre nich pripravili turnajové mikiny (obr. 9), tie si budú môcť zakúpiť, ale najlepších 45 hráčov turnaja, ktorí sa budú vyhlasovať na jeho konci ich dostanú v rámci ocenenia. Grafické spracovanie nákladov na predmety pre účastníkov sú zobrazené v (tab. 27).

Tabuľka č. 27: Kalkulácia nákladov na predmety pre účastníkov v cene štartovného

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	PREDMETY PRE ÚČASTNÍKOV V CENE ŠTARTOVNÉHO		
	SUMA		Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje
	Na jedného účastníka	Celkom	
tričko s potlačou 1 ks	5,00 €		
náklady na všetky trička s potlačou 1000 ks	5,65 €	5 000,00 €	885
náklady na mikinu s potlačou 1 ks	15,00 €		
náklady na všetky mikni s potlačou 45 ks	0,76 €	675,00 €	885
náklady na perník 1 ks	0,50 €		
náklady na všetky perníky 1000 ks	0,56 €	500,00 €	885
náklady na tlač bulletinu 1 ks	1,00 €		
náklady na tlač bulletinu 885 ks	1,00 €	885,00 €	885
náklady na basketbalovú kľúčenku 1 ks	0,70 €		
náklady na basketbalovú kľúčenku 1000 ks	0,79 €	700,00 €	885
<b>Náklady celkom</b>	<b>8,77 €</b>	<b>7 760,00 €</b>	<b>885</b>

Vysvetlivky:

Stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b; stĺpec s názvom Počet účastníkov na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

$a_1 = 5,00 \text{ €}$ ;  $a_2 (5,65 \text{ €}) = b_2 (5\ 000,00 \text{ €}) / c_2 (885)$ ;  $a_3 = 15,00 \text{ €}$ ;  $a_4 (0,76 \text{ €}) = b_4 (675,00 \text{ €}) / c_4 (885)$ ;  $a_5 = 0,50 \text{ €}$ ;  $a_6 (0,56 \text{ €}) = b_6 (500,00 \text{ €}) / c_6 (885)$ ;  $a_7 = 1,00 \text{ €}$ ;  $a_8 (1,00 \text{ €}) = b_8 (885,00 \text{ €}) / c_8 (885)$ ;  $a_9 = 0,70 \text{ €}$ ;  $a_{10} (0,79 \text{ €}) = b_{10} (700,00 \text{ €}) / c_{10} (885)$ ;  $a_{11} (8,77 \text{ €}) = b_{11} (7\ 760,00 \text{ €}) / c_{11} (885)$ ;  $b_2 (5\ 000,00 \text{ €}) = a_1 (5,00 \text{ €}) * 1\ 000 \text{ ks}$ ;  $b_4 (675,00 \text{ €}) = a_3 (15,00 \text{ €}) * 45 \text{ ks}$ ;  $a_6 (500,00 \text{ €}) = a_5 (0,50 \text{ €}) * 1\ 000 \text{ ks}$ ;  $a_8 (885,00 \text{ €}) = a_7 (1,00 \text{ €}) * 885 \text{ ks}$ ;  $a_{10} (700,00 \text{ €}) = a_9 (0,70 \text{ €}) * 1\ 000 \text{ ks}$ ;  $b_{12} (7\ 760,00 \text{ €}) = b_2 (5\ 000,00 \text{ €}) + b_4 (675,00 \text{ €}) + b_6 (500,00 \text{ €}) + a_8 (885,00 \text{ €}) + b_{10} (700,00 \text{ €})$ ;  $c_2, c_4, c_6, c_8, c_{10}, c_{12} = 885$ .



Obrázok č. 3: Basketbalová kľúčienka

(Zdroj: www.maad.sk)

#### 4.4.12 Športové trofeje

Pre víťazov, ale aj pre iných účastníkov sú pripravené vecné ceny. V každej kategórii budú ocenené najlepšie 3 družstvá, ktoré dostanú pohár (obr. 4), medaile (obr. 5), diplom. Na konci turnaja tréneri vyberú v každej vekovej kategórii 5 najlepších hráčov, ktorý dostanú vecné ceny od sponzorov turnaja, sošku (obr.6 ) a mikinu turnaja (obr. 9) Bude vyhodnotených aj najlepších trénerov. Budú to tréneri víťazných družstiev, každý z nich dostane sošku (obr.7) a vecné ceny od sponzorov.

Prehľadné grafické zobrazenie nákladov na športové trofeje pre účastníkov nájdete v (tab. 28).



Obrázok č. 4: Trofej pre víťazov

(Zdroj: www.maad.sk)



Obrázok č. 5: Medaila pre víťazov

(Zdroj: www.maad.sk)



Tabuľka č. 28: Kalkulácia nákladov na športové trofeje

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	NÁKLADY NA ŠPORTOVÉ TROFEJE		
	SUMA		Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje
	Na jedného účastníka	Celkom	
cena 1 poháru za 3 miesto - 40 cm	0,02 €	17,00 €	885
cena 1 poháru za 2 miesto - 47 cm	0,02 €	22,00 €	885
cena 1 poháru za 1 miesto - 54 cm	0,03 €	27,00 €	885
celkom cena celej sady	0,07 €	66,00 €	885
celkom cena pre 9 kategórií	0,67 €	594,00 €	885
cena emblému 1 ks	0,0002 €	0,20 €	885
cena emblémov celkom ku všetkým pohárom	0,0061 €	5,40 €	885
cena 1 štítku (11 do 20 cm <sup>2</sup> )	0,0017 €	1,50 €	885
cena štítkov celkom ku všetkým pohárom	0,0458 €	40,50 €	885
<b>suma celkom všetkých pohárov s emblémom a štítkami</b>	<b>0,72 €</b>	<b>639,90 €</b>	<b>885</b>
cena 1 medaile so stuhou a štítkom	0,0012 €	1,10 €	885
<b>suma celkom - všetky medaile 405 ks</b>	<b>0,50 €</b>	<b>445,50 €</b>	<b>885</b>
figúrky za ocenenie jednotlivcov - cena 1 ks	0,01 €	8,00 €	885
<b>suma celkom - figúrky pre hráčov - 45 ks</b>	<b>0,41 €</b>	<b>360,00 €</b>	<b>885</b>
figúrky za ocenenie najlepších trénerov 1 ks	0,01 €	9,00 €	885
<b>sumca celkom - figúrky pre trénerov - 9 ks</b>	<b>0,09 €</b>	<b>81,00 €</b>	<b>885</b>
náklady na tlač diplomu 1 ks	0,0006 €	0,50 €	885
<b>náklady na tlač všetkých diplomov 9 ks</b>	<b>0,02 €</b>	<b>13,50 €</b>	<b>885</b>
<b>Suma celkom - náklady na ceny</b>	<b>1,74 €</b>	<b>1 539,90 €</b>	<b>885</b>

Vysvetlivky:

Stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b; stĺpec s názvom Počet účastníkov na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

