

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
FAKULTA TĚLESNÉ VÝCHOVY A SPORTU**

**Organizace mezinárodního závodu v synchronizovaném plavání
Christmas Prize 2012**

bakalářská práce

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Eva Peslová

Vypracovala:

Lenka Ptáková

Praha, duben 2013

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a že jsem uvedla všechny použité zdroje a literaturu.

V Praze dne 24. 4. 2013

Lenka Ptáková

Evidenční list:

Souhlasím se zapůjčením této bakalářské práce ke studijním účelům. Uživatel svým podpisem stvrzuje, že tuto bakalářskou práci použil ke studiu a prohlašuje, že jí uvede mezi použitými zdroji.

Jméno a příjmení: Fakulta/Katedra: Datum vypůjčení: Podpis:

Poděkování:

Tímto bych ráda poděkovala Mgr. Evě Peslové za její cenné rady a připomínky při psaní mé bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat paní Kateřině Vostárkové za poskytnutí rozhovoru a klubu SK Neptun Praha za dodání veškerých potřebných materiálů, bez kterých by tato práce nemohla vzniknout.

Abstrakt

- Název: Organizace mezinárodního závodu v synchronizovaném plavání Christmas Prize 2012
- Cíle práce: Cílem této práce je rozebrat organizaci celé sportovní akce, najít její nedostatky a připravit návrhy na zlepšení. Důležitým cílem je seznámení široké veřejnosti s pravidly synchronizovaného plavání.
- Metody: Pro svou bakalářskou práci jsem si zvolila metodu popisné analýzy, elektronického dotazování a neformálního rozhovoru.
- Výsledky: Z výzkumu vyplynulo, že závod byl velmi kvalitní po organizační, technické i sportovní stránce. Jako největší slabina závodu se ukázal bazén, který nemá dostatečnou kapacitu a nedostatek financí.
- Klíčová slova: Synchronizované plavání, organizace, sponzorování, management.

Abstract

Title: Organisation of international competition in synchronized swimming
Christmas Prize 2012

Objective: The main aim of my bachelor's work is to analyse the event organisation, to find its flaws and to propose how to improve it. The partial goal is to present synchronised swimming to public.

Methods: As the methods of my research I used descriptive analysis, questionnaires, informal interview.

Results: The research has showed that as far as organisation, technology and performace were concerned, the event was very high quality. The greatest weakness was proven to be the pool, which did not have the required capacity. Secondly, the matter of finance could have been more improved.

Key words: Synchronized swimming, organisation, sponsoring, management.

1	ÚVOD.....	9
2	CÍLE A ÚKOLY	10
2.1	Cíle.....	10
2.2	Úkoly	10
3	TEORETICKÁ VÝCHODISKA.....	11
3.1	Obecné informace o synchronizovaném plavání	11
3.1.1	Historie synchronizovaného plavání.....	11
3.1.2	Základní pravidla	12
3.1.3	Historie závodu Christmas Prize.....	14
3.2	Management	15
3.2.1	Manažer	15
3.2.2	Sportovní management	16
3.2.3	Sportovní manažer	17
3.3	Marketing.....	18
3.3.1	Sportovní marketing	19
3.3.2	Reklama	20
3.3.3	Sponzoring.....	22
3.3.4	Marketingový mix	23
3.4	Organizování sportovní akce	24
3.4.1	Strategický postup pro realizaci sportovní akce.....	25
3.4.2	Projektový management akce	26
3.4.3	Rozpočet	27
4	METODOLOGIE	29
4.1	Popisná analýza.....	29
4.2	Dotazování	29
4.3	Neformální rozhovor.....	30
5	ORGANIZACE ZÁVODU CHRISTMAS PRIZE 2012	32
5.1	Základní charakteristika závodu	32
5.2	Příprava závodu	33
5.2.1	Výběr termínu	33
5.2.2	Výběr lokality	33
5.2.3	Zařazení do LEN a ČSPS kalendáře	34

5.2.4	Zajištění akce	34
5.2.5	Vytvoření loga a plakátu	36
5.2.6	Pozvání soutěžících.....	37
5.2.7	Sestavení realizačního týmu	37
5.2.8	Přihlášky	38
5.2.9	Startovné	39
5.2.10	Definitivní časový rozpis	39
5.2.11	Zajištění sponzorů a médií.....	41
5.2.12	Příprava dokumentů	41
5.2.13	Příprava oficiálního tréninku pro zahraniční závodnice	41
5.2.14	Registrace závodnic a rozhodčích.....	42
5.2.15	Poslední přípravy před závodem.....	42
5.3	Rozpočet závodu.....	43
5.4	Průběh závodu.....	43
5.5	Po skončení závodu	44
6	VÝSLEDKOVÁ ČÁST.....	45
6.1	Elektronické dotazování	45
6.2	Neformální rozhovor.....	56
6.3	Zhodnocení organizace Christmas prize 2012.....	58
7	NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ ZÁVODU CHRISTMAS PRIZE.....	60
7.1	Sponzoři.....	60
7.2	Změna lokality	61
7.3	Rozhodčí.....	62
7.4	Závěrečný večírek a prohlídka Prahy	62
7.5	Administrativa	63
8	ZÁVĚR	65
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	66
	PŘÍLOHY	68

1 ÚVOD

Synchronizované plavání je v České republice stále velmi mladým a pro většinu lidí neznámým sportem. Historie počátku akvabel v České republice se píše do 60. až 70. let minulého století. První klub vznikl v Brně roku 1956 a první závody podle mezinárodních pravidel se konaly až v roce 1974.

Závod Christmas Prize, který se pořádá na hloubětínském bazénu, má velmi dlouhou tradici - v roce 2012 se pořádal již 31. ročník. V začátcích se v Praze setkávaly závodnice pouze z Československa, popřípadě z NDR. Během let se tento závod rozrostl a přijíždí sem závodnice z celého světa. V posledních 5 až 10 letech se závodu každoročně zúčastní okolo 250 až 300 závodnic, 30 - 40 rozhodčích, trenéři, team manažeři a další členové realizačních týmů.

Závod Christmas Prize je pořádán pražským klubem SK Neptun Praha, který je jediným oddílem synchronizovaného plavání v Praze, má mateřský bazén v Hloubětíně. Klub je nezisková organizace, pořadatelé závodu jsou většinou trenéři a i některé starší závodnice z klubu. Organizace závodu je nesmírně náročná, především po finanční stránce - klub dostává minimální finanční podporu od města či státu, ale i ze strany Českého svazu plaveckých sportů (dále jen ČSPS). Organizátoři vše dělají zdarma a ve svém volném čase.

S rostoucím počtem účastníků se požadavky na zajištění závodu neustále zvyšují a to jak po organizační, tak i technické stránce. V dnešní uspěchané době je velmi náročné sehnat organizátory, kteří by byli ochotni zdarma věnovat svůj volný čas přípravě tohoto závodu. Rovněž i samotný závod se neustále prodlužují. V ročníku 2012 se protáhl na tři soutěžní dny a jeden tréninkový, dříve byl závod pouze na dva dny.

Tato bakalářská práce se zaměří na to, jak závod nejlépe zorganizovat. Najít hlavní problémy, kterých by se organizátoři Christmas Prize měli v příštích letech vyvarovat a vytvořit návrhy na zlepšení.

2 CÍLE A ÚKOLY

2.1 Cíle

Hlavním cílem bakalářské práce je zjistit na základě dotazníkového šetření spokojenost s organizací závodu Christmas Prize 2012. Dále pomocí popisné analýzy a neformálního rozhovoru popsat a zhodnotit organizaci závodu. Nalézt případné nedostatky a vytvořit návrhy na zlepšení.

Dílčím cílem je informovat stručně o pravidlech synchronizovaného plavání.

2.2 Úkoly

- Sestavit dotazník ohledně spokojenosti s organizací závodu Christmas Prize 2012.
- Provést výzkum pomocí elektronického dotazování v klubech, které se zúčastnily závodu.
- Posoudit organizaci závodu pomocí popisné analýzy.
- Provést neformální rozhovor s ředitelkou závodu.
- Vytvořit návrhy na zlepšení závodu do příštích let.

3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

3.1 Obecné informace o synchronizovaném plavání

Synchronizované plavání neboli akvabely je výraz pro kombinaci tance, baletu, gymnastiky a plavání, které je doprovázeno hudbou. „*Sportovní výkon v synchronizovaném plavání představuje formálně přesně, dokonale, esteticky a optimálně technicky předvedenou obtížnou pohybovou sestavu.*“ (Peslová, in Kovařovic a kol., 2009, str. 34) Je velmi důležité zvládnout jak techniku plaveckých způsobů, tak i speciálních dovedností. Podle Labudové - Ďurechové (in Kovařovic a kol., 2009) k nim patří především technika provádění poloh, obrátů a přesunů, ale velmi důležité je i získání pocitu vody a zvládnutí určitého rytmu, který je důležitý zejména pro uměleckou stránku sestavy.

3.1.1 Historie synchronizovaného plavání

Ačkoli je synchronizované plavání výhradně ženský sport, u jeho počátků stáli muži, kteří v polovině 19. století předváděli obrazce na hladině jezer. Peslová (2009) uvádí ve své publikaci, že za zakladatelku synchronizovaného plavání je považována Australanka Anetta Kellermanová, která v roce 1907 představila „balet ve vodě“ ve vodní nádrži v New Yorku. Roku 1923 založila Katherine Curtisová první klub na univerzitě v Chicagu a v roce 1934 předvedla asi se 60 studentkami sestavu a zasloužila se tak o vznik synchronizovaného plavání. Ve 20. letech 20. století se synchronizované plavání dostalo díky Katherine. Curtisové do Evropy, zejména do Holandska, Belgie a Francie.

V České republice vznikl první oddíl v roce 1956 v Brně. Roku 1960 Brno navštívily Američanky, které brněnským akvabelám předvedly ukázky povinných figur. V 70. a 80. letech 20. století vznikají v Československu další kluby – v Olomouci, v Praze a v Karlových Varech. Roku 1970 vychází i překlad pravidel vybraných povinných figur a ve stejném roce vznikla i sekce synchronizovaného plavání při ČSPS. Nejdříve se konaly pouze oddílové závody a až roku 1974 se uskutečnily první závody podle mezinárodních pravidel. Po roce 1989 se reprezentantky České republiky účastní i mezinárodních závodů a jsou pravidelnými účastnicemi ME, MS a OH.

V Praze vznikl oddíl TJ Slavia IPS roku 1972, jeho členky nejdříve plavaly v bazénu YMCA a v roce 1976 se přesunuly na bazén do Edenu, kde oddíl vydržel až do roku 1979, kdy byl na dva roky zrušen. K obnově oddílu pod názvem TJ PKOJF došlo roku 1981 a závodnice působily v bazénu Parku kultury a oddechu Julia Fučíka, ve kterém trénovaly pouze jeden rok. V roce 1982 se klub znovu přejmenoval, tentokrát na TJ Slavoj Hloubětín a od této doby klub působí na bazénu v Hloubětíně. Roku 1990 však došlo k další změně názvu na Poseidon club Praha. Poslední změna jména byla provedena roku 1999, kdy vznikl klub SK Neptun Praha.

