

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA TĚLESNÉ VÝCHOVY A SPORTU

Katedra kinantropologie, humanitních věd a managementu sportu



**ORGANIZACE SPORTOVNÍ AKCE
-CZECH OPEN V RACKETLONU 2010**

Bakalářská práce

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Josef Voráček

Vypracoval:

Jan Rejthar

Praha, červenec 2010

Bibliografická identifikace

Jméno a příjmení:	Jan Rejthar
Název práce:	Organizace sportovní akce- Czech Open v Racketlonu 2010
Název práce v angličtině:	Organization of sporting events- Czech Open Racketlon 2010
Studijní obor:	Management tělesné výchovy a sportu
Vedoucí bakalářské práce:	Mgr. Josef Voráček
Rok obhajoby:	2010

Abstrakt

Prvním základním cílem této je práce je seznámení čtenářů s u nás zatím neznámým sportem racketlonem. Druhým stěžejním cílem je detailní rozbor organizace sportovní akce, shrnutí jednotlivých kroků a postupů a porovnání organizace z hlediska teorie a praxe tak, aby práce mohla sloužit jako vodítko pro organizaci sportovních akcí podobného typu.

Abstract

The first aim of my bachelor's work is introduction of racketlon, which is nearly unknown. The second aim of my work is analysis of sport action organizing in detail, summary of individual steps and procedures. I also compare organization in practice with theoretical one, so that the work could be used as sport action organizing manual.

Klíčová slova

Marketing, Služby, Management, Sport, Organizace, Racketlon, Reklama, Sponzorování

Key words

Marketing, Services, Management, Sport, Organization, Racketlon, Advertisement, Sponsoring

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval zcela samostatně s použitím citované literatury a dalších odborných pramenů, které uvádím v seznamu.

V Praze dne: 15.8. 2010

.....

Jan Rejthar

Tímto bych chtěl srdečně poděkovat všem, kteří mi pomáhali s touto bakalářskou prací. Zvláštní poděkování patří vedoucímu této práce Mgr. Josefu Voráčkovi, který celou práci usměrňoval a poskytl mi cenné rady a připomínky. Déle pak děkuji předsedovi české racketlonové federace Svatopluku Rejtharovi, za poskytnutí všech nezbytných materiálů a informací, které jsou jinak veřejnosti nepřístupné a celému organizačnímu týmu za zvládnutí takto náročného turnaje.

Obsah

Bibliografická identifikace	7
1 ÚVOD	8
2 CÍLE A ÚKOLY PRÁCE	9
2.1 Hlavní cíle	9
2.2 Úkoly práce	9
3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA	10
3.1 Marketing	10
3.1.1 Marketingový mix.....	10
3.1.2 Marketingová komunikace	12
3.1.3 Reklama	13
3.1.4 Plánování a řízení marketingové činnosti	16
3.1.5 Marketing služeb (událostí)	18
3.2 Management ve sportu	21
3.2.1 Pojem management.....	21
3.2.2 Sportovní management	22
3.2.3 Sportovní manažer	22
3.2.4 Pole působnosti sportovního manažera.....	24
3.2.5 Postup při organizaci sportovní akce	25
3.2.6 Strategické plánování v oblasti sportu	26
3.3 Sponzoring ve sportu.....	29
3.3.1 Vymezení pojmu sponzoring (sponzorování).....	29
3.3.2 Úrovně sponzorování	29
3.3.3 Formy sponzorování	30
3.3.4 Přínos sponzoringu	31
4 Metodologie	33
4.1 SWOT analýza	33
4.1.1 SWOT matice	34
4.1.2 Postup při SWOT analýze.....	34
4.1.3 Využití SWOT analýzy.....	35
4.2 Neformální rozhovor.....	35
4.3 Metody použité v této práci.....	36
5 OBECNÉ INFORMACE O RACKETLONU	37
5.1 Co je to racketlon?	37
5.2 Historie racketlonu	37
5.2.1 Světová historie racketlonu.....	37
5.2.2 Česká historie racketlonu.....	39
5.3 Mezinárodní pravidla racketlonu (zestručněné).....	41
5.3.1 Úvod.....	41
5.3.2 Pravidla dvouhry	42
5.3.3 Pravidla čtyřhry.....	43
6 Organizace 6th Czech Open v racketlonu 2010	45
6.1 Počáteční myšlenka	45
6.2 Požadavky pro organizaci racketlonového turnaje světového rozměru	46
6.3 Výběr termínu	50

6.4	Podání žádosti o pořádání turnaje k FIR	50
6.5	Sestavení organizačního týmu.....	51
6.6	Pronájem ploch a sportovišť	52
6.7	Zajištění souvisejících opatření.....	53
6.7.1	Ubytování.....	53
6.7.2	Stravování	53
6.7.3	Doprava.....	54
6.8	Zveřejnění informací o turnaji, uzavření registrací a časový harmonogram turnaje (time schedule).....	54
6.8.1	Přihlašování do turnaje a uzavření registrací	54
6.8.2	Časový harmonogram turnaje.....	55
6.9	Sponzoring, poutače a reklamní předměty.....	56
6.9.1	Sponzoring.....	56
6.9.2	Poutače a reklamní předměty.....	57
6.10	Technické zajištění	57
6.11	Rozpočet.....	58
6.12	Samotný průběh akce	61
6.12.1	Zahájení	62
6.12.2	Vyhlášení výsledků a jejich zanesení do centrální databáze	62
6.13	SWOT analýza.....	62
6.14	Shrnutí, doporučení a návrhy	64
7	NÁVOD JAK POSTUPOVAT PŘI ORGANIZACI SPORTOVNÍ AKCE PODOBNÉHO TYPU.....	67
8	ZÁVĚR	72
9	POUŽITÉ ZDROJE	73
10	Seznam tabulek a obrázků.....	75
10.1	Tabulky.....	75
10.2	Obrázky	75
11	Seznam příloh.....	76

1 ÚVOD

Tématem mé bakalářské práce je „Organizace sportovní akce - Czech Open v Racketlonu 2010“, která se konala v termínu 26.-28. března 2010. To, že se racketlon skládá hned ze čtyř disciplín, je ve světě raketových sportů rarita, která přidává na atraktivitě a pestrosti. Rád bych touto prací shrnul a pokud možno co nejsrozumitelněji vytyčil všechny fáze, kterých se organizátor sportovní akce musí držet, a vystihl situace, které v praxi mohou nastat. Zároveň je velmi důležité zmínit možné komplikace a pojmenovat chyby, kterých je naopak nutno se vyvarovat. Pro komplexní rozbor a vysvětlení jednotlivých fází turnaje, je také nutné se alespoň rámcově s historií a pravidly tohoto sportu, který je v naší zemi k vidění pouze 5 let.

Turnaje 6th CZECH OPEN Racketlon se zúčastnilo více než 150 hráčů z 18 zemí světa a soutěžilo se ve 13 kategoriích. V takovém turnaji je velmi složité zkoordinovat samotný průběh akce, ale ještě náročnější je celý turnaj naplánovat, promyslet a připravit. Přípravy trvaly několik měsíců a skládaly se z částí jako výběr a pronájem prostor, korespondence s mezinárodními institucemi i s hráči, zajištění stravování, ubytování, sestavení organizačního týmu, zajištění rozhodčích a tak dále.

Naprosto nepostradatelným prvkem je rozpočet, který není možný úspěšně ovládnout bez podpory sponzorů. Právě proto se tomuto tématu věnuje velká pozornost v odborných literaturách i v této práci. Bez sponzoringu není možné akci tohoto typu uspořádat a v dnešní době, kdy celý svět ochromila hospodářská krize je velice komplikované vhodné sponzory najít. Obzvláště jedná-li se o takto mladý a zatím neznámý sport, který není schopen nabídnout takovou sledovanost jako sporty s dlouholetou tradicí a velkou členskou základnou.

V analytické části této práce, je na konkrétních příkladech znázorněno to, co je teoreticky vysvětleno v části praktické. I při sebedůkladnější přípravě se však organizátor takovéto akce často setkává se situacemi, kdy musí improvizovat a k čemu žádný správný a přesný návod není. Všechny takové situace, se kterými jsme se setkali a které jsme řešili intuicí, nebo na základě předchozích zkušeností, jsou v této práci zachyceny a rozpracovány tak, aby bylo zřetelné, jak se správně zachovat.

2 CÍLE A ÚKOLY PRÁCE

2.1 Hlavní cíle

- Návod a doporučení jak správně postupovat při organizaci sportovní akce podobného zaměření jako je zde analyzovaný 6th Czech Open v racketlonu, se všemi náležitostmi, které s tím souvisí

2.2. Úkoly práce

- Návrhy na zlepšení akce podobného typu
- Finanční analýza akce
- Analýza managementu a manažerských funkcí při akci
- Vysvětlení významu a funkce sponzoringu a sportovní reklamy

3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

3.1 Marketing

Marketing je věda, která má pro každého podnikatele nepostradatelný význam. Je součástí prakticky každého oboru ať už jde o finance, provoz nebo účetnictví. Jednoduše řečeno, marketing se zabývá zjišťováním a uspokojováním lidských potřeb. Marketing zaznamenává také velký historický vývoj a s postupem času jeho důležitost i propracovanost roste. Provádět však dobré marketingové tahy není vůbec jednoduché a často jsou to rozhodující kroky určující vyspělost a prosperitu firem. Ke správnému marketingu totiž nestačí jen znát jeho význam a přesné definice, ale je také důležité mít určité nadání a cit. Je velký rozdíl mezi správným pochopením marketingu a správným prováděním. Marketing, jak již s textu vyplývá, se zabývá také ziskem. Ten je pro každého podnikatele zásadní a dá se říct, že firma s výborně stavěným marketingem má i vysoké zisky.

BOVÉE, THILL (1992): „Marketing je proces rozvoje a výměny nápadů, zboží a služeb, které uspokojují zákazníky za použití principů stanovení cen, propagace a distribuce.“ (3, s. 5)

ČÁSLAVOVÁ (2009): „(Moderní) marketing označuje koncepci řízení, která staví do popředí orientaci na dané skutečnosti trhu (přání zákazníků, struktury nabídek) a vývojové trendy (na zohlednění všeobecných cílů instituce).“ (4, s. 24)

KOTLER (2007): „Marketing je společný proces, v němž jedinci a skupiny získávají to, co potřebují a chtějí, a během něhož vytváříme, nabízíme a svobodně směňujeme s jinými výrobky a službami, které mají hodnotu.“ (7, s. 44)

HORÁKOVÁ (1992): „Marketing je proces plánování a naplňování koncepce, oceňování, propagace a distribuce myšlenek, výrobků a služeb, který směřuje k uskutečnění vzájemné výměny, uspokojující potřeby jedinců a organizací.“ (6, s. 25)

Základní typy entit, kterými se marketéři zabývají, jsou podle KOTLERA (2007): výrobky, služby, události, zážitky, osoby, místa, majetek, organizace, informace a ideje.

3.1.1 Marketingový mix

ČÁSLAVOVÁ (2009) definuje marketingový mix jako: „Marketingový mix je základní strategií marketingu, která kombinuje nástroje marketingu- produkt (product),

cenu (price), místo (place) a propagaci (propagation). V odborné literatuře se mluví o 4P.“ (4,s. 108)

Z toho vyplývá, že management starající se o marketing má za úkol ve správném poměru věnovat pozornost těmto jednotlivým nástrojům. Snaha podniku je dosahovat nejvyšších zisků a to je přímo úměrné vysoké hladině prodeje. Proto nesmí ani jeden z těchto nástrojů být příliš přemrštěný ale ani naopak podhodnocený. Podnikatel musí v první řadě myslet na to, že produkt je vytvářen pro zákazníka a proto ho musí přitahovat a přesvědčovat o tom, že právě tento produkt je ten správný za odpovídající cenu.

Strategie a chování firmy se tedy opírá o čtyři základní, jak již bylo dříve zmíněno, a tři vedlejší nástroje, které jsou dohromady označovány jako „7P“. Jsou to: *produkt, cena, komunikace, distribuce* a tři vedlejší: *lidé, proces, materiální prostředí*.

Produkt: Je jakýkoliv výrobek nebo služba, kterou firma produkuje na trh za určitou cenu. HORÁKOVÁ (2007) definuje produkt jako: „Hmotný i nehmotný statek, jenž je předmětem zájmu určité skupiny osob či organizací. Produktem je tedy výrobek, služba, myšlenka, volební program atd. V marketingu je produkt pojímán širěji než v běžném životě. Tímto termínem se označuje celková nabídka zákazníkovi – tedy nejen zboží nebo služba samy o sobě, ale také další abstraktní nebo symbolické skutečnosti, jako prestiž výrobce či prodejce, obchodní značka, kultura prodeje a další. Návrh, vývoj a zavádění spotřebitelsky atraktivního produktu jsou podstatnou součástí moderního marketingu.“ (6, s.36)

Cena: Je to další velmi důležitý nástroj, který udává výši peněz, kterou je zákazník ochoten vyměnit za užitek z vlastnictví produktu. To, jak vysoko stanoví prodejce cenu, má vliv na poptávku po produktu a na vnímání produktu ze strany spotřebitele. Pokud je cena nižší, přitahuje spíše ekonomicky uvažujícího spotřebitele, který hledá za málo peněz vysokou kvalitu. V případě, že prodejce stanoví cenu vysoko, může produkt působit exklusivně a poptávku po něm bude tvořit spotřebitel, který si potrpí na luxus a cenou zakoupeného produktu dává najevo své sociální postavení. Cenové hranice pak již tvoří pouze výše nákladů nebo stát.

Komunikace: BLAŽKOVÁ (2007): „Komunikační strategie přispívají k dobré informovanosti zákazníka a k úspěšnému prodeji zboží. Bez komunikace se nemůže

informace o existenci naší firmy či našeho výrobku či služeb dostat k zákazníkům či k dalším firmám. V marketingové komunikaci je důležité si vždy jasně stanovit komunikační cíl, kterého chceme dosáhnout, a pak většinou není těžké zvolit odpovídající metodiku ověření jeho dosažení.“ (2, s.127)

Komunikační strategie ve formě písemného dokumentu obsahuje:

- Úvod
- Cíle
- Cílové skupiny
- Prostředky
- Sdělení
- Načasování
- Zpětná vazba
- Rozpočet
- Zodpovědnost

Pokud mluvíme o komunikaci, je nezbytné se také zmínit o komunikačním mixu. Je tvořen několika složkami, které firmy používají ke komunikaci se stávajícím nebo potenciálním zákazníkem. Tyto složky mají za úkol připomenout, představit nebo informovat společnost o firmě nebo produktu. Jednotlivé složky mixu jsou:

- Reklama
- Public relations (PR)
- Podpora prodeje
- Osobní prodej

Distribuce: Distribuce je nástroj, který se zabývá tím, jak se produkt dostane k zákazníkovi, stará se o to, aby měl zákazník blízko k prodejnám a o vztah s dodavateli. BOVÉE, THILL (1992) distribuci definují: „Proces pohybu produktů od výrobce ke spotřebiteli, který může zahrnout několik kroků a účast mnohých společností.“ (3, s. 22)

3.1.2 Marketingová komunikace

KOTLER (2007): „Marketingová komunikace označuje prostředky, jimiž se firmy pokoušejí informovat a přesvědčovat spotřebitele a připomínat jim- přímo nebo

nepřímo- výrobky a značky, které prodávají. Marketingová komunikace představuje v jistém smyslu *hlas* značky a je prostředkem, jímž lze podnítit dialog a vytvářet vztahy se spotřebiteli. Marketingová komunikace vykonává pro spotřebitele mnoho funkcí. Spotřebitelům může být řečeno nebo ukázáno, jak a proč se výrobek používá, jakým druhem osob, kde a kdy. Spotřebitelé se mohou dozvědět, kdo výrobek vyrábí, jaká společnost a značka za ním stojí, a mohou získat podněty nebo odměny, když ho vyzkoušejí nebo budou používat. Marketingová komunikace umožňuje společností spojovat své s jinými lidmi, místy, akcemi, značkami, zážitky, pocity a věcmi. Marketingová komunikace může přispět k hodnotě značky tím, že jí vstřípí do mysli spotřebiteli a dotvoří její image.“ (7, s. 574)

Je zřejmé, že bez komunikace není marketing úplný a nemůže fungovat. Jako jeden z příkladů poučností, které mají dobře zvládnutou marketingovou komunikaci je firma Redbull. Má přesně stanovenou cílovou skupinu zákazníků a velice cíleně se jim věnuje. Tato firma má většinu svých zákazníků v řadách mladých lidí a Redbull je plně podporuje v jejich aktivitách, ať už je to formou sponzoringu nebo propagačních akcí na místech, kde se mládež schází. Při této činnosti také zaměstnávají personál, který má k daným aktivitám velmi blízko, takže komunikace mezi společností a zákazníkem je velmi blízká a přátelská.

Jednou z nejdůležitějších forem, jak může firma komunikovat se svým zákazníkem je reklama. Spolu s dalšími nástroji - osobní prodej, podpora prodeje, styk s veřejností, vytváří tzv. komunikační mix. Jak pro téma této práce, tak i pro marketing služeb obecně platí, že reklama je tím nejrozšířenějším a zároveň nejefektivnějším nástrojem komunikačního mixu a proto se dále budu věnovat jenom jí v samostatné kapitole.

3.1.3 Reklama

Reklama je jednou z hlavních forem komunikace, které se používají ať už u podniků, které produkují služby či hmotné produkty. Úkolem reklamy v marketingu je odlišit produkt od ostatních nabídek, dostat ho do povědomí zákazníka, a přesvědčit ho, aby si právě tento produkt koupil. Úspěšná reklama je proto jedním z rozhodujících faktorů úspěchu marketingové politiky.

3.1.3.1 Definice reklamy

HORÁKOVÁ (1992): „Reklamou se rozumí jakákoli placená forma nepřímého představení a propagace zboží, služeb či myšlenek, zprostředkovaná zpravidla reklamní agenturou. Reklama je velmi různorodá, a proto není jednoduché odvodit jednoznačně platná zobecnění.“ (6, s.266)

KOTLER (2007): „Reklama je jakákoliv placená forma neosobní prezentace a propagace idejí, zboží nebo služeb. Reklama může být cenově efektivním způsobem rozšiřování sdělení, ať již za účelem vytvoření preference značky nebo výchovy lidí.

Společnosti přistupují k reklamě různými způsoby. V malých firmách se o reklamu stará někdo z prodejního nebo marketingového oddělení, kdo spolupracuje s reklamní agenturou. Velká společnost si často zřídí vlastní oddělení, jehož manažer podléhá viceprezidentovi marketingu. Úkolem oddělení je sestavovat reklamní rozpočet, vytvářet strategii, schvalovat reklamy a kampaně, provádět direct mailové kampaně, navrhovat způsob vystavení výrobků u prodejců a další formy reklamy.“ (7, s.606)

3.1.3.2 Funkce reklamy

Reklama hraje velmi důležitou úlohu při budování pozice firmy a je rozhodující, jakým způsobem firma reklamu provádí. U služeb je propagace reklamou velmi složitá kvůli nehmatatelnosti a proto například letecké společnosti poukazují na konkrétní prvky, jako jsou profesionální personál, jídla z kvalitních surovin, pohodlnost letadel apod.

Při výběru média, které zvolíme za propagátora naší reklamy, je důležité zaměřit svou pozornost na:

- **Vlastnosti média-** to znamená zohlednit geografický dosah, typ posluchače, frekvenci, využití barev, pohybu, zvuku a možnost oslovit specifické tržní segmenty
- **Atmosféru média-** musí být v souladu s image společnosti
- **Dosah média-** jinými slovy velikost a typ obecnosti, které je médium schopné oslovit

- **Komparativní náklady**- průměrné náklady na oslovení např. jednoho tisíce posluchačů, diváků nebo čtenářů cílové skupiny zákazníků

K tomu, aby byla reklama úspěšná a efektivní, musí být tyto aspekty dobře zváženy a přínos reklamy musí převyšovat náklady nutné k jejímu uskutečnění. Je třeba, aby si před samotnou realizací firma pečlivě zvolila cíle, které od reklamy očekává.

Cíle reklamy jsou obvykle klasifikovány podle toho, jakou má mít reklama funkci. Reklama může mít funkci *informační, přesvědčovací, upomínací nebo posilující*.

- **Informační reklama** je zaměřena na seznámení zákazníka s produktem, službou nebo značkou a vytvoření co nejlepšího povědomí o produktech
- **Přesvědčovací reklama** je postavena na snaze zvýšit oblibu či preference. Mnoho firem, zvláště v posledních letech, staví své reklamy na základě tzv. srovnávání. Jde o to, že svůj produkt staví do příznivého světla, v porovnání s jednou nebo několika dalšími značkami, které se zabývají výrobou nebo poskytováním stejného typu produktu.
- **Upomínací reklama** se uplatňuje zvláště ve fázi zralosti produktu a má za cíl připomenout zákazníkům výrobek nebo službu, které již znají z minulosti. Používá se především v období mimo sezónu jejich použití. Jako neznámější typ takového typu reklam provádí společnost Coca-Cola.
- **Posilující reklama** je zaměřena především na přesvědčení stávajících zákazníků, že při koupi produktu investovali peníze nejlépe, jak mohli. Takovýto typ reklam se provádí často v automobilovém průmyslu, kde výrobce zdůrazňuje počet spokojených zákazníků nebo jejich loajalitu ke značce.

Jak správně stanovit cíle, které má reklama splnit, definuje KOTLER (2007) takto: „Reklamní cíl by měl vzejít z důkladné analýzy současné marketingové situace. Je-li produktová kategorie zralá, společnost je lídrem na trhu a užívání značky je nízké, správným cílem by měla být stimulace častějšího používání. Je-li produktová kategorie nová, společnost není lídrem na trhu, ale značka je lepší, než značka lídra, pak správným cílem je přesvědčit trh o vyšší kvalitě značky.“ (7, s.607)

3.1.4 Plánování a řízení marketingové činnosti

Aby byla firma úspěšná, musí být schopna se rychle a efektivně přizpůsobit měnícím se podmínkám trhu. Ať už je to marketing nebo jiné činnosti, které firma provádí, podléhají řízení a systematickému plánování. Vedení firmy musí mít jasnou představu o tom, jakých cílů a v jakém čase chce dosáhnout s ohledem na neustále měnící se trh. Z toho vyplývá, že řízení marketingové činnosti, je v podstatě spojením požadavků trhu a ekonomických zájmů firmy.

3.1.4.1 Požadavky na marketingový plán

- Musí být jasný, výstižný
- Zahrnuje klíčové informace
- Jednotlivé aktivity jsou uskutečnitelné
- Neměl by být rozsáhlý, ale ani příliš stručný
- Může mít různou podobu a být různě strukturován- firemní marketingové plány se mohou lišit jeden od druhého: podle typu firmy, její velikosti, oblasti, ve které podniká, nebo podle toho, v jaké fázi vývoje se firma nachází

BLAŽKOVÁ (2007): „Marketingový plán je písemný dokument, zachycující výsledky marketingového plánování. Je to nástroj, jehož cílem je zlepšit obchodní výsledky firmy. Jak malé tak střední firmy sestavují marketingový plán, jehož obsah a struktura se liší podle konkrétních podmínek v rámci každé firmy. Některé malé firmy zvolí variantu, kdy podnikový a marketingový plán tvoří jeden dokument. V jiných firmách vytvoří dva oddělené dokumenty, které jsou vzájemně provázané.“ (2, s.189)

3.1.4.2 Plánování cílů

Cíle si firma stanovuje podle toho, jakých reálných výsledků a v jakém čase chce dosáhnout. Je důležité, aby nebyly podhodnocené a nadhodnocené. V případě podhodnocení cílů, se nevyužívá naplno potenciál a firma tak strádá i tam, kde by mohla vydělávat. V opačném případě je zase na zaměstnance nakládáno příliš mnoho práce, která je potom neefektivní a výsledek je prakticky stejný. Firma si obvykle stanovuje dlouhodobé, střednědobé a krátkodobé cíle, jejichž rozsah a zaměření je závislý na oboru, kterému se firma věnuje.