$a_1 (0,02 \text{ €}) = b_1 (17,00 \text{ €}) / c_1 (885)$ ;  $a_2 (0,02 \text{ €}) = b_2 (22,00 \text{ €}) / c_2 (885)$ ;  $a_3 (0,03 \text{ €}) = b_3 (27,00 \text{ €}) / c_3 (885)$ ;  $a_4 (0,07 \text{ €}) = b_4 (66,00 \text{ €}) / c_4 (885)$ ;  $a_5 (0,67 \text{ €}) = b_5 (594,00 \text{ €}) / c_5 (885)$ ;  $a_6 (0,0002 \text{ €}) = b_6 (0,20 \text{ €}) / c_6 (885)$ ;  $a_7 (0,0017 \text{ €}) = b_7 (1,50 \text{ €}) / c_7 (885)$ ;  $a_8 (0,72 \text{ €}) = b_8 (639,90 \text{ €}) / c_8 (885)$ ;  $a_9 (0,0012 \text{ €}) = b_9 (1,10 \text{ €}) / c_9 (885)$ ;  $a_{10} (0,50 \text{ €}) = b_{10} (445,50 \text{ €}) / c_{10} (885)$ ;  $a_{11} (0,01) = b_{11} (8,00 \text{ €}) / c_{11} (885)$ ;  $a_{12} (0,41 \text{ €}) = b_{12} (360,00 \text{ €}) / c_{12} (885)$ ;  $a_{13} (0,01 \text{ €}) = b_{13} (9,00 \text{ €}) / c_{13} (885)$ ;  $a_{14} (0,09 \text{ €}) = b_{14} (81,00 \text{ €}) / c_{14} (885)$ ;  $a_{15} (0,0006 \text{ €}) = b_{15} (0,15 \text{ €}) / c_{15} (885)$ ;  $a_{16} (0,01 \text{ €}) = b_{16} (4,50 \text{ €}) / c_{16} (885)$ ;  $a_{17} (1,73 \text{ €}) = b_{17} (1\,530,90 \text{ €}) / c_{17} (885)$ ;  $b_1 = 17,00 \text{ €}$ ;  $b_2 = 22,00 \text{ €}$ ;  $b_3 = 27,00 \text{ €}$ ;  $b_4 (66,00 \text{ €}) = b_1 (17,00 \text{ €}) + b_2 (22,00 \text{ €}) + b_3 (27,00 \text{ €})$ ;  $b_5 (594,00 \text{ €}) = b_4 (66,00 \text{ €}) * 9 \text{ kategórií}$ ;  $b_6 = 0,20 \text{ €}$ ;  $b_7 (5,40 \text{ €}) = (b_6 (0,20 \text{ €}) * 3 \text{ poháre}) * 9 \text{ kategórií}$ ;  $b_8 = 1,50 \text{ €}$ ;  $b_9 (40,50 \text{ €}) = (b_8 (1,50 \text{ €}) * 3 \text{ poháre}) * 9 \text{ kategórií}$ ;  $b_{10} (639,90 \text{ €}) = b_5 (594,00 \text{ €}) + b_7 (5,40 \text{ €}) + b_9 (40,50 \text{ €})$ ;  $b_{11} = 1,10 \text{ €}$ ;  $b_{12} (445,50 \text{ €}) = b_{11} (1,10 \text{ €}) * 405 \text{ ks } ((15 \text{ členov tímu} * 3 \text{ umiestnenia}) * 9 \text{ kategórií})$ ;  $b_{13} = 8,00 \text{ €}$ ;  $b_{14} (360,00 \text{ €}) = b_{13} (8,00 \text{ €}) * 45 (5 \text{ hráčov z } 9 \text{ kategórií})$ ;  $b_{15} = 9,00 \text{ €}$ ;  $b_{16} (81,00 \text{ €}) = b_{15} (9,00 \text{ €}) * 9 (1 \text{ tréner z každej kategórie})$ ;  $b_{17} = 0,50$ ;  $b_{18} (4,50) = b_{17} ((0,50 \text{ €}) * 9 \text{ kategórií}) * 3 \text{ umiestnenia}$ ;  $b_{19} (1\,539,90 \text{ €}) = b_{10} (639,90 \text{ €}) + b_{12} (445,50 \text{ €}) + b_{14} (360,00 \text{ €}) + b_{16} (81,00 \text{ €}) + b_{18} (13,50 \text{ €})$ ;  $c_1 \text{ až } c_{19} = 885$ .



**Obrázok č. 6: Soška pre najlepšieho hráča**

(Zdroj: [www.maad.sk](http://www.maad.sk))



**Obrázok č. 7: Soška pre najlepšieho trénera**

(Zdroj: [www.maad.sk](http://www.maad.sk))

#### 4.4.13 Marketing

Marketing patrí medzi najdôležitejšie veci pri konaní nejakej športovej akcie. Nielenže sa tým propaguje samotná akcia, sponzori, ale získavajú sa aj finančné prostriedky, vďaka ktorým turnaj pre účastníkov, môže byť lacnejší, môže byť pre účastníkov a pre divákov pripravený lepší komfort, lepšie služby a lepší sprievodný program.

Pre turnaj navrhujem pripraviť tričká s logom turnaja (obr. 8) , mikinu s logom turnaja (obr. 9), perníky (obr. 10) , nafukovacie tyče na fandanie, plagáty (príloha 5), bulletiny, (príloha 6), webové stránky (príloha 3) a (príloha 4).

Grafiku som navrhovala sama, takže sa ušetria náklady za profesionálne grafické služby. Na trička aj mikiny budú umiestnené reklamy sponzorov.

Pre fanúšikov navrhujem pripraviť predmety na fandanie. Ako pamiatku na turnaj si budú môcť zakúpiť tričko, mikinu, ale ako novinku som navrhla pre nich pripraviť perníky s logom klubu a s logom turnaja. Aby sa dozvedeli o turnaji a mali prehľad o jeho dianí som navrhla bulletiny, (príloha 6), kde nájdu všetky informácie.



Obrázok č. 8: : Turnajové tričko  
(Zdroj: vlastné spracovanie)



Obrázok č. 9: Turnajová mikina  
(Zdroj: vlastné spracovanie)



Obrázok č. 10: Perník s logom klubu  
(Zdroj: vlastné spracovanie)

Prehľadné grafické zobrazenie nákladov a výnosov na marketing je zobrazené v (tab. 29).

Tabuľka č. 29: Kalkulácia nákladov a výnosov na marketing

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	NÁKLADY A VÝNOSY NA MARKETING		
	SUMA		
	Celkom NÁKLADY	suma, za ktorú sa budú predmety predávať	ROZDIEL/ZISK
náklady na tričko s potlačou 1 ks	5,00 €	15,00 €	10,00 €
náklady na tričko s potlačou 1 000 ks	5 000,00 €	15 000,00 €	10 000,00 €
náklady na mikinu s potlačou 1 ks	15,00 €	45,00 €	30,00 €
náklady na mikinu s potlačou 1 000 ks	15 000,00 €	45 000,00 €	30 000,00 €
náklady na perník 1 ks	0,50 €	1,50 €	1,00 €
náklady na perník 2 000 ks	1 000,00 €	3 000,00 €	2 000,00 €
náklady na nafukovacie tyče na fandanie 1 ks	0,25 €	0,75 €	0,50 €
náklady na nafukovacie tyče na fandanie 1000 ks	250,00 €	750,00 €	500,00 €
náklady na tlač plagátu A3 1 ks	0,34 €		
náklady na tlač plagátu 250 ks	85,00 €		-85,00 €
náklady na tlač bulletinu 1 ks	1,00 €		
náklady na tlač bulletinu 2000 ks	2 000,00 €		-2000,00 €
náklady na basketbalovú kľúčenu 1 ks	0,70 €	2,10 €	1,40 €
náklady na basketbalovú kľúčenu 1 000 ks	700,00 €	2 100,00 €	1 400,00 €
<b>Celkové náklady na marketing</b>	<b>24 035,00 €</b>	<b>65 850,00 €</b>	<b>41 815,00 €</b>

Vysvetlivky:

Stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b; stĺpec s názvom Počet účastníkov na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