Synchronizované plavání, jako čtvrtý oficiální plavecký sport, bylo uznané v roce 1956 a začleněno do Federation Internationale de Natation (dále jen FINA). Poprvé se synchronizované plavání představilo na MS roku 1973 a roku 1974 na ME. Na olympijské hry se synchronizované plavání dostalo poprvé roku 1984 v Los Angeles, tomu předcházely tři exhibiční vystoupení na OH roku 1952, 1956 a 1960. Na programu OH je synchronizované plavání dodnes.

3.1.2 Základní pravidla

Všechny mezinárodní soutěže musí probíhat podle pravidel stanovených organizací FINA. Všechny kluby, které jsou registrovány u ČSPS, se musí těmito pravidly řídit.

Stejně jako v jiných sportech i v synchronizovaném plavání je několik věkových kategorií:

- mladší žákyně - 12 let a mladší,
- starší žákyně - 13, 14 a 15 let,
- dorostenky - 16, 17 a 18 let,
- juniorky - 15 až 18 let,
- seniorky - 18 let a starší.

V synchronizovaném plavání existují 4 disciplíny:

- sóla,
- dua,

- týmy,
- kombinace.

Ve všech těchto disciplínách se soutěží v technických¹ a volných² sestavách kromě kombinací, kde se závodí pouze ve volných sestavách.

Každá sestava má jasně daný časový limit, který musí být dodržen s tolerancí ± 15 sekund. Podle pravidel synchronizovaného plavání (2009) mohou být srážky bodů uděleny například za:

- při sestavě za úmyslný dotyk dna,
- při menším počtu dívek než 8 v týmové sestavě (plave ji 4 - 8 dívek),
- za nedodržení časového limitu v jednotlivých sestavách,
- v technické sestavě jsou srážky navíc při vynechání nebo špatném provedení povinného prvku.

V kategorii seniorky probíhá soutěž pouze v technických a volných sestavách. Volné a technické sestavy rozhoduje 12 nebo 14 bodových rozhodčích, kde polovina boduje technickou hodnotu a druhá polovina umělecký dojem. Každý rozhodčí hodnotí každou sestavu třemi známkami.

V nižších věkových kategoriích se závodí ve volných sestavách a povinných figurách. Povinné figury jsou rozděleny podle kategorií a podle obtížnosti. Závodnice soutěží ve čtyřech povinných figurách - dvě figury jsou závazné a dvě figury se losují ze tří skupin po dvou figurách. Každou povinnou figuru hodnotí 6 nebo 7 bodových rozhodčích každý pouze jednou známkou.

Rozhodčí synchronizovaného plavání využívají škálu známek od 0 do 10 s použitím desetiny bodu.

Celý průběh soutěže kontroluje hlavní rozhodčí. „Řídí všechny funkcionáře a sbor rozhodčích.“ (Pravidla synchronizovaného plavání, 2009, str. 15)

Ostatní funkcionáři závodu:

- asistent hlavního rozhodčího,

¹ sestava obsahuje předepsané prvky

² sestava obsahuje libovolné prvky

- vedoucí protokolu,
- zapisovatelé,
- funkcionáři pověřeni hlavním rozhodčím,
- hlasatel.

3.1.3 Historie závodu Christmas Prize

Počátky závodu Christmas Prize, který byl dříve znám v České republice pouze jako Vánoční cena, sahají až na začátek 90. let. První závody se konaly 12. prosince roku 1981. Uskutečnily se na bazénu na pražském Výstavišti. V Praze se potkaly všechny závodnice z tehdejšího Československa se závodnicemi z NDR - z Lipska. První závod Christmas Prize, který se konal na našem domovském bazénu v Hloubětíně, proběhl v roce 1983. Do roku 1988 se tento závod konal pouze pro jednu věkovou kategorii a to seniorskou. Od roku 1989 se závod pořádá pro dvě věkové kategorie, pro starší zákyňe a seniorky.

V prvních letech se závodu účastnila děvčata z celé České republiky, Slovenska a občas z Německa či Rakouska, ale to se stávalo velmi zřídka. V roce 2002 byl závod Christmas Prize zařazen do oficiálního kalendáře Ligue Européenne de Natation (dále jen LEN), postupně začaly přijíždět závodnice z Polska, Chorvatska, Srbska či Švýcarska. V roce 2003 se poprvé ve věkové kategorii starších zákyň zúčastnilo přes 100 závodnic a i v kategorii seniorek se závod mohl těšit z velmi kvalitní mezinárodní účasti. V roce 2004 poprvé přijely závodnice z Japonska, které se vracejí dodnes a jsou jedním z největších lákadel pro další státy. Nejvíce závodnic v jedné kategorii bylo přihlášených v roce 2008. V tomto roce přijely i jiné zahraniční výpravy, než bylo dříve zvykem, například Rusky, Řekyně, Švýcarky, Maďarky, Belgičanky, Finky či Dánky. Závodnice z těchto států bývají již tradičními účastnicemi závodu. V nedávné minulosti k nim přibýly ještě závodnice z Kanady. Během minulých let jsme měli příležitost vidět i izraelské, egyptské či novozélandské plavkyně. Na každém ročníku se představí i několik reprezentačních sestav. V loňském ročníku to byly závodnice z Turecka, Japonska, Ruska a Kanady.

3.2 Management

Ve volném překladu do českého jazyka slovo management znamená řídit. Neexistuje jednotná definice, která by management ohraničovala. Drucker (in Čáslavová, 2009) uvádí, že pojem management je nesmírně náročný na překlad, neboť jde o pojem, který je specificky americký a je velmi složité ho přeložit do ostatních jazyků a to i do britské angličtiny. Čáslavová (2000) označuje jak samostatnou funkci, tak ale i lidi, kteří přímo tuto funkci vykonávají. Pojem management nejvíce charakterizuje definice: „*Management lze chápat jako proces koordinování činností skupiny pracovníků, realizovaný jednotlivcem nebo skupinou lidí za účelem dosažení určitých výsledků, které nelze dosáhnout individuální prací.*“ (Donnelly, Gibson, Ivancevich; 1997, str. 24)

3.2.1 Manažer

Manažeři jsou zodpovědní za plnění úkolů, které jsou vykonány prostřednictvím řízení dalších spolupracovníků. Podle postavení manažerů v organizaci je můžeme rozdělit na:

- Linioví (nižší) manažeři - odpovídají za vedení zaměstnanců a řešení každodenních problémů, které se vyskytují v běžném provozu.
- Střední manažeři - odpovídají za řízení liniových manažerů.
- Vrcholoví (top) manažeři - odpovídají za celkovou výkonnost organizace; organizují, vedou lidi a kontrolují plnění úkolů.

Činnosti, se kterými se manažeři každodenně setkávají, se nazývají manažerské role. Jsou rozděleny podle vztahů vůči nadřízeným a podřízeným spolupracovníkům. Role charakterizoval Mintzberg (in Bělohlávek a kol., 2001) a rozdělil je do deseti typů.

1. Interpersonální role:

- představitel - reprezentuje organizaci,
- vedoucí - motivuje a řídí podřízené,
- spojovatel - udržuje vztahy mezi jednotlivými útvary.

2. Informační role:

- pozorovatel - vyhledává informace, které jsou důležité pro organizaci,
- šířitel - předává informace, které získal,
- mluvčí - reprezentuje organizaci navenek.

3. Rozhodovací role:

- podnikatel - vymýšlí, podněcuje a realizuje změny,
- řešitel rušivých událostí - řeší nečekané události, které by mohly ohrozit chod organizace,
- distributor zdrojů - distribuuje se zdroji jako jsou peníze, čas, lidé a zařízení,
- vyjednávač - jedná s ostatními jednotlivci či organizacemi.

Všechny tyto zmíněné role nejsou pevně vymezeny a vzájemně se prolínají.

Podle Šuleře (1995) patří k hlavním manažerským technikám, které se odlišují od manažerských dovedností (komunikace, koordinace atd.), postupů a činností především:

- obecný management,
- marketing management,
- provozní management,
- finanční management,
- personální management,
- vědecký management,
- výkonnost a efektivita.

3.2.2 Sportovní management

Čáslavová ve své knize uvádí definici (Čáslavová, 2009, str. 18). „*Pojem sportovní management lze chápat jako způsob uceleného řízení tělovýchovných a sportovních svazů, spolků, klubů, tělovýchovných jednot, družstev, které alespoň z části akcentují 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.“

V této době je oblast sportu velice náročná na kvalitu a odbornost řídicích funkcí. Vědní disciplína sportovní management vznikla hlavně z důvodu zlepšení finanční situace v klubech, které se dříve kvůli neprofesionalitě dostávaly do finančních problémů. Rovněž je management důležitý pro efektivní organizování sportovních akcí. Díky manažerům jsou sportovní akce lépe zajištěny, ať už po stránce finanční, tak po stránce organizační.

V České republice se sportovní management a profese sportovního manažera rozvíjí především ve velkých klubech, ve vyšších soutěžích a především pak u kolektivních sportů. Pokud se spojí všechny tři uvedené vlastnosti sportu, pak se jedná o velké finanční částky (transfery hráčů, sponzoring a další), se kterými je nutné správně pracovat a rozdělovat je. Podle Čáslavové (2009) v tomto odvětví dochází k propojování sportu, ekonomiky a legislativy. Tento obor by měl celkově zlepšovat úroveň řízení v jakékoli oblasti sportu.

3.2.3 Sportovní manažer

Z oblasti sportovního managementu se vytvořila profese sportovní manažer. Na manažery pracující v tomto odvětví jsou kladeny velmi vysoké požadavky na kvalifikaci. Dochází k propojování sfér ekonomie a hospodaření, práva, znalostí sportovní problematiky, ale i marketingu. Z obecného hlediska by měl mít sportovní manažer výborné komunikační a organizační schopnosti, umět vést spolupracovníky a motivovat je k vyšším výkonům. V neposlední řadě by měl být velmi dobře vybaven jazykovými znalostmi.

Podle Weihricha a Koontze (1993) k základním funkcím manažerů, které by měl ovládat i manažer z oblasti sportu patří:

- Plánování - výběr úkolů a činností, které jsou potřebné pro dosažení cílů.
- Organizování - účelné rozdělení rolí v organizaci; role je nutno přidělit těm lidem, kteří jsou schopni plnit daný úkol co nejlépe.
- Personalistika - výběr a správné rozdělení pracovníků v dostatečném počtu.
- Vedení - vést pracovníky tak, aby byli pro organizaci co nejpřínosnější.

- Kontrolování - kontrola plnění úkolů, popřípadě korekce změn.

V dnešní době rozdělujeme sportovní organizace na ziskové a neziskové. Manažeři řeší v zásadě v obou typech organizací stejné problémy a tak se dá management vztáhnout jak na ziskové, tak i na neziskové organizace. Avšak nesmí být mechanizován, protože v řízení můžeme najít drobné rozdíly. Postupy managementu se vzájemně prolínají a doplňují. V této době je v České republice převaha organizací neziskových, kde hlavním znakem managementu je účel, pro který se kluby zakládají (v ziskových organizacích je to hlavně zisk).