HORÁKOVÁ (1992) ve své knize definuje cíle firmy a cíle jejího marketingu takto: „Proces řízení vychází z poslání a cílů organizace, které prolínají všemi dílčími fázemi řízení. Tyto cíle bývají široké, často obecné povahy a bývají specifické pro každou organizaci. Mohou být stanoveny správní radou podniku, ale také mohou být uloženy mateřskou organizací a v některých případech vládou. Dalším krokem je upřesnění obecně formulovaných záměrů, které vede ke stanovení cílů v oblasti marketingu, jimiž mohou být růst zisku, zvyšování tržeb nebo zvyšování podílu na trhu, spokojenost zákazníka, prestiž firmy, růst počtu obslužených klientů apod. Firma obvykle mívá více cílů a proto je účelné je hierarchicky uspořádat od nejvýznamnějších k nejméně důležitým. „ (6, s.45)

3.1.4.3 Sestavení rozpočtu

BLAŽKOVÁ (2007): „ Rozpočet představuje stanovení očekávaných podnikových a marketingových nákladů spolu s očekávanými tržbami, které vynaložíme, či získáme během plánovaného období. Marketingové náklady se týkají např. nákladů na přímý marketing, reklamu, vývoj nového výrobku, využívání nového distribučního článku a další. Tvorba rozpočtu ovšem není jednoduchá, neboť je třeba zajistit soulad mezi realizací marketingových aktivit a celkovým podnikovým rozpočtem, který představuje určité omezení.“ (2, s.190)

Ve fázi kdy firma sestavuje rozpočet, je obvyklé, že se ohlíží do minulosti a rozpočet se sestavuje na základě historie. To znamená, že vychází z rozpočtů minulých let a ten je obohacen o změny trendů a výkyvy cen. V neposlední řadě je také důležité zohlednit, ve které fázi se firma nachází, jaká je firemní strategie a jaké jsou firemní cíle. Firma, která je na trhu krátce, obvykle velkou část svých nákladů připisuje marketingu a výrobě, než firma zavedená. Stanovení rozpočtu má zásadní vliv na zisk firmy, na její investice, ale také částečně na její budoucí postavení na trhu.

Sestavení rozpočtu je závislé na správném a objektivním odhadu budoucích nákladů a příjmů firmy. Odhad jak nákladů, tak příjmů je nutné provádět velice pečlivě a zohlednit v něm veškeré možné změny, protože nadhodnocení i podhodnocení obou těchto prvků může finální stav rozpočtu rapidně ovlivnit.

Předpověď příjmů a výdajů je směrodatné především u malých a středních firem, kterým slouží jako vodítko pro další rozhodování do budoucna. Není ani tak důležité

jakým způsobem se rozpočet sestavuje, ale důležité je, aby byl stručný, výstižný, přehledný a objektivní. Problémy v rozpočetnictví u velkých firem spočívají zpravidla v tom, že jsou zbytečně komplikované a jejich význam se ztrácí v nekonečných řadách čísel. Tím postrádá veškerou svojí funkci.

Při řešení této základní otázky příjmů a výdajů nám hodně pomůže předpověď budoucího prodeje. K tomu, abychom budoucí prodej dobře odhadli, je nutné položit si tyto základní otázky:

- Co prodáváme?
- Kolik stojí jedna jednotka každé položky?
- Kolik zásob chceme držet?
- Kolik nových zákazníků každý rok získáme?
- Kolik zákazníků každý rok ztratíme?
- Kolik předpokládáme, že se prodá z každé položky v průběhu dne, týdne či měsíce?
- Jaká jsou průměrné tržby z jednoho zákazníka?
- Jsou období, kdy ztratíme více zákazníků než obvykle nebo kdy jsou nižší tržby?
- Jaký byl čistý zisk v minulých letech?

Po zvážení a zodpovězení těchto otázek jsme schopni budoucí prodej odhadnout. Jak je podle otázek patrné, velkou roli zde hrají výsledky minulých let a předešlé zkušenosti, které poté používáme pro kontrolu a monitorování prodeje a tržeb.

Odhadnout náklady do budoucna je o něco jednodušší a hlavně přesnější. Postup je však v podstatě identický. Musíme si přesně stanovit, jaké aktivity chceme provádět, o jaké investice máme zájem a co jednotlivé položky budou stát. Po sečtení jednotlivých položek proti sobě postavíme hodnoty příjmů a nákladů, ke kterým jsme se dopočítali, a rozdíl musí korespondovat s naším celkovým podnikovým plánem.

3.1.5 Marketing služeb (událostí)

V dnešní době je západoevropská ekonomika postavena především na službách. Obzvláště pak v 90. letech zaznamenal trh služeb obrovský nárůst, který byl kompenzován poklesem tradiční výroby. Západoevropské země mají dnes hospodářství

tvořené více než ze 60% službami, kde je však také většina populace zaměstnána. Tento mohutný nástup trhu služeb byl vyvolán zrušením státních regulací na trzích finančních a profesionálních služeb a také rozvojem nových technologií. Všechny odvětví zaznamenaly mimořádně rostoucí trend ke specializaci a využití externích služeb. Dalším zásadním prvkem v rozmachu služeb bylo odstranění všech dosavadních obchodních bariér Evropským společenstvím, což bylo provedeno v roce 1992 s myšlenkou přeměnit celý různorodý kontinent na jeden kompaktní domácí trh.

S otevřením trhu však souvisí především příchod konkurence, což vedlo na jedné straně k vytlačení některých malých podnikatelů, na druhé straně však ke zkvalitnění služeb. Pro celoevropské hospodářství to bez pochyb znamenalo vyčistění a ozdravení trhu a také nárůst inovací a rozvoje.

3.1.5.1 Definice služeb

PAYNE (1996): „Služba je činnost, která v sobě má určitý prvek nehmatačnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo s jeho majetkem. Výsledkem služby není převod vlastnictví. Služba může vést ke změně podmínek a její produkce může či nemusí být úzce spojena s fyzickým produktem.“ (10, s.14)

KOTLER (2007) služby definuje: „Služba je jakýkoliv akt nebo výkon, který může jedna strana nabídnout jiné straně a který je svojí podstatou nehmotný a nevede ke změně vlastnictví čehokoliv. Příprava služby může, ale nemusí, být spojena s fyzickým výrobkem.“ (7, s. 440)

3.1.5.2 Povaha služeb

Služba, stejně jako výrobek, se řadí do kategorie *produkt*, a to ve smyslu produkt, který firma nabízí svým zákazníkům za určitou cenu. Rozdíl mezi výrobkem a službou se určuje podle několika parametrů, které službu odlišují od výrobních produktů. Službám se ve většině odborných prací přisuzují tyto vlastnosti:

- **Nehmatačnost:** Službu člověk nemůže vnímat smysly, jako je zrak, čich, sluch, hmat ani chuť. Dokud si službu nekoupí, nemůže její skutečné hodnoty poznat. Kvalitu služby hodnotí podle jiných parametrů, které však už nejsou zdaleka tak přesné a věrohodné. Jsou to například doporučení, preference, spokojenost ostatních zákazníků apod.

Kromě těchto prvků se zákazník samozřejmě pro službu rozhoduje také podle místa, které je mu nejpohodlnější, podle ceny, za kterou je služba poskytována nebo podle prostředí, kde je služba nabízena.

- **Nedělitelnost:** Tato vlastnost je chápána tak, že v případě poskytování služeb vzniká produkt zároveň s jejím spotřebováváním. U výrobku je tento proces odlišný, protože po vyrobení samotného produktu je produkt uskladněn, distribuován, vystaven na prodejně, a poté co je prodán ho zákazník užívá. Proto v případě, že si zaplatíme službu, neplatíme si jen užitek, který ze služby plyne, ale také jejího poskytovatele.
- **Proměnlivost:** Kvalita služby je závislá na tom, kdy a kým je poskytována a tyto faktory jsou velice proměnlivé. Pokud si opakovaně koupíme jednu a tu samou službu, nikdy není naprosto stejná. Například u kadeřníka můžeme být jednou spokojeni více, jindy méně, a přitom je to stále to samé kadeřnictví a my si necháváme dělat stále ten samý účes. Je však několik kroků, které může poskytovatel služeb provést, aby kvalitu svých služeb monitoroval a aby se nezhoršovala. Jsou to především tři základní: *investovat do dobrých postupů přijímání a zaučování* (mít přehled kdo pro vás pracuje a jestli je na to dostatečně vyškolený), *standardizovat proces výkonu služby napříč celou společností* (soustředit se na to, aby všechny služby byly prováděny tak, jak je krok po kroku předepsáno), *monitorovat spokojenost zákazníků* (využívat systém přání a stížností, dát zákazníkům možnost hodnotit poskytovatele služeb a zaměstnance atd.)
- **Pomíjivost:** Problém služeb spočívá v tom, že se nedá uskladnit. V případě stálé poptávky to není žádná překážka, ale v případě kolísavé poptávky, mohou mít poskytovatelé služeb problémy. Jako příklad se dá použít stánek se zmrzlinou. Pokud je hezky teplo a svítí slunce, může stánek slušně vydělávat. V případě že začne pršet a ochladí se, už si nikdo zmrzlinu nekoupí.

I přes tyto obecně platné zásady, má poskytovatel služeb snahu co nejvíce svůj produkt zákazníkovi přiblížit a je proto snaha produkt zhmatalnit, nebo alespoň nějaké jeho prvky. U některých produktů je to poměrně snadné (občerstvení- poskytnutí ochutnávky), jindy velmi složité. Záleží proto na tom, kde se nabízený produkt nachází, na škále hmatatelnosti.

Obrázek č. 1- Kontinuum hmatatelnosti



Zdroj: Payne (1996)

3.2 Management ve sportu

3.2.1 Pojem management

Management jako takový je v dnešní době velice často používaný a populární pojem. Samo o sobě slovo *management* pochází z angličtiny. Český překlad je velmi složitý, ale nejbližší ekvivalent je asi slovo *řízení*. Řízením se v této souvislosti rozumí cílené vedení společnosti nebo pracovníků a zajištění veškerých funkčních činností, které s tím souvisí.

Všechny definice týkající se managementu jsou velmi podobné a liší se jen v detailech. Proto se dá význam slova management shrnout v několika bodech. Je vždy vykonáván lidmi, lze ho aplikovat na různé organizační úrovně a stupně, má široký obsahový a aplikační záběr a jeho hlavním smyslem je dosažení úspěšnosti určité jednotky nebo procesu.

Jak již bylo řečeno, záběr managementu je velice široký a obsahuje několik činností a funkcí. Základní funkce, které jsou shrnuty v každé publikaci managementu, jsou však velmi podstatné a každý manažer by je měl znát a dodržovat. Jsou to typické a základní činnosti, které manažer (vedoucí pracovník) vykonává ve své práci. Tyto funkce jsou:

- Plánování
- Organizování
- Výběr a rozmístění pracovníků
- Vedení lidí
- Kontrola

3.2.2 Sportovní management

ČÁSLAVOVÁ (2009): „Pojem sportovní management lze chápat jako ucelené řízení tělovýchovných a sportovních svazů, spolků, klubů, tělovýchovných jednot, družstev, které alespoň z části akceptují podnikatelsky orientované chování. Dále zde jde zcela bezvýhradně přímo o způsob řízení v podnikatelském sektoru výroby sportovního zboží či provozování placených tělovýchovných a sportovních služeb.“ (4, s.18)

Pro toto odvětví managementu se postupem času stanovil termín *sportmanagement*. Je to slovní spojení, které přesně vystihuje propojení komerce a sportu.

3.2.3 Sportovní manažer

Sportovní manažer je vedoucí osoba, starající se o chod a provoz sportovního zařízení, sportovního klubu, sportovní akce nebo i jednotlivce. Kromě několika základních manažerských funkcí, které byly zmíněny dříve, spadá do činností

sportovního manažera ještě několik dalších funkcí. Nejsou to funkce týkající se přímo sportu, ale funkce, bez kterých není možné sportovní činnost provozovat. Tyto doplňkové funkce jsou:

- Marketing
- Finance
- Právo
- Komunikace

Pro každého sportovního manažera je také nutností zvládat průběžné manažerské funkce (analytické, rozhodovací, implementační), které provádí neustále a za chodu.

Každý manažer má nepatrně jiné zaměření, stará se o jiný počet pracovníků nebo je jeho práce více či méně zaměřená na finanční výnos. Jsou však stanoveny tři základní úrovně, které všechny typy manažerů zastřešují.

- **Manažer na úrovni vedení sportovní činnosti** (vedoucí sportovních družstev i jednotlivců ve vyšších soutěžích, specialisté, vyškoleni pro sportovní akce ad hoc – příprava mistrovství světa, příprava olympijských her apod., specialisté na sport ve volném čase)
- **Manažer na úrovni řízení sportovního spolku** (členové výkonných výborů spolků a organizací, sekretáři, vedoucí středisek zastřešených armádou nebo policií)
- **Manažeři v podnikatelském sektoru** (výroba sportovního zboží, řízení a provozování nejrůznějších sportovních a tělovýchovných služeb, výroba sportovního náčiní, fitness apod.)

Jako je tomu u ostatních organizací, jsou i ve sportovním prostředí organizace rozděleny na dva základní póly- ziskové a neziskové. U neziskových organizací není vytvářen takový tlak ze strany konkurence jako ve výdělečném sektoru, a to je jeden z důvodů, proč tyto organizace nebývají tolik výkonné. Vliv to má i na fakt, že v neziskových organizacích často pracují neprofesionální zaměstnanci, kteří nejsou dostatečně vybaveni, a to často zastávají i vysoké funkce. Je to však jedna z možných

variant, jak se vypořádat s častými finančními problémy a vyrovnaným rozpočtem, který je často udržován státem. Ani pracovní nasazení nebývá v neziskových organizacích příliš vysoké, což je způsobeno velmi malou pravděpodobností kariérního postupu nebo nějakého typu pracovního růstu. Nevyvratitelnou výhodou tohoto typu podniku je to, že existují jakési stimuly pro manažery na vedoucích pozicích ve formě daňových úlev.

U organizací orientovaných výdělečně je situace jiná hned v několika bodech. V první řadě je nutno vyzdvihnout nesrovnatelně lepší dělbu práce. U organizací většího rozsahu je dobře zvládnutá dělba práce naprosto nepostradatelná. Pokud jsou někteří zaměstnanci přetěžováni a jiní s nedostatečným množstvím práce, hrozí silný úpadek pracovní morálky. Stejný dopad má, když zaměstnanci přesně nevědí kdo je jejich nadřízený nebo jich mají více. U ziskových organizací jsou bez pochyb lepší finanční podmínky a pracovní postup je také jistější, na druhou stranu je zde obvykle nakládána velká zodpovědnost na vedoucí pozice a často i neúměrně k výši platu.

3.2.4 Pole působnosti sportovního manažera

Základní dvě sféry působení sportovního manažera jsou, jak již bylo výše řečeno, neziskový a ziskový sektor. V podstatě by se dalo říct, že jejich náplň práce a úlohy jsou stejné, ale je samozřejmé, že ziskový sektor má mnohem propracovanější infrastrukturu a rychlejší vývoj, a proto by se neziskový sektor měl v organizačních stránkách ziskovému snažit přiblížit.

Hlavním posláním neziskových organizací je to, že se zaměřují na pokrytí potřeb členů, bez ohledu na trh. Přestože je v naší zemi převaha sportovních organizací neziskových, obecně se dá říci, že jejich manažerské řízení je nedostatečné. I ony by se měly řídit alespoň částečně vůlí trhu. Je ovšem velmi náročné udělat takové zásadní kroky, aby se to změnilo. Nevýhodou neziskové sféry je fakt, že je zde velká cirkulace lidských zdrojů, vedení je nestálé a organizace pravidelně neupravuje svůj základní účel, ke kterému je stvořena.

Jeden ze zásadních nedostatků neziskových organizací, a zároveň důvod, proč tyto organizace neprosperují, jsou chyby v procesu plánování. Plánování a stanovování cílů je zde posunuto na druhou kolej a provádí se jen rámcově a krátkodobě. Jednotlivé krátkodobé plány si navzájem odporují a nemají jako celek žádný dlouhodobý cíl.

Situace by se zlepšila, kdyby se neziskové organizace naučili provádět propracovanější a hlavně dlouhodobější strategické plány, které by měly reálný cíl ale vzestupnou tendenci.

Ziskové organizace tento problém nemají. Nabídka ziskových organizací je vesměs flexibilní a je zaměřena na potřeby zákazníka z pohledu trhu. Organizace nabízí produkt, po kterém je vysoká poptávka a podle toho také upravuje cenu. Nabídka je zde obvykle velice pestrá a zaměřená cíleně na to, co zákazník vyžaduje.

ČÁSLAVOVÁ (2009): „ Neziskové organizace produkují kolektivní statky, které využívají celé skupiny, aniž by za ně platily (veřejné statky). Tržní statky existují především v oblasti poskytování služeb. Ziskové organizace jsou zaměřeny na produkci individuálních tržních statků, které mohou být výhradně užívány jednotlivými spotřebiteli.“ (4, s.20)

Základní rozdělení organizací, působících v naší zemi v oblasti sportu je následující:

- **Občanská sdružení** (zastřešující sportovní organizace, sportovní klub, tělovýchovná jednota, samostatná sportovní asociace, sportovní oddíl nebo odbor
- **Rozpočtové nebo příspěvkové organizace**
- **Zájmová sdružení právnických osob**
- **Nadace a nadační fondy**
- **Obecně prospěšné společnosti vzniklé podle zákona č. 248/1995 Sb.,**

3.2.5 Postup při organizaci sportovní akce

Dalo by se říct, že postup pro organizování sportovních akcí se dá shrnout do několika bodů, které by manažer měl respektovat. Tyto body se jen s drobnými odchylkami vyskytují prakticky ve všech literaturách, které se organizací sportovních akcí zabývají. Například ČÁSLAVOVÁ (2009) tyto body vyjadřuje formou deseti etap:

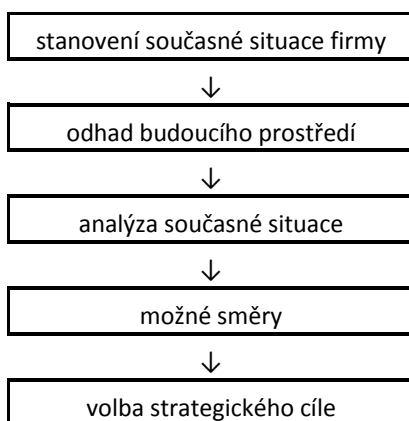
- Současná situace
- Budoucí prostředí
- Naše současné možnosti
- Možné směry
- Naše cíle
- Možné přístupové cesty
- Zvolená cesta strategie
- Program akce rozpočet
- Přehled a kontrola

3.2.6 Strategické plánování v oblasti sportu

Strategické plánování je základní a nezbytná činnost každého manažera. Stejně tomu tak je, mluvíme-li o činnostech sportovního manažera. K tomu, aby bylo možno dosáhnout určitých cílů v budoucnu, je potřeba vytvořit strategický plán. Za pomoci marketingových nástrojů musí manažer sestavit plán tak, aby byl uskutečnitelný a aby v jeho výsledku byly zohledněny zájmy firmy. Není však jen důležité stanovit cíl neboli výsledek hospodaření, ale také jednotlivé kroky, kterými se k výsledku dopravujeme. Do jednotlivých fází strategického plánu musí být zahrnut nejen současný stav firmy, ale také prostředí v jakém se firma vyskytuje. Jinými slovy zohledňuje jak vnitřní tak vnější činitele. Nesmíme zapomenout ani na zohlednění rizik, které mohou v průběhu času nastat.

Postup při vytváření strategického plánu by se dal ilustrativně znázornit takto:

Obrázek č. 2- Strategický plán



Zdroj: Čáslavová (2009)

3.2.6.1 Stanovení strategických cílů

Stanovení strategických cílů velmi úzce souvisí se strategickým plánováním. Navržení takového cíle však není nijak jednoduché a podléhá také určité hierarchické stupnici. Stupnice hodnotí nejen význam a důležitost cílů, ale také priority klubu nebo sportovní organizace. Méně významné cíle se postupem času inovují a doplňují, zatímco nejvýše postavené cíle bývají stálé a neměnné. Mezi ně patří například účel nebo identita sportovního klubu.

Bez reálně stanovených cílů, postrádá strategické plánování opodstatnění a naopak bez pečlivého strategického plánování není možné dosáhnout vytyčených cílů. Většina literatur týkajících se sportovního managementu, rozděluje cíle do třech skupin podle oboru, kterým se zabývá. Patří mezi ně *sportovní cíle*, *ekonomické cíle* a *sociální cíle*. Jaké konkrétní prvky se skrývají v jednotlivých typech cílů, je dobře vidět v tabulkách, které publikuje ČÁSLAVOVÁ (2009):

Tabulka č.1- Sociální cíle

Dlouhodobé cíle (nad 3 roky)	Střednědobé cíle (3 roky)	Krátkodobé cíle (roční)
Podpora příslušnosti ke sportovnímu klubu, společnosti a spokojenost jeho členů	Podpora poskytovaných společenských forem Hledání nových společenských forem Povzbuzování atmosféry porozumění	- Podpora koordinátorské práce - Zohlednění mezilidských vztahů - Odstraňování egoismu - Hledání v jiných klubech a programech - Hledání v cizině - Vlastní experimenty - Dotazování členů - Spolupůsobení při vytváření cílů - Identifikace se sportovním klubem - Pronikání této činnosti mimo sportovní klub

Zdroj: Čáslavová (2009)

Tabulka č.2- Sportovní cíle

Dlouhodobé cíle (nad 3 roky)	Střednědobé cíle (3 roky)	Krátkodobé cíle (roční)
Podpora příslušnosti ke sportovnímu klubu, společnosti a spokojenost jeho členů	Podpora poskytovaných společenských forem Hledání nových společenských forem Povzbuzování atmosféry porozumění	- Podpora koordinátorské práce - Zohlednění mezilidských vztahů - Odstraňování egoismu - Hledání v jiných klubech a programech - Hledání v cizině - Vlastní experimenty - Dotazování členů - Spolupůsobení při vytváření cílů - Identifikace se sportovním klubem - Pronikání této činnosti mimo sportovní klub

Zdroj: Čáslavová (2009)

Tabulka č.3- Ekonomické cíle

Dlouhodobé cíle (nad 3 roky)	Střednědobé cíle (3 roky)	Krátkodobé cíle (roční)
Podpora příslušnosti ke sportovnímu klubu, společnosti a spokojenost jeho členů	Podpora poskytovaných společenských forem Hledání nových společenských forem Povzbuzování atmosféry porozumění	- Podpora koordinátorské práce - Zohlednění mezilidských vztahů - Odstraňování egoismu - Hledání v jiných klubech a programech - Hledání v cizině - Vlastní experimenty - Dotazování členů - Spolupůsobení při vytváření cílů - Identifikace se sportovním klubem - Pronikání této činnosti mimo sportovní klub

Zdroj: Čáslavová (2009)

3.3 Sponzoring ve sportu

3.3.1 Vymezení pojmu sponzoring (sponzorování)

Sponzorování, je jeden z prostředků, kterými se získávají finanční a věcné hodnoty, které jsou nepostradatelné pro úspěšnou realizaci akcí nejrůznějšího typu. Kromě akcí kulturních, společenských nebo vědeckých se to týká také akcí sportovních. Sponzoring ve sportovní sféře využívají všechny jednotky, které se sportem zabývají. Jsou to kluby, oddíly, tělovýchovné organizace, sportovní spolky ale také týmy nebo jednotlivci. V dnešní době je sponzorování ve sportu tak běžné, že se stalo neoddělitelnou součástí středních a vyšších soutěží snad každého sportovního odvětví.

ČÁSLAVOVÁ (2009) uvádí definici autorů Mullin, J., Hardy, S., Sutton, W. A. (2000): „Termín sponzorování se využívá k získání práv přiřčených nebo přímo spojovaných s produktem nebo akcí s cílem získat užitek z tohoto spojení. Sponzor pak používá tento vztah k dosažení svých propagačních cílů nebo k podpoře širších marketingových cílů. Práva získaná z tohoto vztahu mohou zahrnovat maloobchodní příležitosti, koupi práva na užití jména ve vysílacích časech nebo programu hospitanty.“ (4, s.190)

Z definice jasně vyplývá, že sponzorování je oboustranný obchod, kde sponzorovaný využívá prostředků, které od sponzora obdrží, a sponzor využívá výsad, které jsou spojené s prezentací tohoto obchodního spojení.

3.3.2 Úrovně sponzorování

Ve sportovním sponzorování jsou pochopitelně velké rozdíly. Záleží na několika aspektech, které dělají sponzorovaného více nebo méně atraktivního pro potenciální sponzory. Pokud je sport, sportovní akce nebo sportovní jednotka populární, má velkou členskou základnu a velkou sledovanost diváků, je pro sponzory velice lukrativní a jsou ochotni nabídnout značné prostředky. V našem prostředí jsou to nejvyšší soutěže ve fotbale a v hokeji. V těchto odvětvích hraje sponzorování naprosto zásadní roli ve financování, ať už mluvíme o financování týmů jednotlivců nebo soutěží (viz kap. níže). V případě, že se firma stane jedním z předních sponzorů dejme tomu extraligového hokejového týmu, musí platit pravidelně značné finanční sumy, které jsou vyváženy

dobře viditelnou reklamou na dresech, na stadionu apod. V takových případech bývá sponzorování hlavním marketingovým propagačním zájmem.