$a_1 = 5,00 \text{ €}; a_2 (5\,000,00 \text{ €}) = a_1 (5,00 \text{ €}) * 1\,000 \text{ ks}; a_3 = 15,00 \text{ €}; a_4 (15\,000,00 \text{ €}) = a_3 (15,00 \text{ €}) * 1\,000 \text{ ks}; a_5 = 0,50 \text{ €}; a_6 (2\,000,00 \text{ €}) = a_5 (0,50 \text{ €}) * 2\,000 \text{ ks}; a_7 = 0,25 \text{ €}; a_8 (250,00 \text{ €}) = a_7 (0,25 \text{ €}) * 1\,000 \text{ ks}; a_9 = 0,34 \text{ €}; a_{10} (85,00 \text{ €}) = a_9 (0,34 \text{ €}) * 250 \text{ ks}; a_{11} = 1,00 \text{ €}; a_{12} (2\,000,00 \text{ €}) = a_{11} (1,00 \text{ €}) * 2\,000 \text{ ks}; a_{13} = 0,70 \text{ €}; a_{14} (700,00 \text{ €}) = a_{13} (0,70 \text{ €}) * 1\,000 \text{ ks}; a_{15} (24\,035,00 \text{ €}) = a_2 (5\,000,00 \text{ €}) + a_4 (15\,000,00 \text{ €}) + a_6 (2\,000,00 \text{ €}) + a_8 (250,00 \text{ €}) + a_{10} (85,00 \text{ €}) + a_{12} (2\,000,00 \text{ €}) + a_{14} (700,00 \text{ €}); b_1 (15,00 \text{ €}) = a_1 (5,00 \text{ €}) + ((200 \% * a_1 (5,00 \text{ €})) / 100); b_2 (15\,000,00 \text{ €}) = b_1 (15,00 \text{ €}) * 1\,000 \text{ ks}; b_3 (45,00 \text{ €}) = a_3 (15,00 \text{ €}) + ((200 \% * a_3 (15,00 \text{ €})) / 100); b_4 (45\,000,00 \text{ €}) = b_3 (45,00 \text{ €}) * 1\,000,00 \text{ ks}; b_5 (1,50 \text{ €}) = a_5 (1,50 \text{ €}) + ((200 \% * a_5 (1,50 \text{ €})) / 100); b_6 (3\,000,00 \text{ €}) = b_5 (1,50 \text{ €}) * 2\,000,00 \text{ ks}; b_7 (0,75 \text{ €}) = a_7 (0,25 \text{ €}) * ((200 \% * a_7 (0,25 \text{ €})) / 100); b_{13} (2,10 \text{ €}) = a_{13} (0,70 \text{ €}) * ((200 \% * a_{13} (0,70 \text{ €})) / 100); b_{14} (2\,100,00 \text{ €}) = b_{13} (2,10 \text{ €}) * 1\,000 \text{ ks}; c_1 (10,00 \text{ €}) = b_1 (15,00 \text{ €}) - a_1 (5,00 \text{ €}); c_2 (10\,000,00 \text{ €}) = c_1 (10,00 \text{ €}) * 1\,000 \text{ ks}; c_3 (30,00 \text{ €}) = b_3 (45,00 \text{ €}) - a_3 (15,00 \text{ €}); c_4 (30\,000,00 \text{ €}) = c_3 (30,00 \text{ €}) * 1\,000 \text{ ks}; c_5 (1,00 \text{ €}) = b_5 (1,50 \text{ €}) - a_5 (0,50 \text{ €}); c_6 (2\,000,00 \text{ €}) = b_6 (3\,000,00 \text{ €}) - a_6 (1\,000,00 \text{ €}); c_7 (0,50 \text{ €}) = b_7 (0,75 \text{ €}) - a_7 (0,25 \text{ €}); c_8 (500,00 \text{ €}) = c_7 (0,50 \text{ €}) * 1\,000 \text{ ks}; c_{10} = -85,00 \text{ €}; c_{12} = -2\,000,00 \text{ €}; c_{13} (1,40 \text{ €}) = b_{13} (2,10 \text{ €}) - a_{13} (0,70 \text{ €}); c_{14} (1\,400,00 \text{ €}) = c_{13} (1,40 \text{ €}) * 1\,000 \text{ ks}; c_{15} (41\,815,00 \text{ €}) = c_2 (10\,000,00 \text{ €}) + c_4 (30\,000,00 \text{ €}) + c_6 (2\,000,00 \text{ €}) + c_8 (500,00 \text{ €}) - c_{10} (2\,000,00 \text{ €}) - c_{12} (2\,000,00 \text{ €}) + c_{14} (1\,400,00 \text{ €}).$

#### 4.4.14 Lekárska a protipožiarna služba

Pri organizácii turnajov s väčším počtom ľudí má organizátor zákonnú povinnosť zabezpečiť lekársku starostlivosť a protipožiarnu starostlivosť. Ceny na deň sa líšia od vybavenia lekárskej a protipožiarnnej služby a od spoločnosti, ktorá danú službu ponúka. Prehľadné grafické zobrazenie nákladov na lekársku a protipožiarnu službu sú zobrazené v (tab. 30).

Tabuľka č. 30: Kalkulácia nákladov na lekársku službu a protipožiarnu službu

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	NÁKLADY NA LEKÁRSKU SLUŽBU A PROTIPOŽIARNU SLUŽBU		
	SUMA		Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje
	Na jedného účastníka	Celkom	
suma sanitky na 1 deň	0,23 €	200,00 €	885
suma sanitky na 5 dní	1,13 €	1 000,00 €	885
suma protipožiarnej služby na 1 deň	0,23 €	200,00 €	885
suma protipožiarnej služby na 5 dní	1,13 €	1 000,00 €	885
<b>suma celkom</b>	<b>2,26 €</b>	<b>2 000,00 €</b>	<b>885</b>

Vysvetlivky:

Stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b; stĺpec s názvom Počet účastníkov na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

$a_1 (0,23 \text{ €}) = b_1 (200,00 \text{ €}) / c_1 (885)$ ;  $a_2 (1,13 \text{ €}) = b_2 (1\,000,00 \text{ €}) / c_2 (885)$ ;  $a_3 (0,23 \text{ €}) = b_3 (200,00 \text{ €}) / c_3 (885)$ ;  $a_4 (1,13 \text{ €}) = b_4 (1\,000,00 \text{ €}) / c_4 (885)$ ;  $a_5 (2,26 \text{ €}) = b_5 (2\,000,00 \text{ €}) / c_5 (885)$ ;  $b_1 = 200,00 \text{ €}$ ;  $b_2 (1\,000,00 \text{ €}) = b_1 (200,00 \text{ €}) * 5 \text{ dní}$ ;  $b_3 = 200,00 \text{ €}$ ;  $b_4 (1\,000,00 \text{ €}) = b_3 (200,00 \text{ €}) * 5$ ;  $b_5 (2\,000,00 \text{ €}) = b_2 (1\,000,00 \text{ €}) + b_4 (1\,000,00 \text{ €})$ ;  $c_1 \text{ až } c_5 = 885$ .

#### 4.4.15 Sponzori

Turnaj by bol organizovaný pod záštitou mesta Žilina. Mesto by prispelo tak finančne, tak aj vecnými darmi, ktoré budú slúžiť na propagáciu mesta a kraja. Keďže turnaj je medzinárodný, bolo by možné dostať dotácie od vyššieho územného celku. Turnajom sa propaguje nielen mesto, ale aj celý kraj. Prídu zahraniční účastníci, ktorí určite budú mať záujem sa pozrieť a navštíviť krásy nášho Žilinského kraja.

Sponzorské dary budú použité ako vecné darčeky pre účastníkov, tak aj na zníženie nákladov celého turnaja a tým pádom sa to odrazí na nižšej cene štartovného, čo priláka viacej účastníkov.

Za jednu stranu v bulletine navrhujem 200,00 €, za pol strany 100,00 €, za jednu štvrtinu strany 50,00 €.

Za celé tričko a mikinu pre jedného sponzora navrhujem cenu po 200,00 €, na tričku alebo mikine nebude zobrazený žiadny iný sponzor.

Za reklamu na hráčskych preukazoch navrhujem 150,00 €. Cena je nižšia z dôvodu, že sponzor nebude môcť mať výhradné právo na samostatnú reklamu. Na kartičke bude hlavný sponzor turnaja.

Samostatná reklama s výhradným právom na letákoch by stála sponzora 200,00 €.

Za reklamu na priveskoch uvažujem o cene 100,00 €, za reklamu na predmetoch pre fandenie by bola cena 200,00 €

Za reklamné mantinely, ktoré sa budú nachádzať pri ihrisku navrhujem od sponzorov 200,00 €.

Prehľadné grafické zobrazenie kalkulácie výnosov zo sponzorov je zobrazené v (tab. 31).

**Tabuľka č. 31: Kalkulácia výnosov zo sponzorov**

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	SPONZORI		
	Na jedného účastníka	Celkom	Počet účastníkov, na ktorý sa suma vzťahuje
výnos z reklám v bulletine	1,58 €	1 400,00 €	885
výnos z reklám na tričku, mikine, hráčskych kartách, letákoch, priveskoch, predmetov na fandenie a ostatné	2,09 €	1 850,00 €	885
výnos z reklamy na mantineloch pri ihrisku	5,65 €	5 000,00 €	885
finančná dotácia od mesta	2,26 €	2 000,00 €	885
finančná dotácia od Vyššieho územného celku Žilina	3,39 €	3 000,00 €	885
finančné dotácie od ostatných partnerov	22,60 €	20 000,00 €	885
<b>SPONZORI CELKOM</b>	<b>37,57 €</b>	<b>33 250,00 €</b>	<b>885</b>



Vysvetlivky:

Stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b; stĺpec s názvom Počet účastníkov na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

$a_1 (1,58 \text{ €}) = b_1 (1\,400,00 \text{ €}) / c_1 (885)$ ;  $a_2 (2,09 \text{ €}) = b_2 (1\,850,00 \text{ €}) / c_2 (885)$ ;  
 $a_3 (5,65 \text{ €}) = b_3 (5\,000,00 \text{ €}) / c_3 (885)$ ;  $a_4 (2,26 \text{ €}) = b_4 (2\,000,00 \text{ €}) / c_4 (885)$ ;  $a_5 (3,39 \text{ €}) = b_5 (3\,000,00 \text{ €}) / c_5 (885)$ ;  $a_6 (22,60 \text{ €}) = b_6 (20\,000,00 \text{ €}) / c_6 (885)$ ;  $b_1 (1\,400,00 \text{ €}) = 7 \text{ strán po } 200 \text{ €} = 7 * 200$ ;  $b_2 (1\,850,00 \text{ €}) = 200,00 \text{ € (tričko)} + 150,00 \text{ € (hráčske preukazy)} + 200,00 \text{ € (letáky)} + 200,00 \text{ € (mikina)} + 100,00 \text{ € (príveskoch)} + 200,00 \text{ € (reklama na predmetoch na fandanie)} + 800,00 \text{ € (ostatné reklamy, napríklad na webovej stránke)}$ .