SK Neptun Praha, který organizuje závod Christmas Prize je občanským sdružením - organizací neziskovou.

Prostředí pro sportovní manažery je v České republice členěno do tří sektorů:

- spolkový sektor tělesné výchovy a sportu - tělovýchovné jednoty a kluby založené na principu obchodních společností či občanských sdružení,
- komunální sektor - školní sportovní tělovýchovné kluby,
- podnikatelský sektor - vedení společnosti, které poskytují placené sportovní služby (například fitness).

Rovněž manažery v prostředí sportu můžeme rozdělit na:

- manažer na úrovni vedení sportovní činnosti,
- manažer na úrovni řízení určitého sportovního spolku,
- manažeři v podnikatelském sektoru (Čáslavová, 2009).

3.3 Marketing

Marketing je v dnešní době neoddelitelně spojený se sportem. Na většině dresů, mantinelů či výsledkových tabulích vidíme loga mnoha firem, které podporují klub finančně nebo materiálně.

Stejně jako u managementu tak i marketingu se setkáváme s mnoha definicemi, které se vzájemně doplňují. Marketing se snaží o kontakt se zákazníkem při prodeji výrobků či služeb, kdy se určitý produkt snaží propagovat a poté prodat. V marketingu je důležitá dobrá komunikace - prodejce se snaží prodat správnému zákazníkovi

požadované zboží, ve správný čas, na správném místě, za přiměřenou cenu a s přispěním náležité propagace.

Každá organizace má svůj určitý cíl, kvůli kterému vytváří svoji činnost. Například výrobní podniky mají za cíl zisk nebo dosažení co největšího podílu na trhu, zatímco neziskové organizace považují za hlavní cíl poskytnuté služby určitému počtu zákazníků, uvádí Horáková (1992).

Podle americké marketingové agentury (AMA) je marketing aktivita, soubor instrukcí a procesů pro vytváření, komunikaci, dodávání a výměnu zboží, které má hodnotu jak pro zákazníky, tak klienty, ale i pro partnery a společnost jako celek.

V knize Marketing management (Kotler, 2007, str. 41) můžeme najít definici marketingu, která je velmi výstižná. „*Marketing je všude, formálně nebo neformálně se lidé a společnosti zabývají nesčetným množstvím činností, které bychom mohli nazývat marketingem. Dobrý marketing se ve stále zvýšené míře stává důležitou ingrediencí podnikatelského úspěchu. A marketing hluboce ovlivňuje naše každodenní životy. Je ve všem.*“

Marketing je uplatňován jak v podnikatelské sféře, tak i ve sféře neziskových organizací. Má dvě základní úlohy, za prvé uspokojování potřeb zákazníka a za druhé získání výhody před ostatními konkurenty.

3.3.1 Sportovní marketing

Sportovní marketing byl dříve doménou hlavně organizací, které vyrábějí sportovní zboží (například Nike, Adidas). V této době se marketing začíná uplatňovat i v ostatních obchodních společnostech, ale i v neziskových organizacích. Lidé v těchto organizacích si začínají postupně uvědomovat nutnost zajištění dalších sponzorů a tím získání finančních prostředků na financování klubu. V České republice se sportovním marketingem začala zabývat Ing. Eva Čáslavová, která v roce 2000 vydala publikaci Management sportu.

Definice sportovního marketingu od amerických autorů Pittse a Scotlara (in Čáslavová 2009), kteří vymezují sportovní marketing jako proces navrhování a zdokonalování činností pro výrobu oceňování, propagaci a distribuci sportovního

produktu tak, aby se uspokojovaly potřeby a přání zákazníků a bylo dosaženo cílů firmy.

Tab. 1.: Co přináší marketing tělesné výchově a sportu?

Pozitiva	Negativa
<ul style="list-style-type: none"> - Ujasňuje, komu je určena nabídka TV a sportovních produktů: <ul style="list-style-type: none"> • členům • divákům • sponzorům • státu - Diferencuje nabídku TV a sportovních produktů na činnosti, které mohou přinést finanční efekt a které nikoliv - Určuje proporcionalitu a prioritu dosažení cílů v rovině cílů ekonomických, v sportovních a sociálních - Získává doplňkové finanční zdroje, které umožňují rozvoj neziskových aktivit 	<ul style="list-style-type: none"> - Finance diktují, co má TV a sport dělat - Pozice finanční nerespektuje TV a sportovní odbornost - Marketing vede ke gigantomanii sportu, smluvní vázanost na sponzory omezuje svobodnou volbu (např. ve výběru nářadí a náčiní, v osobnostních právech sportovce) - Dosažení určité úrovně sportovního výkonu může vést k používání zakázaných podpůrných prostředků - Show (zaměřená například na reklamu)

Zdroj: Čáslavová (2009)

3.3.2 Reklama

Reklama je jeden ze základních nástrojů propagace. Dalšími nástroji reklamy je osobní prodej, podpora prodeje, práce s veřejností, přímý marketing a sponzoring. Každý z těchto nástrojů má své specifické vlastnosti, které jsou využívány v konkrétní situaci.

V dnešní době je reklama definována jako projev neosobní prezentace výrobků, zboží, služeb a idejí, která je placená. Podle Vysekalové (2007) patří mezi hlavní formy reklamy:

- inzerce v tisku,
- reklamní spoty,
- rozhlasové spoty,
- venkovní reklama,
- reklama v knihách.

Sportovní reklama

Sportovní reklama se v této době stala nenahraditelnou složkou v marketingu sportovních organizací.

Podle Dvořákové (2005) existují druhy sportovní reklamy, které jsou rozdělené podle využití komunikačních médií k propagaci takto:

- reklama na dresech a sportovních oděvech,
- reklama na startovních číslech,
- reklama na mantinelu, ochozech, tribunách,
- reklama na sportovním nářadí a náčiní,
- reklama na výsledkových tabulích.

Funkce reklamy

Funkce reklamy a sportovní reklamy se od sebe nijak neliší. Opět máme tři funkce, které se liší podle etapy zavedení produktu. Podle Čáslavové (2009) je můžeme rozdělit takto:

- Funkce informační - je velmi důležitá v počátcích zavádění produktů na trh, kdy je nutné stimulovat primární poptávku, podává veškeré informace o produktu.
- Funkce přesvědčovací - je velmi důležitá v boji mezi konkurenty, snaží se o posílení image firmy, o přetáhnutí zákazníků od konkurence - vytvoření druhotné poptávky, vytváří tlak na zákazníka kvůli okamžitému nákupu.

- Funkce upomínací - hlavní důvod použití této funkce reklamy, je připomenout zákazníkovi, že daný produkt existuje.

3.3.3 Sponzoring

„Sponzorstvím ve sportu chápeme partnerský vztah mezi hospodářstvím na jedné straně a sportem na straně druhé, kdy dochází k vzájemnému respektování zájmů obou stran. Sponzorstvím se obecně dávají k dispozici peněžní, věcné prostředky a služby osobám a organizacím ve sportovním odvětví.“ (Novotný, 2000, str. 118)

Sponzoring v dnešní době představuje prostředek, který zabezpečuje chod klubu ať už finančně nebo materiálně. Díky pomoci sponzorů může klub kvalitněji zabezpečovat prostředí pro sportovce, které je důležité pro jejich vlastní výkony. Klub SK Neptun Praha má v současné době okolo pěti sponzorů, bez kterých by klub nemohl fungovat. Bohužel na závod Christmas Prize 2012 přispěl pouze jeden a to věcnými cenami.

Termín sponzorování se používá k získávání práv přidružením nebo přímo spojením s produktem či s událostí, za účelem dostávání benefitů získaných přímo tímto spojením nebo přidružením, uvádí ve své publikaci Mullin (2000). Z této definice vyplývá, že sponzorování v této době není pouze přátelská výpomoc, nýbrž partneři vyžadují za své sponzorské dary protislužbu. Sponzoring je spojován s určitými cíli a záměry, které jsou hlavně ekonomické.

Formy sponzorování ve sportu podle Čáslavové (2009):

- sponzorování jednotlivých sportovců,
- sponzorování sportovních týmů,
- sponzorování sportovních akcí,
- sponzorování sportovních klubů,
- sponzorování ligových soutěží.

Pro rozhodování sponzora je důležité to, co může sportovní klub firmě nabídnout. Podle Čáslavové (2009) jsou dvě hlediska, která musí být manažerem firmy či klubu respektována při rozhodování:

1. Hledisko sponzora - proč by měla firma sponzorovat právě tuto akci, výrobek či klub; jaké výhody by ze sponzoringu plynuly.
2. Hledisko sponzorovaného - co sponzor může organizaci nabídnout.

Hledání sponzorů pro velké a známé kluby či sportovce většinou nebývá až tak problematické. O sponzorování známých klubů nebo sportovců je velký zájem, protože ti mohou nabídnout sponzorům zviditelnění firmy či produktu. Problém nastává při hledání sponzorů neznámými sportovci a kluby, které nejsou tak často vídány v médiích a nemohou tolik sponzory propagovat.

SK Neptun Praha v této době podporují pouze sponzoři z řad rodičů, popřípadě trenérů, kteří mají své vlastní firmy. Podle mých zkušeností a informací se bohužel tento problém nevyskytuje pouze v našem klubu synchronizovaného plavání, ale týká se to i dalších sportovních odvětví. Samozřejmě i tyto menší obnosy udržují kluby nad hladinou a umožňují dále jejich provoz.

Sponzorské balíčky

Sponzorské balíčky patří k oblíbeným formám sponzorování sportovních akcí, ale také i sportovních klubů. Obsahují návrhy protisluzeb, které je klub schopen ze své strany nabídnout potenciálnímu sponzorovi. Jedná se o písemnou smlouvu, která obsahuje určitou cenu, na které se obě jednající strany dohodly. Podle Čáslavové (2009) můžeme rozdělit tři druhy sponzorování, které se rozdělují dle ceny:

- Exkluzivní sponzorování, které je spojeno s titulem „generální sponzor“.
- Hlavní sponzorování, které je nejnákladnější, ale také nejatraktivnější.
- Kooperační sponzorování, které je rozděleno na větší počet sponzorů.

Sponzorské balíčky by se mohly využívat i na Christmas Prize v příštích letech pro zlepšení finanční situace závodu.

3.3.4 Marketingový mix

Marketingový mix je označován za základní strategii firmy, která zahrnuje čtyři základní prvky marketingu. V běžném názvosloví je marketingový mix označován jako „čtyři P“, do kterých podle Horákové (1992) patří:

- produkt,
- distribuce (z anglického překladu place),
- cena (z anglického překladu price),
- propagace.

Tyto nástroje musí být správně a vyváženě použity, teprve poté se může zvýšit prodejnost produktu. Pokud existuje sebelepší produkt, ale bez dostatečné propagace, tak nebude prodejnost maximální.

Podle názoru Majara (in Payne, 1996) jsou tři faktory, které ovlivňují, jestli do marketingového mixu přibudou specifické prvky nebo ne. Patří sem:

- kolik výdajů na marketingový mix je firma ochotna vydat,
- pružnost odezvy zákazníka,
- jasné a přesné rozdělení odpovědnosti za marketingový mix.