Na druhé straně sponzorování existuje i v nižších a ne tak exponovaných sférách jako je fotbal a hokej. Sponzorování má své opodstatnění i ve sportech, kterému se věnuje několikanásobně menší část populace a jen výjimečně ho můžeme vidět v televizi a jiných masmédiích. Zde nabízí sponzor svému partnerovi podstatně nižší částky a také protislužba není tak atraktivní. Jako kompenzaci nabízí sponzorovaný například prezentaci firmy na meetingách, na reklamních plochách, na dresech sportovců nebo využívání sportovišť.

3.3.3 Formy sponzorování

Sponzorování se zaměřuje na 5 základních forem

1. Sponzorování sportovních klubů: Tento typ sponzorování je výhodný v tom ohledu, že je velké množství variant co sponzorovi nabídnou. Výhodné je to i pro druhou stranu, stranu klubu, který může se získanými prostředky naložit podle svého uvážení.
2. Sponzorování sportovních týmů: Dnes u nás poměrně populární záležitost. Výhoda spočívá v jasné specifikaci marketingových zájmů firmy, která tým podporuje. Poukazuje tím na svou sounáležitost s určitou skupinou a jejími výsledky.
3. Sponzorování sportovních akcí: Specifický typ sponzoringu, kde sponzor vkládá své prostředky do jednorázové akce. Nabídka sponzorovi se pak obvykle skládá z V.I.P. výhod, jako jsou např. prominentní místa. Dále lze sponzorům nabídnout vstupenky na utkání či Players-party pro zaměstnance a klienty, prezentaci firmy v průběhu celé akce, u vyhlásování vítězů či vystavení reklamních transparentů na dobře viditelném a frekventovaném místě.
4. Sponzorování soutěží: Tato varianta sponzoringu je využívána především velkými firmami, kterým je za sponzorování nabídnuto například nazvání soutěže podle názvu firmy (Tipsport extraliga).

5. Sponzorování jednotlivce: Je to jedna z nejrozšířenějších forem sponzoringu. Sportovec zde není odměněn jen finančně ale většinou i oblečením a jinými produkty. Obvykle bývá sepsána sponzorská smlouva, která zavazuje sportovce i sponzora k určitým pravidlům jako je například autogramiáda, používání sportovního náčiní dané firmy či loajalita.

3.3.4 Přínos sponzoringu

Jak již bylo dříve řečeno, sponzoring je oboustranný obchod, ze kterého má prospěch jak strana sponzora, tak strana sponzorovaného. Sponzorovi jde většinou o zvýšení jeho prestiže, popularitu mezi zákazníky, získání nových zákazníků, nebo zvyšování image značky. Sponzorovaný pak požaduje finanční nebo materiální ohodnocení protislužby. Těmto protislužbám se říká také „*sponzorský balíček*“. V případě, že sportovní jednotka má zájem o sponzoring, musí manažer takovýto sponzorský balíček v dostatečném předstihu připravit. Obsahuje shrnutí všeho, čím bude sportovní jednotka prezentovat firmu, kterou o sponzoring žádá.

Sponzorský balíček dokument je sestavený tak, aby v něm byly jasně zřetelné dva základní prvky- co sportovní jednotka sponzorovi nabízí, co na oplátku požaduje. Může obsahovat také podmínky pro dodržení smlouvy mezi stranami.

V zásadě jsou sestavovány sponzorské balíčky podle toho v jakém rozsahu má být sponzorování prováděno. Nejvyšší je *exkluzivní sponzorování*, kde je sponzor postaven do čela všech sponzorů a pobírá veškeré výhody. O něco nižší typ je *hlavní sponzorování*, při kterém je sponzor postaven do čela všech ostatních sponzorů, a využívá nejatraktivnějších výhod. Poslední v této řadě je *kooperační sponzorování*, které spočívá v rozdělení protislužeb mezi více sponzorů.

Pro vysoké soutěže, nejlepší sportovce, prestižní kluby, obrovské atraktivní sportovní akce, není tak složité sponzory sehnat. Sponzoři se o jejich zájem, dalo by se říct perou. Problémy nastávají u nižších soutěží, nebo sportů s malou členskou základnou. Zde je shánění sponzora velmi obtížné, a obvykle i finanční a materiální podpora, kterou je sponzor ochoten poskytnout nebývá adekvátní nabídce, kterou sportovní jednotka nabízí. Ani tato sféra by se však bez sponzoringu neobešla, jelikož i

skromný sponzoring zde hraje velmi podstatnou roli v rozpočtu a mnoho akcí, sportovních oddílů a klubů by bez něj nemohlo fungovat.

4 Metodologie

4.1 SWOT analýza

SWOT analýza je jeden z nástrojů, jak se podnikatelská jednotka rozhoduje v otázkách podnikatelských záměrů. Hlavním účelem je v podstatě hledání nových příležitostí, což je vlastně jedno z hlavních poslání marketingu. Marketingová příležitost je oblastí potřeb a zájmů kupujících. V zásadě existují tři hlavní typy příležitostí, které nám trh nabízí. Prvním je dodávat něco, čeho je na trhu nedostatek. V tomto případě není ani tak nutné mít prvotřídní marketing, reklamu apod., protože potřeba tohoto produktu je zřejmá. Dalším typem je dodávat výrobek, který již existuje, novým, lepším, nebo levnějším způsobem a posledním typem je přijít se zcela novým výrobkem nebo službou. To je sice varianta, z které se dá nejvíce profitovat, ale dnešní trh už není tak nevyplněný, jako býval před 20 lety, takže už je to velmi náročné.

Samotná SWOT analýza funguje tak, že porovnává interní a externí faktory, neboli prvky které působí na firmu zevnitř a z vnějšku. Zachycuje silné a slabé stránky a na druhé straně příležitosti a hrozby. Je to zkoumání prostředí, které nám napomáhá rozhodnout se jaké kroky v budoucnu učinit, a které budou prosperovat.

KOTLER (2007) definuje SWOT analýzu jako: „Celkové vyhodnocení silných a slabých (strengths, weaknesses) stránek společnosti, příležitostí a hrozeb (opportunities, threats) se nazývá analýza SWOT. Zahrnuje monitorování externího a interního marketingového prostředí.“ (7, s.90)

Název SWOT analýza je odvozen od prvních písmen anglických názvů, neboli:

- S- strengths- silné stránky
- W- weaknesses- slabé stránky
- O- opportunities- příležitosti
- T- threats- hrozby

Silné stránky: Jsou to například podnikové schopnosti a dovednosti, nebo faktory v kterých je firma dobrá. Mohou představovat například konkurenční výhodu, vztah se zákazníky, dobrá jméno značky, aktivní přístup k vývoji a výzkumu nebo know-how.

Slabé stránky: Je logicky opakem silných stránek, neboli jsou to prvky, v kterých firma pokulhává. Může se i stát, že mezi slabé stránky se počítá nedostatek určité stránky silné. Patří sem např. špatné umístění firmy, vysoké náklady, nedostatek zkušeností.

Příležitosti: Je to převaha, kterou firma může disponovat v případě, že příležitost dobře využije. Firma tyto příležitosti musí nejprve identifikovat, a poté co je použije, s nimi může počítat. S využitím těchto příležitostí stoupá pravděpodobnost růstu či lepšího využití disponibilních zdrojů a naplnění cílů. Mezi příležitosti se dá zařadit naplnění potřeby zákazníků, rozvoj nových trhů, odstranění mezinárodních bariér nebo nové technologie.

Hrozby: Jsou to především změny v okolí firmy, které mohou firmu ohrozit nebo jí znemožnit další působení. Obvykle jsou zaznamenávány ve smyslu rizika neúspěchu a hrozby úpadku. Mezi nejčastější případy patří příchod nových konkurentů na trh, regulační opatření, daňové zatížení či změny v zákaznických preferencích.

4.1.1 SWOT matice

Jak již bylo řečeno, při provádění SWOT analýzy, se porovnávají faktory interní (silné a slabé stránky) a faktory externí (příležitosti a hrozby). Tyto jednotlivé faktory se poté aplikují do tzv. SWOT matice.

Tabulka č. 2- SWOT matice

silné stránky	slabé stránky
příležitosti	hrozby

Zdroj: Blažková (2007)

4.1.2 Postup při SWOT analýze

Při sestavování SWOT matice si musíme uvědomit několik věcí. Jednou z nich je, že jednotlivé faktory (silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby) nemají pro firmu stejnou váhu a důležitost. Je zřejmé, že u málo produktivního managementu má větší váhu slabá podpora prodeje. Musí se proto jednotlivým faktorům přiřadit různá pozornost. Další věc je, že to, co je pro jeden podnik silná stránka, může být u jiného

podniku bráno jako stránka slabá. Proto se postup při SWOT analýze nedá zcela zobecnit, ale musí se aplikovat přímo na konkrétním případě.

4.1.3 Využití SWOT analýzy

SWOT analýza je velmi praktická v tom ohledu, že při její jednoduchosti se dá provádět často a napomáhá manažerovi rozhodnout se o budoucích krocích. Tím, že spojuje jak poměry uvnitř firmy, tak prostředí, v kterém se firma nachází z vnějšku, má velice reálné výsledky a dá se ihned po provedení aplikovat v praxi. V případě, že jednotlivé faktory ještě ohodnotíme například jako důležité, středně důležité a zanedbatelné, nebo jim přidělíme známku z předem určené škály, je tato analýza ještě přesnější.

BLAŽKOVÁ (2007) shrnuje využití SWOT analýzy takto: „Ačkoli SWOT matice bere v úvahu pouze čtyři faktory, může velmi dobře posloužit jako vodítko pro další rozhodování, protože pro svoji jednoduchost je snadno realizovatelná. SWOT analýza poskytuje informace, které jsou užitečné při hledání souladu mezi podnikovými zdroji i schopnostmi a konkurenčním prostředím či trhem, ve kterém se firma pohybuje. Výsledky SWOT analýzy mohou být využity při celopodnikovém a marketingovém plánování a také při formulaci i výběru vhodné marketingové strategie.“ (2,s.159)

4.2 Neformální rozhovor

Neformální rozhovor je způsob získávání informací, který je velmi podobný například interview. Je v podstatě postavený na principu volné konverzace, kde je snaha získat požadované informace. Na první pohled může tato metoda vypadat jednoduše, ale na interview se musí tazatel velmi dobře připravit a jsou zde velmi hodnotné předchozí zkušenosti s touto metodou dotazování.

Tazatel musí mít předem stanovený cíl rozhovoru, a musí mít dobře promyšlené, jakým způsobem je získá. Proto by se měl držet určitých předem stanovených bodů, neboli okruhů otázek, které respondentovi klade. Neformální rozhovor je osobního charakteru, což znamená, že zde na oba zúčastněné může působit určitá nervozita. Úkolem tazatele je navodit takovou atmosféru, při které by se respondent cítil dobře a jeho odpovědi by nebyli nijak ovlivněné nebo motivované.

Osoba, které je svěřeno vést neformální rozhovor, obvykle začíná rozhovor stručným, ale výstižným nastíněním tématu, kterým se bude při rozhovoru zabývat.

Poté, co je téma stanovené, je třeba navázat alespoň do určité míry oboustrannou konverzací, což na respondenta zapůsobí uvolňujícím dojmem a jeho odpovědi pak bývají více obsáhlé. V tomto okamžiku, již může tazatel přejít na kladení otázek, které má rámcově připravené a jen částečně je doplňuje a obohacuje v návaznosti na respondentovy odpovědi. Důležité zde je, nenechat respondenta příliš odbíhat od požadovaného tématu, pokud však sám nezačne hovořit o tématu, které je pro nás také zajímavé. V poslední fázi rozhovoru, již tazatel pouze doladí nejasnosti, které se v průběhu objevily, a může položit několik zobecňujících otázek.

Tato metoda má své výhody i nevýhody. Jako jednoznačné plus je fakt, že informace získané tímto typem dotazování, jsou díky osobnímu kontaktu velmi věrohodné a mají široký záběr. Nevýhodou však je to, že neformální rozhovor je velmi časově náročný, mnohdy je zde obtížné třídění dat a je také náročné na zkušenostech a schopnostech tazatele.

4.3 Metody použité v této práci

Analýza SWOT je v této práci rozpracována tak, aby bylo na konkrétním případě zřetelné, jak jsou tyto teoretická východiska uskutečnitelná v praxi. Podklady pro tuto analýzu byly shromážděny především na základě zkušeností a záznamů z minulých ročníků turnaje.

Rozhovor, byl pro tuto práci veden s několika málo respondenty po ukončení turnaje a závěry z něj vyvozené slouží pro zhodnocení akce a navržení změn do budoucna. Tyto jednotlivé návrhy jsou pak zaneseny v kapitole „shrnutí a doporučení“. Rozhovor byl veden s presidentem světové racketlonové federace Marcelem Weiglem, s pořadatelem turnaje Svatoplukem Rejtharem a s českou úřadující jedničkou v racketlonu Petrem Veselým.

5 OBECNÉ INFORMACE O RACKETLONU

5.1 Co je to racketlon?

Racketlon, je u nás nově vznikající sport, který spočívá v propojení čtyř nejoblíbenějších raketových sportů dohromady. Jsou to konkrétně stolní tenis, badminton, squash a tenis a jsou hrány přesně v tomto pořadí. Je to unikátní kombinace sportů raketových sportů, které mají buďto dlouholetou tradici, např. tenis, nebo zažívají v posledních letech ohromný rozmach, jako je tomu u badmintonu. Tento sport spočívá v tom, že hráč hraje v jednom utkání 4 sety bezprostředně po sobě, přičemž každý set v jiné disciplíně a body se stále sčítají. Vítězem se stává hráč, který má lepší poměr bodů po součtu jednotlivých setů. Podání se střídá celou dobu po dvou bodech. Díky těmto pravidlům, a jednoduchému počítání (4 x 21 bodů bez ztrát) je racketlon výjimečný sport, který je pestrý a dynamický do posledního míčku.

5.2 Historie racketlonu

5.2.1 Světová historie racketlonu

Počátky tohoto sportu sahají do 80. let minulého století. Zemí, ze které se tento sport šířil do okolních států, je Finsko. Zde se dali dohromady čtyři lidé, z nichž byl každý představitelem jednoho ze čtyř raketových sportů ve Finsku. Tuto hru nejdříve nazvali mailapetit – tzn. „raketové hry“. První Finský Šampionát se konal v Helsinkách roku 1986, kde tento sport vzbudil velký zájem. Na další racketlonový turnaj se tak přihlásilo celkem na 400 účastníků. Od tohoto roku bylo zřejmé, že tento sport bude nadále nabývat na popularitě a řady aktivních hráčů se budou dále rozrůstat. Dějiště Šampionátu se přemístilo z Helsinek do Lahti, kde se pořád koná jednou za rok.

Další zemí, kam se tento sport rozšířil, bylo Švédsko na konci 80. let. Přesněji v květnu roku 1989, kdy dvounásobný národní šampion, Peter Landberg, uspořádal první turnaj na švédském území. Roku 1990 se uskutečnil první Švédský Šampionát, kterého se zúčastnilo 218 sportovců. Od tohoto roku Peter Landberg pořádá turnaj každým rokem a i díky tomu se tento sport stal plně respektovanou disciplínou, prozatím jen na severu Evropy.

I v dnešní době, stále více než polovina účastníků turnajů, jsou absolutními nováčky v tomto sportovním odvětví. Minimálně v okolí Stockholmu, kde se doposud hrála veškerá Národní Mistrovství, je tento sport respektován.

Během těchto let prošel švédský racketlon množstvím zajímavých inovací. Avšak samotné slovo „racketlon“, česky raketlon, zůstává i nadále beze změn. Největšími úpravami prošli jistě pravidla. Zpočátku se pořadatelé snažili zachovat pravidla ve stejné podobě, jako když se hraje pouze jednotlivý sport, např. že se tenisový set hrál na 6 her, badmintonový set se hrál do 15 bodů, kde pouze hráč na podání mohl získat bod atd. Tento způsob bodování byl zbytečně složitý a nespravedlivý. Navíc se musela používat speciální tabulka, ve které se body z jednotlivých disciplín museli sjednotit. Během vyrovnaných zápasů nebylo hráčům jasné, kdo vyhrál, do doby, než se výsledky přepočítaly v této tabulce. Současná pravidla jsou používána od roku 1994, a to díky jednomu neočekávanému zjištění. Švédští hráči zjistili, že v sousedním Finsku se hrají totožné turnaje, obsahující ty samé sporty, avšak s mnohem jednoduššími pravidly, kdy byl každý ze 4 sportů hrán na jeden set do 21 bodů, přičemž body ze všech sportů měly stejnou váhu. A od tohoto roku byl při Švédském Šampionátu používán finský bodovací systém.

Dalším zajímavým střípkem z krátké historie racketlonu je to, jak se Peter Landberg před několika málo lety pokoušel zavést daleko zajímavější systém pro rozhodování o nejlepším hráči racketlonu v zemi pro daný rok. Chtěl, aby se hrál Šampionát v racketlonu klasickým způsobem. Z tohoto turnaje by vzešla čtveřice nejlepších hráčů. Ti by se účastnili dalšího turnaje spolu se čtveřicí hráčů, kteří jsou národními šampiony v jednotlivých sportech a ti by poté soupeřili mezi sebou o titul. To byl bezpochyby famózní nápad, který měl velký potenciál na to, aby vzbudil zájem u médií, zvláště těch švédských, kteří vystavují raketové sporty vysokému standardu. Bývalý šampion ve stolním tenise Jan Ove Waldner, světový šampion ve dvouhře Badmintonu Thomas Kihlström, bývalý Evropský šampion ve squashu Fredrik Johnsson a bývalý finalista tenisového French Open Mikael Pernforst, byli na tento turnaj pozváni, a všichni nabídku přijali. Švédská celostátní televize tento turnaj přenášela do švédských obrazovek v hlavním vysílacím čase. Všem národním sportovním novinám a časopisům bylo poskytnuto maximální možné množství informací a záběrů. Televize přenášela všechny zajímavé a dramatické momenty, zejména pak souboje šampionů Waldnera a Pernforse, bojujících na badmintonových a squashových kurtech. Nebo,

možná ještě více zajímavé záběry Waldnera za stavu, kdy potřeboval pouhé dva body na zisk titulu proti špičkovému tenistovi Pernforsovi. Ačkoliv byly znát velké výkonnostní rozdíly, zejména v tenise, bojovalo se o každý míč.

Bohužel, důvody jako zranění či střet zájmů, zapříčinily, že se tento turnaj už nikdy nekonal. Namísto toho jsou racketlonové turnaje pořádány obvyklým způsobem bez tohoto zpestření. Ale tato herní idea je tu pořád, a dost pravděpodobně, dříve či později, se uskuteční třeba i na mezinárodní úrovni. Určitě by stálo za to, shlédnout takovýto racketlonový turnaj šampionů, proti hvězdám těchto jednotlivých sportů i v dnešní době, kdy by možná měli navrch hráči racketlonu. Zatímco racketlon dozrával jako sport sám o sobě, hráči měli mezitím dostatek času dohnat nedostatky v jednotlivých disciplínách. V dnešní době je švédská racketlonová top ten velmi vyrovnaná, rozdíly ve výkonnosti hráčů jsou minimální. Magnus Eliasson, Švédský národní šampion, trénuje až 5 hodin denně, každý den v týdnu. Jen tak mimochodem, Magnus Eliasson neměl fyzické předpoklady k žádnému raketovému sportu, nýbrž k hokeji, který hrál i ve Finsku, Německu či USA.

Pravidla jsou nastavena tak, aby vyhovovala spíše komplexnějším hráčům, než specialistům na jednotlivé disciplíny.

5.2.2 Česká historie racketlonu

V České republice vznikalo od poloviny 90. let hned několik iniciativ, snažících se o propojení populárních raketových sportů, které zde mají dlouhou historii a pevné kořeny. Nejvýraznější v Čechách byla „Diamantová ruka“, na Moravě pak „Raketový čtyřboj“. Princip obou těchto forem spočíval v odděleném soutěžení ve všech čtyřech raketových sportech se standardním počítáním a přepočtem bodů pomocí koeficientů. Nejvyšší počet bodů určil vítěze. Originalita racketlonu spočívá především v jednoduchosti počítání, kdy každý míček, získaný v kterékoliv disciplíně má stejnou hodnotu, druhým významným rysem je hraní disciplin bezprostředně po sobě v jednom utkání (podrobněji viz Mezinárodní pravidla racketlonu).

„Originální racketlon“ odstartoval v České republice Mezinárodním turnajem Czech Open (duben 2005), organizovaným ve spolupráci s Rakouskou racketlonovou federací (RFA). V celkovém počtu více než stovky hráčů dominovali Švédové, Rakušané, Němci,

desítka Čechů zatím ještě sbírala cenné zkušenosti. Vítězkou hlavní kategorie žen se stala Švédka Lilian Druve, v mužích pak Calum Reid ze Skotska.

Tato událost dala rozhodný impuls pro velmi intenzivní rozvoj českého racketlonové dění.

Už měsíc po 1. Czech Open, dne 28.5. 2005, se konal první národní racketlonový turnaj v singlech mužů, žen a seniorů, 31.7. 2005 pak turnaj ženských a mužských deblů i smíšených dvojic. Souběžně s tímto děním byla založena i Česká asociace racketlonu (dále jen ČAR) s registrací u Ministerstva vnitra ČR dne 22.6. 2005. V září téhož roku se ČAR stala přidruženým členem ČSTV a plnohodnotným členem Mezinárodní Racketlonové federace (FIR). V září 2005 zprovozuje ČAR své první webové stránky www.czechracketlon.cz, sestavuje první národní žebříček, zakládá systém organizování pravidelných národních turnajů Czech Tour, určuje systém bodování, zpracovává další administrativu a činí potřebné kroky pro životaschopnost a rozvoj tohoto dynamického a charizmatického sportu.

Čeští hráči se za pouhé 2 roky existence českého racketlonu dostali do absolutní světové špičky. Největší podíl na tom má reprezentantka Martina Kakosová, která nasbírala v letech 2006 až 2009 na mezinárodních turnajích World Tour 20 medailí v kategorii ženských dvouher (z toho 7 zlatých) a dalších 12 medailí v párových disciplínách (z toho 7 zlatých). Další medailová umístění vybojoval v kategorii mužských a smíšených čtyřher Petr Veselý.

Rok 2007 završila česká racketlonová reprezentace ziskem dvou titulů mistryň světa, Martina Kakosová v kategorii ženských dvouher a pár Radka Pelikánová s Janou Lubasovou v kategorii ženských dvojic.

V roce 2008 je Martina Kakosová vyhlášena nejlepší hráčkou okruhu World Tour a dvojice Kakosová-Sochor vede celý rok světový žebříček v kategorii smíšených dvojic. Petr Veselý se pohybuje na 3. místě žebříčku mužských deblů a kolem 10. příčky v singlu.

V roce 2009 je Česká republika pořadatelem Mistrovství světa racketlonových deblů. Na něm získává dvojice Kakosová - Kubáňová titul mistryň světa v ženských deblech, stříbrné medaile bere smíšený pár Sodomková-Veselý, další zlato senioři Schwan-Gürlich. Bilance medailových umístění českých hráčů z mezinárodních turnajů World Tour 2009 a Mistrovství světa je úctyhodná - 9 zlatých, 7 stříbrných, 7 bronzových.

Nejvýraznější osobností zůstává Martina Kakosová, která stále vede světový žebříček žen, další úspěch patří Katce Sodomkové za druhé místo v soutěži nejúspěšnější hráčka roku 2009 a 3. místo v žebříčku žen na konci roku.

Nejvýraznější mužskou osobnost drží Petr Veselý, na 10. místě světového žebříčku, dalších pět mužů je v první stovce (Port, Pala, Kracík, Prusek, Jamrich)

Párovým disciplinám vévodí dvojice Sodomková - Veselý, ziskem titulu na Austrian Open a dalšími třemi medailemi zaujímá 1. místo světového žebříčku 2009. Tradičně úspěšní jsou naši senioři, hned 3 v první světové desítce (Schwan, Gürlich, Krajč)

Rok 2010 znamená pro Český racketlon další příliv nových hráčů, z nichž někteří se rychle prosadili i v mezinárodním měřítku. K nim patří např. Dominika Koukalová (bývalá vynikající badmintonistka), Jana Budínská, Lukáš Souček, Vlastimil Kolář ...