#### 4.4.16 Organizátori a dobrovoľníci

Turnaj by mali na starosti 3 pracovníci klubu, ktorí dostávajú pravidelnú mzdu a v rámci svojej práce majú aj na starosti organizáciu turnaja. Odmenu za turnaj dostanú vo výške 100,00 € za celý turnaj.

O účastníkov a hladký priebeh celého turnaju sa budú starať dobrovoľníci, ktorí budú mať na starosti pohodlie účastníkov, hladký priebeh zápasov v telocvičniach.

Dobrovoľníci mzdu ani finančnú odmenu nedostanú, ale ako kompenzáciu dostanú turnajové tričko, darčekové predmety, stravu. Prehľadné grafické zobrazenie nákladov na organizátorov a dobrovoľníkov je zobrazené v (tab. 32).

Každý dobrovoľník bude mať kartičku s označením STAFF, (obr. 11) a kartičku na cestovanie, (obr. 12) a (obr. 13).



Obrázok č. 11: Kartička STAFF

(Zdroj: vlastné spracovanie)

Tabuľka č. 32: Kalkulácia nákladov na organizátorov a dobrovoľníkov

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	Náklady na organizátorov a dobrovoľníkov		
	SUMA		Počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje
	Na jedného účastníka	Celkom	
náklady na stravovanie dobrovoľníkov a organizátorov na 1 deň	0,01 €	7,00 €	885
náklady na stravovanie dobrovoľníkov a organizátorov na 5 dní	0,04 €	35,00 €	885
náklady na stravovanie pre 3 organizátorov	0,12 €	105,00 €	885
náklady na stravovanie pre 10 dobrovoľníkov	0,40 €	350,00 €	885
náklady na odmenu pre organizátorov - pre 1 organizátora za celý turnaj	0,11 €	100,00 €	885
náklady na odmenu pre organizátorov - pre 3 organizátorov za celý turnaj	0,34 €	300,00 €	885
<b>Náklady celkom</b>	<b>0,85 €</b>	<b>755,00 €</b>	<b>885</b>

Vysvetlivky:

Stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b; stĺpec s názvom Počet účastníkov na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

$a_1 (0,01 \text{ €}) = b_1 (7,00 \text{ €}) / c_1 (885)$ ;  $a_2 (0,04) = b_2 (35,00 \text{ €}) / c_2 (885)$ ;  $a_3 (0,12 \text{ €}) = b_3 (105,00 \text{ €}) / c_3 (885)$ ;  $a_4 (0,40 \text{ €}) = b_4 (350,00 \text{ €}) / c_4 (885)$ ;  $a_5 (0,11 \text{ €}) = b_5 (100,00 \text{ €}) / c_5 (885)$ ;  $a_6 (0,34) = b_6 (300,00 \text{ €}) / c_6 (885)$ ;  $a_7 (0,85 \text{ €}) = b_7 (755,00 \text{ €}) / c_7 (885)$ ;  $b_1 = 7,00 \text{ €}$ ;  $b_2 (35,00 \text{ €}) = b_1 (7,00 \text{ €}) * 5 \text{ dní}$ ;  $b_3 (105,00 \text{ €}) = a_2 (35,00 \text{ €}) * 3 \text{ organizátori}$ ;  $b_4 (350,00 \text{ €}) = b_2 (35,00 \text{ €}) * 10 \text{ dobrovoľníkov}$ ;  $b_5 = 100,00 \text{ €}$ ;  $b_6 (300,00 \text{ €}) = b_5 (100,00 \text{ €}) * 3 \text{ organizátori}$ ;  $b_7 (755,00 \text{ €}) = b_3 (105,00 \text{ €}) + b_4 (350,00 \text{ €}) + b_6 (300,00 \text{ €})$ ;  $c_1 \text{ až } c_7 = 885$ .

#### 4.4.17 Doprava

Pre účastníkov sú pripravené cestovné preukazy (obr. 12) a (obr. 13), vďaka ktorým budú môcť využívať mestskú hromadnú dopravu počas konania celého turnaju zdarma. Tieto preukazy poskytne hlavný sponzor turnaja mesto Žilina – Mestská hro-

madná doprava mesta Žiliny. Tieto preukazy však budú využiteľné jeden týždeň po skončení turnaja.

Preukazy budú môcť účastníci využiť na voľný vstup alebo na vstup s 50 % do všetkých historických, kultúrnych pamiatok mesta Žilina a celého žilinského kraja.

Týmto chcem prilákať nielen zahraničných účastníkov, ktorí prídu z veľkej diaľky, ale zároveň tým spropagujeme náš región. Účastníci samozrejme dostanú bedeker regiónu Žiliny, ktorý im bude slúžiť ako návod, kam sa pozrieť.



Obrázok č. 12: V. I. P. Tickets

(Zdroj: vlastné spracovanie)



Obrázok č. 13: V. I. P. Tickets

- zadná strana

(Zdroj: vlastné spracovanie)

#### 4.4.18 Štartovné

Ako štartovné pre účastníkov som sa snažila ceny určiť tak, aby boli pre účastníkov dostupné, aby si ich mohlo dovoliť čím viacej klubov, hráčov a aby mali družstvá dôvod sa zúčastniť turnaja. Cenu som určila nižšiu ako konkurencia, v čom vidím výhodu oproti iným organizátorom. Prehľadné grafické spracovanie nákladov na štartovné nájdete v (tab. 33).

Tabuľka č. 33: Kalkulácia na výšku štartovného

(Zdroj: vlastné spracovanie)

	ŠTARTOVNÉ		
	Na jedného účastníka	Celkom	Počet účastníkov, na ktorých sa to vzťahuje
Štartovné pre domáceho účastníka	20,00 €	1 200,00 €	60
Štartovné pre zahraničného účastníka	50,00 €	41 250,00 €	825
<b>CELKOM ZISK ZO ŠTARTOVNÉHO</b>		<b>42 450,00 €</b>	

Vysvetlivky:

Stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b; stĺpec s názvom Počet účastníkov na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

$a_1 = 20,00 \text{ €}$ ;  $a_2 = 50,00 \text{ €}$ ;  $b_1 (1\,200,00 \text{ €}) = a_1 (20,00 \text{ €}) * c_1 (60 \text{ účastníkov})$ ;  
 $b_2 (41\,250,00 \text{ €}) = a_2 (50,00 \text{ €}) * c_2 (825 \text{ účastníkov})$ ;  $b_3 (42\,450,00 \text{ €}) = b_1 (1\,200,00 \text{ €}) + b_2 (41\,250,00 \text{ €})$ ;  $c_1 = 60 \text{ účastníkov}$ ;  $c_2 = 825 \text{ účastníkov}$ .

#### 4.4.19 Sumár kalkulácie celého turnaja

V nasledujúcej tabuľke je spravený sumár všetkých nákladov, výnosov, ktoré pri organizácií vznikli. Turnaj nie je organizovaný zo zameraním na zisk. Ak by zisk vznikol, prostriedky budú použité na rozvoj a podporu basketbalu v klube. Prehľadné grafické spracovanie sumáru nákladov celého turnaja nájdete v (tab. 34).