Marketingový mix ve sportu vychází ze základního marketingového mixu 4P. Dále se ke 4P přidávají ještě tři a to lidské zdroje, procesy a prezentace. Pokud se zaměříme na marketing sportovních akcí, je nutné zaměřit se především na získávání zákazníků. Velmi důležité hledisko při získávání diváků je aspekt motivace. Podle Čáslavové (2009) motivace diváky aktivuje a přímo zasahuje. Díky tomu vzniká vazba mezi divákem a akcí a tím příležitost pro marketing a to hlavně v oblasti komunikace.

3.4 Organizování sportovní akce

Jedním z nejdůležitějších prvků při organizování sportovní akce, je vymyslet závod, který bude něčím výjimečný a bude závodníky přitahovat, musí být něčím originální. Z toho pohledu se zdá, že závod Christmas Prize je velice úspěšným. Za prvé se závod koná, ve velmi netradiční dobu. V synchronizovaném plavání se tato doba řadí spíše k přípravnému období. Před Vánoci a na podzim není na výběr mnoho závodů, kde by se kluby mohly porovnat s konkurencí. Za druhé je to lokalita závodu, předvánoční Praha každoročně láká spoustu cizích závodnic. A za třetí bych uvedla kvalitní organizaci a rozesílání informací o závodu s velkým předstihem. Závodu rovněž prospívá také dlouholetá tradice, kterou si však každý závod musí vypracovat sám.

3.4.1 Strategický postup pro realizaci sportovní akce

Čáslavová (2009) uvedla ve své knize stručný popis deseti etap, které na sebe navazují při organizování sportovní soutěže. Jedná se o standardizovaný postup, který pomáhá a zlehčuje organizátorům práci. Pokud se však návod zdá příliš zdlouhavý a nějaké části nesmyslné a složité, lze provést vlastní úpravy obohacené o svoje vlastní zkušenosti.

1. Současná situace - umožňuje organizátorům určit, zda je v silách organizace zorganizovat určitou akci nebo ne.
 - Kontrolní otázka: Jak jsme na tom?
2. Budoucí prostředí - zhodnocení rizik a jejich eliminace.
 - Kontrolní otázka: Co lze předpokládat?
3. Naše současné možnosti - tato fáze vyžaduje reálné zhodnocení vlastních možností a nedostatků.
 - Kontrolní otázka: Kam až jsme schopni postoupit?
4. Možné směry - pokud se rozhodne, že akce bude mít více cílů, je důležité si včas určit, jakým směrem se bude ubírat a zda je v silách organizace zvládnout veškeré cíle, které byly dříve vytyčeny.
 - Kontrolní otázka: Kam bychom mohli jít?
5. Naše cíle - určení cílů na základě předchozí etapy.
 - Kontrolní otázka: Kam chceme dospět?
6. Možné přístupové cesty - lze předpokládat, že k vytyčeným cílům se dá dojít více způsoby a je důležité zvážit všechny varianty ještě před uskutečněním akce.
 - Kontrolní otázka: Jak tam můžeme dojít?
7. Zvolená cesta strategie - zvolit nejvhodnější strategii.
 - Kontrolní otázka: Co budeme dělat?
8. Program akce - po zvolení cílů a strategie se organizátor musí zabývat detaily akce, jako je stanovení plánu akcí, časový rozpis a termíny a způsob kontroly.

- Kontrolní otázka: Jak to provedeme?
9. Rozpočet - je nutné stanovit příjmy a výdaje celé akce – rozpočet.
- Kontrolní otázka: Co budeme potřebovat?
10. Přehled a kontrola - důležitá etapa především, aby nedocházelo k omylům, které by zvyšovaly výdaje akce a celý průběh zpomalovaly.
- Kontrolní otázka: Co z tohoto vyplývá pro realizaci?

Také Solomon (2002) ve své knize uvedl několik bodů, kterých by se organizátor měl při přípravě a organizaci akce držet.

- Zjistit a uvědomit si, proč by se měla daná akce uspořádat.
- Určit hlavní cíl akce a podat krátkou zprávu.
- Zjistit, zda mají účastníci nějaké zvláštní potřeby (například jeden rok klub řešil problém, kdy se závodů nemohla účastnit výprava z Egypta, protože na Christmas Prize byla přítomna výprava z Izraele; povolení na vstup ochrany pro Izrael na bazén; víza a další).
- Zjistit, zda akce nepotřebuje povolení, popřípadě ho zařídit.
- Rozhodnout se, zda koupit akci či vytvořit zcela novou.
- Vytvořit organizační tým akce.
- Přiblížit akci potenciálním účastníkům a zaslat oficiální pozvánky.
- Rozmyslet si charakter akce.
- Vytvořit alespoň přibližný rozpočet.

3.4.2 Projektový management akce

Rovněž v knize Projektový management od Svozilové (2006) se můžeme dočíst, jak plánovat a organizovat projekt. Jako projekt může být označeno cokoliv. V tomto případě tomu bude závod Christmas Prize.

Je to logická sekvence šesti bodů, které na sebe navazují a dohromady podávají stručný návod na organizaci akce.

1. Plánování projektu.
2. Sestavení podrobného rozpisu akce.
3. Časový rozpis projektu.
4. Obsazení projektu.
5. Rozpočet projektu.
6. Ostatní.

3.4.3 Rozpočet

Rozpočet je jeden z hlavních a nejdůležitějších bodů přípravy. Zejména u klubů, které nemají zas tak velké finanční zázemí, je správné naplánování rozpočtu klíčové. Rozpočet má příjmovou a výdajovou stranu. Do příjmové strany se zahrnuje startovné, dotace, dary, vstupné a další. Na výdajovou stranu rozpočtu patří veškeré výdaje, které klub musel vynaložit na organizaci akce. Patří sem pronájmy, ceny, odměny organizátorům a jiné.

Podle Solomona (2002) je jednou z nejlepších cest, jak sestavit rozpočet projít pečlivě každou položku zvlášť. V mnoha případech se zjistí, že položky, o kterých se dříve myslelo, že jsou potřebné, se stávají nepotřebné a naopak. Popřípadě, že jiné položky stojí méně či více, než bylo předpokládáno. Strana výdajů zahrnuje pouze ty položky, bez kterých se akce neobejde (například pronájmy sportovišť). Mnoho organizátorů utrácí spoustu peněz pouze za to, jak akce bude vypadat navenek, ale již se nezaměří na samotné jádro akce, které je nejdůležitější a mělo by být kvalitně připraveno.

Solomon (2002) ve své publikaci uvádí, že jako první z rozpočtu by se měla vytvořit strana výdajů, neboť je mnohem více předvídatelná, než strana příjmů. Také určuje minimální částku, kterou budeme určitě potřebovat. Výdajová strana se dělí na:

- Hlavní a administrativní výdaje - do této kategorie můžeme zahrnout výdaje, které musíme zaplatit - například pronájmy, vybavení a odměny organizátorům.
- Výdaje na provoz - tato kategorie zahrnuje výdaje za osvětlení, hudební doprovod, internet nebo dekoraci.

- Výdaje na služby - v této kategorii najdeme výdaje na půjčovní, ochranku, na veřejné služby a jiné.
- Výdaje na ceny - do této kategorie spadají výdaje na dárky, trofeje, prize money a jiné.
- Výdaje na produkci v televizi.

Toto rozdělení je pouze informační, samozřejmě se kategorie mohou prolínat anebo nemusí být přítomny vůbec (například náklady na televizní produkci).

Příjmová strana rozpočtu musí krýt veškeré náklady a víceméně předurčuje, co bude klub či firma schopna zaplatit ze svých zdrojů a na co si bude muset v případě nouze půjčit. Příjmová stránka zahrnuje toto:

- příjmy od sponzorů,
- příjmy z prodeje lístků,
- příjmy z prodeje doplňků,
- příjmy ze startovního,
- různé příjmy - poplatky od televize, zisk, prodej programu a další.

Při plánování finančního zajištění akce je velmi důležité sledovat i reálný tok peněz (cash flow). Není důležité jen vědět kolik peněz a kdy má klub zaplatit, popřípadě kolik peněz od sponzorů dostane. Neméně důležité je i to, kdy se příjmy do klubu dostanou. Jde o naplánování cash flow, protože klub musí být schopen své závazky platit včas. Právě v tomto vidím jeden z možných problémů Christmas Prize, protože některé výpravy platí až po příjezdu na místě nebo se zpožděním, ačkoli klub musí své závazky plnit.

4 METODOLOGIE

Pro mou bakalářskou práci jsem si zvolila metodu kvalitativního výzkumu. Veškerá získaná data jsou primární a byla získána pouze pro tuto práci. K získávání důležitých dat jsem použila tři metody.

4.1 Popisná analýza

Popisná analýza neboli výzkum se řadí k metodám kvalitativního výzkumu. Podle Hendla (2008) se jedná o analýzu, která podává jasný obraz určitých situací, jevů a vztahů. Popisná analýza se soustředí především na otázky kdo, jak a kolik. K určení výzkumu jako popisný, musí být zodpovězeny dvě otázky:

1. Popisoval výzkumník daný fenomén?
2. Dokumentoval výzkumník vlastnosti daného fenoménu?

Podle Strausse a Corbinové (1999) je důležité podat přesný popis daného problému. Většinou nelze prezentovat veškeré údaje a je nutné je redukovat. „*Podstatné je prezentovat přesný popis daného předmětu výzkumu, třebaže nejsou nutně prezentovány všechny údaje, které jsme zkoumali.*“ (Strauss a Corbinová, 1999, str. 13)

V práci se popisná analýza zabývá především celkovým zajištěním závodu. Jsou rozebrány a popsány jednotlivé kroky organizace před závodem, v průběhu závodu a po skončení závodu Christmas Prize 2012.

4.2 Dotazování

Dotazování patří k metodě, která bývá v průzkumu nejčastěji využívána. Hendl (2008) ve své publikaci uvádí, že do dotazování můžeme obecně zařadit různé typy získávání dat. Patří sem různé rozhovory, dotazníky, testy a jiné. Dotazování můžeme rozdělit do několika typů:

- osobní dotazování,
- telefonické dotazování,
- písemné dotazování,

- elektronické dotazování.

V práci bylo využito elektronického dotazování. Tuto metodu jsem zvolila hlavně pro časovou nenáročnost, vysokou návratnost, vysokou rychlost doručení odpovědí a pro malé požadavky na organizaci výzkumu.

Dotazování proběhlo v období těsně po ukončení závodu, přesněji v termínu od 10. 12. 2012 do 18. 1. 2013, pomocí dotazníku na webové stránce vyplnto.cz. Dotazník byl strukturovaný. Skládal se z 24 otázek, z nichž bylo 15 uzavřených, 5 polouzavřených a 4 uzavřené. Dotazník byl přeložen i do anglického jazyka pro zahraniční výpravy. Otázky v dotazníku byly zaměřeny na zjištění spokojenosti s průběhem soutěže a možnostmi zlepšení organizace závodu.