5.3 Mezinárodní pravidla racketlonu (zestručněné)

5.3.1 Úvod

Racketlon je sport ve kterém hrajete proti svému soupeři v každé ze čtyř soutěžních disciplín, kterými jsou: stolní tenis, badminton, squash a tenis. Racketlonový zápas trvá zhruba hodinu a skládá se ze čtyř setů, jeden v každém sportu. Vítězem se stane ten hráč, který získá nejvíce bodů ve všech setech.

Definice racketlonu je taková: Aby se turnaj či soutěž daly považovat za racketlonový sport, musí být dodrženy 3 následující zásady:

- Hra musí obsahovat následující čtyři sporty: stolní tenis, badminton, squash a tenis
- Hra musí být založena na systému zápasů obsahující stejné dva protihráče (v případě deblů stejné páry), kteří nastoupí proti sobě ve všech čtyřech sportovních disciplínách.
- Každý bod musí být počítán a zapisován. Vítězem je hráč (pár), který získal nejvíce bodů celkem.

Každý sport, který plní tři výše zmíněné body, je považován za racketlon. Kterýkoli jiný sport obsahující kombinace raketových sportů, může být nazýván „multiraketový sport“.

5.3.2 Pravidla dvouhry

Pořadí setů: Sety se odehrávají od nejmenší rakety po tu největší. Proto by měly být sety odehrány v následujícím pořadí: stolní tenis, badminton, squash, tenis.

Skórování:

- Set se hraje do 21. vítězných bodů. Set musí skončit minimálně dvoubodovým rozdílem, tzn., když je stav např. 20-20, tak nesmí skončit 20-21, ale třeba výsledkem 25-23.
- Vítězem duelu se stává ten hráč, který nasbírá během čtyř setů nejvíce bodů a ne ten, který získá nejvíce vítězství v jednotlivých setech, tudíž je možné prohrát tři ze čtyř setů a přesto získat postupové vítězství.
- Předčasné ukončení zápasu: když si hráč přeje, aby byl zápas předčasně ukončen, když si je jistý, že má výhru jistou, tak je to možné. Když by ale nedohrané body v setu měly dopad na pozdější postupovou matematiku ve skupině, tak musí být set dohrán.
- Tiebreak
Jestliže mají oba hráči po 4 setech stejné bodové skóre, tak se musí hrát rozhodující hra (tiebreak) viz. níže.

Podání a strany:

- Los
Počáteční pořadí pro podávání, příjmu by mělo být v každém setu určeno losem, podle následujícího postupu:
Vítěz losu rozhodne, kdo začne při stolním tenise na podání, kdo na příjmu při badmintonu, kdo zůstane na podání při squashi a kdo začne na podání při tenisu. Při každém setu (kromě squashe) hráč který začínal na podání, rozhodne, na jaké straně bude začínat při příštím setu.
- Dvě podání každý

Po každých dvou bodech v setu podává druhý hráč. Při prvním z těchto dvou podání stojí podávající vždy vpravo (vyjímkou je stolní tenis). Druhé podání je zleva.

- Výměna stran při 11 bodech
Když jeden z hráčů dosáhne tohoto stavu, tak se strany prohodí.
- Jedno podání každý za stavu 20-20
Za stavu 20-20 si hráči mění podání po každém bodu, dokud není zápas rozhodnut. První dvě podání jsou z pravé strany, poté se strany vymění atd.
- Druhý pokus při tenisovém podání
Hráč má samozřejmě možnost druhého podání, jestli se mu první nepovedlo, stejně tak, jako v klasickém tenise. To ovšem neplatí v případě rozhodující hry, viz. níže.

Tiebreak (Rozhodující míč):

- Rozhodující míč (hra)
Když mají soupeři stejný počet bodů, tak rozhoduje pouze jediná výměna. Kdo tuto výměnu vyhraje, tak získá celkovou výhru.
- Los rozhodne o hráči na podání a o rozdělení stran.
Ten, kdo vyhraje los, si určí, zda bude podávat, nebo jestli si zvolí stranu. Podávající rozhodne, zda se bude podávat zprava nebo zleva.
- Jediný pokus na podání
Výhodou hráče na příjmu je, že hráč na podání má pouze jeden pokus.

5.3.3 Pravidla čtyřhry

Pravidla čtyřhry jsou v zásadě stejná jako u dvouhry, ale jsou zde určité výjimky, které jsou pro čtyřhru specifické a je důležité je zmínit.

Podání a strany:

Níže uvedený příklad ukazuje zápas čtyřhry mezi párem A (hráč A1 a hráč A2) a párem B (hráč B1 a hráč B2), kde číslo 1 označuje hráče, který je na podání a na příjmu (podává hráč A1 jako první) a naopak.

- Los
Stejně jako u dvouhry jeden los na začátku hry určí, který tým bude začínat na podání ve všech setech a který tým si bude moct vždy vybrat stranu, na které bude začínat set. Odlišné od dvouhry je to, že si hráči na podání určí, který z nich bude podávat jako první. Taktéž hráči na druhé si zvolí, kdo bude jako první na příjmu. Hráči na příjmu tak mohou učinit poté, co bude jasné, kdo z protihráčů bude podávat. (Toto pravidlo o podání samozřejmě neplatí pro squash).
- 2 podání každý
Jako při dvouhře, hra na podání obsahuje 2 podání a to v tomto pořadí. (2x hráč A1, 2x B1, 2x A2, 2x B2 atd.).
- Jako při dvouhře, podání začíná vždy zprava a druhé podání je zleva. Výjimkou je stolní tenis, kde se podává vždy zprava, jako při klasické dvouhře.
- Stolní tenis
Pořadí příjmu/podání je: A1 na B1, B1 na A2, A2 na B2, B2 na A1. Tento cyklus se opakuje pořád, dokud není jedním týmem dosaženo 11 bodů. Když dojde hra do tohoto stádia, prohodí se strany a hra pokračuje ve stejném stylu.
- Badminton a tenis mají systém podání stejný
- Squash
Squash se hraje jako dvouhra do 21 bodů. V první části proti sobě hrají A1-B1, když jeden z nich dosáhne 11 bodů, tak proti sobě nastoupí A2-B2. Oba střídající hráči pokračují se skóre, které nahrál v první části jeho spoluhráč. Servis je také předán tak, aby jeden či druhý hráč nebyl zvýhodněn, nebo poškozen.

6 Organizace 6th Czech Open v racketlonu 2010

6.1 Počáteční myšlenka

Jak jsem již naznačil v kapitole historie racketlonu, Czech Open měl již určitou, leč velmi krátkou tradici. Předešlé zkušenosti, jsme však mohli využít v náš prospěch a mohli jsme se vyvarovat určitých chyb a nástrah, kterým jsme čelili v minulosti.

To, že se bude připravovat Czech Open i tento rok 2010, bylo plánováno už od posledního ročníku, nicméně do samotných příprav jsme se museli pustit v několika měsíčním předstihu. V cestě realizace však stála hospodářská krize, od které se dalo očekávat, že může ovlivnit i tuto sportovní akci. Bylo předem jasné, že velmi náročné a vyčerpávající shánění sponzorů a mecenášů turnajů minulých let, bude kvůli tomuto fenoménu ještě obtížnější.

To nebyl jediný problém, který na samém počátku naskytl, a který mohl ovlivnit to, jestli se Czech Open vůbec bude konat. Turnaje v racketlonu a obzvlášť pak turnaje v racketlonu světového formátu, jsou velice náročné na prostorové vybavení a zázemí sportovního areálu. Tato situace může být pro organizátora patová, jelikož například v Praze, kde je sportovišť dostatek, je jen několik málo areálů, které jsou schopné svými prostorami takovýto turnaj zajistit. Podmínky se stanovili takové, že pokud chceme vyhovět všem potenciálním závodníkům v účasti, musí areál poskytovat alespoň tři badmintonové, tři squashové a čtyři tenisové kurty. Místo pro umístění stolů na stolní tenis není v tomto ohledu nijak náročné. Nakonec se díky dobrým kontaktům povedl zajistit stejný areál, kde se konal Czech Open minulý rok a to Hotel Step v Praze na Žižkově. Získání tohoto, a plno dalších důležitých kontaktů, které se v průběhu akce a příprav využili, bylo zásluhou hlavního organizátora a předsedy České asociace racketlonu Svatoplukem Rejtharem, jenž připravám a průběhu akce věnoval maximum času.

Po vyřešení tohoto problému, a vyřízení určité informativní korespondence s hlavní prezidentem Světové racketlonové federace (dále jen FIR) Marcelem Weiglem, bylo jisté, že Czech Open racketlon 2010 se konat bude.

6.2 Požadavky pro organizaci racketlonového turnaje světového rozměru

Pro to aby se manažer mohl stát organizátorem racketlonového turnaje v rámci světové Tour, musí splňovat následující pravidla a parametry. Níže uvedené pravidla jsou jen stručný výtah nejdůležitějších bodů. Kompletní souhrn pravidel pro organizaci racketlonového turnaje najdete v přílohách pod číslem 1 (překlad do českého jazyka).

Veškeré racketlonové FIR turnaje musí být odehrány dle platných „Pravidel racketlonu“, která jsou k nalezení na webových stránkách. Nejdůležitější výtah těchto pravidel musí být vyvěšen na každém sportovišti provozujícím tento sport.

1. STRUKTURA TURNAJŮ A BODOVÁNÍ

- FIR Mistrovství Světa
 - Mistrovství Světa Jednotlivců
 - Mistrovství Světa Párů a Národních Družstev

- FIR Světová Tour
 - Světová super tour, maximálně 5 turnajů za rok
 - Mezinárodní turnajová tour, neomezený počet turnajů
 - Vyzývatelské turnaje, neomezený počet turnajů

- FIR Liga Mistrů

Body do světového žebříčku jsou udělovány v turnajích typu FIR Mistrovství Světa a FIR Světová Tour. Výbor určí bodové rozložení.

Czech Open 2010, o kterém tato práce pojednává, patří do skupiny FIR Světová Tour a proto další jednotlivé body budu uvádět jen pro tuto kategorii.

2. PŘIHLÁŠENÍ DO TURNAJE

Přihláška do všech turnajů musí být podána pomocí pověřené osoby FIR skrze přihlášku umístěnou na webových stránkách. V přihlášce žadatel potvrzuje, že je obeznámen s pravidly turnaje.

Přihláška musí být podepsána turnajovým ředitelem a potvrzena (e-mailem) prezidentem národní federace.

(více o přihlášení do turnaje v kapitole – Podání žádosti o organizaci FIR turnaje)

3. FINANČNÍ ODMĚNY (Prize money)

Finanční odměny pro kategorii Mezinárodní světová Tour jsou následující:

- Minimální hranice je 1000 €
- 650 € pro kategorii mužů, 350 pro kategorii žen
- Muži: 1. 300 €, 2. 200 €, 3. 100 €, 4. 50 €
- Ženy: 1. 200 €, 2. 100 €, 3. 50€

Horní hranice odměn není určena, ale je zvykem, že na turnajích Mezinárodní Světové Tour, se udělují odměny v uvedené výši.

Výše uvedený rozpis finančních odměn je určen pro elitní kategorie. Organizátor, může po domluvě s mezinárodní federací, udělit finanční odměny i v jiných kategoriích, například *Muži B* nebo *Ženy B*

4. VSTUPNÍ POPLATKY

Vstupní poplatky neboli startovné, musí zaplatit každý hráč před začátkem turnaje, který je do turnaje předem řádně přihlášen. Pro soutěž jednotlivců na úrovni Mezinárodní světová Tour je 55€. Tento vstupní poplatek je v podstatě určen na pokrytí nákladů na turnaj a do poplatku musí být zahrnuto: účast v turnaji, uvítací dárek a občerstvení.

V případě kategorie párů se může vstupní poplatek navýšit ještě o 20 €. Jako poděkování za obstarávání chodu organizace, nemusí členové rady platit žádné vstupní poplatky na žádné úrovni turnaje.

Další záležitost týkající se této kapitoly je úhrada poplatků pořadatelem. Mezinárodní Racketlonová Federace požaduje uhrazení 3 € za jednotlivce a 2 € za pár, který se turnaje Světové Tour zúčastní.

5. INFORMACE O TURNAJI

Pořadatel turnaje musí zajistit informace oznámení o začátku a průběhu akce na internetu v dostatečném předstihu a zajistit ubytování. Organizátor Mezinárodní Světové Tour má za úkol minimálně 3 měsíce před zahájením akce tyto informace poskytnout a nabídnout ubytování alespoň ve dvou hotelech.

Dále musí být stanoven nejdřívější začátek turnaje (GEST – Guaranteed Earliest Start Time) a stejně tak nejpozdější čas pro konec turnaje (GLET – Guaranteed Latest End Time), z důvodů včasného zarezervování letenek a hotelových pokojů, nejméně 3 měsíce dopředu. Dále musí být na internetu uvedena 2 doporučená ubytovací zařízení, u kterých musí být jasně stanoveno, v jaké vzdálenosti se hotely nachází od místa konání turnaje, včetně trasy.

6. KATEGORIE

Na Mezinárodní Světové Tour musí být nabídnuty tyto kategorie:

- Muži A (elite)
- Muži B (pokročilý)
- Muži C (amatéři)
- Muži D (začátečníci)
- Ženy A (Elite)
- Senioři 45+ (starší než 45 let)
- Junioři do 21 let

Všechny kategorie musí být pojmenovány podle oficiálních pravidel FIR, jinak nebudou takovéto kategorie ohodnoceny body do žebříčku FIR. Dalším pravidlem je, že každá kategorie musí obsahovat minimálně 4 hráče, aby bylo možno započítat body do tabulek. Jestliže kategorie obsahuje méně, než 4 hráče, tak mohou být kategorie spojeny dohromady. Pokud chce pořadatel více kategorií, než je vypsáno v pravidlech FIR, tak samozřejmě může. Takováto kategorie nemusí splňovat minimální počet 4 hráčů, avšak body za umístění nebudou počítány do žádných tabulek.

Hráči nemohou hrát ve dvou skupinách jedné kategorie, např. Muži A a Muži B. Ženy se mohou zúčastnit zápasů kategorie Muži B, Muži C nebo Muži D, ale musí se také zúčastnit alespoň jedné ženské kategorie. Všem hráčům musí být umožněno hrát minimálně dvě kategorie. O tom, které to budou, rozhodne ředitel turnaje podle časového harmonogramu turnaje.

7. VYBAVENÍ

- *Míček pro stolní tenis*

Zda bude mít míček bílou nebo oranžovou barvu, rozhodne ředitel turnaje. Avšak barva nesmí být shodná s barvou nejbližšího okolí nebo barvou reklamních bannerů. Míček musí mít alespoň 3 hvězdičky. Jestliže má hráč na sobě tričko stejné barvy, může být vyzván k jeho výměně.

- *Badmintonový košíček*

Na turnaji úrovně Mezinárodní Světová Tour, je pořadatel povinen zajistit ke hře péřové badmintonové košíčky A- kvality na všechna utkání. V nižších soutěžích je tomu tak pouze pro elitní kategorie.

- *Squashové míčky*

Dvojitě tečkované žluté squashové míčky jsou nezbytné pro všechny bodovací turnaje na světové úrovni. V kategorii Elite jsou dovoleny pouze míčky WISPA a PSA.

- *Tenisové míčky*

Pro všechny bodovací turnaje na světové úrovni je povinné používat míčky schválené ITF.

- *Cvičné dvorce*

Pro Mezinárodní Světovou Tour musí být tento dvorec k dispozici alespoň 2 hodiny před startem utkání.

Veškeré další informace týkající se požadavků na organizaci turnaje jsou k dispozici v přílohách (č.1)

6.3 Výběr termínu

Základním prvkem v otázce volby termínu bylo stanovení nejdřívejšího termínu, do kterého jsme schopni provést veškeré přípravy. K tomuto datu je ještě vždy důležité připočítat nějaký čas jako rezervu pro případ výskytu problémů. V tomto případě stanovil pořadatel turnaje hranici pěti měsíců.

Dále se pak pořadatel musel seznámit s termíny všech důležitých turnajů v jednotlivých disciplínách. Velká většina hráčů racketlonu, se věnuje závodně jedné nebo více disciplínám, které racketlon obsahuje, a bylo by velice svazující si vybrat buďto turnaj v racketlonu nebo turnaj v disciplíně, které se hráč věnuje daleko déle a na vyšší úrovni. V případě, že by se tato akce kryla s nějakým důležitým turnajem např. ve stolním tenisu, byla by jednoznačně ohrožena účast na Czech Open v racketlonu. A to rozhodně není řeč pouze o mezinárodních turnajích, ale musíme dbát i na termíny turnajů ligových soutěží jednotlivých zemí. V tomto bodě je někdy velmi složité, vyhovět všem, ale musíme se snažit takovýto střet termínů pokud možno minimalizovat.

Datum konání turnaje byl tedy stanoven na 26.-28.3. 2010.

6.4 Podání žádosti o pořádání turnaje k FIR

První a základní podmínkou pro organizaci je splnění veškerých podmínek uvedených v kapitole „Požadavky pro organizaci racketlonového turnaje světového rozměru“. Všechny tyto záležitosti byly zajištěny nebo byly prostředky pro jejich zajištění v budoucnosti a bylo možné obrátit se na FIR s návrhem.

Mezinárodní federace vše schválila a tak bylo možné vyplnit přihlašovací formulář. Formulář je poměrně obsáhlý a není důležité ho zde detailně rozebírat. Pokud

se na jeho obsah podíváme jen rámcově, požaduje od pořadatele stanovení přesného data akce, do jaké kategorie turnajů daná akce spadá, výši odměn, místo konání akce, jakým způsobem je zajištěno ubytování a doprava účastníků a dále pak kontaktní údaje na odpovědnou osobu a plno dalších informací.

Po odeslání žádosti na k hlavnímu výboru FIR a následném vyjádření, se přípravy rozběhnou naplno.

Pro detailnější představu o tom, jak taková žádost vypadá, je možné nahlédnout do příloh (č. 2), kde je celý formulář.

6.5 Sestavení organizačního týmu

Tato fáze příprav je důležitá a v případě 6th Czech Open v racketlonu byla velká výhodou to, že se celý realizační tým dobře znal již z předchozích ročníků.

Nejprve bylo nutné stanovit hlavní vedení turnaje, což byl v tomto případě ředitel turnaje Svatopluk Rejthar, osoba, která se stará o korespondenci a přípravu akce na internetu, hlavní rozhodčí, který se podílel i na přípravách a další člověk, který spolu se mnou a ředitelem turnaje zajišťuje nejrůznější přípravy počínaje technického zajištěním, losováním až k sestavování rozpočtu a časového harmonogramu.

Těchto pět lidí, tvořilo hlavní štáb, který se podílel jak na přípravách, tak na samotné akci.

Dalším krokem, bylo zajištění kvalifikovaných rozhodčích. Plán byl takový, že na každé sportoviště by měli být 2 rozhodčí, jeden hlavní a druhý pomocný. Oba musí být kvalifikováni na rozhodování ligových zápasů a musí perfektně ovládat pravidla jak jednotlivých disciplín, tak samotného racketlonu. Nepostradatelnou součástí organizačního týmu byly také dvě sekretářky, které se staraly o výběr startovního, evidenci hráčů a další administrativní činnosti. Těchto dalších 10 lidí pomáhalo s organizací až přímo na místě a v průběhu celého turnaje.

Kromě tohoto týmu, byly ještě přímo na akci najaty externí síly, konkrétně zvukař, který zajistil i celou aparaturu a dále pak profesionál na vyplétání raket.

6.6 Pronájem ploch a sportovišť

Jak jsem již dříve zmiňoval, místo konání akce bylo stanoveno. Měl se jím stát Hotel Step v Praze na Žižkově. Prostředí v tomto areálu je na racketlon naprosto ideální. Všechny sportoviště jsou kousek od sebe, takže mezi jednotlivými sety nevznikají velké časové ztráty kvůli přesunu hráčů. Hotel Step je poměrně nová stavba, takže jak vybavení tak další interiér je velice zachovalý a moderní.

Všechny požadavky na prostory, které jsme měli, byly splněny. Po dlouhých propočtech a nákresech celého areálu včetně všech prvků, které jsme potřebovali do prostoru zakomponovat, jsme si na celý průběh akce pronajali:

- Bar a plochu se stoly a sezením k relaxaci a občerstvení situovanou hned u vchodu do sportovišť
- Společenskou místnost s kapacitou 200 lidí na společný raut, vyhlášení výsledku atd.
- Uzavřenou místnost jako zázemí organizátorů sloužící především k uskladnění cen, trofejí, kancelářských pomůcek, reklamních předmětů a dalšího vybavení
- Tři squashové kurty
- Dva tenisové antukové kurty v přetlakové hale
- Další tři tenisové kurty v pevné hale, které byly rozděleny na: jeden tenisový center kurt, jeden tenisový kurt na kterém byly vystavěny 4 badmintonové kurty (koberce), poslední tenisový kurt byl využit k výstavbě 4 stolů na stolní tenis, k prezentaci výsledků na výsledkové tabuli a k výstavbě centrálního stanoviště hlavních rozhodčích, kde se odevzdávali výsledkové archy a tiskly nové, a také zde bylo umístěno stanoviště pro sekretářky s pokladnou a dárkovými předměty

Plochy, které jsme zde měli k dispozici, naprosto pokryly veškeré naše potřeby. Jedna z věcí, které jsme poté zpětně velmi kladně hodnotili, byl fakt, že turnajem nijak nebyl narušován provoz zbytku hotelu ani nebyl hotelovými hosty nijak narušován průběh turnaje.

Management hotelu s námi v celém průběhu příprav velmi ochotně spolupracoval a i cena, kterou nám provozovatel hotelu posléze naúčtoval za veškeré služby, byla přijatelná. Konkrétní částka, kterou jsme za plochy zaplatili, je vyčíslena v kapitole „Rozpočet“.

6.7 Zajištění souvisejících opatření

Jak jsem již částečně zmínil v předcházejících kapitolách, pořadatel racketlonového turnaje v kategorii Mezinárodní Světová Tour, je povinen zajistit ubytování ve dvou ubytovacích zařízeních a informovat o něm na webových stránkách minimálně 3 měsíce před začátkem akce. Kromě této povinnosti musí pořadatel také zajistit stravování pro účastníky turnaje a dopravu.

6.7.1 Ubytování

Ubytování bylo z velké části zajištěno přímo hotelu Step, kde se turnaj konal, což je v turnajích Světové Tour raritou, kterou všichni ocenily. Při většině těchto turnajů, je ubytování hráčů vzdáleno i několik desítek minut cesty. Naše řešení ubytování uspokojila bez výjimky všechny účastníky. Jako druhá varianta, kde byla hráčům poskytnuta možnost přenocování, byl hotel Rhea v Malešicích, vzdálený 10 minut od místa konání turnaje. Oba tyto komplexy, nabízely jedno nebo vícelůžkové pokoje se snídaní a za přijatelné ceny. Jen velice málo hráčů, nevyužilo ani jednu ze dvou variant nabízeného ubytování, a sehnali si ubytovací zařízení samy.

V hotelu Step vycházelo ubytování na noc se snídaní na cca 800 korun na osobu a hotel Rhea, který byl záměrně doporučen kvůli nižší cenové kategorii, nabízel pokoj na noc se snídaní za cca 500 korun na osobu.

Hotel Step mimo jiné nabízel hráčům i jejich doprovodu pestrý možnost rehabilitace a relaxace. Bylo možné využívat plavecký bazén, saunu nebo masáže a to za zvýhodněných podmínek.

6.7.2 Stravování

V průběhu turnaje měli hráči kdykoliv možnost občerstvit se na sportovním baru, který se nacházel hned u vchodu do centrální haly. Kromě toho bylo pro účastníky zajištěno polední a večerní menu, kde si mohl každý vybrat z nabídky 4 jídel a toto

menu vyšlo na pouhých 80 korun, což je ve čtyřhvězdičkovém hotelu velmi zajímavá cena a každý této nabídky rád využil.

Spolu se zaplacením startovného, obdržel také každý hráč několik uvítacích dárků a poukázku na společný večerní raut spojený s tzv. players party. Tento turnaj probíhal 3 dny (pátek, sobota, neděle) a players party, která je vždy pořádána v sobotu večer se vydařila. Kromě jídla, pití a tance se zde mají hráči možnost navzájem poznat v jiném světle, než je v zápalu boje při samotném sportovním klání.