Tabuľka č. 34: Celková kalkulácia nákladov na turnaj

(Zdroj: vlastné spracovanie)

SUMÁR NÁKLADOV TURNAJA				
		SUMA		počet účastníkov, na ktorých sa suma vzťahuje
		Na jedného účastníka	Celkom	
Priame náklady na účastníka	strava pre zahraničných účastníkov celý turnaj	32,00 €	26 400,00 €	825
	strava pre účastníkov domácich na celý turnaj	25,50 €	1 530,00 €	60

	<b>ubytovanie pre zahraničných účastníkov</b>	40,00 €	33 000,00 €	825
	<b>strava pre organizátorov</b>	0,12 €	105,00 €	885
	<b>strava pre zapisovateľov</b>	1,14 €	1 008,90 €	885
	<b>strava pre dobrovoľníkov</b>	0,40 €	350,00 €	885
	<b>strava a ubytovanie pre rozhodcov</b>	2,01 €	1 782,00 €	885
	<b>mzda pre zapisovateľov</b>	0,72 €	636,00 €	885
	<b>mzda pre rozhodcov</b>	3,59 €	3 180,00 €	885
	<b>priame náklady turnaje na družstvo zahraničných účastníkov</b>	79,98 €	66 461,90 €	
	<b>priame náklady turnaje na družstvo domácich</b>	33,48 €	8 591,90 €	
	<b>priame náklady turnaje celkom</b>	105,48 €	67 991,90 €	
+				
<b>Prevádzkové náklady</b>	<b>odmena pre organizátorov</b>	0,34 €	300,00 €	885
	<b>náklady na predmety pre účastníkov</b>	8,77 €	7 760,00 €	885
	<b>náklady na marketing</b>	27,16 €	24 035,00 €	885
	<b>náklady na zahájenie turnaju</b>	10,00 €	9 030,00 €	903
	<b>náklady pre športové trofeje</b>	1,74 €	1 539,90 €	885
	<b>náklady na SOZA</b>	1,36 €	1 200,00 €	885
	<b>náklady na lekára so sanitkou</b>	1,13 €	1 000,00 €	885
	<b>náklady na protipožiarnu službu</b>	1,13 €	1 000,00 €	885
<b>Režijné náklady</b>	<b>mzda pre DJ/komentátora</b>	0,77 €	684,00 €	885
	<b>náklady na poistenie turnaja</b>	0,23 €	200,00 €	885
	<b>náklady na VIP bufet pre rozhodcov</b>	0,80 €	704,40 €	885
	<b>Vlastní náklady turnaje</b>	53,62 €	47 453,30 €	885
+				
<b>Fixné náklady</b>	<b>prenájom telocvične</b>	0,81 €	720,00 €	885
	<b>Úplné vlastné náklady turnaje</b>	0,81 €	720,00 €	885
-				
	<b>Výnosy z marketingu bez odčítania nákladov</b>	74,41 €	65 850,00 €	885
=				
	<b>Náklady na turnaj celkom</b>	56,85 €	50 315,20 €	885

Vysvetlivky:

Stĺpec s názvom Na jedného účastníka = a; stĺpec s názvom Celkom = b; stĺpec s názvom Počet účastníkov na ktorých sa suma vzťahuje = c.

Použité vzorce:

Pre vypracovanie celkových nákladov bol upravený kalkulačný vzorec.

Priame náklady na účastníka  
+ prevádzkové náklady  
+ režijné náklady  
+ fixné náklady  
- výnosy z marketingovej činnosti  

---

= náklady na turnaj celkom

(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa 5)

#### 4.4.20 Celková kalkulácia

V celkovej kalkulácii je prehľadné zobrazenie nákladov na turnaj, predpokladané finančné dotácie od sponzorov a finančný zisk zo štartovného. Grafické spracovanie týchto nákladov je zobrazené v (tab. 35).

Tabuľka č. 35: Celková kalkulácia

(Zdroj: vlastné spracovanie)

<b>CELKOVÁ KALKULÁCIA</b>	
<b>Náklady na turnaj</b>	-50 315,20 €
<b>Finančné dotácie od sponzorov</b>	+ 33 250,00 €
<b>Finančný zisk zo štartovného</b>	+ 42 450,00 €
<b>ZISK Z TURNAJA</b>	<b>25 384,80 €</b>

## ZÁVER

Cieľom bakalárskej práce bolo navrhnúť inováciu organizácie basketbalového turnaja, ktorý bude novým, zaujímavým elementom v žilinskom kraji.

Práca je rozdelená na tri hlavné časti. Prvá časť je venovaná teoretickým východiskám, druhá časť sa týka analýzy súčasného stavu a v tretej časti sú rozobrané návrhy vlastného riešenia, ktoré spočívajú v stanovení hlavných a vedľajších cieľov.

V teoretickej časti som sa zamerala na rozbor neziskových organizácií, na definíciu športu, funkcie marketingu a managementu v športovom odvetví, financovanie a sponzorstvo v športe a analýzu SWOT.

Potrebné informácie som získala z mnohých odborných knižných publikácií, pomocou ktorých som vypracovala teoretickú časť bakalárskej práce.

Tieto poznatky som využila aj pri spracovaní analýzy súčasného stavu a návrhu vlastných riešení.

Ďalším krokom bola analýza súčasného stavu, kde som spracovala anketové šetrenie. Z týchto poznatkov som došla k záveru, že o basketbal by deti mali záujem, ale nemajú dostatočný priestor a možnosti k naplneniu svojich potrieb.

V analýze SWOT som sa zamerala na problematiku športových akcií, na pozitíva, ktoré prinášajú pre spoločnosť a negatíva, ktoré hrozia pri každej realizácii športovej akcie. Podrobne som rozobrala silné a slabé stránky, príležitosti a hrozby, ktorým by sme sa pri realizácii športovej akcie mali vyvarovať.

V návrhu vlastných riešení som navrhovala inovatívne riešenie organizácie basketbalového turnaja. Mojim cieľom bolo zatriktívniť daný šport pre čo najširšiu verejnosť. V Žilinskom kraji sa takýto turnaj ešte nekonal, čo môže slúžiť na spoluprácu so súkromnými finančnými partnermi. Turnaj má spropagovať nielen basketbal ale aj samotné mesto a kraj.

Pre prilákanie čo najväčšieho počtu účastníkov z rôznych krajín, navrhla som pre nich bohatý sprievodný program. Turnaj by mal zároveň slúžiť na poukázanie

možností športového vyžitia a zlepšenia psychického stavu hendikepovaných športovcov.

Na propagáciu turnaja som navrhla marketingové prostriedky, na ktoré nie je potrebné vynaložiť veľké množstvo finančných prostriedkov, napriek tomu dostatočne spropagujú športovú akciu, mesto a kraj.

Cieľ mojej bakalárskej práce bol naplnený, navrhované riešenia sú inovatívne a práca bude poskytnutá pre Žilinský basketbalový klub ako návod na organizáciu turnaja.



## ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

- [1] MAJDÚCHOVÁ, Helena. *Neziskové organizácie*. Bratislava: Sprint, 2004, 180 s. ISBN 80-888-4859-8.
- [2] HOBZA, Vladimír et al. *Základy ekonomie sportu*. Praha: Ekopress, 2006, 191 s. ISBN 80-869-2904-3.
- [3] NOVOTNÝ, Jiří. *Sport v ekonomice*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011, 512 s. ISBN 978-80-7357-666-0.
- [4] LANG, Helmut. *Manažerské účetnictví: teorie a praxe*. Vyd. 1. Praha: C.H.Beck, 2005, 216 s. ISBN 80-717-9419-8.
- [5] ČECHOVÁ, Alena. *Manažerské účetnictví*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Brno: Computer Press, 2011, vi, 194 s. ISBN 978-80-251-2831-2.
- [6] AIG speciality solutions: Podujatia. AIG [online]. 2013, 02.08.2013 [cit. 2014-05-25]. Dostupné z: [http://www.aigpoistenie.sk/chartisint/internet/SK/sk/files/SpecSols\\_Events\\_SK\\_Dec12v2\\_WEB\\_tcm887-414562.pdf](http://www.aigpoistenie.sk/chartisint/internet/SK/sk/files/SpecSols_Events_SK_Dec12v2_WEB_tcm887-414562.pdf)
- [7] ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management a marketing sportu*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2009, 225 s. ISBN 978-80-7376-150-9.
- [8] BLAŽEK, Ladislav. *Management: organizování, rozhodování, ovlivňování*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 191 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3275-6.
- [9] KRÍŽEK, Zdeněk. *Jak psát reklamní text*. 3., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2008, 220 s. Manažer. ISBN 978-80-247-2452-2.