Dotazník byl zaslán do 32 zúčastněných klubů (seznam klubů je v příloze č. 3). Obdrželi ho také hlavní rozhodčí, ředitelka závodu a observer. Získaná data z dotazníku byla zpracována a vyhodnocena v grafech.

4.3 Neformální rozhovor

Neformální rozhovor je podobný interview. Je založen na individuálním přístupu a volné konverzaci. Rozhovor pomáhá získat informace, které se za běžných okolností nedostávají na veřejnost. Velmi důležitá je důvěra mezi oběma zúčastněnými. Veškeré otázky mohou být během rozhovoru měněny podle situace a tazatel může využít prostředí k získání bezprostředních informací.

Stejně jako u interview si tazatel musí předem připravit základní otázky a určit cíl, kterého chce dosáhnout během rozhovoru. Je dobré si předem určit pevné body jako vodítka rozhovoru, od nichž by se rozhovor neměl vzdalovat. Tazatel musí navodit příjemnou atmosféru pro oba zúčastněné. Pro respondenta je důležité, aby se u rozhovoru necítil nervózně či nepříjemně, poté by mohlo docházet ke zkreslování odpovědí.

Rozhovor by měl tazatel začít krátkým, ale výstižným představením problému, kterému se chce věnovat. Poté, co je výzkumný problém představen, může vedoucí dialogu přejít ke kladení otázek, které má předem připravené a jen jemně doladovat doplňujícími otázkami v návaznosti na odpovědi. Po celou dobu je nutné dodržovat dané téma a neodbíhat od něj. Porušit toto pravidlo můžeme snad jen v případě, kdy

respondent začne sám mluvit o nějakém zajímavém tématu. Na konci rozhovoru by mělo dojít k ujasnění nepřesných částí a poděkování respondentovi za jeho čas.

Podle Hendla (2005) je hlavní slabinou neformálního rozhovoru doba získávání informací, protože většinou trvá delší dobu, než jiné typy dotazování. Na druhou stranu jsme schopni od respondenta získat velmi cenné a kvalitní informace, které bychom pomocí obyčejného dotazníku nezískali.

Metodu neformálního rozhovoru jsem využila pro doplnění některých informací, které nebylo možné získat vyplněním elektronického dotazníku. Rozhovor byl veden s ředitelkou závodu Christmas Prize Kateřinou paní Vostárkovou dne 12. 12. 2012. Datum bylo zvoleno s ohledem na mírný odstup mezi závodem a rozhovorem, aby již vychladly veškeré emoce a rozhovor mohl být co nejobjektivnější.

5 ORGANIZACE ZÁVODU CHRISTMAS PRIZE 2012

5.1 Základní charakteristika závodu

Pořadatelem Christmas Prize je SK Neptun Praha ve spolupráci s Českým svazem plaveckých sportů. 31. ročník závodu se konal od 7. do 9. prosince 2012 na pražském bazénu v Hloubětíně. Ve čtvrtek 6. prosince proběhl oficiální trénink pro zahraniční kluby. Závodilo se v kategorii starších zákyň v disciplínách povinné figury, sóla, dua, týmy a kombinace a v kategorii seniorky v disciplínách volné a technické sestavy sóla, volné a technické sestavy duí a kombinace.

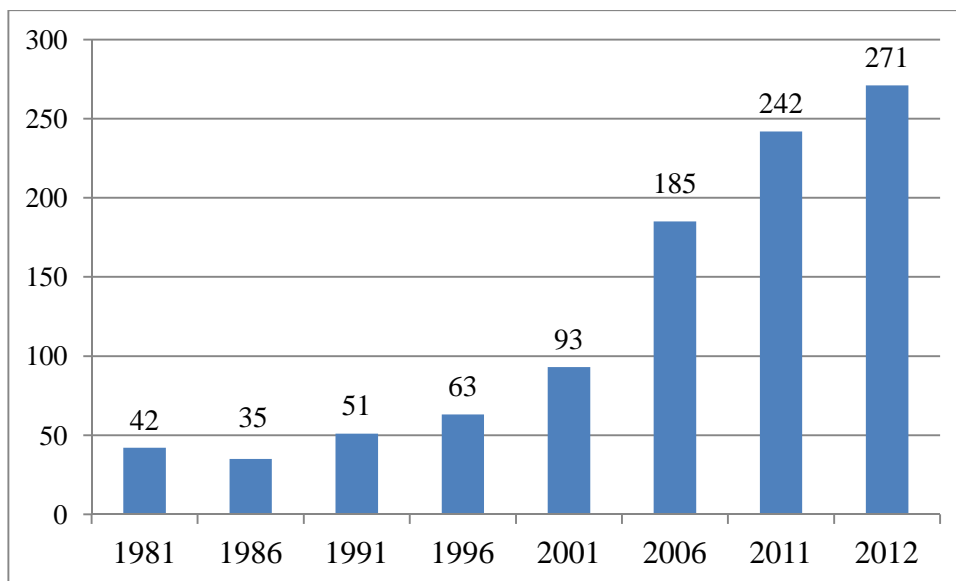
Do závodu se tento rok přihlásilo 206 starších zákyň a 65 seniorek z 32 klubů a 16 států celého světa. Celkově jsme měli možnost shlédnout 139 sestav v obou kategoriích. Bylo přítomno 45 rozhodčích. Hlavní rozhodčí závodu byla paní Jana Vidlařová. Jako observer³ působila paní Ulla Lucenius z Finska. Ředitelkou soutěže se stala paní Kateřina Vostárková.

V roce 2012 se poprvé, v pátek 7. 12. dopoledne, konal workshop. Přednášející byla paní Ulla Lucenius. Tématem hodnocení technických sestav.

V České republice nemá závod Christmas Prize konkurenci. Pouze brněnský Memoriál Míly Heršálkové se mu přibližuje alespoň počtem závodnic, ale zde se soutěží pouze v povinných figurách a závod probíhá pouze jeden den. Zahraničními účastnicemi bývají pouze slovenské závodnice. V porovnání s Mistrovstvím České republiky, které je vrcholným závodem u nás, dosahuje Christmas Prize mnohem vyšších kvalit i vyšších počtů závodnic.

Pro přehlednost uvádím graf č. 1, který zobrazuje počty závodnic od roku 1981 do roku 2012 po pěti letech. Údaje jsem získala z interních materiálů SK Neptun Praha.

³ hodnotitel rozhodčích, který po skončení píše a posílá vlastní hodnocení rozhodčím



Graf. 1.: Počty zúčastněných závodnic na Christmas Prize

Zdroj: Interní materiály SK Neptun Praha

5.2 Příprava závodu

5.2.1 Výběr termínu

Termín konání závodu se po několika letech hledání ustálil a soutěž se koná vždy první celý víkend v prosinci. Datum závodu se v minulých letech posunoval přibližně od začátku listopadu do poloviny prosince. V listopadu se bohužel závod často kryl se závodem v Bratislavě, který je pro stejnou věkovou kategorii, na přelomu listopadu a prosince je závod v belgickém Kortrijkku, který je pro mladší kategorii, ale některé závodnice se mohou zúčastnit obou závodů. Byl vyzkoušen i předposlední víkend před Vánoci, ale ten se velmi blížil k svátkům a mnoho závodnic nepřijelo.

Současný termín se zdá velmi vhodný - je těsně před koncem přípravného a začátkem závodního období. Kluby tak mají velmi dobré srovnání, jak obstojí v konkurenci a rovněž mohou ještě vypilovat to, co se zdálo na závodě nejhorší. Tento termín se stal i uznávaným po celé Evropě a nikdo ve stejné době jiný závod nepořádá.

5.2.2 Výběr lokality

V počátcích se tento závod konal na pražském Výstavišti, kde dříve měl domácí působiště pořádající oddíl. Po přesunu klubu do Hloubětína se závody konají

každoročně právě tam. Ve výzkumu ale bylo zjištěno, že i když je bazén nově zrekonstruovaný, nemá dostatečnou kapacitu na pořádání tak velkých závodů. Rovněž není pro synchronizované plavání zcela vyhovující kvůli své hloubce. Právě tento nedostatek uvedla ve výzkumu většina respondentů.

Dříve byla snaha závod přesunout do Podolí, na bazén Českého svazu tělesné výchovy (dále jen ČSTV), avšak bezúspěšně. Podolí nebylo a není ochotné zavřít krytý bazén pro veřejnost v tomto termínu na celý víkend.

5.2.3 Zařazení do LEN a ČSPS kalendáře

Příprava a organizace soutěže je dlouhodobou záležitostí. Závod je třeba zařadit do kalendáře LEN a do kalendáře sekce synchronizovaného plavání ČSPS. Přihláška na sekretariát LEN se posílá cca 1,5 roku před termínem závodu (červen 2011), po jejím schválení sekcí synchronizovaného plavání ČSPS.

V polovině října 2011, tedy více než rok před závody, je zveřejněn mezinárodní kalendář LEN na následující kalendářní rok. Podle něho plánují jednotlivé kluby a federace svoji činnost. Soutěž lze samozřejmě uspořádat i bez toho, aby byla zařazena do kalendáře, jak tomu bylo dříve, avšak potom nelze očekávat účast kvalitních zahraničních závodnic. Pokud se však závod nepodaří uspořádat z jakéhokoli důvodu, musel by klub zaplatit pokutu ve výši okolo 30 000,- Kč.

5.2.4 Zajištění akce

Objednávka sportovišť, ubytování, hudebního doprovodu a jiných věcí spadala do období ledna 2012.

Zajištění pronájmu prostorů

Objednávka hloubětínského bazénu byla potvrzena provozovatelem bazénu v lednu 2012, pro něj je to prestižní záležitost a největší sportovní akce v Praze 14.

Místnost pro workshop, který byl pro rok 2012 novinkou, byla zajištěna v hotelu Pramen, kde nabídli dobře vybavenou školicí místnost za přijatelnou cenu. K zajištění došlo však až v polovině září, kdy se o jeho konání rozhodlo.

Zajištění profesionálního ozvučení a hlasatele

Ozvučení, které je nedílnou součástí závodu, protože technické a volné sestavy se plavou s hudebním doprovodem, zajišťuje již mnoho let na všech akcích a soutěžích klubu SK Neptun Praha firma MA Music. Považuji toto za velikou výhodu, neboť klub ví, že firma je kvalitní a díky dlouholeté spolupráci se na ni organizátoři mohou plně spolehnout.

Objednávka ozvučení u MA Music probíhá vždy začátkem ledna příslušného roku na všechny závody, které jsou ve sportovním kalendáři daného roku. Asi 2 - 3 týdny před akcí se upřesňuje časový plán.

Zajištění ubytování

Předběžná objednávka ubytování se rovněž domlouvá již v lednu příslušného kalendářního roku. Opce byla stanovena na 1. 11. 2012, kdy došlo ke konečné rezervaci a doladění podmínek. Pro soutěžící byla domluvena nabídka od tří hotelů:

- Hotel Clarion*****
- Hotel Bella***
- Hotel Pramen***

Ubytování v Clarion hotelu je poněkud dražší. Lze objednat nocleh pouze se snídaní nebo s polopenzí.