6.7.3 Doprava

Poslední věcí, kterou musí pořadatel v tomto ohledu zařídit je doprava. Na webových stránkách musí být v dostatečném časovém předstihu mapa pořádajícího města, kde je vyznačeno místo konání akce, místo ubytování a mezinárodní letiště. Pro většinu hráčů, je tato informace dostačující, a dopravu si už zařídí individuálně na místě. V regulích pro organizování racketlonového turnaje v kategorii Světová Tour je však zmínka o tom, že pořadatel je povinen zajistit hráčům elitní kategorie dopravu z mezinárodního letiště do místa konání akce. Tato záležitost však není žádným velkým problémem a většinou se řeší formou taxislužeb. Stejně tak to bylo provedeno i na tomto turnaji.

6.8 Zveřejnění informací o turnaji, uzavření registrací a časový harmonogram turnaje (time schedule)

Již v průběhu celých příprav musí být na webových stránkách základní informace o konání turnaje, ale v až 3 měsíce před samotnou akcí se to informace konkretizují. Pokud se stalo, že nějaký zájemce o turnaj měl konkrétní dotaz, mohl si na webových stránkách vyhledat kontaktní osobu, které byla neustále na telefonu a zodpovídala veškeré dotazy k turnaji. Tato možnost byla hráči hojně využívána a takřka každý den musela tato osoba vyřizovat několik e-mailů a telefonátů z nejrůznějších koutů světa.

6.8.1 Přihlašování do turnaje a uzavření registrací

Možnost přihlašování do turnaje probíhá minimálně 3 měsíce před zahájením akce. Stačí, aby se zájemce zaregistroval na webových stránkách (registrace je platná i

při přihlašování na všechny další turnaje), a vyplnil velmi stručný a jednoduchý formulář. Formulář obsahuje v podstatě už jen informace o tom, o jaký turnaj má hráč zájem a do které kategorie chce hráč nastoupit. Jestli bude hráč zapsán do kategorie např. Muži A, Muži B nebo Muži C, už záleží jen na jeho postavení na světovém žebříčku a na pořadateli, který může několika hráčům udělit divokou kartu.

Podmínkou pro přijetí do turnaje je tedy už jen to, jestli hráč splní veškeré podmínky pro zapsání. Tou nejpodstatnější je datum uzávěrky registrací, který je v tomto případě 14 dní do zahájení turnaje. Po tomto uzavření registrací už není nikomu povoleno se do turnaje dopsat. Po uzavření registrací má pořadatel jeden týden na rozlosování všech kategorií. Týden před zahájením turnaje musí být na webových stránkách kompletní rozlosování a hráči musí mít možnost do něj nahlédnout. S tímto losem se již nedá nijak manipulovat ani ho měnit.

6.8.2 Časový harmonogram turnaje

Časový harmonogram utkání tzv. time schedule, je nezbytný pro plynulost turnaje takového rozsahu. Každý hráč podle něj přesně ví, kdy bude hrát jaký zápas. Časy uvedené v tomto harmonogramu jsou směrodatné a mohou se hýbat o cca 20 minut. Pokud se hráč nedostaví k utkání ve stanoveném čase, může být po půl hodině diskvalifikován. Tomuto řešení jsme se snažili předejít, a vyhovět hráčům jak to jen šlo. V případě, že tato situace nastal, jsme se snažili domluvit se soupeřem daného hráče a čekací doba se tak obvykle prodloužila. Při takovémto řešení však musí organizátoři dávat velký pozor na to, aby tento jeden zápas nenarušil chod celého turnaje. V tomto případě neexistuje žádný jednoznačný návod jak se v takovéto situaci chovat a organizátoři musí improvizovat.

Harmonogram je sestaven s vědomím, že na každém stanovišti (st. Tenis, badminton, squash, tenis) jsou k dispozici tři herní plochy, takže v jednom čase, můžou být rozehrány tři zápasy. Specifikum je tedy ještě v tom, že na central kurtu, kde vždy hraje Elitní kategorie, jsou intervaly pro nasazování utkání 20 minut a na ostatních kurtech 15 minut. Rozpis tedy vypadá tak, že na kurty číslo 1 a 2 jsou nasazovány současně dvě utkání, po 15-ti minutách a na central kurt jedno utkání po 20-ti minutách. Časový harmonogram utkání je rozepsán od začátku turnaje až do jeho konce.

Konkrétní časový harmonogram na Czech Open 2010 je k nahlédnutí v přílohách (č.3).

6.9 Sponzoring, poutače a reklamní předměty

6.9.1 Sponzoring

Jak jsem již zmínil v teoretické části mé práce, sponzoring je nedílnou součástí každé sportovní akce. Je velmi málo pravděpodobné, že při organizaci turnaje takového rozsahu, bychom si vystačili pouze se zdroji, které máme ze startovného a poplatků. Shánění sponzorů je velice těžké, jedná-li se o tak mladý sport s tak krátkou tradicí. Není zde zatím vybudovaná členská základna, pozornost publika a médií na to, aby to bylo pro sponzory atraktivní a aby do akce takového zaměření vkládaly velké finanční prostředky.

Na postupu při získávání sponzorů, se dají velice dobře uplatnit marketingové postupy, které jsem zmiňoval v teoretické části. V praxi se při shánění nových sponzorů postupuje přibližně takto:

- **Vytipování potenciálních sponzorů** (podle toho jaký zaujímá firma ke sportu postoj, čím se firma zabývá)
- **Sestavení nabídky** (v návaznosti na obor, ve kterém firma působí na trhu, stanovení předběžného odhadu míry partnerství)
- **Zjištění kontaktní osoby, kterou oslovit**
- **Oslovení firmy** (nejlepší je zde osobní kontakt)
- **Sestavení a podepsání smlouvy** (smlouva musí být jasná a srozumitelná, musí obsahovat všechny body, které mají strany splňovat)

Po dlouhých a náročných jednáních, se nám na Czech Tour 2010 podařilo sehnat jen několik málo sponzorů, a to v podstatě jen díky dobrým kontaktům a dlouhém působení ve funkci sportovního manažera, pořadatelem akce Svatoplukem Rejtharem. Těmito sponzory se stali:

- **Generální sponzoři:** Wilson, DHL Global forwarding, Feron

- **Kooperační sponzoři:** Tiskap tiskárna, Victoria, Hyundai, EXIM tours, sportcentrum Step, Česká rafinérská

Někteří sponzoři poskytli pro turnaj své produkty, věcné prvky nebo ceny, jiní sponzoři poskytli finanční obnos. Díky všem těmto sponzorům mohla akce proběhnout a proto jim tímto děkuji za celý organizační tým.

Všichni tito sponzoři a partneři, byly po celou dobu turnaje prezentovány formou reklam v celém sportovním areálu a byly jim poskytnuty další protislužby, které jsou zmíněny v nabídce pro sponzory (viz. příloha č.4).

6.9.2 Poutače a reklamní předměty

Značná část reklamních předmětů, byla poskytnuta přímo jednotlivými sponzory. Šlo o předměty jako tužky, přívěšky, čepice nebo trička s logem turnaje, který dostal každý hráč po zaplacení startovního poplatku. Turnaj byl několik měsíců před začátkem prezentován na webových stránkách a ve sportovních časopisech.

Každému hráči byla také na začátku turnaj předána informační brožura, kde na úvodní straně byl znázorněn znak turnaje, uvedeni všichni sponzoři a na dalších stranách už byly obecné informace k turnaji. Úvodní strana této brožury byla stejná jako reklamní plakát tohoto turnaje (viz. příloha č. 5).

Prezentace turnaje po jeho skončení, byla zajištěna mediálními partnery. Přímo v průběhu turnaje byly na místě štáby České televize a televize Nova. Česká televize se o turnaji zmínila v pořadu Smeč, vysílaný poslední pondělí v dubnu tohoto roku, a věnovala mu zde cca 5 minu času. Na programu Nova sport, byl 7.4. 2010 v 19:10 odvysílán 20-ti minutový sestřih z tohoto turnaje.

6.10 Technické zajištění

Technické zajištění spočívalo v tom, že se celá sportovní hala musela přestavět a přizpůsobit racketlonovému turnaji. Vše bylo navrženo a načrtnuto na papíře. V tomto ohledu nás nic nepřekvapilo, jelikož minulý ročník byl konán ve stejném prostředí.

Nejnáročnější byla v tomto případě asi stavba badmintonových koberců. Samotný koberec váží kolem půl tuny, takže manipulace s ním je velice náročná. Stoly na stolní tenis jsme měli půjčené a dopravu jsme si zajistili sami. Jejich výstavba už

není na místě nijak složitá. Squashové a tenisové kurty byly v hotelu Step plně vybaveny a připraveny k provozu.

Po dokončení příprav samotných sportovišť, bylo nutné přizpůsobit turnaji i další prostory. Jako první, nás čekala přestavba společenské místnosti, kde se stavilo pódium, osvětlení a především stoly a sezení. Bylo nutné sezení zorganizovat tak, aby bylo pohodlné, dalo se mezi stoly bezpečně chodit, bylo odevšud vidět na pódium a to vše jsme museli přizpůsobit tanečnímu parketu a pultům na občerstvení.

Dalším nezbytným krokem byla výstavba centrálního stanoviště pro rozhodčí a sekretářky. Je nutné, aby stanoviště bylo situováno do centra dění samotného turnaje a rozhodčí tak měli perfektní přehled o celém průběhu. Nedaleko od tohoto centra byla také výsledková tabule a zázemí pro zvukaře.

S rozestavováním reproboden a celkovým ozvučením nám pomáhal zvukař, jelikož je to velmi specifická činnost, se kterou jsme neměli nikdo zkušenosti. Dolad'ování ozvučení bylo náročné z toho důvodu, že v prázdné hale se zvuk šíří jinak než v hale, která je plná lidí.

Po zajištění ozvučení bylo už jen nutné rozvinout ochranné koberce na prostory, kde bude velký pohyb lidí, například i ve společenské obuvi. Jak již bylo zmíněno, organizační tým sídlil na části tenisového kurtu, kde byla i výsledková tabule a ochranný koberec zde byl nepostradatelný. Splnil i další svůj účel a to ten, že zakryl kabely od aparatury a výpočetní techniky a bylo také jasné, kde se mohou nesportující jedinci pohybovat.

Toto je výčet těch nejzákladnějších technických záležitostí, vedle kterých je ještě plno dalších méně závažných, které je nutné před akcí přichystat. Samotné přípravy technického rázu, trvaly v 10 lidech přibližně půl dne.

6.11 Rozpočet

V případě Czech Open 2010 rozpočet skončil jako vyrovnaný. Konkrétní hodnoty jsou uvedeny níže. Byl sestavován na základě rozpočtu z minulých let.

6.11.1.1 Rozpočet 6nd Racketlon CZECH OPEN 26.- 28.3. 2010

1) Pronájem sportovišť

Pátek 26.3. 10,00 hod. – Neděle 28.3. 16,00 hod. celkem 30 hodin
Kč 72.000.-

2) Organizace

- příprava (web.stránky, přihlašovací formulář, pavouky..) Kč 10.000.-
- vrchní rozhodčí Kč 5.000.-
- vedoucí disciplín 4 osoby Kč 12.000.-
- evidence výsledků (PC master) Kč 5.000.-
- prezentace (pátek, sobota 1 osoba) Kč 2.000.-
- lékař Kč 7.000.-

3) Players party

- večeře 150x menu a Kč 180.- Kč 27.000.-
- disco 21,00 – 02,00 hod. s ozvučením restaurace Kč 10.000.-

4) Trička s potiskem pro všechny účastníky 150 ks a Kč 150 Kč 22.500.-

5) Price money pro kategorii ELITE

- muži 300 – 200 – 100 – 50 Euro (650 €)
- ženy 200 – 100 – 50 Euro (350 €)
- Price money celkem v Kč Kč 25.000.-

6) Poháry, medajle

- medaile – celkem 20 sad po 3 kusech tj. 60 ks s potiskem a stuhou
Kč 4.200.-
- poháry pro vítěze hlavních soutěží celkem 10 ks za Kč 500.-
celkem Kč 5.000.-

7) Míče

- tenis – Wilson US OPEN 16 dóz za Kč 250 Kč 4.000.-
- stolní tenis – Mittaku Orange *** 120 ks za 30 Kč Kč 3.600.-
- badminton – Victor Queen 500 ks za 40 Kč Kč 20.000.-
- squash – Victor double dot yellou 20 ks za 75 Kč Kč 1.500.-

8) Bulletin – oficiální brožura k turnaji celkem 500 ks za 20 Kč 10.000.-

9) Nápoje – 300 láh. a 20 Kč, 300 láh. za 10 Kč Kč 9.000.-

10) Poplatek IRF ve výši 2€ za každého hráče Kč 9.000.-

ROZPOČET – nákladové položky max. celkem Kč 263 800.-

Plánované příjmy ze startovného max:

Muži 100 hráčů za 50 E, 20 hráčů za 1.250 Kč Kč 150.000.-

Ženy 10 hráček za 40 E, 10 hráček za 1.000 Kč Kč 20.000.-

Mixy, mužské debly, celkem cca 30 dvojic za 1.250 Kč Kč 37.500.-

Příjmy celkem Kč 207.500.-

Tento rozpočet je vyjádřený na naprosto přesných a reálných sumách. Jediné, co není do rozpočtu započítáno, jsou finanční příspěvky od sponzorů a partnerů, které z důvodů obchodního tajemství nemohu přesně vyčíslit. Pouze pro procentuální představu uvedu, že firma Ferona nám poskytla 60%, firma DHL 30%, Firma EXIM tours 10%, a 10% ostatní firmy, z celkového finančního zisku od sponzorů.

6.12 Samotný průběh akce

Samotný průběh akce už není nijak složitý, pokud si organizátor dá záležet na přípravě. V tomto konkrétním případě jsem se starali o to, aby se utkání začínala rozehrávat v přesný čas, vyhlašovali jsme utkání, kontrolovali rozhodčí a neustále komunikovali s vedením mezinárodní federace, kteří pečlivě sledovali naši práci.

Na samotném turnaji se sešlo 150 hráčů z 18 zemí světa, a odehrával se v 13 kategoriích.

Singly

- Muži A
- Muži B
- Muži C
- Ženy A
- Ženy B
- Senioři 45+
- Senioři 55+
- Junioři pod 21 let

Debly:

- Mužské debly A
- Mužské debly B
- Mužské seniorské debly 45+
- Mixy
- Ženské debly

6.12.1 Zahájení

Slavnostní zahájení turnaje musí mít a mělo oficiální formu a musí být minimálně dvojjazyčné. Tento slavnostní ceremoniál se provádí vždy až ve chvíli, že jsou na turnaji přítomni všichni hráči. To znamená, že slavnostní zahájení nemusí být nutně na samém začátku turnaje, kdy se provede jen zahájení neformální.

6.12.2 Vyhlášení výsledků a jejich zanesení do centrální databáze

Vyhlášení výsledků a závěrečný ceremoniál bylo jako obvykle v trochu jiném duchu než zahájení. Tento proces je více méně společenská událost, kde jsou předávány ceny diplomy a trofeje a kde se pořadatelé loučí se zúčastněnými sportovci a doprovodem. Důležitým prvkem vyhlášení výsledků je zmínění a poděkování všem sponzorům a partnerům, kteří se na akci podíleli a také hlavnímu výboru Mezinárodní federace, za umožnění tento turnaj zorganizovat. Samozřejmě je také zvykem, že se ujme slova i zástupce mezinárodní asociace a poděkuje organizačnímu výboru.

Po úplném skončení akce ještě nekončila práce pro organizátory. Všechny výsledky se musely ihned přepsat do centrální databáze, kde se jednotlivým hráčům automaticky přidělují body do tabulky.

Když bylo vše ohledně turnaje vyřízeno, hlavní pořadatel rozešlal děkovné dopisy všem sponzorům a partnerům, seznámil je s výsledky a jako obvykle zaslal i drobnou pozornost jako například vzorky oblečení s logem turnaje apod.

Tímto byl Czech Open 2010 po takřka půl ročních přípravách úspěšně ukončen.

6.13 SWOT analýza

V této kapitole bych se rád pokusil o názorný příklad fungování a použití SWOT analýzy v praxi, konkrétně na tomto námi organizovaném turnaji.

Silné stránky (Strengths):

- **Ubytování** (naprosto ojedinělý jev na turnajích Mez. Svět. Tour, aby hráči byli ubytováni přímo v komplexu, kde se turnaj odehrává)
- **Organizační tým** (celý organizační tým se navzájem zná z podobných akcí, a všichni jsou zodpovědní a profesionální)

- **Všechny sportoviště pod jednou střechou**
- **Areál Step má jednoho majitel** (gastronomie i sportoviště spadají pod jednu zodpovědnou osobu, lepší komunikace, jasně viditelné kdo má co na starosti)
- **Dobře zajištěná medializace**

Slabé stránky (Weaknesses):

- **Omezené finanční prostředky**
- **Složité a pomalý server** (systém na losování a ukládání tabulek a pavouků je zbytečně složitý a nepracuje tak jak by měl)
- **Absence projekční techniky** (digitální tabule na výsledky jsou výhodou, výsledky jsou aktuální, jsou hned po dohrání k nahlédnutí, jednodušší opravy a korekce, nemusí se po každém kole tisknout celý pavouk, tabulka)

Příležitosti (Opportunities):

- **Racketlon se zviditelní** (je možnost, že po turnaji a následných televizních reportážích, přibude nových zájemců o racketlon)
- **Domácí prostředí** (větší šance na vyniknutí českých hráčů)
- **Navázání nových kontaktů** (racketlonu se věnuje plno zajímavých lidí, kteří se ve svém zaměstnání věnují managementu sportu)

Hrozby (Treats):

- **Nedostatek finančních zdrojů**
- **Hospodářská krize** (velmi znatelně se odrazila na ochotě spolupráce jednotlivých partnerů)
- **Počet účastníků** (dlouho to vypadalo tak, že se počet účastníků sníží oproti dřívějším turnajům o 20%-30% v takovém případě by byla akce ztrátová)

Kladných prvků se v této analýze vyskytuje více a jsou silnější než zápory. Po skončení turnaje jsme usoudili, že negativní body nijak zásadně akci neovlivnili a pozitiva byla dominantní.

6.14 **Shrnutí, doporučení a návrhy**

Celý turnaj proběhl podle představ pořadatele, a ohlasy byly pouze kladné. Nezasvěcené osobě, a myslím, že i účastníkům turnaje by se tak mohlo zdát, že akce neměla žádný zádrhel. Nikdy se však všechno nezdaří na 100% a my jako organizační tým, jsme zaznamenali určité prvky, v kterých bychom měli být příště opatrnější.

Jedna z věcí, která nám doslova vyrazila dech, bylo to, když se den před zahájením turnaje, porouchal server, a smazalo se kompletní rozlosování všech kategorií. Jelikož je tento systém vytvořený tak, že se losování provádí přímo na serveru, neměli jsme žádný jiný zdroj, kde by tyto data byly zálohovány. To byla jednoznačně chyba, z které jsme se všichni poučili, a nesmí se opakovat. Problém se musel okamžitě začít řešit a celý organizační tým obvolával všechny účastníky, se kterými jsme udržovali přátelské kontakty a zjišťovali jsme, jestli rozlosování nemá někdo vytisknuté. Velice šťastnou náhodou jeden člen české federace, s kterým se velice dobře osobně známe, všechny tyto kategorie rozlosované do pavouků vytiskl a to pouze z vlastní zvědavosti a zájmu o to mít přesné povědomí o tom, který hráč hraje v jakých kategoriích. Okamžitě, jak jsme ho zkontaktovali, nám tyto pavouky zaslal a my jsme vše vrátili do původního stavu. Přestože byla tato chyba spíše na straně správce serveru, který nepatří do českého organizačního týmu, my jsme pochybili tím, že jsme neměli všechna data zálohovaná.

Dalším bodem, který by byl k zamyšlení, byla naše benevolence v pozdních příchodech hráčů na zápas. Pokaždé, když se jeden z hráčů opozdil, snažili jsme se za každou cenu vyčkávat a chtěli jsme hráčům maximálně vyhovět, aby nemusel být zápas skrečován. Díky tomu několikrát vznikaly situace, kdy jsme se ocitli pod časovým tlakem. Jeden zápas totiž navazuje na druhý, a když se jeden z nich zpozdí, má to vliv na všechny ostatní. Na jedné straně je určitě dobré, být k hráčům shovívavý, ale všechno má své hranice a nesmí se to přehánět. Mohlo by se totiž také stát, že kvůli jednomu opozdílci budou čekat desítky jiných hráčů.

Tyto body určitě stojí za zvážení a pro nás z toho plyne cenné poučení, které si při příštích akcích určitě vybavíme. Jinak turnaj byl ze strany hráčů i mezinárodní federace chválen a myslím, že jsme odvedli rozhodně nadprůměrnou práci. V celkovém hodnocení Mezinárodní Světové Tour byl tento turnaj dokonce ohodnocen jako ukázkový.

Jelikož se Czech Open koná v České republice již po šesté, měli jsme již s turnajem tohoto typu jisté zkušenosti. Však i po tomto ročníku, se vyskytla řada věcí, které bychom v budoucnu rádi změnili. Kromě výše uvedených situací, kterých je třeba být maximálně pozorný, se organizační tým shodl na několika bodech, kterým je nutno se ještě věnovat a pečlivě je promyslet. Vize do budoucna je především taková, že by turnaj mohl být většího rozsahu ať už z hlediska počtu účastníků, tak mediální pozornosti. Větší počet účastníků by se dal zajistit snížením startovného, nebo různými lákadly, které jsou na jiných turnajích neobvyklé například nabídka většího množství doprovodných disciplín nebo rekreačních aktivit. To se však střetává s omezeným rozpočtem. Proto jediným možným řešením je mnohem intenzivnější shánění sponzorů a partnerů, což je dost složité a náročné. Co se týká mediální pozornosti, tak ta každým rokem pomalu přirůstá. Tento růst by se však dalo ještě lehce podpořit inovacemi a více atraktivními nabídkami pro mediální partnery.

V případě, že by se další ročníky tohoto turnaje odehrávali ve větším měřítku, nastane otázka v jakém zařízení tuto akci pořádat. V Čechách není moc sportovních areálů, které mají kapacitu na větší počet sportovců, než kolik jich bylo letos. Pravděpodobně by bylo nutné vystavět provizorní sportoviště pouze pro účely tohoto turnaje. Dvorce na badminton a stolní tenis není nijak obtížné zajistit ale problém je u squashe a tenisu, kvůli vysokým nárokům na prostor.

Tomuto sportu stoupá popularita v celosvětovém měřítku, což je pro organizátora do budoucna motivující a tyto výše uvedené změny, by mohly být realizovatelné.

Na závěr této kapitoly bych ještě rád upozornil na jeden prvek, který by se v příštích ročnících nejspíše upravil. Jde o placení startovného. Pravidla umožňují, aby byla pořadatelem vybírána záloha na startovní poplatek a zatím se toto pravidlo příliš nevyužívá. Má však jednu velkou výhodu, která spočívá v tom, že pořadatel má, dalo by se říct, přesnou představu o konečném počtu účastníků. V případě, že na zapsání stačí

obyčejná registrace, jako tomu bylo dodnes, pravidelně několik hráčů do turnaje vůbec nenastoupí. To pak pořadateli nabourává jak rozpočet, časový plán, tak další organizační záležitosti. Jedinou překážkou této organizační změny je to, že na stránkách pro registraci k turnaji by se musel vytvořit program k platbám přes internet, který je náročný na vytvoření, správu a údržbu. Přesto se však s největší pravděpodobností na tento systém v budoucnu přestoupí.

7 NÁVOD JAK POSTUPOVAT PŘI ORGANIZACI SPORTOVNÍ AKCE PODOBNÉHO TYPU

1) Seznámení se s požadavky na organizaci sportovní akce

Tyto informace obvykle najdeme na webových stránkách každé mezinárodní federace. Je velice důležité, aby pořadatel znal tyto požadavky a zásady detailně.

Organizátor takovéto akce se často sportu osobně věnuje, ale je nutné připomenout, že organizačních požadavků bývá obvykle celá řada a osoba do organizování nezasvěcená nemá o těchto požadavcích přehled.

2) Výběr termínu

Výběr termínu záleží na několika faktorech, které je třeba předem dobře zvážit. První věc je, stanovit si nejbližší možný termín, do kterého jsme schopni turnaj připravit a zorganizovat. Celkem na přípravy turnaje takového rozměru je třeba počítat s několika měsíční přípravou a nesmíme zapomenout na dostatečnou rezervu.

Druhým, ale stejně důležitým bodem, kterému musíme věnovat pozornost je, aby jednotlivé turnaje v rámci jedné soutěže, v tomto případě Mezinárodní Světová Tour měli mezi sebou dostatečné časové rozestupy. Tento problém je však obvykle na vyjádření mezinárodní federace a organizátor je okamžitě s povolením pořádání turnaje seznámen s termíny, kdy se turnaj z těchto důvodů konat nesmí.