- [10] KAPLOVÁ, Františka a Josef TUREK. *Propagace*. 1. vyd. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, 2005, 110 s., xxxii s. barev. obr. příl. ISBN 80-718-2201-9.
- [11] TAYLOR, James. *Začínáme řídit projekty*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2007, xii, 215 s. ISBN 978-80-251-1759-0.
- [12] História basketbalu. In: *Deti na basketbal* [online]. c2014 [cit. 2014-04-10]. Dostupné z: <http://www.detinabasketbal.sk/historia-basketbalu.html>
- [13] TÁBORSKÝ, František. *Sportovní hry: sporty známé i neznámé*. 1. vyd. Praha: Grada, 2004, 159 s. ISBN 80-247-0875-2.
- [14] FILIPOVIČ, Marek. Basketbal: Basketbal vozičkárov. In: *Slovenský paralympijský výbor* [online]. Bratislava, 2014 [cit. 2014-05-07]. Dostupné z: <http://www.spv.sk/paralympijske-sporty/kategoria/basketbal>

## ZOZNAM OBRÁZKOV

Obrázok č. 1: SWOT analýza .....	41
Obrázok č. 2: Návrh loga na turnaj .....	65
Obrázok č. 3: Basketbalová kľúčenka .....	77
Obrázok č. 4: Trofej pre víťazov .....	77
Obrázok č. 5: Medaila pre víťazov .....	77
Obrázok č. 6 Soška pre najlepšieho hráča .....	79
Obrázok č. 7: Soška pre najlepšieho trénera .....	79
Obrázok č. 8: Turnajové tričko .....	79
Obrázok č. 9: Turnajová mikina .....	81
Obrázok č. 10: Perník s logom klubu .....	81
Obrázok č. 11: Kartačka STAFF .....	86
Obrázok č. 12: V. I. P. Tickets.....	88
Obrázok č. 13: V. I. P. Tickets – zadná strana.....	88

## ZOZNAM GRAFOV

Graf č. 1: Robíte nejaký šport pravidelne? .....	45
Graf č. 2: Hrali ste už niekedy basketbal - celkové zhodnotenie.....	46
Graf č. 3: Zaujímate sa o basketbal na Slovensku - celkové zhodnotenie.....	47
Graf č. 4: Pozeráte basketbal v TV (nielen Slovenské zápasy) .....	47
Graf č. 5: Uvítali by ste, keby dávali v TV viac basketbalových zápasov?.....	48
Graf č. 6: Myslíte si, že štát dostatočne podporuje basketbal na Slovensku - celkové zhodnotenie.....	49
Graf č. 7: Je vo vašom okolí, kde bývate, funkčné basketbalové ihrisko - celkové zhodnotenie.....	49
Graf č. 8: Uvítali by ste, keby bolo viac basketbalových ihrísk vo vašom okolí - celkové zhodnotenie.....	50
Graf č. 9: Keby sa v Žiline konal medzinárodný basketbalový turnaj, išli by ste sa pozrieť na zápasy - celkové zhodnotenie.....	51

Graf č. 10: Keby sa v Žiline konal medzinárodný basketbalový turnaj, išli by ste sa pozrieť na zápasy? - kategória chlapci.....	55
Graf č. 11: Keby sa v Žiline konal medzinárodný basketbalový turnaj, išli by ste sa pozrieť na zápasy? - kategória dievčatá.....	59

## **ZOZNAM TABULIEK**

Tabuľka č. 1: Robíte nejaký šport pravidelne - kategória chlapci.....	51
Tabuľka č. 2: Hrali ste už niekedy basketbal - kategória chlapci .....	52
Tabuľka č. 3: Zaujímate sa o basketbal na Slovensku - kategória chlapci .....	52
Tabuľka č. 4: Pozeráte basketbal v TV (nielen Slovenské zápasy) - kategória chlapci	53
Tabuľka č. 5: Uvítali by ste, keby dávali v TV viac basketbalových zápasov - kategória chlapci.....	53
Tabuľka č. 6: Myslíte si, že štát dostatočne podporuje basketbal na Slovensku? - kategória chlapci .....	54
Tabuľka č. 7: Je vo vašom okolí, kde bývate, funkčné basketbalové ihrisko? - kategória chlapci.....	54
Tabuľka č. 8: Uvítali by ste, keby bolo viac basketbalových ihrísk vo vašom okolí? - kategória chlapci .....	54
Tabuľka č. 9: Robíte nejaký šport pravidelne? - kategória dievčatá .....	55
Tabuľka č. 10: Hrali ste už niekedy basketbal? - kategória dievčatá .....	56
Tabuľka č. 11: Zaujímate sa o basketbal na Slovensku? - kategória dievčatá.....	56
Tabuľka č. 12: Pozeráte basketbal v TV (nielen Slovenské zápasy)? - kategória dievčatá .....	57
Tabuľka č. 13: Uvítali by ste, keby dávali v TV viac basketbalových zápasov? - kategória dievčatá .....	57
Tabuľka č. 14: Myslíte si, že štát dostatočne podporuje basketbal na Slovensku? - kategória dievčatá .....	57
Tabuľka č. 15: Je vo vašom okolí, kde bývate, funkčné basketbalové ihrisko? - kategória dievčatá .....	58
Tabuľka č. 16: Uvítali by ste, keby bolo viac basketbalových ihrísk vo vašom okolí? - kategória dievčatá .....	58

Tabuľka č. 17: Kalkulácia zahájenia turnaja .....	66
Tabuľka č. 18: Kalkulácia nákladov na ubytovanie .....	67
Tabuľka č. 19: Kalkulácia nákladov na stravovanie.....	68
Tabuľka č. 20: Kalkulácia prenájmu telocvične .....	69
Tabuľka č. 21: Kalkulácia nákladov na rozhodcov .....	70
Tabuľka č. 22: Kalkulácia nákladov na V. I. P. bufet.....	71
Tabuľka č. 23: Kalkulácia nákladov na zaplatenie licenčných práv – SOZA .....	72
Tabuľka č. 24: Kalkulácia nákladov na zapisovateľov.....	73
Tabuľka č. 25: Kalkulácia nákladov na poistenie.....	74
Tabuľka č. 26: Kalkulácia nákladov na DJ/komentátora.....	75
Tabuľka č. 27: Kalkulácia nákladov na predmety pre účastníkov v cene štartovného..	76
Tabuľka č. 28: Kalkulácia nákladov na športové trofeje .....	78
Tabuľka č. 29: Kalkulácia nákladov a výnosov na marketing.....	82
Tabuľka č. 30: Kalkulácia nákladov na lekársku službu a protipožiarnu službu .....	84
Tabuľka č. 31: Kalkulácia výnosov zo sponzorov.....	85
Tabuľka č. 32: Kalkulácia nákladov na organizátorov a dobrovoľníkov .....	87
Tabuľka č. 33: Kalkulácia na výšku štartovného.....	89
Tabuľka č. 34: Celková kalkulácia nákladov na turnaj .....	89
Tabuľka č. 35: Celková kalkulácia .....	91

## **ZOZNAM PRÍLOH**

- Príloha č. 1: Herný systém
- Príloha č. 2: Anketové šetrenie
- Príloha č. 3: Webová stránka – sekcia o turnaji
- Príloha č. 4: Webová stránka – Úvodná stránka
- Príloha č. 5: Plagát turnaja
- Príloha č. 6: Ukážky bulletinu
- Príloha č. 7: Karta pre hráčka - predná a zadná strana

Príloha č. 1: Herný systém

<b>PRVÝ HERNÝ DEŇ - PIATOK</b>				
<b>Nr.</b>	<b>čas</b>	<b>DRUŽSTVO</b>	<b>KATEGÓRIA</b>	<b>TELOCVIČŇA</b>
1	9:30		BOYS U12	BUDATÍN
2	10:30		GIRLS U12	BUDATÍN
3	11:30		BOYS U20	BUDATÍN
4	12:45		GIRLS U16	BUDATÍN
5	14:00		BOYS U12	BUDATÍN
6	15:00		BOYS U20	BUDATÍN
7	16:30		BOYS U12	BUDATÍN
8	17:30		BOYS U 14 group B	BUDATÍN
9	18:45		BOYS U16 group A	BUDATÍN
10	20:00		BOYS U20	BUDATÍN

<b>DRUHÝ HRACÍ DEŇ - SOBOTA</b>				
<b>Nr.</b>	<b>čas</b>	<b>DRUŽSTVO</b>	<b>KATEGÓRIA</b>	<b>TELOCVIČŇA</b>
13	8:30		BOYS U12	BUDATÍN
16	9:30		BOYS U14 group A	BUDATÍN
19	10:45		GIRLS U14	BUDATÍN
22	12:00		GIRLS U14	BUDATÍN
25	13:15		BOYS U14 group A	BUDATÍN
28	14:30		BOYS U14 group B	BUDATÍN
31	15:45		GIRLS U14	BUDATÍN
34	17:00		GIRLS U14	BUDATÍN
37	18:15		GIRLS U12	BUDATÍN
40	19:15		BOYS U12	BUDATÍN
41	20:15		GIRLS U16	BUDATÍN
44	21:30		GIRLS U16	BUDATÍN

<b>DRUHÝ HRACÍ DEŇ - SOBOTA</b>				
<b>Nr.</b>	<b>čas</b>	<b>DRUŽSTVO</b>	<b>KATEGÓRIA</b>	<b>TELOCVIČŇA</b>
11	08:00		BOY U16 group A	ROSINKY
14	09:15		BOY U16 group C	ROSINKY
17	10:30		BOY U16 group D	ROSINKY
20	11:45		GIRLS U16	ROSINKY
23	13:00		GIRLS U16	ROSINKY
26	14:15		BOYS U16 group A	ROSINKY
29	15:30		BOYS U16 group B	ROSINKY
32	16:45		BOYS U16 group C	ROSINKY
35	18:00		GIRLS U16	ROSINKY
38	19:15		BOYS U16 group D	ROSINKY
42	20:30		GIRLS U16	ROSINKY
45	21:45		BOYS U16 group A	ROSINKY