Další dva hotely (Pramen a Bella) vycházely cenově stejně a také bylo možné si nocleh objednat se snídaní nebo s polopenzí. Po přijetí definitivních přihlášek (v roce 2012 byl datum pro přihlášky určen na 28. 10. 2012) organizátor zajistil dostatečný počet ubytovacích kapacit. Dle způsobu dopravy organizátor rozdělil účastníky do hotelů. Hotel Bella se nachází vedle bazénu, proto byla snaha ubytovat zde ty výpravy, které buď přiletí, nebo přijedou jinou veřejnou dopravou. Hotel Pramen se nachází v dojezdové vzdálenosti asi 5 minut autem nebo vlastním autobusem či 10 minut MHD, autobus k hotelu jede přímo od bazénu.

Klub většinou zajišťuje ubytování asi 80% výprav, ostatní si noclehy zajišťují samy.

Zajištění observera

Přítomnost observera na našich závodech je jednou z priorit, proto se na jeho výběr a zajištění jeho příjezdu klade velký důraz. V roce 2012 se Christmas Prize jako hodnotitel rozhodčích účastnila paní Ulla Lucenius z Finska. Pořadatelé jí musí uhradit ubytování, plnou penzi, dopravu a malou odměnu.

Zajištění vlajek

Vlajky zúčastněných států půjčují na ČSPS. Objednávku je třeba zaslat cca 3 měsíce před soutěží, aby bylo jisté, že budou pro soutěž k dispozici. Zapůjčení na 5 dní nás stálo cca 1200 Kč. Vlajky byly zavěšeny ve čtvrtek večer na bazén, který tak dostal slavnostní ráz. V pondělí po soutěži se vlajky států vrací na ČSPS.

Zajištění dopravy

Některé výpravy měly od klubu zajištěnou dopravu mezi letištěm a bazénem nebo hotelem. Dopravu zajišťuje profesionální firma Prague Airport Transfers, kterou klub využívá již několik let a má s ní velmi dobré zkušenosti. Po zaslání časů přiletů a odletů se firma o výpravy postará od vyzvednutí v hale letiště až po dopravu do hotelu nebo k bazénu.

5.2.5 Vytvoření loga a plakátu

Logo a plakát závodu vytvořila studentka architektury, dřívější závodnice, současná aktivní trenérka SK Neptun Praha.

Logo závodu bylo použito na plakátu, na tričkách pro rozhodčí a organizátory, ve výsledcích a také na upomínkových tričkách. Byla zvolena jednodušší, ale vystihující verze. Na logu jsou vidět základní údaje jako název závodu, kdy a kde se závod koná a sport. V logu je vyobrazen tvar vlajky České republiky. Panenky vytváří útvar kolečko, který je v synchronizovaném plavání velmi oblíbený. Dle mého názoru je logo velmi povedené a obsahuje vše, co by obsahovat mělo.

Obrázek č. 1: Logo závodu Christmas Prize



Zdroj: Autorka loga Adéla Bímová

Plakát je podle mého názoru rovněž velmi povedený. Je zde vyobrazena vánoční atmosféra a několik fotografií akvabel. Hlavní informace dodržují linii z pravého horního rohu do levého dolního rohu, je zde vyobrazeno logo klubu a velký nadpis s názvem závodu. Na plakátu se rovněž můžeme dočíst nejdůležitější informace jako adresa a přibližný časový rozpis soutěže. Plakát je přiložen v příloze č. 4.

5.2.6 Pozvání soutěžících

Pozvánka na závody je posílána ve dvou kolech. V prvním se rozesílá již v dubnu, prostřednictvím ČSPS, na všechny plavecké svazy po celém světě. Současně se, prostřednictvím SK Neptun Praha, rozesílá na všechny adresy dříve zúčastněných klubů z ČR i ze zahraničí. V druhém kole, začátkem září, se rozpis závodu rozesílal jen přes ČSPS. V něm byly uvedeny závazné informace k soutěži.

5.2.7 Sestavení realizačního týmu

K realizačnímu týmu bych nejdříve chtěla podotknout, že nikdo nedostává za organizaci žádný honorář. Celý tým se skládá pouze z dobrovolníků, kteří jsou ochotni na přípravu soutěže obětovat svůj volný čas.

Hlavní realizační tým

Sestavení realizačního týmu spadalo do období konec srpna až začátek září 2012. Oficiálními činovníky závodu jsou: ředitel soutěže, hlavní rozhodčí, asistent hlavního rozhodčího, vedoucí protokolu, hlavní organizátor, hlasatel a zpracovatel výsledků s počítačem a programem, který je speciálně vyvinut pro synchronizované plavání.

Od srpna do října probíhaly porady oficiálně jednou za měsíc, od listopadu to bylo pak jednou týdně. Pokud se však vyskytl jakýkoli problém, byla snaha najít řešení hned. V tomto případě se pak jednalo o neoficiální, narychlo svolané porady, popřípadě se organizátoři domlouvali pomocí emailu.

Ostatní organizátoři

Do této skupiny organizátorů patří především ti, kteří přijdou pomoci až na samotný závod. Pro jeho průběh je potřeba dalších cca 30 pomocníků, bez kterých by se závod nemohl uskutečnit. Patří sem rozhodčí, zapisovatelé známek u jednotlivých protokolů, předplavkyně, obsluha kopírky, časoměřiči, malé děti pro pomoc rozhodčím, obsluha informačního stánku, pracovníci, kteří pomohou s výzdobou bazénu apod.

Jsou to především trenéři z domácího klubu, závodnice, které se zrovna neúčastní závodu a rodiče, kteří jsou ochotni obětovat svůj volný čas pro dobrou věc. Domluva s organizátory probíhala přibližně v polovině listopadu, týden před soutěží došlo k upřesnění času a místa, kde budou tito lidé potřeba.

5.2.8 Přihlášky

Předběžné přihlášky se posílaly emailem do 15. 10. 2012. Definitivní přihlášky a objednávka ubytování do 28. 10. 2012. Rovněž v tomto termínu mělo být bankovním převodem zaplacené ubytování. Pořadatel si tímto zajišťoval dostatek času na vytvoření časového rozpisu závodu, rezervaci ubytování a dalších potřebných věcí. Přijetí přihlášek se potvrzuje jednotlivým účastníkům emailem. Rovněž byly rozeslány přesné informace o ubytování a definitivní časový rozvrh soutěže.

V polovině listopadu se přihlášky zpracovaly v programu, který je speciálně vyvinut na počítání výsledků v synchronizovaném plavání, kontrolují se jména a ročníky narození. Změny v přihláškách jsou dle FINA pravidel akceptovány nejpozději týden před soutěží, poté může dojít jen k odhláškám ze zdravotních důvodů na základě

potvrzení lékaře. U závodu Christmas Prize, ale většinou dochází k uzavření přihlášek dříve z důvodu naplnění kapacity bazénu.

5.2.9 Startovné

Do stejného data jako konečné přihlášky (tzn. 28. 10. 2012) bylo nutné zaplatit startovné, které bylo pro zahraniční kluby 750,- Kč a pro české kluby 350,- Kč. Rozdíl mezi těmito částkami dorovnává ČSPS svou dotací 10 000,- Kč.

Do klubů je nutné poslat potvrzení o přijetí platby. Každoročně se stává, že některé kluby chtějí platit startovné a ubytování až na místě v hotovosti. Rok 2012 v tomto nebyl výjimkou. Klub jim většinou vyšel vstříc, avšak neměl žádné záruky, že závodnice skutečně dorazí. Zde docházelo k nedodržování cash flow, a pokud by závodnice nakonec opravdu nepřijely, klub by se dostal do velkých finančních problémů.

5.2.10 Definitivní časový rozpis

Časový rozpis se začínal zpracovávat hned po přijetí a zpracování definitivních přihlášek, aby výpravy mohly naplánovat cestu. Definitivní časový rozpis byl připraven k 1. 11. 2012 a vypadal takto:

- Čtvrtek 6. 12. 2012
 - 18,00 – 23,00 oficiální trénink pro zahraniční kluby
- Pátek 7. 12. 2012
 - 9,00 – 11,00 Workshop: Hodnocení technických sestav
 - 12,00 – 14,00 registrace závodnic a rozhodčích
 - 13,45 – 15,45 rozplavání figury starších žákyň
 - 14,30 – 15,45 technická porada, porada rozhodčích a losování startovního pořadí sestav technických, volných a kombinovaných sestav seniorek a kombinace starších žákyň
 - 16,00 – 20,30 povinné figury – starší žákyňe

- Sobota 8. 12. 2012

- 8,00 – 8,45 rozplavání technické sestavy sóla seniorky
- 8,45 – 9,30 technické sestavy – sóla seniorky
- 10,00 losování startovního pořadí volných sestav starších zákyň
- 9,30 – 11,00 rozplavání volné sestavy dua starší žákyně
- 11,15 nástup a zahájení soutěže
- 11,30 – 14,30 volné sestavy - dua starší žákyně
- 14,30 – 15,15 rozplavání volné sestavy sóla seniorky
- 15,15 – 16,45 volné sestavy – sóla seniorky
- 16,45 – 18,15 rozplavání týmy starší žákyně
- 18,15 – 19,15 volné sestavy – týmy starší žákyně
- 19,30 vyhlášení výsledků sobotních soutěží

- Neděle 9. 12. 2012

- 8,00 – 8,45 rozplavání volné sestavy dua seniorky
- 8,45 – 10,15 volné sestavy - dua seniorky
- 10,15 - 11,00 rozplavání volné sestavy sóla starší žákyně
- 11,00 – 13,30 volné sestavy - sóla starší žákyně
- 13,30 – 14,00 rozplavání technické sestavy dua seniorky
- 14,00 – 14,45 technické sestavy - dua seniorky
- 14,45 – 17,00 rozplavání kombinace sestavy starších zákyň a seniorek
- 17,00 – 19,00 kombinace - starší žákyně a seniorky
- 19,15 vyhlášení výsledků nedělních soutěží

Pořadatel si vyhradil právo na drobné úpravy v časovém rozpisu, což se později ukázalo jako problém. Rovněž určil čas porad rozhodčích každých 15 minut před začátkem soutěže.

5.2.11 Zajištění sponzorů a médií

Během celého roku byla snaha zajistit sponzory, avšak bez úspěchu. Pouze firma SHP Bohemia poskytla věcné ceny. Rovněž dohoda s médii nebyla úspěšná. Za 20 minutový sestřih si Česká televize účtuje 30 000,- Kč a to si bohužel nemohl klub tento rok dovolit, protože i tak příjmy byly menší než požadované výdaje a klub musel platit část ze svých zdrojů.

Proto bych se chtěla dále věnovat sponzorským balíčkům, které by mohly pomoci při shánění partnerů na příští rok.