Posledním důležitým krokem v této kapitoly je, aby se organizátor sportovní akce při výběru termínu vyhýbal určitým událostem, jako jsou svátky, prázdniny apod.

Zde je jasně vidět, že i výběr termínu je závažné téma, které v případě pochybení může mít výrazný vliv na úspěch akce.

3) Podání žádosti k mezinárodní federaci o pořádání turnaje

Nejprve je nutné zažádat mezinárodní federaci o povolení k organizování turnaje. Je samozřejmé, že se návrh nesmí být v žádném bodě v rozporu s požadavky na organizování turnaje. Pokud se nenaskytou žádné komplikace, je schváleno datum akce a plán na turnaj není v žádném rozporu s pravidly, je pořadatel vyzván k vyplnění

formuláře sestavený na tento typ žádostí. Formuláře bývají poměrně obsáhlé a stejně tomu tak bylo i u racketlonového turnaje. Ideální je obrátit se s prosbou o pomoc na osobu, která tento turnaj již někdy organizovala.

4) Sestavení organizačního týmu

Je velice důležité, aby byla tato fáze provedena v maximální pečlivosti, protože na personálu, který zajišťuje přípravu a průběh akce je dalo by se říct turnaj postaven.

Nejprve se sestavuje hlavní organizační tým, jako je například ředitel turnaje, administrátor, účetní či sekretářky. Rozhodčí a personál na technické zajištění samotného turnaje zajistíme až před samotnou akcí (s několikadenní časovou rezervou). Nutností je mít předem sestavený plán, který nám shrnuje kolik rozhodčích a dalších pomocníků bude potřeba.

Výhodou je, když se organizační tým zná, jelikož v kolektivu pak vládne dobrá atmosféra a spolupracovníci si tak s největší pravděpodobností vyhovují.

Jak jsem již zmiňoval, sestavení organizačního týmu se nesmí podcenit a výběr musí být proveden velice obezřetně. Řešení problémů jako je neslušné chování k hráčům, nezodpovědné rozhodování jednotlivých zápasů nebo nedochvilnost, je pak v průběhu akce velice složité a těžko se shání náhrada na poslední chvíli.

5) Pronájem sportovišť

Pořadatel si musí sepsat nebo nejlépe načrtnout veškeré prvky, které bude na akci potřebovat. Jako ideální případ zde slouží tento racketlonový turnaj, který byl v tomto ohledu poměrně organizačně náročný. Je zde plno sportovišť odkládacích ploch, tribun, nebo odpočíváren a vše to musíme vtěsnat do omezeného prostoru.

Teprve po sestavení takového plánu je možné plochy objednat zarezervovat nebo pronajmout.

6) Zajištění souvisejících opatření

Zde je opět návaznost na první bod správného postupu při organizaci sportovní akce a to na seznámení se s požadavky na organizaci. V případě racketlonového turnaje patřilo do těchto opatření Ubytování, stravování, doprava.

I v případě, že tyto body nejsou nařízeny striktně mezinárodním výborem, je vhodné je na každé akci většího rozsahu zajistit alespoň okrajově tzn. dát účastníkům tipy kde se najíst a kde přenocovat.

7) Zveřejnění informací

Od samého počátku příprav, by měli být na webových stránkách základní informace o akci, které by se měli v průběhu času konkretizovat.

Důležité je, aby se zájemce o turnaj měl možnost získat odpovědi na konkrétní dotazy, které potřebuje zodpovědět. Pro tyto účely by měli být na webových stránkách uvedeny kontaktní údaje o osobě, pověřené zodpovídáním těchto dotazů.

V této fázi je důležité, aby bylo jasně a srozumitelně zveřejněno, kdy probíhají registrace, obzvláště pak, kdy je uzávěrka registrací. Při akci rozsahu jako by racketlonový open se termín uzavření registrací pohybuje okolo 14-ti dnů před samotnou akcí.

U turnajů, kde je možnost účastnit se ve více disciplínách, se obvykle vytváří také časový plán turnaje. V případě racketlonu to byl Time schedule, který je k nahlédnutí v přílohách (č.3)

8) Technické zajištění

Kompletnímu technickému zajištění turnaje předchází dlouhé přípravy a přemýšlení. Vše musí být navrženo do posledního detailu, protože samotná výstavba veškerého zázemí musí proběhnout velmi rychle, aby nerušila běžný provoz areálu. Zde se opět vyplácí mít přesný plán a grafický náčrt ve kterém jsou jednotlivé prvky zaneseny v poměrném měřítku. Kromě samozřejmosti, že si organizátor nemůže dovolit na nic zapomenout, je také nutné mít promyšleny veškeré plochy, u kterých je nutné, aby zůstaly volné. Takové plochy jsou například výběhy jednotlivých sportovišť, místo na odkládání sportovního vybavení, průchody mezi sportovišti nebo dostatečný prostor pro pohyb soutěžících, kteří momentálně nehrají, nebo okolního obecnstva.

Důležitým bodem přípravy sportovišť je také plánování barev. Například pokud je stůl na stolní tenis natočený tak, že strana jednoho z hráčů má za sebou pozadí stejné barvy jako má míček, je taková hra neregulární. Se stejnými problémy se můžeme

potýkat také při badmintonu. Proto je důležité počítat s tímto aspektem při rozvěšování reklam nebo informačních tabulí. Tato záležitost se ovšem týká i všech ostatních sportů.

Dobré ozvučení je poměrně náročné na přípravu. Jednotlivé reprobedny musejí být rozestavěny tak, aby bylo hlášení všude slyšet, na druhou stranu ne příliš blízko sobě aby se netvořil nežádoucí šum nebo ozvěny. Druhou věcí je to, že přípravy se odehrávají v prázdné hale a ozvučení má fungovat v hale plné, kde se ještě odehrávají utkání. Akustika místnosti se změní a často je musí doladovat ještě v průběhu akce.

9) Sestavení rozpočtu

Rozpočet se sestavuje ve fázi, kdy už organizátor přesně ví, kolik bude účastníků turnaje. Jsou do něj započítány veškeré finanční sumy, které jsou při realizaci sportovního turnaje použity. Je rozdělen na dvě části. Na část výdajovou a část příjmovou. U takto nově vznikajícího sportu není nic neobvyklého, že část výdajová převyšuje část příjmovou. V takovém případě musí být rozdíl doplacen z jiných zdrojů, jako je například fond asociace.

Rozpočet z Czech Open je k nahlédnutí v analytické části.

10) Průběh akce

Zkoordinovat samotný průběh akce, je oproti dlouhým přípravám hračka. Jsou určité zásady, které manažer musí dodržovat a kterými se řídit, ale v podstatě je vše založeno na důkladné přípravě. Činnost hlavního organizátora a hlavních rozhodčích, je dohlížet na to aby turnaj probíhal v duchu fair play, aby byly dodržovány časy utkání a dále pak aktualizuje skóre na výsledkové tabuli. Jako další náplní může být například vyhlášení startu dalších utkání apod. Co je však nejpodstatnější, zachovat po celý průběh turnaje profesionální přístup.

Na sportovní akci je nezbytné, aby pořadatel zajistil slavnostní zahájení, neboli zahajovací ceremoniál, vyhlášení výsledku s předáváním cen a na závěr formální zakončení turnaje a rozloučení. Tyto okamžiky jsou vedeny spíše ve slavnostním duchu a jejich průběh je v podstatě společenskou záležitostí.

11) Shánění sponzorů

Shánění sponzorů schválně zmiňuji až na samý závěr. Je to totiž činnost, kterou musí manažer provádět prakticky po celou dobu příprav. Obzvláště, jedná-li se o sportovní akci, která zatím není pro partnery nijak zvláště atraktivní. Jak sponzoring funguje a probíhá, bylo vysvětleno v dřívější kapitole a sponzorská nabídka, která byla rozesílána potencionálním sponzorům na Czech Open, je k nahlédnutí v přílohách (č.4).

Nezbytnou součástí pořádání jakékoliv sportovní nebo společenské akce je neustálá komunikace s ostatními členy organizačního týmu, případně se zástupci účastníků. Organizátor má kromě naplňování jednotlivých bodů přípravy také za úkol celou akci koordinovat.

8 ZÁVĚR

Tato práce se opírá o dva základní cíle, kterých chce dosáhnout. Prvním je seznámení čtenářů s racketlonem pokud možno nejpoutavějším způsobem a druhým cílem je rozbor a nastínění, jak by se dala organizovat akce podobného zaměření.

Seznámení čtenářů s racketlonem, jsem se snažil provést komplexně a detailně, jelikož je to sport u nás nový, a zatím není příliš známý. Částečně se zde zmiňuji o světové historii tohoto sportu, která mi přijde velice pestrá a zajímavá, při vědomí, že je dlouhá jen pár desítek let. V této práci také věnuje jistou pozornost historii racketlonu v Čechách, která je zatím opravdu mladá, jelikož se píše jen 5 let.

Racketlon je velmi perspektivní a do budoucna myslím atraktivní sport, kterému se dá věnovat v každém věku. Velikým lákadlem na tomto sportu je také to, že česká výprava již zaznamenala na světových turnajích plno obdivuhodných úspěchů.

Důležitou částí této práce je vysvětlení pravidel. Jak již sem řekl, tento sport je zatím neznámý a jeho pravidla jsou poměrně specifická. Nesnažím se zde vysvětlovat všechny výjimky a pro pochopení nepodstatné detaily, ale vysvětluji je zde spíše obecně. Určité podrobnosti zde musí být zdůrazněny hlavně z důvodu pochopení a návaznosti na organizaci turnaje.

Pozornost této práce je také částečně zaměřena na sponzoring, který je nedílnou součástí financování sportovních akcí. I přes poměrně úspěšnou sponzorskou podporu měla tato akce ve finále vyrovnaný rozpočet, který je v textu podrobně rozpracován.

Tím, že se tento sport neodehrává pouze na jednom sportovišti, se jeho náročnost na organizaci turnaje zvyšuje, a proto byl tento turnaj velice dlouho promýšlen a připravován. Z tohoto důvodu jsem přesvědčen o tom, že jsou zde shrnuty všechny důležité kroky k organizaci sportovní akce podobného rozsahu a zaměření. Jednotlivé body osnovy analytické části jsou řazeny tak, v jakém pořadí by se měli jednotlivé kroky provádět. Doufám, že tato práce bude moci posloužit ostatním organizátorům sportovních akcí jako jakési vodítko při přípravných a organizačních činnostech.

9 POUŽITÉ ZDROJE

- 1) ARMSTRONG, Michael; STEPHENS, Tina. *Management a leadership*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2008. 272 s. ISBN 80-7169-422-3.
- 2) BLAŽKOVÁ, Martina. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 280 s. ISBN 978-80-247-1535-3.
- 3) BOVÉE, Courtland L.; THILL, John V. *Marketing*. 2. vyd. New Caledonia: York Graphic Services, 1992. 716 s. ISBN 0-07-006734-1.
- 4) ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management a marketing sportu*. 1. vydání. Praha: Olympia, a.s., 2009. 228 s. ISBN 978-80-7376-150-9.
- 5) DONNELLY, James H; GIBSON, James L.; IVANCEVICH, John M. *Management*. Překlad z anglického originálu "Fundamentals of Management". Praha: Grada Publishing, a.s., 1997. 824 s. ISBN 80-7169-422-3.
- 6) HORÁKOVÁ, Iveta. *Marketing v současné světové praxi*. Praha: Grada Publishing, a.s., 1992. 368 s. ISBN 80-85424-83-5.
- 7) KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lne. *Marketing Management*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
- 8) NOVOTNÝ, Jiří. *Ekonomika sportu*. Vydání první. Praha: ISV, 2000. 246 s. ISBN 80-85866-68-4.
- 9) DE PELSMACKER, Patrick; GEUENS, Maggie; VAN DEN BERGH, Joeri. *Marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2003. 600 s. ISBN 80-247-0254-1.
- 10) PAYNE, Adrian. *Marketing služeb*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, spol. s.r.o., 1996. 248 s. ISBN 80-7169-276-X.
- 11) VYSEKALOVÁ, Jitka. *Psychologie reklamy*. 3. rozšířené a aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 296 s. ISBN 978-80-247-2196-5.
- 12) WEIHRICH, Heinz; KOONTZ, Harold. *Management*. Praha: Victoria publishing, 1993. 659 s. ISBN 80-85605-45-7.

Internetové zdroje:

- 13) *Česká asociace racketlonu* [online]. 2005 [cit. 2010-07-20]. Česká asociace racketlonu. Dostupné z WWW: <czechracketlon.cz>.
- 14) *World racketlon web site* [online]. 2001 [cit. 2010-06-15]. World racketlon. Dostupné z WWW: <racketlon.com>.

10 Seznam tabulek a obrázků

10.1 Tabulky

- 1) Tabulka č. 1: Sociální cíle
- 2) Tabulka č. 2: Sportovní cíle
- 3) Tabulka č. 3: Ekonomické cíle
- 4) Tabulka č. 4: SWOT matice

10.2 Obrázky

- 1) Obrázek č. 1: Kontinuum hmatatelnosti
- 2) Obrázek č. 2: Strategický plán

11 Seznam příloh

- 1) Příloha č. 1: Souhrn pravidel pro organizaci turnaje v racketlonu
- 2) Příloha č. 2: Formulář (žádost pro organizaci turnaje)
- 3) Příloha č. 3: Time schedule (časový harmonogram turnaje)
- 4) Příloha č. 4: Nabídka pro sponzory
- 5) Příloha č. 5: Plakát turnaje
- 6) Příloha č. 6: Předávání cen v kategorii Muži A
- 7) Příloha č. 7: Centrální stanoviště rozhodčích
- 8) Příloha č. 8: Poháry všech kategorií

Příloha č. 1: Souhrn pravidel pro organizaci turnaje v racketlonu (volný překlad z anglického originálu)



FIR-Turnajová Pravidla

1.červen, 2010

OBSAH

A. ÚVOD	3
B. TURNAJE FIR.....	3
1. STRUKTURA TURNAJŮ A BODOVÁNÍ.....	3
2. PŘÍHLÁŠENÍ DO TURNAJE	3
2.1. Obecné Poučení.....	3
2.2. Postup pro přihlášení do turnaje a uzávěrk.....	3
3. TURNAJOVÉ POŽADAVKY A DOPORUČENÍ.....	4
3.1. Finanční Odměny.....	4
3.2. Vstupní Poplatky.....	4
3.3. Internet – Informace o Turnajích	5
3.4. Turnajové vstupní poplatky.....	5
3.5. Kategorie.....	5
3.6. Vybavení a Zařízení.....	6
3.7. Losy a Rozdělení.....	7
3.8. Výsledkový zpravodaj	7
3.9. Druhy zpravodajských médií.....	8
3.10. Rozhodčí.....	9
3.11. Ostatní Požadavky	10
3.12. Sponzoři Turnajů a dalších akcí FIR	11
3.13. Pokuty a Plnění Závazků	14
C. SOUTĚŽE NÁRODNÍCH DRUŽSTEV V RÁMCI FIR	15
1. TÝM	15
1.1. Stanovení členů týmu.....	15
1.2. Týmové funkce	15
1.3. Zastoupení.....	15
2. HERNÍ POŘADÍ.....	15
3. SKÓROVÁNÍ A ROZHODUJÍCÍ HRA	15
D. FIR LIGA MISTRŮ	16
1. KVALIFIKACE TÝMŮ	16
2. VSTUPNÍ POPLATKY A PRIZE MONEY	16
3. HRÁČSKÁ OMEZENÍ.....	16
E. ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ.....	16
1. PLATNOST	16
2. ÚPRAVY A ZMĚNY.....	16

A ÚVOD

Na oplátku za dodržování níže uvedených závazků, budou turnaje nabízeny mezi dalšími mezinárodně bodovanými turnaji. Schopnost turnaje plnit a dodržovat mezinárodní regule bude kontrolována komisí FIR a bude mít dopad na důležitost turnaje v následujících letech.

Veškeré raketlonové FIR turnaje musí být odehrány dle platných „Pravidel raketlonu“, která jsou k nalezení na www.racketlon.net. Nejdůležitější výtah těchto pravidel musí být vyvěšen na každém sportovišti provozujícím tento sport.

B TURNAJE FIR

1. STRUKTURA TURNAJŮ A BODOVÁNÍ

Tyto turnaje jsou organizovány FIR:

- a) FIR Mistrovství Světa
 - Mistrovství Světa Jednotlivců
 - Mistrovství Světa Párů a Národních Družstev
- b) FIR Světová Tour
 - Světová super tour, maximálně 5 turnajů za rok
 - Mezinárodní turnajová tour, neomezený počet turnajů
 - Vyzývatelské turnaje, neomezený počet turnajů
- c) FIR Liga Mistrů

Body do světového žebříčku jsou udělovány v turnajích typu FIR Mistrovství Světa a FIR Světová Tour. Výbor určí bodové rozložení. Přesné tabulky jsou k nalezení na www.racketlon.net.

2. PŘIHLÁŠENÍ DO TURNAJE

2.1. Obecné Poučení

Přihláška do všech turnajů musí být podána pomocí pověřené osoby FIR skrze přihlášku umístěnou na www.racketlon.net. Účastí na FIR turnaji účastník potvrzuje, že četl a je plně obeznámen s turnajovými pravidly a plně s nimi souhlasí.

Přihláška musí být podepsána turnajovým ředitelem a potvrzena (e-mailem) prezidentem národní federace.

Návrhy pro FIR Světovou Tour dává úřední osoba Světové Tour k tomuto úkonu pověřená. Návrhy poté musí být schváleny zasedáním Rady.

Vyzývatel ze země, která je nově členem raketlonové federace, může pořádat turnaje v raketlonu podle turnajových organizátorů, aniž by měla již vytvořenou národní federaci. Rozhodnutí o konání takového turnaje je pouze na úřední osobě Světové Tour, ale všichni členové Rady by měli být informováni e-mailem. Každá země může požádat o konání turnajů, kolik chce, ale pouze dva takovéto turnaje ročně mohou probíhat pod záštitou FIR.

2.2. Postup pro přihlášení do turnaje a uzávěrky

- | | |
|--|---|
| a) Mistrovství Světa
uzávěrka 30.6. | Podání přihlášky pouze národní federaci, |
| b) Super Světová Tour
uzávěrka 30.6. | Podání přihlášky pouze národní federaci, |
| c) Mez. Světová Tour
uzávěrka 30.6. | Podání přihlášky pouze národní federaci, |
| d) Vyzývatelský turnaj
měsíce | podání přihlášky pouze národní federaci (pokud již existuje), jinak pořadatelé turnaje, uzávěrka je 4 před začátkem turnaje. |

3. TURNAJOVÉ POŽADAVKY A DOPORUČENÍ

3.1. Finanční odměny

Tzn. požadavek pro všechny turnaje rozdělit předem určený minimální finanční obnos jako odměnu. Vyšší finanční odměna, než je ta minimální, je u všech turnajů povolena, proto může tuto odměnu dostat i vyzývatel.

Při turnaji párů a týmů je minimální finanční odměna stejná. Rozdělení finančních odměn mezi turnajové účastníky je pouze na řediteli turnaje a FIR.

- | | |
|---|--|
| a) Mistrovství Světa
licenční
losech
neúčast | Minimálně 3500€, max. 60€ vstupní poplatek, poplatek, pull out and no show ve všech elitních znamená uhrazení vstupního poplatku nebo hráče; |
| b) Super Světová Tour | Minimálně 3500€, max. 60€ vstupní poplatek, licenční poplatek, pull out and no show ve všech elitních losech znamená uhrazení vstupního poplatku nebo neúčast hráče; |
| | Muži: 1650€ (1. 650€, 2. 400€, 3. 250€, 4. 150€, 5.-8. 50€ každý).
Ženy: 850€ (1. 400€, 2. 250€, 3. 100€, 4. 50€, 5.-8. 25€ každá). |

c) Mez. Světová Tour	Minimálně 1000€, max. 55€ licenční poplatek, pull out and no show ve všech elitních losech znamená uhrazení vstupního poplatku nebo neúčast hráče; Muži: 650€ (1. 300€, 2. 200€, 3. 100€, 4. 50€). Ženy: 350€ (1. 200€, 2. 100€, 3. 50€).
d) Vyzývatelský turnaj	Minimální hodnota finanční odměny není stanovena, vstupní poplatek max. 45€, licenční poplatek.

-) Finanční odměna v jakékoli výši může být přidána k jakémukoli typu turnaje a může být rozdělena v různém poměru. Zpráva o turnaji musí být dána na FIR webové stránky www.racketlon.net nejpozději týden před zahájením turnaje.

-) Finanční odměny nejsou povoleny na juniorských turnajích.

-) Jestliže se jakýkoli los neodehraje z důvodu nedostatečné účasti (např. při Super Světové Tour žen pouze 4 účastnice). Finanční odměna musí být rozdělena mezi ostatní skupiny, aby se celková odměna vždy plně navrátila.

-) Finanční odměna musí být vítězům předána na oficiální předávací ceremonii, jinak nebude moci být vyplacena. Jestliže nebude moci turnajový ředitel vyplatit odměnu hráči z důvodu jeho nepřítomnosti, bude polovina odměny přenechána pořadatelskému turnaji a druhou polovinu obdrží FIR, která bude obnos schraňovat jako rezervní odměnu, pro pořadatele ostatních turnajů, v případě jejich finančních problémů.

3.2. Vstupní Poplatky

3.2.1. Omezení vstupních poplatků

-) Vstupní poplatky na akce zahrnuté do světových žebříčků v kategorii jednotlivců je omezena hodnotou 60€ pro SST a Mistrovství Světa, 55€ pro MST (40€ pro druhou a nižší třídu jednotlivců) a musí obsahovat uvítací dárek (např. tričko) a občerstvení.

V případě turnaje párů může být vstupní poplatek navýšen o 20€ za osobu.

-) Maximální vstupní poplatek pro vyzývatele je 45€ za osobu (35€ za osobu v druhé a nižší třídě), včetně občerstvení nebo dárku. V případě turnaje párů může být vstupní poplatek navýšen o 15€ za osobu.

-) Vstupní poplatek pro národní týmy a klubové týmy v Lize Mistrů jsou max. 150€ za tým. Za juniorské národní týmy je poplatek 75€ a za seniorské národní týmy poplatek za účast na turnaji činí 120€.

3.2.2. Členské příspěvky

Některé turnaje mohou požadovat zaplacení startovného předem pomocí internetu, tato forma platby nevyžaduje žádné další poplatky pro hráče, kteří zaplatí tímto způsobem.

Hráči, kteří nezaplatí vstupní poplatek ve vymezeném termínu do turnaje Super Světové Tour nebo do Světové Tour, jsou povinni zaplatit vstupní poplatek v plné výši (pokud tak již neučinili). FIR může a bude suspendovat všechny hráče elitní kategorie, dokud nezaplatí vstupní poplatek. Všichni ostatní hráči mohou být vyloučeni pořadatelem daného turnaje.

Tito elitní hráči budou posléze označeni ve skupině neplatičů na stránkách www.resultreporter.com a budou suspendováni na všech dalších turnajích Super Světové Tour, Světové Tour a Vyzývatelských turnajích, dokud nezaplatí zbývající poplatky na paypal účet skrze www.resultreporter.com. Po dobu své insolvence se hráči elitní kategorie nebudou moci ani přihlásit na další turnaje.

3.2.3. *Volné startovné pro členy rady*

Jako poděkování za obstarávání chodu organizace nemusí členové rady platit žádné vstupní poplatky na Super Světovou Tour, Světovou Tour a vyzývatelské turnaje.¹

3.3. Informace o Turnajích

Ředitel turnaje musí zajistit oznámení o konání turnaje a další informace v hotelových doporučeních a na internetu.

- | | |
|------------------------|---|
| a) Mistrovství Světa | Oznámení 6 měsíců dopředu včetně doporučení o ubytování 3 hotelech. |
| b) Super Světová Tour | Oznámení 6 měsíců dopředu včetně doporučení o ubytování 3 hotelech. |
| c) Mez. Světová Tour | Oznámení 3 měsíců dopředu včetně doporučení o ubytování 2 hotelech. |
| d) Vyzývatelský Turnaj | Oznámení 3 měsíců dopředu včetně doporučení o ubytování 2 hotelech. |

Dále musí být stanoven nejdřívější začátek turnaje (GEST – Guaranteed Earliest Start Time) a stejně tak nejpozdější čas pro konec turnaje (GLET – Guaranteed Latest End Time), z důvodů včasného zarezervování letenek a hotelových pokojů, nejméně 6, resp. 3 měsíce dopředu. Dále musí být na internetu uvedeno 3, resp. 2 doporučená

¹ Dle rozhodnutí AGM 2007. V platnosti od 1.1.2008

ubytovací zařízení, u kterých musí být **jasně** stanoveno, v jaké vzdálenosti se hotely nachází od místa konání turnaje, včetně trasy.