<b>DRUHÝ HRACÍ DEŇ - SOBOTA</b>				
<b>Nr.</b>	<b>čas</b>	<b>DRUŽSTVO</b>	<b>KATEGÓRIA</b>	<b>TELOCVIČŇA</b>
12	08:00		GIRLS U18	STAVEBNÁ
15	09:15		GIRLS U18	STAVEBNÁ
18	10:30		BOYS U20	STAVEBNÁ
21	11:45		BOYS U18 group A	STAVEBNÁ
24	13:00		BOYS U18 group B	STAVEBNÁ
27	14:15		GIRLS U18	STAVEBNÁ
30	15:30		GIRLS U18	STAVEBNÁ
33	16:45		BOYS U18 group B	STAVEBNÁ
36	18:00		BOYS U18 group A	STAVEBNÁ
39	19:15		GIRLS U18	STAVEBNÁ
43	20:30		GIRLS U18	STAVEBNÁ
46	21:45		BOYS U20	STAVEBNÁ

<b>TRETÍ HRACÍ DEŇ - NEDEĽA</b>				
<b>Nr.</b>	<b>čas</b>	<b>DRUŽSTVO</b>	<b>KATEGÓRIA</b>	<b>TELOCVIČŇA</b>
47	08:00		BOYS U14 group A	BUDATÍN
50	09:15		BOYS U14 group B	BUDATÍN
53	10:30		GIRLS U12	BUDATÍN
56	11:30	2nd placed group A - 3rd placed group B	BOYS U14 final game no.1	BUDATÍN
59	12:30	2nd placed group A - 3rd placed group A	BOYS U14 final game no.2	BUDATÍN
62	13:30		BOYS U12	BUDATÍN
65	14:45		GIRLS U14	BUDATÍN
68	16:00	1st placed group B - Winner game no. 56	BOYS U14 final game no.1	BUDATÍN
71	17:00	1st placed group A - Winner game no. 59	BOYS U14 final game no.2	BUDATÍN
74	18:00	3st place group A - 3rd placed group C	BOYS U16 9th-12th place game no.1	BUDATÍN
75	19:15	3st placed group B - 3rd placed group D	BOYS U16 9th-12th place game no.2	BUDATÍN
78	20:30		BOYS U16 5th-8th place game no.1	BUDATÍN
81	21:45		BOYS U16 5th-8th place game no.2	BUDATÍN

TRETÍ HRACÍ DEŇ - NEDEĽA				
Nr.	čas	DRUŽSTVO	KATEGÓRIA	TELOCVIČŇA
48	08:00		BOYS U16 group B	ROSINKY
51	09:15		BOYS U16 group C	ROSINKY
54	10:30		BOYS U16 group D	ROSINKY
57	11:45	1st placed group A - 2nd placed group C	BOYS U16 1 final game no. 1	ROSINKY
60	13:00	1st placed group B - 2nd placed group D	BOYS U16 1 final game no. 2	ROSINKY
63	14:15	1st placed group C – 2nd placed group A	BOYS U16 1 final game no. 3	ROSINKY
66	15:30	1st placed group D – 2nd placed group B	BOYS U16 1 final game no. 4	ROSINKY
69	16:45		GIRLS U 16	ROSINKY
72	18:00		GIRLS U 16	ROSINKY
76	19:15		GIRLS U 16	ROSINKY
79	20:30	Winner game no.57 – winner game no.60	BOYS U16 1 final game no. 1	ROSINKY
82	21:45	Winner game no.63 – winner game no.66	BOYS U16 1 final game no. 2	ROSINKY

TRETÍ HRACÍ DEŇ - NEDEĽA				
Nr.	čas	DRUŽSTVO	KATEGÓRIA	TELOCVIČŇA
49	08:00		BOYS U18 group A	STAVEBNÁ
52	09:15		BOYS U18 group B	STAVEBNÁ
55	10:30		GIRLS U18	STAVEBNÁ
58	11:45		GIRLS U18	STAVEBNÁ
61	13:00	2nd placed group A - 3rd placed group B	BOYS U18 final game no. 1	STAVEBNÁ
64	14:15	2nd placed group B - 3rd placed group A	BOYS U18 final game no. 2	STAVEBNÁ
67	15:30		GIRLS U14	STAVEBNÁ
70	16:45		GIRLS U18	STAVEBNÁ
73	18:00		GIRLS U18	STAVEBNÁ
77	19:15	1st placed group A - winner game no. 64	BOYS U18 final game no. 1	STAVEBNÁ
80	20:30	1st placed group B - winner game no. 61	BOYS U18 final game no. 2	STAVEBNÁ
83	21:45		BOYS U20	STAVEBNÁ



ŠTVRTÝ HRACÍ DEŇ - PONDELOK				
Nr.	čas	DRUŽSTVO	KATEGÓRIA	TELOCVIČŇA
86	08:15	lost game no. 74 - lost game no. 75	BOYS U16 11th place game	BUDATÍN
89	09:30	winner game no. 74 - winner game no. 75	BOYS U16 9th place game	BUDATÍN
92	10:45	lost game no. 68 - lost game no. 71	BOYS U14 3rd place game	BUDATÍN
95	12:00	lost game no. 56 - lost game no. 59	BOYS U14 5th place game	BUDATÍN
98	13:15	3rd placed team - 4th placed team	BOYS U12 3th place game	BUDATÍN
101	14:15	3rd placed team - 4th placed team	GIRLS U16 3rd place game	BUDATÍN
103	15:30	3rd placed team - 4th placed team	GIRLS U14 3rd place game	BUDATÍN

ŠTVRTÝ HRACÍ DEŇ - PONDELOK				
Nr.	čas	DRUŽSTVO	KATEGÓRIA	TELOCVIČŇA
84	08:00	1st placed team - 2nd placed team	GIRLS U12 final game	ROSINKY
87	09:00	lost game no. 78 - lost game no. 81	BOYS U16 7th place game	ROSINKY
90	10:15	winner game no. 78 - winner game no. 81	BOYS U16 5th place game	ROSINKY
93	11:30	lost game no. 79 - lost game no. 82	BOYS U16 3rd place game	ROSINKY
96	12:45	lost game no. 61 - lost game no. 64	BOYS U18 5th place game	ROSINKY
99	14:00	lost game no. 77 - lost game no. 80	BOYS U18 3rd place game	ROSINKY
102	15:15	3rd placed team - 4th placed team	GIRLS U18 3rd place game	ROSINKY
105	16:30	3rd placed team - 4th placed team	BOYS U20 3rd place game	ROSINKY

<b>ŠTVRTÝ HRACÍ DEŇ - PONDELOK</b>				
<b>Nr.</b>	<b>čas</b>	<b>DRUŽSTVO</b>	<b>KATEGÓRIA</b>	<b>TELOCVIČŇA</b>
<b>85</b>	<b>08:00</b>	1st placed team – 2nd placed team	BOYS U12 final game	STAVEBNÁ
<b>88</b>	<b>09:00</b>	1st placed team – 2nd placed team	GIRLS U14 final game	STAVEBNÁ
<b>91</b>	<b>10:15</b>	winner game no. 68 - winner game no. 71	BOYS U14 final game	STAVEBNÁ
<b>94</b>	<b>11:30</b>	1st placed team - 2nd placed team	GIRLS U16 final game	STAVEBNÁ
<b>97</b>	<b>12:45</b>	winner game no. 79 - winner game no. 82	BOYS U16 final game	STAVEBNÁ
<b>100</b>	<b>14:15</b>	1st placed team - 2nd placed team	GIRLS U18 final game	STAVEBNÁ
<b>104</b>	<b>15:45</b>	winner game no. 77 - winner game no. 80	BOYS U18 final game	STAVEBNÁ
<b>106</b>	<b>17:00</b>	1st placed team - 2nd placed team	BOYS U20 final game	STAVEBNÁ
	<b>18:30</b>	<b>CLOSING CEREMONY</b>		

Príloha č. 2: Anketové šetrenie

Management v telesnej kultúre, 3. ročník  
Vypracovala: Petra Holländerová

VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNE  
Fakulta podnikateľská

Anketa k bakalárskej práci

Muž                      Vek .....

Žena

1. Robíte nejaký šport pravidelne?                       Áno     Nie

- ak áno, napíšte aký ..... a koľko krát za týždeň .....