5.2.12 Příprava dokumentů

Cca týden před soutěží bylo nutné připravit veškeré materiály potřebné pro plynulý chod závodu. Jednalo se o formuláře pro protokol a pro rozhodčí podle počtu přihlášených sestav, informační materiály pro zúčastněné kluby, rozdělení klubů do jednotlivých šaten, rozdělení rozhodčích na jednotlivé disciplíny, přípravu losovacího zařízení na startovní pořadí sestav. Losování startovního pořadí pro soutěž v povinných figurách se konalo v pondělí 26. 11. 2012, losování skupiny povinných figur pro starší žákyně proběhlo dne 5. 12. 2012. Obě losování byla veřejná. Pořadí pro technické a volné sestavy bylo vylosováno přímo na technické poradě v pátek nebo v sobotu po oficiálním uveřejnění výsledků z povinných figur.⁴

5.2.13 Příprava oficiálního tréninku pro zahraniční závodnice

Oficiální rozpis tréninku vznikl rovněž asi týden před závody. Organizátor se snažil trénink uspořádat tak, aby se všichni mohli zúčastnit a bral ohled na jejich příjezdy do Prahy. Bohužel trénink byl časově omezený a nedal se nijak prodloužit a tak nebylo moc času na každou sestavu. Byl naplánován minutu po minutě, tak aby si všichni alespoň trochu mohli vyzkoušet to, co potřebují.

Při přípravě tohoto tréninku došlo na poslední chvíli k odřeknutí organizátorky, která dříve přislíbila pomoc, takže se během středy a čtvrtka hledala adekvátní náhrada. Vše se nakonec našťestí vyřešilo a trénink proběhl bez problémů.

⁴ výsledky z povinných figur ovlivňují startovní pořadí ve volných sestavách

Tuto část závodu vidím jako jednu z méně kvalitních, neboť by tréninkové možnosti měly být určitě větší. V tomto směru ale nevyhází vstříc provozovatel bazénu, který nechce uvolnit další hodiny a také už není finanční prostor pro navyšování pronajatých hodin.

5.2.14 Registrace závodnic a rozhodčích

Registrace závodnic a rozhodčích proběhla v pátek 7. 12. od 12 do 14 hodin. Zde bylo velmi důležité zkontrolovat veškeré doklady jak soutěžících, tak i rozhodčích. Docházelo zde také k doplacení ubytování a startovného u klubů, které nemohly platit převodem, předávaly se informační materiály, trička pro rozhodčí a klíče od šaten oproti záloze. Proběhly také ještě poslední odhlášky ze závodu.

Po skončení registrace začal fungovat ve vstupní hale bazénu informační stánek, který byl zajištěn po celou dobu závodu. Vždy ho obsluhoval alespoň jeden z organizátorů, který uměl anglicky. Zde se řešily vzniklé problémy, vydávaly se výsledky po jednotlivých disciplínách, vracely se zálohy za klíče, podávaly se informace k časovému rozvrhu, k dopravě v Praze, prodávala se upomínková trička atd. Tento stánek se nám velice osvědčil a na dalším ročníku určitě nebude chybět.

5.2.15 Poslední přípravy před závodem

Před samotným závodem je nutné připravit bazén. Vyvěsit vlajky všech zúčastněných států a všechny informační materiály. Připravit dostatečný počet stolů a židlí, zajistit aparaturu pro mikrofon na trénink a páteční soutěž, kdy ještě není k dispozici profesionální ozvučení a zajistit dostatečný počet tužek pro zapisovatele. Rovněž bylo potřeba zajistit čtyři počítače, do kterých byly ukládány veškeré známky za povinné figury a jeden centrální počítač, na kterém probíhalo zpracování výsledků po celou dobu závodu, a tiskárnu. Dalším bodem bylo zajištění čísel pro rozhodčí, seznamů závodnic na jednotlivé panely pro zapisování známek a vodící pruhy látky, pro lepší orientaci závodnic v bazénu, stopky pro volné sestavy. Posledním bodem bylo rozdělení dobrovolníků na předem určená místa. Potom mohla soutěž začít.

5.3 Rozpočet závodu

Rozpočet závodu je největším problémem. Jak je patrné z tabulky, výdaje jsou o něco vyšší než příjmy. Závod má bohužel pouze dva zdroje příjmů, prvním je příspěvek od ČSPS a druhým startovné, z prodeje reklamních předmětů byl výtěžek minimální. Určitě by bylo na místě zajistit sponzorské dary, popřípadě granty, aby mohlo dojít ke zlepšení kvality závodu.

Tab. č. 2. : Přehled příjmů a výdajů

PŘÍJMY	VÝDAJE
Příspěvek od ČSPS	Pronájem bazénu a tělocvičny
Startovné	Ozvučení bazénu
Prodej reklamních předmětů	Trička pro rozhodčí a organizační tým
	Zajištění semináře pro rozhodčí
	Medaile a diplomy
	Občerstvení pro rozhodčí a organizační tým
	Observer - ubytování, strava, doprava odměna
	Kancelářské potřeby
	Pohonné hmoty
	Pronájem vlajek
CELKEM 176 250,- Kč	CELKEM 185 101,- Kč

Zdroj: Interní materiály SK Neptun Praha

5.4 Průběh závodu

V roce 2012 byl průběh závodu velice klidný a obešel se bez větších problémů. Na hladký průběh závodu dohlížela hlavní rozhodčí a na bezproblémový chod administrativy vedoucí protokolu.

Pro organizační tým začal závod již ve středu, pro závodníky ve čtvrtek či v pátek a probíhal do neděle do večera. Díky kvalitní přípravě veškerých materiálů a technického zázemí nedocházelo k žádným nečekaným problémům a zbytečným prostojeům. Dokonce se podařilo závod urychlit a byl drobně změněn časový plán. To se ale nakonec, při dotazování u účastníků, ukázalo jako velmi negativně vnímaný krok organizátorů, i když účastníci byli o této možnosti předem informováni, pořadatelé si vyhradili právo na úpravy časového rozvrhu během závodu již v rozpisu. Do příštích let bych se tohoto kroku určitě vyvarovala. Velmi dobrá byla také spolupráce s hudebníky, kteří jsou již velmi zkušení a spolupracují s námi řadu let. Velmi vysoko bych také

ohodnotila rychlost a kvalitu zpracování výsledků, které byly ihned dávány na oficiální stránky klubu a rozdávány jednotlivým výpravám.

Velkým problémem závodu je nedostatečná kapacita bazénu, jak pro závodnice, tak i pro diváky, kteří přišli ve velmi hojném počtu, především ve večerních hodinách. Bohužel není v silách organizátorů bazén zvětšit, můžeme jen doufat, že se nám pro příští ročník povede soutěž přesunout na bazén, který bude více vyhovovat.

5.5 Po skončení závodu

Ihned po ukončení soutěže bylo nutné zajistit úklid bazénu. Odnést veškeré věci, které sloužily po celou dobu. Počítače, židle, stoly, sundat vlajky a další. Vlajky bylo potřebné hned v pondělí vrátit na ČSPS, aby se za ně zbytečně neplatilo půjčovné. Došlo opět k další aktualizaci informací na internetových stránkách. V dalším týdnu bylo nutné vypořádat všechny finanční závazky (hotel, bazén, doprava).

Je škoda, že po skončení závodu neproběhla žádná společenská akce pro všechny zúčastněné, kde by došlo ke sblížení závodnic, trenérů a dalších funkcionářů. Jelikož ale závod končil v neděli až ve večerních hodinách, musela by se tato společenská akce konat až další den, kdy už mnohé z výprav odjíždějí nebo odjely. Většinou z finančních a pracovních důvodů se všechny výpravy vrací domů nejdříve, jak je to možné.

6 VÝSLEDKOVÁ ČÁST

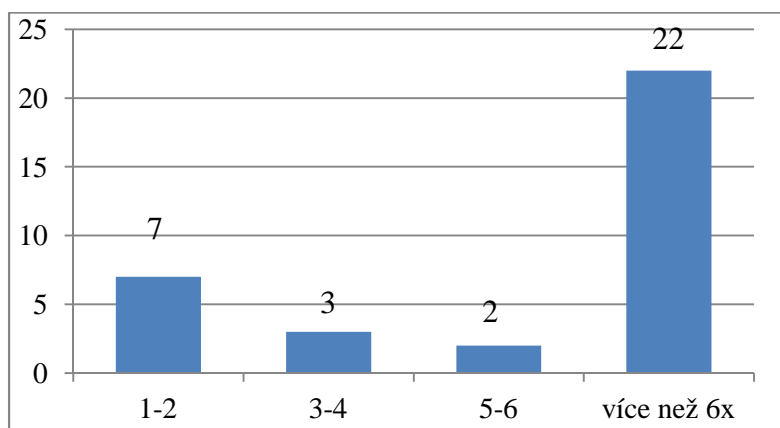
6.1 Elektronické dotazování

Vyplněno bylo 34 dotazníků. Výzkumu se zúčastnilo 7 českých klubů a 25 zahraničních. Dotazník vyplnil vždy jeden zástupce z klubu a pak také hlavní rozhodčí a ředitelka soutěže. Bohužel dotazník nevyplnil observer, to považuji za velký nedostatek celého dotazování.

Dotazník je v české verzi přiložen v příloze č. 1 a v anglické v příloze č. 2. Pro přehlednost hodnocení odpovědí jsem ke každé otázce vypracovala graf a komentář.

1. Kolikrát byl váš klub na Christmas Prize?

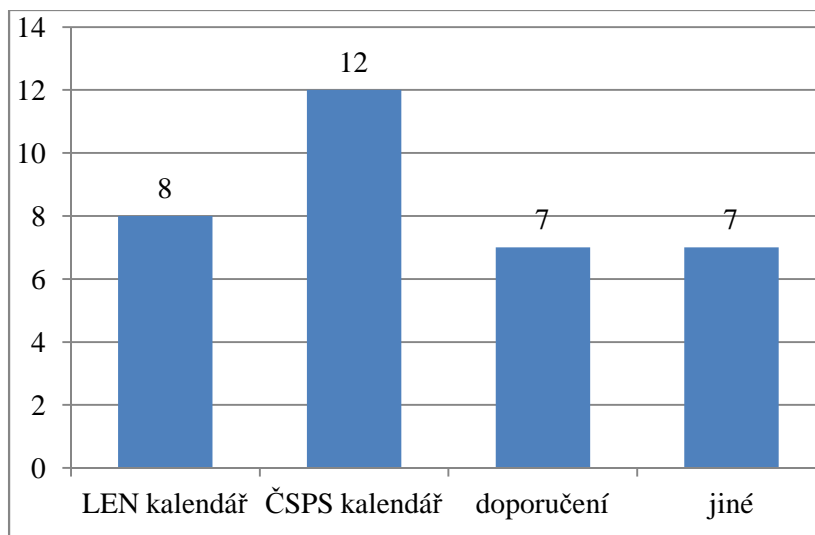
Z grafu č. 2 můžeme vyčíst, že více než polovina z účastníků závodů patří k tradičním soutěžícím. Do skupiny více než 6x se však zařadily především české kluby a pouze dva zahraniční. Na druhou stranu do skupiny 1 - 2 se zařadily kluby z jiných států.