3.4. Vstupní poplatky

Za každý turnaj zahrnutý do žebříčku FIR musí být zaplacen vstupní poplatek. Výše poplatků za různé úrovně turnajů jsou následující:

- a) Mistrovství Světa 5€ za jednotlivce, 4€ za pár
- b) Super Světová Tour 4€ za jednotlivce, 3€ za pár
- c) Mez. Světová Tour 3€ za jednotlivce, 2€ za pár
- d) Vyzývatelský Turnaj 2€ za jednotlivce, 1,5€ za pár

Ředitel turnaje si musí obstarat výčet plateb pro daný turnaj ze stránek www.racketlon.net. Po proběhnutí poslední platby musí poplatky odeslat na konto FIR. Platby mohou být vyhotoveny:

V rámci EU: Swiftadress: Swedsess, Ibannr:
SE8380000832799030810973 MimoEU: Swiftadress: Swedsess, Účet
číslo: 832799030810973 Adresa banky: Swedbank,
Arstaangsvagen 21C 3tr., 100 73 Stockholm

Zastupující banka FIR si účtuje maximálně 1€ za jakoukoli transakci, přičemž poplatky u bank jednotlivců zasílajících poplatky by neměly překročit tuto hranici 1€.

Pokud nedorazí platba na účet FIR nejpozději do dvou týdnů po skončení turnaje, budou takovému hráči účtovány penále ve výši 5% z ceny startovního za každý takový týden.

3.5. Kategorie

3.5.1. Přehled kategorií

-
- a) Mistrovství Světa: Muži A (Elite), Muži B (Pokročilí), Muži C (Amatéri), Muži D (začátečníci); Ženy A (Elite), Ženy B (Amatéri); Senioři 45+, Senioři 50+, Senioři 55+, Senioři 60+; Chlapci do 13, Chlapci do 16, Chlapci do 21; Děvčata do 21; Mužský Double, Ženský Double, Smíšený Double, Senioři 45+ Double, Senioři 55+ Double, Chlapci do 13 Double, Chlapci do 16 Double, Chlapci do 21 Double, Děvčata do 21 Double, Národní Družstva.
-

b) Super Světová Tour	Muži A (Elite), Muži B (Pokročilí), Muži C (Amatéri), Muži D (začátečníci); Ženy A (Elite), Ženy B (Amatéri); Senioři 45+, Senioři 55+; Chlapci do 13, Chlapci do 16, Chlapci do 21; Děvčata do 21, Mužský Double, Ženský Double, Smíšený Double.
c) Mez. Světová Tour	Muži A (Elite), Muži B (Pokročilí), Muži C (Amatéri), Muži D (začátečníci); Ženy A (Elite), Senioři 45+, Chlapci do 21.
d) Vyzývatelský turnaj	Muži A (Elite), Ženy A (Elite).

3.5.2. Minimálně 4 hráči pro jednu kategorii

Všechny kategorie musí být pojmenovány podle oficiálních pravidel FIR, jinak nebudou takovéto kategorie ohodnoceny body do žebříčku FIR. Veškeré kategorie MUSÍ obsahovat minimálně 4 hráče, aby bylo možno započítat body do tabulek. Jestliže kategorie obsahuje méně, jak 4 hráče, tak mohou být kategorie spojeny dohromady. Když chce pořadatel mít více kategorií, než je vypsáno v pravidlech FIR, tak samozřejmě může. Takovéto kategorie nemusí splňovat minimální počet 4 hráčů, avšak body za umístění nebudou počítány do žádných tabulek.

3.5.3. Dvě kategorie možné

Hráči nemohou hrát ve dvou skupinách jedné kategorie, např. Muži A a Muži B. Ženy se mohou zúčastnit zápasů kategorie Muži B, Muži C nebo Muži D, ale musí se také zúčastnit alespoň jedné ženské kategorie. Všem hráčům musí být umožněno hrát minimálně dvě kategorie. O tom, které to budou, rozhodne ředitel turnaje podle časového harmonogramu turnaje.

3.6. Vybavení a Zařízení

3.6.1. Míček pro stolní tenis

Zda bude mít míček bílou nebo oranžovou barvu, rozhodne ředitel turnaje. Avšak barva nesmí být shodná s barvou nejbližšího okolí nebo barvou reklamních banerů. Míček musí mít alespoň 3 hvězdičky. Jestliže má hráč na sobě tričko stejné barvy, může být požádán o jeho výměnu.

3.6.2. Badmintonový košíček

Povinná výbava pro Mistrovství Světa, Super Světovou Tour a Mez. Světovou Tour jsou péřové badmintonové košíčky. Při Vyzývatelských turnajích musí být tyto košíčky použity pouze v kategorii Elite. Pro všechny Elite kategorie musí být použity právě tyto košíčky nejlepší A-kvality. Pro všechny další kategorie stačí košíčky B-kvality a pro kategorie Amatér košíčky C-kvality.

3.6.3. *Squashové míčky*

Dvojitě tečkované žluté squashové míčky jsou nezbytné pro všechny bodovací turnaje na světové úrovni. V kategorii Elite jsou dovoleny pouze míčky WISPA a PSA.

3.6.4. *Tenisové míčky*

Pro všechny bodovací turnaje na světové úrovni je povinné používat míčky schválené ITF.

3.6.5. *Ochráné brýle*

Pouze doporučeno (uvedeno v pravidlech FIR), aby pořadatel turnaje vyžadoval nosit ochranné brýle při všech squashových turnajích včetně Elite kategorie.

3.6.6. *Dvorce*

Minimálně 3 dvorce na každý sport, aby mohly začít 3 zápasy paralelně každých 15 minut, platí pro akce SST. 4 herní dvorce pro Mistrovství Světa, pro Mez. Světovou Tour stačí 2 dvorce, ale 3 jsou doporučovány. Pro Vyzývatelské turnaje 2 hřiště stačí.

Kategorie Elite by měly být hrány na centrálním dvorci minimálně pop 20 minutách, přičemž musí být dodržen limit 3 minut odpočinku mezi každým setem a limit 3 minut na rozehrání se.

Organizátor může v případě problémů požádat úřední osobu FIR o výjimku. Při letních turnajích, kdy se hraje tenis venku, musí být k dispozici alespoň 2 kryté kurty pro případ nepřízně počasí. U všech kurtů musí být zajištěno umělé osvětlení. Sítě pro všechny utkání (kromě squashe) musí podléhat předepsaným výškám. Sloupky musí být použity při všech tenisových utkáních jednotlivců. V případě stolního tenisu musí mít hráči okolo sebe dostatek prostoru.

3.6.7. *Cvičné dvorce*

Požadavek pro turnaje Mistrovství Světa a Super Světové Tour minimálně večer před startem turnaje. Jeden cvičný dvorec musí být k dispozici i během doby konání turnajů této úrovně. Pro Mez. Světovou Tour musí být tento dvorec k dispozici alespoň 2 hodiny před startem utkání. U vyzývatelských turnajů nejsou cvičné dvorce požadovány, ale hráčům kategorie Elite musí být umožněno rozehrání se minimálně 15 minut před startem utkání stolním tenisem.

3.6.8. *Doprava hráčů*

U turnajů jako je Mistrovství Světa či Super Světová Tour musí být nabídnuta přeprava z mezinárodního letiště do místa konání turnaje nebo do hotelu minimálně hráčům kategorie Elite. U turnajů Mezinárodní Světové Tour je doporučeno zajistit hráčům přepravu z místa konání turnaje do hotelu a zpět minimálně dvakrát denně.

3.7. Losy a Rozdělení

3.7.1. Minimální počet zápasů

Minimální počet zápasů pro každého hráče v turnaji jednotlivců jsou 3 zápasy a při turnaji párů minimálně 2 zápasy. Pro hráče Elite musí být rozlosována alespoň 4 kola. Kdyby bylo v losu 8 a více hráčů, tak předchozí pravidlo neplatí.

3.7.2. Národní příslušnost při losování

Národnost hráčů musí být jasně určená již při losování zkratkou složenou ze tří písmen podle oficiálně uznávaných zkratk.

3.7.3. Losy v kategorii Elite – Uzávěrka Přihlášek

Konečný termín pro přihlášení do turnajů úrovně MS a Světových Tour v kategorii Elite je přesně 2 týdny před začátkem turnaje, aby osoba pověřená FIR stačila los provést. Např. když většina turnajů začíná v pátek, tak uzávěrka je ve čtvrtek v noci. Pro všechny další turnaje datum uzávěrky určuje turnajový ředitel.

3.7.4. Online Losování

Losy pro Mistrovství Světa a veškeré Světové Turnaje musí být online nejpozději týden před prvním herním dnem. Informace také musí být na stránkách pořadatelského turnaje a na www.resultreporter.com.

3.8. Výsledkový Zpravodaj

3.8.1. Přehled náležitostí

a) Mistrovství Světa nákladů,	LIVE komentátor, Losy, Vstupy, bez vedlejších kolektivní hráčská licence
b) Super Světová Tour nákladů,	LIVE komentátor, Losy, Vstupy, bez vedlejších kolektivní hráčská licence
c) Mez. Světová Tour nákladů,	Komentátor Elite Losů, Vstupy, bez vedlejších kolektivní hráčská licence
d) Vyzývatelský turnaj hráčská	Komentátor, bez vedlejších nákladů, kolektivní licence

3.8.2. Povinnost pořadatelů využít služeb zpravodaje

Pro možnost vybudování Raketlonové databáze www.resultreporter.com a schopnost aktualizovat pořadí světových žebříčků vždy k prvnímu dni každého kalendářního měsíce, turnaje jako Mistrovství Světa a Super Světová Tour jsou povinni využít služeb výsledkového zpravodaje LIVE při rozlosování a výsledkové reportáži. Mez. Světová Tour musí zpravodaje využít alespoň při rozlosování. Povinností turnajového ředitele je, aby všichni zúčastnění hráči měli zaregistrovaný profil na stránkách www.resultreporter.com, jinak nebudou moci být rozděleny body do žebříčků. Pořadatelé Vyzývatelských Turnajů musí zajistit služby výsledkového zpravodaje minimálně při rozlosování a zápisu výsledků.

3.8.2. Náklady na výsledkového zpravodaje, výběr pravidelných licenčních poplatků

Veškeré náklady spojené s přítomností zpravodaje na turnaji jsou hrazeny FIR. Povinností pořadatelů je pouze vybrání licenčních poplatků od hráčů, kteří tento poplatek nezaplatili již při placení startovného.

3.8.3. Pole působnosti výsledkového zpravodaje

Výsledkový reportér 3.0 může vykonávat na turnajích následující činnosti:

- vytvoří VLASTNÍ domovskou stránku pro turnaj, která bude lehce aktualizovatelná; každý turnaj může mít vlastní internetovou adresu
- automaticky představí hráče při turnaji z informací uvedených na hráčově profilu na oficiálních internetových stránkách v podobě krátké prezentace
- losování LIVE, ukáže, s kým bude hrát následující zápas vítěz a poražený
- rychlé zobrazení hráčova jména a údajů o něm
- automatické započítání bodů do žebříčku
- vlastní reklamy na domovských stránkách turnaje
- automatické losy a rozdělení
- seznam odehraných zápasů
- statistiky včetně vzájemných bilancí
- aktualizace informační obrazovky, mečboly atd.

3.8.4. LIVE skóre

- LIVE reportáže na internetu
- zobrazení výsledků po každém bodu na velkoplných obrazovkách přímo na sportovišti

3.8.5. Úřední osoby

Výkonný prezident FIR má na starost komunikaci s organizátory turnaje ve všech záležitostech týkajících se výsledkového zpravodaje.

Úřední osoba zpravodajů je zodpovědná za komunikaci se zúčastněnými hráči.

3.9. Druhy zpravodajských médií

3.9.1. Přehled požadovaných médií

- a) Mistrovství Světa
turnaje, výsledky zveřejněné přímo na celostátní TV pokrytí, spolupráce
Osoba mající na starost práci s médii po dobu výsledkový zpravodaj, internet, LIVE reportáž týden před začátkem skončení turnaje, losy a sportovišti, příjem pro s celostátním tiskem.
- b) Super Světová Tour
turnaje, výsledky zveřejněné přímo na celostátní TV pokrytí, spolupráce
Osoba mající na starost práci s médii po dobu výsledkový zpravodaj, internet, LIVE reportáž týden před začátkem skončení turnaje, losy a sportovišti, příjem pro s celostátním tiskem.
- c) Mez. Světová Tour
turnaje, reportáž týden den po skončení zveřejněné přímo na spolupráce s regionálními médii.
Osoba mající na starost práci s médii po dobu výsledkový zpravodaj, internetová TV, 1 před začátkem turnaje, 1 reportáž turnaje, losy a výsledky sportovišti,
- d) Vyzývatelský turnaj
zaslané zveřejnění
1 reportáž týden před začátkem turnaje, e-mailem informace o rozlosování a reportáž den po výsledků v místě konání turnaje.

3.9.2. Mediální Ředitel

Osoba musí být do této funkce jmenována při Mistrovství Světa a Raketlonové Světové Tour, osoba takto zvolená je zodpovědná po dobu konání turnaje za níže uvedené záležitosti. U vyzývatelských turnajů může tuto funkci zastávat přímo ředitel turnaje a ujistit se tak, že potřebné informace a výsledky byly zaslány na ředitelství FIR přímo v den finálového zápasu v tabulce, která byla zaslána řediteli turnaje před začátkem turnaje. Hráči, kteří byli do turnaje přihlášení, a nezúčastnili se ho a ani nebyli nahrazeni jiným hráčem, jsou v této tabulce vedeni jako hráči s kontumační prohrou.

3.9.3. Výsledkový zpravodaj – Internet

FIR výsledkový zpravodaj musí být přítomen na turnajích Super Světové Tour a Mezinárodní Světové Tour. Internet proto musí být dostupný pro osobu pověřenou styku s médii na všech akcích SST a MST. Výsledky by měly být pravidelně aktualizovány a k dohledání na www.racketlon.net, nejpozději 1 hodinu po skončení turnaje. Také by měl být napsán krátký článek o 5 větách a poslán na e-mailovou

adresu ředitelství FIR office@racketlon.net, tak aby bylo jasné, kdo vyhrál v kategorii Elite a kdo získal finanční odměnu. Pořadatelé Vyzývatelských turnajů mohou použít vlastní systém losování, ale musí se ujistit, že výsledky turnaje byly zaslány na adresu ředitelství FIR info@racketlon.net, nejpozději jeden den po skončení turnaje.

3.9.4. *LIVE skóre*

Mistrovství Světa a Super Světová Tour musí zaznamenávat výsledky online, spolu s výsledkovým reportérem, zahrnujícím navíc 4 laptopy a obrazovky na každém centrálním kurtu při každém sportu.

3.9.5. *Reportáže a fotografie na internetu*

Referent médií je zodpovědný za doručení jedné krátké reportáže plus obrázku z turnaje nejpozději den před začátkem turnaje a jednu reportáž s minimálně třemi obrázky nejpozději jeden den po skončení turnaje ředitelství FIR na adresu office@racketlon.net. Tyto požadavky jsou v zájmu pořadatelů turnaje kvůli propagaci turnaje.

3.9.6. *Losy, výsledky a pravidla zobrazená ve sportovním centru*

Veškeré losy musí být zobrazeny na sportovišti buď vytištěné nebo na monitorech. Výsledky by měly být pravidelně během turnaje aktualizovány, tak aby diváci měli přehled o vývoji turnaje. „Pravidla Raketlonu“ musí být k prostudování na místě konání a musí být zvýrazněny nejdůležitější části.

3.9.7. *Internetové a televizní pokrytí*

Při MS musí přenosy vysílat jak celostátní televize tak internetová televize. SST musí zajistit celostátní nebo regionální TV a internetové pokrytí. MST a VT nejsou povinni garantovat žádné pokrytí, avšak je to v jejich zájmu. Veškeré reklamní spoty na DVD musí být dány k nahlédnutí prezidentovi FIR do sídla ředitelství.

3.9.8. *Noviny a magazíny*

MS a SST musí spolupracovat s tištěnými médii na celostátní úrovni, aby si zajistili dostatečnou propagaci. Světové Tour by se měly snažit spolupracovat s regionálními médii. Veškeré články, které mají být otištěny v magazínech nebo novinách, musí být dány k nahlédnutí prezidentovi FIR, nebo mu musí být poslány emailem na office@racketlon.net, nebo zaslány poštou na adresu sídla FIR.

3.10. Rozhodčí

-) Všechny turnaje musí mít hlavního rozhodčího, který vykonává zásadní a konečná rozhodnutí dle FIR – Fédération International de Racketlon Rulebook. V případě, že

takovéto rozhodnutí nemá doporučené řešení v pravidlech FIR, musí se hlavní rozhodčí rozhodnout podle svého nejlepšího vědomí a svědomí a musí brát v potaz konzultaci s dalšími rozhodčími a inspektorem FIR, jmenovaným podpůrnou úřední osobou FIR, která je přítomna na MS a SST.

-) na všech Světových Turnajích musí být jmenováni rozhodčí, aby rozhodovali zápasy v kategoriích Muži Elite, Ženy Elite, Mužský Double, Ženský Double a Smíšený Double. Za takovéto zápasy jsou považovány všechny již od prvního kola, ale nepovažují se zápasy vyřazených hráčů.

-) Pro všechny další losy a Vyzývatelské Turnaje je rozhodčí přítomen pouze na výslovné požádání některého z hráčů. VT jsou povinné obsazovat rozhodčí pouze na utkání kategorie Elite a to až od semifinále. Jestliže na takovémto turnaji není žádný hlavní rozhodčí, tak nějakého jmenuje ředitel turnaje. Rozhodčím na VT může být kterýkoli hráč, který se aktivně účastní turnaje, protože vstupem do takového turnaje se hráč zavazuje převzít roli rozhodčího alespoň v jednom ze čtyř hraných sportů.

3.11. Ostatní Požadavky

3.11.1. Trofeje

Pro nejdůležitější Mezinárodní Turnaj je nezbytné zajistit poháry, či trofeje pro první tři hráče v kategoriích Senior, Muži Elite a Ženy Elite a uspořádat pro ně slavnostní ceremonii s předáváním cen, finančních odměn a trofejí.

3.11.2. Oficiální předávací ceremonie

Při MS a Mezinárodních turnajích je nutné zajistit oficiální předání cen, trofejí, či medailí prvním třem hráčům v každé kategorii, toto se týká i soutěží dvojic. Tato ceremonie by měla probíhat na pódiu. U Vyzývatelských turnajů mohou být uděleny ceny i za vedlejší soutěže.

3.11.3. Masáže, Fyzioterapeut, Doktor

-) Na MS a SST by masáže měly být k dispozici na místě, doktor a fyzioterapeut k okamžité dispozici v případě zranění (hráči si hradí sami, nepočítá se na vrub pořadatele).

-) Na MST a VT je to samé pouze doporučeno

3.11.4. *Vlajky a Národní hymny*

-) Při MS a SST by měla být zahrána hymna pro vítěze v Elite kategorii při oficiální předávací ceremonii. Vlajky všech zúčastněných států by měly být vyvěšeny na viditelném místě na sportovišti. FIR má 50 vlajek na vypůjčení pro takové účely.

3.11.5. *Vyplétací servis*

Při MS a SST si vyplétání raket hradí hráči sami (doporučeno). Při MST a VT by měla být takováto služba k dispozici.

3.11.6. *Časový Harmonogram*

-) Pro lepší organizaci turnaje, je silně doporučováno, aby veškeré zápasy párů začínaly v pátek. Zápasy kategorie Ženy Elite a mužská finále musí být posledními zápasy veškerých turnajů včetně Mistrovství Světa a Super Světové Tour.

-) Na všech vedlejších kurtech musí být minimální prodleva 15 minut a na hlavním kurtu alespoň 20 minut. 15 minut oddechu mezi zápasy je minimální doba pro odpočinek pro hráče všech kategorií, aniž by záleželo, kolik má daný hráč odehráno zápasů. Každý hráč má právo na minimálně 1 hodinu pauzy mezi zápasy ve stejném losu.

3.11.7. *Časový Harmonogram pro kategorii Elite*

Je nutné sestavit přesný časový harmonogram pro kategorii Elite. Na MS a SST musí být všechny zápasy kategorie Elite v hlavním losu odehrány na hlavním kurtu s minimálním 20 minutovým intervalem. Maximální časová prodleva mezi jednotlivými sety je 3 minuty. Hráči nesmí odehrát více jak 3 zápasy v jedné kategorii za jeden den.

3.11.8. *Dobrovolníci a jejich doporučené pozice*

Pro MS a SST je doporučen tým o počtu 20 a více členů, pro MST je doporučeno alespoň 10 dobrovolníků a pro VT je doporučeno minimálně 5 členů týmu. Při MS a SST je nutné pro členy týmu stejné tričko. Níže uvedený seznam je doporučení pro vytvoření pozic pro lepší organizaci a snazší chod turnaje.

Povinné pro MS a Mezinárodní Turnaje

- Ředitel Turnaje
- Hlavní Rozhodčí
- Rozhodčí pro všechny sporty pro Elite
- Mediální Ředitel

Doporučení pro všechny turnaje

- Spoluředitel
- Výsledkový Sekretariát

-
- Zástupce sportovního centra
 - Marketingový Ředitel
 - Správce webových stránek
 - Ředitel výsledkových zpravodajů
 - 3 pomocníci k hracímu stolu
 - 4 dozorcí pro centrální kurt
 - Rozhodčí z národní federace
 - Ředitel pro vybavení sportoviště

 - Ředitel pro sponzorské dary
 - Finanční Ředitel – Platební Ředitel
- / Finanční poradce / Správce dluhů
- / Rozpočtový Ředitel

3.12. Sponzoři Turnajů a dalších akcí FIR

3.12.1. Obecné Zásady

Všechny turnaje MS a SST musí dodržovat obecné směrnice a nařízení dané pro sponzory turnaje. To by nemělo ovlivnit jednotlivé sponzory, ale bude to znamenat určité povinnosti vzhledem k sponzorům organizace FIR pro MS, zvláště SST a Mezinárodní Turnaje. Všechny potenciální sponzory těchto turnajů musí organizátoři předat k přezkoumání porotě FIR, aby mohla prošetřit, zda se nejedná o případný střet zájmů se stávajícími sponzory. Následující body jsou vybrány z verze 1 Obecných směrnic pro sponzorství turnajů, které mohou být upraveny před i během Světové Tour 2011.

3.12.2. Logo FIR

Oficiální logo FIR musí být použito na všech tištěných materiálech ve spojení s pořádáním turnajů a také na oficiálních turnajových webových stránkách.