2. Hrali ste niekedy basketbal?                       Áno     Nie

3. Zaujímate sa o basketbal na Slovensku?                       Áno     Nie

4. Pozeráte basketbal v TV (nielen Slovenské zápasy)?                       Áno     Nie

5. Uvítali by ste keby dávali v TV viac  
basketbalových zápasov?                       Áno     Nie

6. Myslíte si, že štát dostatočne podporuje  
basketbal na Slovensku?                       Áno     Nie

7. Je vo vašom okolí, kde bývate funkčné  
basketbalové ihrisko?                       Áno     Nie

8. Uvítali by ste, keby bolo viac basketbalových  
ihrísk vo vašom okolí?                       Áno     Nie

9. Keby sa v Žiline konal medzinárodný turnaj,  
išli by ste sa pozrieť na zápasy?                       Áno     Nie

Príloha č. 3: Webová stránka – sekcia o turnaji

**ŠŠK Žilina Budatín**  
budaj. Náš. jedná. celos. jedná. všetk.

**Audi A1 Adrenalin**  
Pre €14,990

**DRUŽSTVO VIAC AKO KLUBU FOTOGALÉRIA ZAPOJTE SA ŽILINA - CUP KONTAKT**

### Zapojte sa

Žilina cup je medzinárodný basketbalový turnaj, ktorý robí sa koná v roku 2013 len v kategórii dospelá staršie muži. V roku 2014 a v ďalších rokoch turnaj chce byť otvorený a ďalšie vekové kategórie a spraviť takých kategórií: chlapci, mužovia. Turnaj organizujeme so zámerom prísť basketbal do rúk mladých hráčov a znovu basketbalovú tradíciu v Žiline.

Turnaj bude nasledovať na území Žilina žil. športom. Športovní program samozrejme nebude chýbať. Na čo sa, ale môžete byť najväčšie pri športovních programe je kvestión basketbal na sceník.

Otvorením celkom je aby sa v Žiline vybudovala nová basketbalová športová hala. Aká bude skôr všetkým hráčom športu.

Turnaj je organizovaný pod záštitou mesta, ktorý je hlavným sponzorom.

**ĎALŠÍ TURNAJ**  
6. 5. 24. 48.  
Dok. Mest. Mest. Šport.  
Žilina - Nofice  
Pozývame vás na nezabudnuteľný zážitok - žilina Žilina - Nofice

**KALENDÁR**  
máj 2014

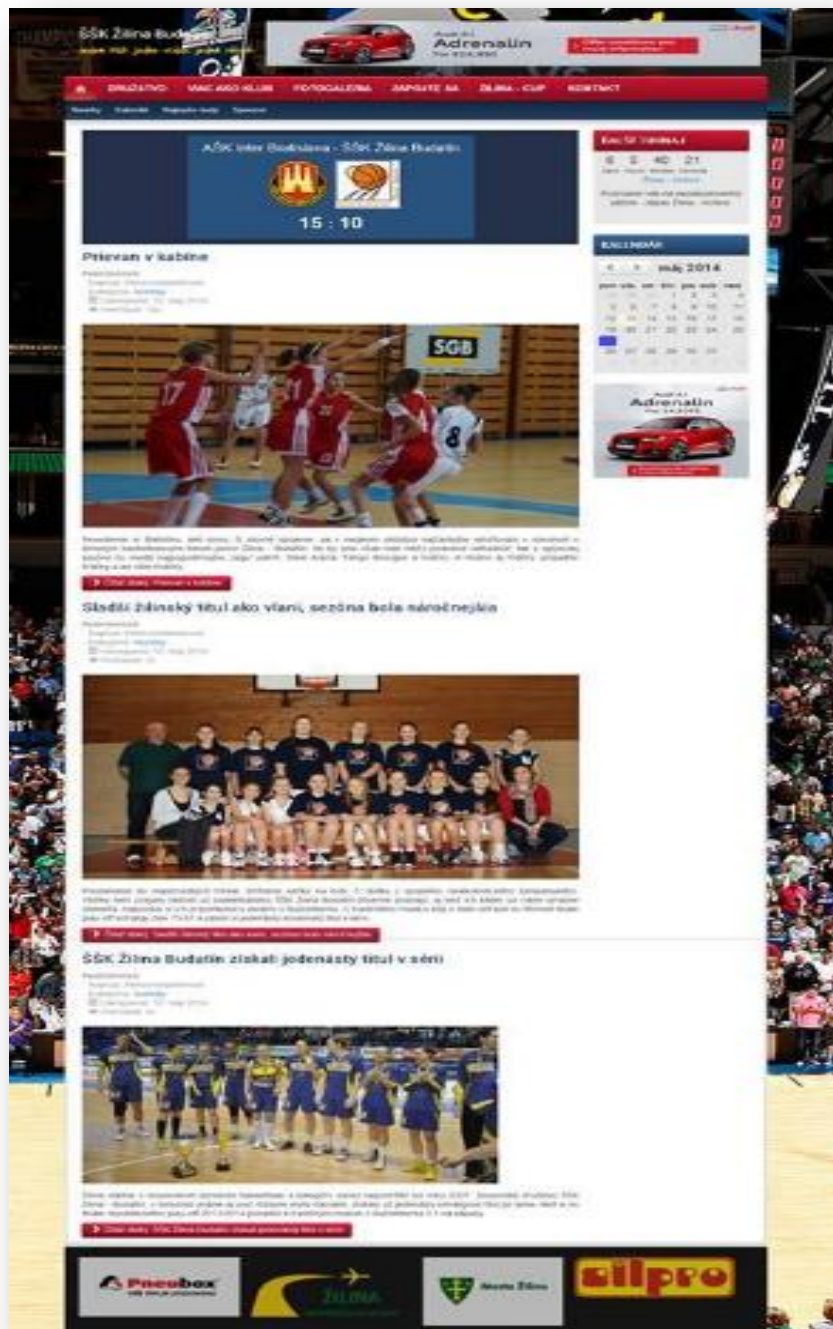
pon	úto	stred	štv	pät	soob	ned
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

**ŽILINA CUP 2014**

**PREJTE SA**

**Audi A1 Adrenalin**  
Pre €14,990

Príloha č. 4: Webová stránka – Úvodná stránka





Príloha č. 6: Ukážky bulletinu



## Žilina cup

Žilina cup je medzinárodný basketbalový turnaj. Tento rok je prvý ročník jeho konania. Sme veľmi radi, že sa ho účastníte a dúfame, že naplníme vaše očakávania.

Radi Vás privítame aj v budúcich ročníkoch.



## BASKETBAL NA VOZÍKU

Základy športu položili veteráni z druhej svetovej vojny. Rozvinul sa najmä v rehabilitačných strediskách, kde ho nazvali "vozíčarský netball".

Potom sa hra rozšírila do celého sveta. Vďaka svojej dynamike a atraktívnemu štýlu hry sa stal vozíčarský basketbal najpopulárnejší paraolympijský šport.

Pravidlá sú rovnaké ako pre nehendikepovaných basketbalistov. Tento šport sa hráva vo vyše 80 krajinách. Vo všetkých z nich majú hendikepovaní basketbalisti vlastnú ligu, súťaže, turnaje. Riadi ho Medzinárodná federácia vozíčarského basketbalu (IWBF)

Na Slovensku tento šport funguje viac menej rekreačne. Bohužiaľ u nás nemáme vlastnú ligu a prevažne sa tento krásny šport prevádza v rehabilitačom stredisku Kováčová.

Preto je našou iniciatívou tento šport rozvíjať a prispieť tak k lepším možnostiam pre hendikepovaných.



## Žilina

Perla na Váhu, aj tak sa dá charakterizovať Žilina. Žilina je tretím najväčším mestom v Slovenskej republike. Je kultúrnym centrom severozápadného Slovenska.

Jeho história siaha až do roku 1208. Významné dokumenty sú Žilinská kniha (1378) a Privilegium pro Slavis (1381).

Žilina je dôležitým dopravným uzlom európskeho významu.

Medzi najvýznamnejšie dominanty Žiliny patrí Kostol Najväčšej Trojice spolu s susediacou Burianovou vežou.

Na Marianskom námestí Vaše uši poteší zvonkohra.



## Mapa


Televízna sa nachádza na adrese Základná škola, Slovenských dobrovoľníkov 122/7, Žilina-Budatín, Slovensko.

Ak chcete využiť mestskú hromadnú dopravu, jazdiť s autobusy č. 27. Zastávka sa nachádza približne 200 m.



## RESPECT

THE GAME  
THE OPPONENT  
THE DIVERSITY



Príloha č. 7: Karta pre hráčka - predná a zadná strana