3.12.3. Sponzorská práva

- Název hlavního sponzora je obsažen v názvu turnaje, např. XYZ Austrian Open
- Ostatní sponzoři
- Sponzoři míčků

3.12.4. Práva sponzorů Mistrovství Světa

- Prezentace sponzorů MS, např. Mistrovství Světa představený XYZ
- Ostatní sponzoři
- Sponzoři míčků

3.12.5. Závazky pořadatelů k hlavnímu sponzorovi, např. Novomatic Austrian Open na xxxx Mistrovství Světa

Super Světová Tour (SST) garantuje:

- Jméno a logo na titulní straně webových stránek všech SST
- Jméno a logo na všech plakátech, letácích a dalších tištěných materiálech ve spojení se SST
- Jméno a logo na programu SST
- Jméno a logo nejméně na jednom banneru na všech SST
- Prostor pro minimálně 6 sponzorských bannerů (max. 6x1m²) na 4 centrálních kurtech na všech sportovištích, kde se hraje SST

- Jméno a logo na buletinu zasílaném e-mailem všem hráčům SST
- Jméno a logo na tričku nebo jiném dárku pro hráče
- Jméno a logo na pódiu určeném pro předávání cen vítězům
- Jméno vyřčené do mikrofonu při zslavnostním zahájení a ukončení turnaje
- Celostátní nebo regionální TV pokrytí
- Jméno a logo na tabuli sponzorů při podávání rozhovorů s TV přenosem
- Spolupráce turnajových pořadatelů s novináři
- Jméno a logo na všech otisklých člancích podaných do tisku přímo pořadateli turnaje

Mezinárodní Světová Tour (MST) garantuje:

- Jméno a logo na titulní straně webových stránek všech MST
- Jméno a logo na všech MST plakátech, letácích a ostatních tištěných materiálech ve spojení s MST
- Prostor pro minimálně 6 sponzorských bannerů (max. 6x1m²) na 4 centrálních kurtech na všech sportovištích, kde se hraje MST
- Jméno a logo na buletinu zasílaném e-mailem všem hráčům SST
- Jméno a logo na tričku nebo jiném dárku pro hráče
- Jméno vyřčené do mikrofonu při slavnostním zahájení a ukončení turnaje
- Spolupráce pořadatelů s minimálně regionálními médii
- Jméno a logo na všech otisklých člancích podaných do tisku přímo pořadateli turnaje

Další sponzorské aktivity:

- Prodejní a reklamní stánek na všech Světových Turnajích
- Možnost proslovu mluvčího sponzora při zahajovacím a závěrečném ceremoniálu
- Při dostatku prostoru vyvěšení reklamy s logem a názvem sponzora
- Možnost pozvání VIP hostů na účet sponzora a zajistit konání slavnostní večeře a galavečera s rautem
- Možnost pozvat 4 zaměstnance nebo klienty, aby se zúčastnili turnaje, aniž by platili startovné či další poplatky
- Další možné potřeby a návrhy ze strany sponzora jsou možné po schválení FIR

3.12.6. *Povinnosti pořadatelů k dalším (max. 4 sponzorům) FIR*

Super Světová Tour (SST) garantuje:

- Jméno a logo na programu SST
- Jméno a logo nejméně na jednom banneru na všech SST
- Prostor pro minimálně 2 sponzorské bannery (max. 6x1m²) na sportovišti
- Jméno vyřčené do mikrofону při slavnostním zahájení a ukončení turnaje
- Celostátní nebo regionální TV pokrytí
- Jméno a logo na tabuli sponzorů při podávání rozhovorů s TV přenosem
- Spolupráce turnajových pořadatelů s novináři
- Internetové pokrytí na všech SST

Mezinárodní Světová Tour (MST) garantuje:

- Prostor pro minimálně 1 sponzorský banner (max. 6x1m²) na sportovišti
- Jméno vyřčené do mikrofону při slavnostním zahájení a ukončení turnaje
- Internetové pokrytí na vybraných turnajích MST
- Spolupráce turnajových pořadatelů s novináři na vybraných akcích MST

Další sponzorské aktivity:

- Prodejní a reklamní stánek na všech Světových Turnajích
- Možnost proslovu mluvčího sponzora při zahajovacím a závěrečném ceremoniálu
- Možnost pozvání VIP hostů na účet sponzora a zajistit konání slavnostní večeře a galavečeře s rautem
- Možnost pozvat 2 zaměstnance nebo klienty, aby se zúčastnili turnaje, aniž by platili startovné či další poplatky
- Další možné potřeby a návrhy ze strany sponzora jsou možné po schválení FIR

3.12.7. Povinnosti FIR během Mistrovství Světa k jednomu hlavnímu sponzorovi

Mistrovství Světa v Raketlonu garantuje:

- Jméno a logo na titulní straně webových stránek všech MS
- Jméno a logo na všech MS plakátech, letáčích a ostatních tištěných materiálech ve spojení s MS
- Jméno a logo na programu MS
- Prostor pro minimálně 8 sponzorských bannerů (max. 6x1m²) na 4 centrální kurtech ve sportovním centru
- Jméno a logo na buletinu zasílaném e-mailem všem hráčům MS
- Jméno a logo na tričku nebo jiném dárku pro hráče
- Jméno a logo na pódiu určeném pro předávání cen vítězům
- Jméno vyřčené do mikrofону při slavnostním zahájení a ukončení turnaje
- TV pokrytí všech turnajů MS
- Jméno a logo na tabuli sponzorů při podávání rozhovorů s TV přenosem
- Spolupráce turnajových pořadatelů s novináři
- Jméno a logo na všech otisklých člancích podaných do tisku přímo pořadateli turnaje

Další sponzorské aktivity:

- Prodejní a reklamní stánek na všech Světových Turnajích
- Možnost proslovu mluvčího sponzora při zahajovacím a závěrečném ceremoniálu
- Při dostatku prostoru vyvěšení reklamy s logem a názvem sponzora
- Možnost pozvání VIP hostů na účet sponzora a zajistit konání slavnostní večeře a galavečera s rautem
- Možnost pozvat 2 zaměstnance nebo klienty, aby se zúčastnili turnaje, aniž by platili startovné či další poplatky
- Další možné potřeby a návrhy ze strany sponzora jsou možné po schválení FIR

3.12.8. Povinnosti FIR vůči Sponzorským právům

Turnajoví ředitelé všech MS a Mezinárodních turnajů, musí plnit závazky vzniklé sponzorováním turnajů dle platných směrnic o právech sponzorů. Toto plně bude po dobu konání těchto turnajů kontrolováno FIR.

3.13. Pokuty a Plnění Závazků

3.13.1. Pravidelný hráčský licenční poplatek 10€

Poplatek je vybírán společně se vstupním poplatkem při registraci do turnaje. Poplatek je možno zaslat přímo s přihláškou, ředitel turnaje a prezident národní federace musí tyto vybrané peníze zaslat na konto FIR. Peníze lze zaslat i bez kompletně vybraných licencí. Jestliže pořadatelé turnaje nechtějí vybírat poplatek za udělení licence, mohou otevřít vstupní systém na www.resultreporter.com pro hráče, kteří již zaplatili vstupní poplatek, nebo tak mohou uničit na účet přímo na www.resultreporter.com.

3.13.2. Vyjímky

V případě, když ředitel turnaje ví předem, že některé z požadavků nemohou být splněny, může požádat FIR o udělení výjimky. Důležité je, aby takováto výjimka byla co nejdříve nahlášena FIR na adresu office@racketlon.net. V případě, že pro daný turnaj nebude požadovaná výjimka udělena, Výbor FIR může vydat varování, či pokutovat zodpovědnou osobu pořádající turnaj, obzvláště když nebudou dodržena sponzorská práva. Potrestání může mít podobu ve snížení prestiže a úrovně turnaje, např. ze Světové Tour na Vyzývatelský Turnaj, nebo dokonce zrušení turnaje na určité období.

3.13.3. Zrušení Turnaje

Za zrušení Vyzývatelského turnaje platí pořadatelé pokutu 200€ FIR a nemohou se účastnit žádné akce pořádané FIR, dokud tuto sankci nesplatí. Jestliže existuje v dané zemi národní výbor, tak musí být obviněn. V případě zrušení turnaje z kategorie Světové Tour, tak bude výše pokuty záležet na počtu hráčů, kteří si již zarezervovali letenky, či hotel a zrušení turnaje jim narušilo časový plán. I v tomto případě musí být obviněn místní výbor.

3.13.4. Záloha

Každý Mezinárodní Turnaj musí zaplatit zálohu 100€ spolu s přihlášením turnaje do programu FIR, pro případ, že by pořadatelé museli být pokutováni. V případě, že se tak nestane, bude tato záloha vrácena pořadatelům v plné výši ihned po skončení turnaje. Přihlášením turnaje do seznamu turnajů FIR, pořadatelé stvrzují, že budou respektovat a plnit pravidla stanovená FIR. Přihláška turnaje musí být stvrzena presidentem místní federace. Přihláška musí být plně srozumitelná, zřetelná a závazná.

3.13.5. Delegát turnaje pověřený FIR

-) Delegát je jmenován organizací FIR do každého turnaje, jako pomoc při zajištění správného chodu turnaje. Ve většině případů je delegát členem výboru FIR nebo přímo jedním z pořadatelů turnaje a měl by disponovat zkušenostmi s pořádáním akcí tohoto druhu. Pořadatelé si mohou zažádat o přidělení určité osoby jako delegáta. Delegát by měl být v místě konání alespoň jednu noc před začátkem a neměl by odjíždět dřív, než hodinu po kovi turnaje, kdy prodiskutuje dodržení pravidel stanovených FIR.

-) Delegát musí být v kontaktu s organizátory ohledně losu a časového harmonogramu turnaje. Za tuto výpomoc by mělo být delegátovi umožněno ubytování zdarma a také volné vstupy na turnaj.

C. SOUTĚŽE NÁRODNÍCH DRUŽSTEV V RÁMCI FIR

1. TÝM

1.1. Stanovení členů týmu

Každý Elitní národní tým se skládá minimálně z 5 členů (4 muži a 1 žena) a maximálně z 8 hráčů (6 mužů a 2 ženy) a musí mít týmového kapitána. Kapitán může být členem družstva, nebo může být nehrající kapitán. Juniorský tým (do 21 let) se skládá minimálně z 2 mužů a 1 ženy a maximálně ze 4 mužů a 2 žen. Seniorský národní tým (45+) se skládá minimálně ze 4 a maximálně ze 6 mužů. Všichni hráči týmů musí být občany státu, který reprezentují a musí být ochotni hrát podle pravidel FIR.

Všichni hráči musí být přihlášení do týmu před uzávěrkou. V každém týmu může být nahrazen jeden muž a jedna žena do doby, do doby než se večer před startem sejdou kapitáni všech mužstev.

1.2. Týmové funkce

Před startem zápasu by si měli hráči rozdělit jednotlivé funkce, např. kdo bude hrát na jaké pozici. Každý tým má právo na utajení rozložení těchto funkcí do

doby, než budou nuceni tyto informace poskytnout pořadatelům a tím pádem i protihráčům.

Kapitán je povinen toto oznámit pořadateli nejpozději 20 minut před startem.

1.3. Zastoupení

Hráč může být nahrazen kdykoli v průběhu turnaje podle výše stanovených pravidel, ale nikdy přímo během utkání.

2. HERNÍ POŘADÍ

Zápasy Elitních týmů se skládají ze 4 individuálních Raketlonových zápasů – 2 mužské singly, 1 ženský single a 1 mužská dvouhra – a jsou hrány v následujícím pořadí:

AM 1 (nejlepší muž v A týmu)	proti	BM 1 (nejlepší muž v B týmu)
AW (žena z A týmu)	proti	BW (žena z B týmu)
AMD (dvouhra mužů, A tým)	proti	BMD (dvouhra mužů, B tým)
AM2 (druhý nejlepší muž v A týmu)	proti	BM2 (druhý nejlepší muž v B týmu)

Všechny sety hlavního losu týmových soutěží musí být hrány v tomto pořadí. Důvodem je, aby všichni hráči odehráli stolní tenis, pak se přesunuli na badminton, pak na squash a nakonec na tenis. Hráči musí být poblíže kurtu, ještě než se dohraje poslední set předchozí hry. Čas na rozvičku a zahřátí se před dalším setem je jedna minuta.

Juniorské soutěže (do 21 let) se skládají ze 3 jednotlivých raketlonových zápasů odehraných v pořadí: Junior1, Dívka, Junior2. Seniorská soutěž (45+) je složena ze 3 jednotlivých raketlonových zápasů se dvěma singly a jednou dvouhrou v pořadí: Muž1, Mužský double, Muž2.

3. SKÓROVÁNÍ A ROZHODUJÍCÍ HRA

Podle pravidel se celkovým vítězem stává tým, který v průběhu turnaje nasbíral nejvíce bodů v celkovém pořadí a ne tým, který má na svém kontě nejvíce vítězství.

Zápasy jednotlivců v kategorii národních týmů se hrají do 11 bodů. Jestli je skóre 10:10, hra pokračuje, dokud někdo nezvítězí dvoubodovým rozdílem.

V tenise se nehraje rozhodující hra, pokud je skóre v jednom zápase shodné. Rozhodující míč se hraje pouze tehdy, jestli je skóre dvou týmů shodné po odehrání všech zápasů.

Jestliže v týmu není dostatek hráčů pro to, aby mohl zápas být odehrán, tak automaticky výhru získává druhý tým.

D FIR LIGA MISTRŮ

Pravidla pro hru Národních týmových soutěží jsou totožná i pro Ligu Mistrů s následujícími úpravami a výjimkami:

1. Kvalifikace Týmů

Této soutěže se mohou účastnit první dva týmy uplynulého ročníku národní ligy (pokud existuje). Jestliže se takováto soutěž v daném státě minulý ročník nehrála, rak může národní FIR federace jmenovat jeden tým, jako zástupce domácích mužstev.

Obhájce titulu a loňský finalista soutěže jsou automaticky kvalifikováni do soutěže. Pořádající raketlonový klub může udělit celkem dvě divoké karty dvěma jiným raketlonovým klubům.

2. Vstupní poplatky a Prize money

Hostitelský raketlonový klub může požadovat maximálně 150€ jako vstupní poplatek za tým účastníků se hlavní soutěže Ligy Mistrů. Prize money není požadována, ale je doporučena.

3. Hráčská omezení

-) Aby byl hráč oprávněn hrát turnaj Ligy Mistrů, musel v tomto ročníku odehrát veškeré zápasy pouze za tento jeden tým, za který bude hrát v tomto turnaji.

-) Hráč může hrát nejvyšší soutěže i ve více zemích během soutěžního ročníku.

-) V raketlonovém týmu můžou být maximálně dva hráči s trvalým bydlištěm mimo EU.

4. ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

1. Platnost

Tyto turnajová pravidla byla schválena na Shromáždění FIR a vešla v platnost 1. 6. 2010 pro všechny turnaje v rámci FIR pro sezónu 2010/2011.

2. Úpravy a Změny

Úpravy a změny pravidel mohou být změněna pouze na Shromáždění FIR.

FIR – Fédération Internationale de Racketlon
Karim Hanna – Manažerka pravidel FIR, Marcel Weigl – Výkonný Ředitel

Příloha č. 2: Formulář (žádost o organizaci racketlonového turnaje)

FIR WORLD RANKING EVENTS 2011

APPLICATION SHEET

Event:	
City:	
Date:	
Prize Money:	
Title or Presenting Sponsor:	(in the name of tournament)
Classes:	

please make a cross for the category you are applying for

World Championships (Singles or Doubles/Teams)
 Super World Tour (part of the FIR Racketlon World Tour)
 International World Tour (part of the FIR Racketlon World Tour)
 Challenger (Not part of the FIR Racketlon World Tour)

Contact Details:

Tournament Director	Media Officer
E-mail	E-mail
Telephone Number	Telephone Number
Address Sports Centre	
Webpage Sportscentre	
Webpage Tournament	

A) Information

1) Homepage

a) Date when homepage will be first online	
--	--

2) Advertising

	NO	YES
a) leaflets		
b) Business cards		
c) Posters (approx. How many, what size?)		
d) Other ways of Advertising such as newspapers or TV (If yes, which?)		

B) Travelling

1) Tournament place

a) Capital, city, town or village (possibilities of doing other things like sightseeing, going out besides playing the tournament)
b) Location, nearest airport, how many airports, how far away from city centre
c) Distance walking or public transport sportcenter to recommended tournament hotels
d) Distance walking or public transport sportcenter to city centre
e) official shuttle service to airport and/or tournament hotels?

2) Hotel

a) Tournament hotels (how many in which different categories?)
b) Distance walking or public transport hotel to the city centre
c) Costs of the tournament hotels, prices and quality, special deals for tournament players

C) Sportcenter

a) Courts		TT	Bad	SQ	Te
Total number of match courts					
How many centre courts elite					
Number of practice courts					
Spectator possibilities					
Surface					
Name and Brand					
b) Balls					
Distance of courts to each other					
Locker rooms (How many, size, cleanliness, lockers with key, showers)					
Additional services (sauna, pool, wellness, fitness, ...)					
Food and drinks (prices, warm meals, special deals)					
Location (What is around the center: shops, restaurants, cinemas?)					
Parking (garage, or outside, how many spaces, costs)					

D) Tournament

a) infoboard (draws, time schedule on printouts or on screens? match boards?)
b) Time schedule (Which Classes start when? Max. number of matches per player per day, Daily Start and End.)
c) Massage, Physio, Doctor, Stringing Service on site?
d) Price money in Total
e) Resultreporter Live scoring on screens or walls with a beamer?
f) Score Keepers and scoreboards?
h) Official Referees from where in which sports and for which matches? E.g. only Elite?)
i) Entry fees (Singles, Doubles, 2nd Class players play?)
j) Players welcome package - (what do you get?)
k) Players dinner (Price, location, Buffet?, Drinks included?)
l) Players party (At sportscentre or in town?)
m) Price giving ceremony - (trophies, medals, what other prizes, tombola, stage national anthems, duration)
n) Others - like exhibition, concert, video, flags, national anthems, opening ceremony

E) Sponsors and Media

Please fill in all expected sponsors and media to date of application and then e-mail further media or sponsors permanently

a) Title or Presenting sponsor? (in the name of the tournament)
b) main sponsors?
c) ball sponsors?
d) any other sponsors
e) TV cooperation or coverage?
f) Internet cooperation or coverage?
g) printmedia cooperation or coverage?

From 2010 all applications must be confirmed by the national president per e-mail.
 Once this has been done, the application is a clear and final commitment statement!

Please E-mail the application sheet to
 World Tour Officer Michael Dickert
 FIR Head Office Marcel Weigl

michael.dickert@inode.at
office@racketlon.net

FIR thanks everyone for organising a FIR World Ranking Event!
 World Tour Officer Michael Dickert
 Executive President Marcel Weigl

Příloha č. 3: Time schedule (časový harmonogram)

Time Schedule 6nd Racketlon Czech Open 2010

Friday 26 March 2010			Saturday 27 March 2010			Sunday 28 March 2010		
centre court	court 1	court 2	centre court	court 1	court 2	centre court	court 1	court 2
10:15	Wdb 1	Wdb 2	8:00	S45 2	8:00	S45 3	S45 7	
10:30	MBdb 1	MBdb 7	8:15	S45 10	8:15	S45 11	S45 17	
10:45	MAdb 1	Sdb 1	8:30	S45 15	8:30	MC 17	MC 18	
11:00	MAdb 2	MAdb 3	8:45	MC 19	8:45	MC 20	MC 21	
11:15	MAdb 5	MAdb 6	9:00	MA 2	9:00	MC 22	MC 23	
11:30	MAdb 8	MBdb 18	9:20	MA 3	9:15	MC 24	MC 25	
11:45	MBdb 21	MBdb 22	9:40	Xdb 26 (3rd pl)	9:30	MC 26	MC 27	
12:00	MBdb 4	MBdb 20	10:00	Xdb 25 (fi)	9:45	MC 28	MC 29	
12:15	Sdb 3	Sdb 4	10:20	MA 6	10:00	MC 30	MC 31	
12:30	X2	Xdb 3	10:40	MA 7	10:15	MC 32	S45 41	
12:45	X5	Xdb 6	11:00	MA 10	10:30	S45 44	S45 43	
1:00pm	MAdb 10	Xdb 1	11:20	MA 11	10:45	MB 17	MB 18	
1:15	MBdb 23	MAdb 153	11:40	Wdb 10 (3rd pl)	11:00	MB 19	MB 20	
1:30	MBdb 57	MBdb 33	12:00	Wdb 9 (fi)	11:15	MB 21	MB 22	
1:45	MBdb 35	MBdb 36	12:20	MA 14	11:30	MB 23	MB 24	
2:00	MBdb 38	MBdb 39	12:40	MA 15	11:45	MB 25	MB 26	
2:15	MBdb 40	Wdb 4	1:00pm	WA 2	12:00	MB 27	MB 28	
2:30	Sdb 6	MAdb 9	1:20	WA 3	12:15	MB 29	MB 30	
2:45	MAdb 12	MAdb 13	1:40	WA 6	12:30	MB 31	MB 32	
3:00	MAdb 16	Wdb 5 (sf)	2:00	WA 7	12:45	J 1	J 2	
3:15	MBdb 50 (sf)	MBdb 51	2:20	MA 17	1:00pm	S55 1	S55 2	
3:30	MBdb 53	MBdb 54	2:40	MA 18	1:15	S55 3	S55 4	
3:45	MBdb 56	Sdb 7	3:00	MA 19	1:30	WB 2	Wb 3	
4:00	Wdb 6 (sf)	Wdb 8	3:20	MA 20	1:45	MC 33	MC 34	
4:15	MAdb 17 (sf)	MAdb 19	3:40	MA 21	2:00	MC 35	MC 36	
4:30	MAdb 18 (sf)	MAdb 21	4:00	MA 22	2:15	MA 41	MA 42	
4:45	MAdb 23	MAdb 24	4:20	MA 23	2:30	MA 43	MA 44	
5:00	MC 2	MC 3	4:40	MA 24	2:45	J 3	J 4	
5:15	Xdb 9	Xdb 10	5:00	WA 9	3:00	S45 57	S45 58	
5:30	Xdb 12	Xdb 13	5:20	WA 10	3:15	S45 60	WB 11	
5:45	Xdb 15	Xdb 16	5:40	WA 11	3:30	WB 5	WB 6	
6:00	MC 6	MC 7	6:00	WA 12	3:45	S45 17	S45 18	
6:15	MC 9	MC 10	6:20	WA 21	4:00	S45 19	S45 20	
6:30	MC 12	MC 13	6:40	WA 22	4:15	S45 21	S45 22	
6:45	MAdb 26 (3rd pl)	MC 15	7:00	MA 33	4:30	S45 23	S45 24	
7:00	MAdb 25 (fi)	Sdb 9	7:20	MA 34	4:45	MB 33	MB 34	
7:15	MBdb 65 (fi)	MBdb 66 (3rd pl)	7:40	MA 35	5:00	MB 35	MB 36	
7:30	Xdb 22	Xdb 23	8:00	MA 36	5:15	MB 37	MB 38	
7:45	MB 1	MB 2	8:20	MA 37	5:30	MB 39	MB 40	
8:00	MB 4	MB 5	8:40	MA 38	5:45	MB 41	MB 42	
8:15	MB 7	MB 8	9:00	MA 39	6:00	MB 43	MB 44	
8:30	Xdb 17 (sf)	Xdb 19	9:20	MA 40	6:15	MB 45	MB 46	
8:45	Xdb 18 (sf)	MB 10			6:30	MB 47	MB 48	
9:00	MB 12	MB 13			6:45	J 5	J 6	
9:15	MB 15	MB 16			7:00	WB 9	WB 10	
					7:15	WA 19	WA 20	
					7:30	S45 33	S45 34	
					7:45	S45 35	S45 36	
					8:00	S45 37	S45 38	
					8:15	S45 39	S45 40	

Wdb	Women Doubles
Xdb	Mixed Doubles
MAdb	Men A Doubles
MBdb	Men Doubles
Sdb	Senior Doubles
WA	Women A
WB	Women B
MA	Men A
MB	Men B
MC	Men C
S45	Seniors 45+
S55	Seniors 55+
J	Juniors

Příloha č. 4: Nabídka pro sponzory

Chcete se stát partnerem / sponzorem mimořádné sportovní události roku 2009?

Česká asociace racketlonu

pořádá v termínu 26. – 28.3. 2010

6.ročník Czech Open World Tour

Místo konání: Hotel Step- Praha Žižkov

Předpokládaná účast: 130-180 hráčů

Oficiální partner Českého racketlonu: **WILSON**

Mediální partneři: ČT, Nova Sport, MF Dnes, magazín Tenis, Grand Princ, Euronova

Nabídka pro sponzory:

- poskytnutí reklamní plochy v místě konání turnaje
- umístění prezentačního stánku v místě konání turnaje
- umístění loga firmy na titulní straně všech tiskových materiálů
- umístění loga firmy ve třech vydáních magazínu Tenis v roce 2010
- umístění loga firmy v hlavním menu webových stránek od 1.4.do 31.12.2010 (www.czechracketlon.cz)
- prezentace sponzora při všech oficiálních jednáních k akci, při zahájení turnaje a vyhlášovacím závěrečném ceremoniálu
- možnost čerpání dohodnutých služeb zástupců sponzora v areálu v průběhu celého turnaje
- další plnění dle dohody pořadatele a sponzora

Kompenzace:

Finanční příspěvek ve výši Kč (příp. jiné plnění)

Bližší informace u předsedy České asociace racketlonu – Svatopluka Rejthara na adrese rejthar@chpp.cz, mob. +420 731 494 215

Příloha č. 5: Plakát turnaje

www.czechracketlon.cz

Wilson **DHL** **Ferona**
GLOBAL FORWARDING

6th CZECH OPEN Racketlon
FIR World Tour 2010 Tournament

FIR Fédération Internationale de Racketlon
table tennis • badminton • squash • tennis

Hotel & Sportcentrum STEP

Prague

March 26 - 28, 2010

TABLE TENNIS

BADMINTON

SQUASH

TENNIS

Czech Racketlon Association

TISKAP TISKÁRNA

VICTORIA CENTRUM SPORTOVNÍCH CEN

HYUNDAI

EXIM tours

SPORTCENTRUM STEP

Příloha č. 6: Předávání cen v kategorii Muži A



Příloha č. 7: Centrální stanoviště rozhodčích



Příloha č. 8: Poháry všech kategorií