Graf č. 2: Kolikrát byl váš klub na Christmas Prize

2. Jak jste se o Christmas Prize dozvěděli?

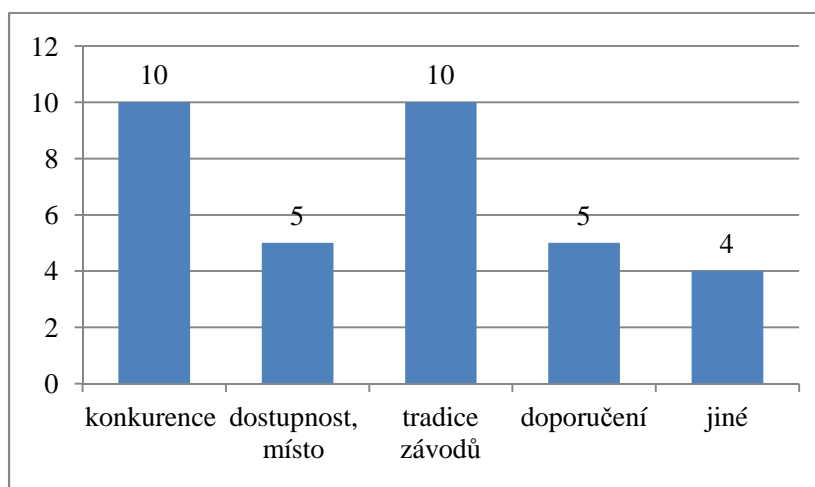
Graf č. 3 poukazuje na skutečnost, že 8 klubů přijelo jen díky zařazení závodu do mezinárodního kalendáře. Nejčastěji u možnosti jiné bylo, že za výpravu rozhodl někdo jiný, například předseda klubu. Patrné je i to, že závod má velmi dobrou pověst a 7 klubů přijelo díky doporučení.



Graf č. 3: Jak jste se o Christmas Prize dozvěděli

3. Proč jste si vybrali právě Christmas Prize?

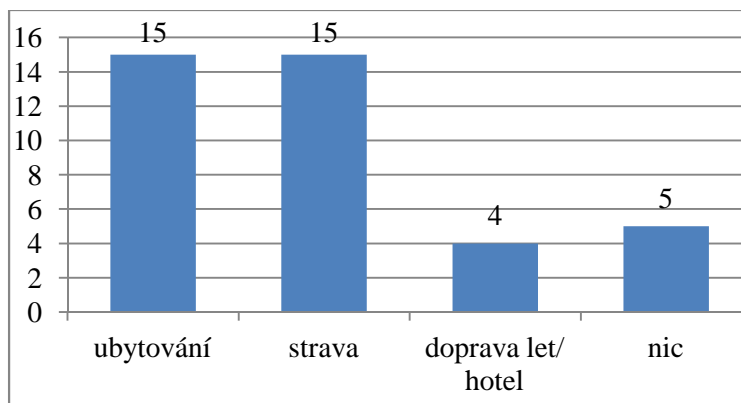
Z grafu č. 4 jsou patrné důvody, proč si kluby vybírají tyto závody. První z nich je velká konkurence, druhý tradice závodu, třetí je dostupnost závodu a jako poslední je doporučení od ostatních.



Graf č. 4: Proč jste si vybrali právě Christmas Prize

4. Co vám bylo zajišťováno organizátorem Christmas Prize?

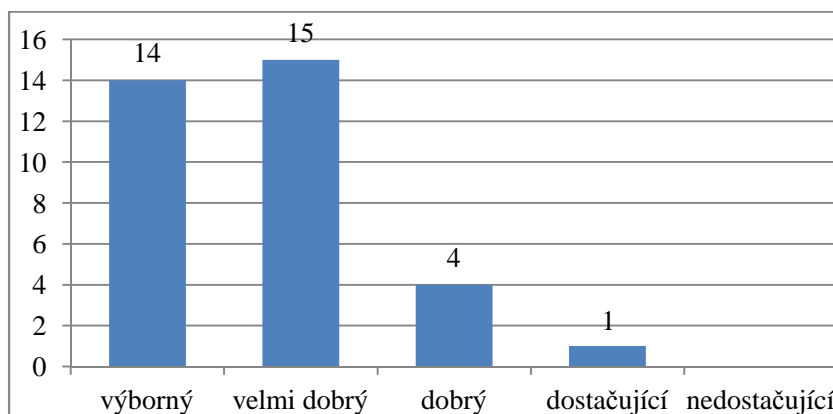
V grafu č. 5 je vidět, že pořadatel nejvíce zajišťuje ubytování i se stravou. Pouze 4 kluby chtěly zajistit od klubu dopravu z letiště na hotel a zpět.



Graf č. 5: Co vám bylo zajišťováno organizátorem Christmas Prize

5. Jak jste byli spokojeni s organizací Christmas Prize?

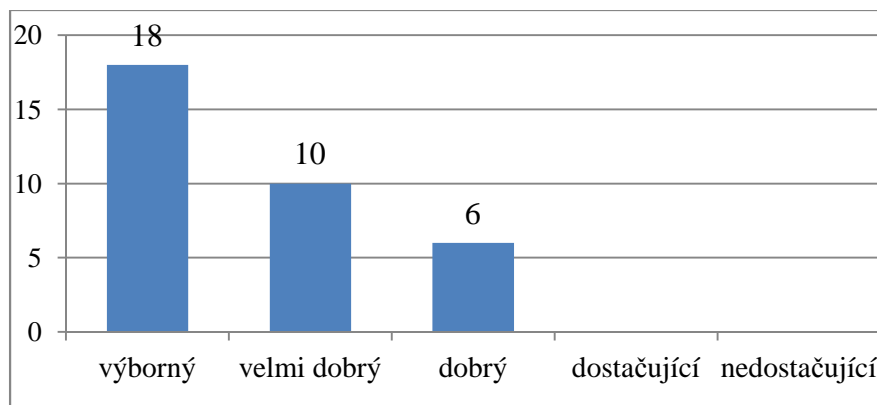
V grafu č. 6 můžeme vidět, že organizaci za výbornou nebo velmi dobrou označilo 29 respondentů z 34. To poukazuje na fakt, že po organizační stránce je závod velmi kvalitní.



Graf č. 6: Jak jste byli spokojeni s organizací Christmas Prize

6. Jak probíhala komunikace s organizátory Christmas Prize před závodem?

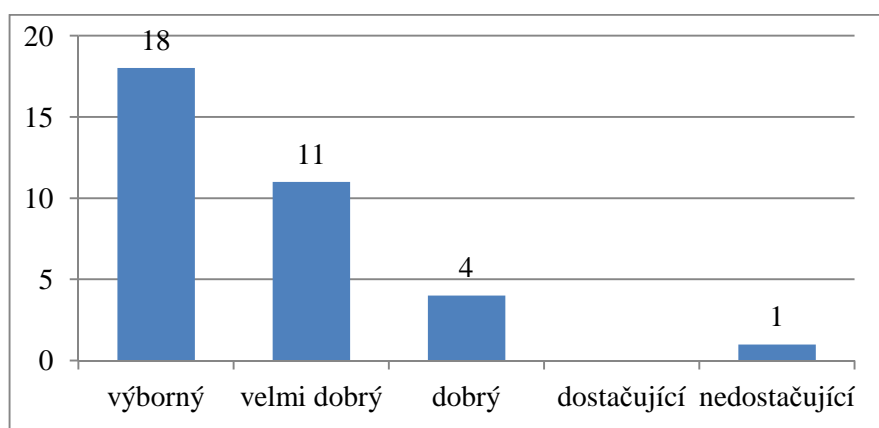
Z grafu č. 7 je patrné, že komunikace před soutěží byla opět na velmi vysoké úrovni. Za výbornou nebo velmi dobrou jí označilo přes 28 respondentů. Nejhorší známkou udělenou za komunikaci bylo dobře, kterou udělilo 6 respondentů.



Graf č. 7: Jak probíhala komunikace s organizátory Christmas Prize před závody

7. Jak probíhala komunikace s organizátory během celé Christmas Prize ?

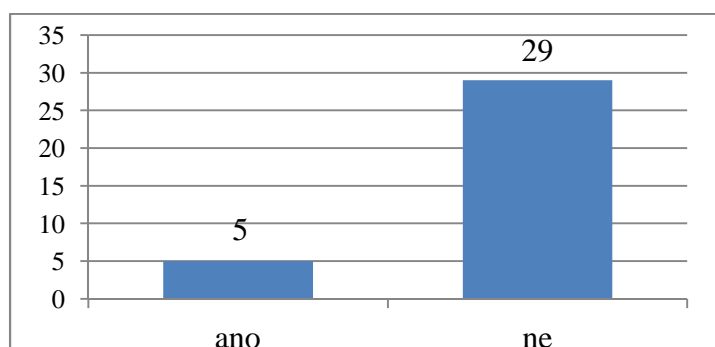
Graf č. 8 ukazuje, že komunikaci během ohodnotilo jako výbornou nebo chvalitebnou 29 účastníků. Bohužel jeden z účastníků ohodnotil komunikaci za nedostačující, což dle mého názoru, vzniklo hlavně z důvodu změn v časovém rozvrhu.



Graf č. 8: Jak probíhala komunikace s organizátory během celé Christmas Prize

8. Vyskytly se nějaké problémy během Christmas Prize?

V grafu č. 9 je vidět velký rozdíl mezi tím, že 29 ze všech respondentů uvedlo, že závody proběhly bez problémů a pouze 5 uvedlo, že se nějaké problémy vyskytly.



Graf č. 9: Vyskytly se nějaké problémy během Christmas Prize

9. Jaké?

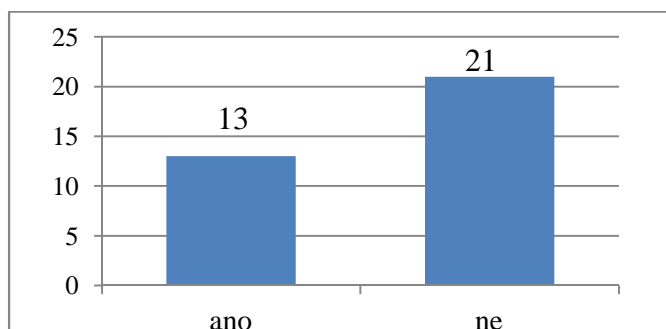
Vyskytly se problémy se stravou v hotelu Clarion, s dochvilností a opisováním rozhodčích a 2x byl uvedena změna časového plánu během soutěže.

10. Jak byly problémy vyřešeny?

Na tuto otázku opět odpovídalo pouze pět respondentů. Problém se stravou vyřešila hlavní rozhodčí návštěvou v hotelu a rovněž byl vyřešen i problém s nedochvilností. Bohužel opisování vyřešeno nebylo, neboť organizátoři nemají v kompetenci toto zajistit. O změně rozvrhu soutěže bylo několikrát informováno jak prostřednictvím hlasatele, tak i na informačním stánku a tabuli.

11. Využili byste větší možnosti tréninku před závodem Christmas Prize?

Z grafu č. 12 je patrné, že více výprav si nepřeje větší možnosti tréninku před závodem, což je překvapující. Možnost ano zaškrtnly především výpravy ze zahraničí.



Graf č. 12: Využili byste větší možnosti tréninku před závodem Christmas Prize

12. V jaké dny?

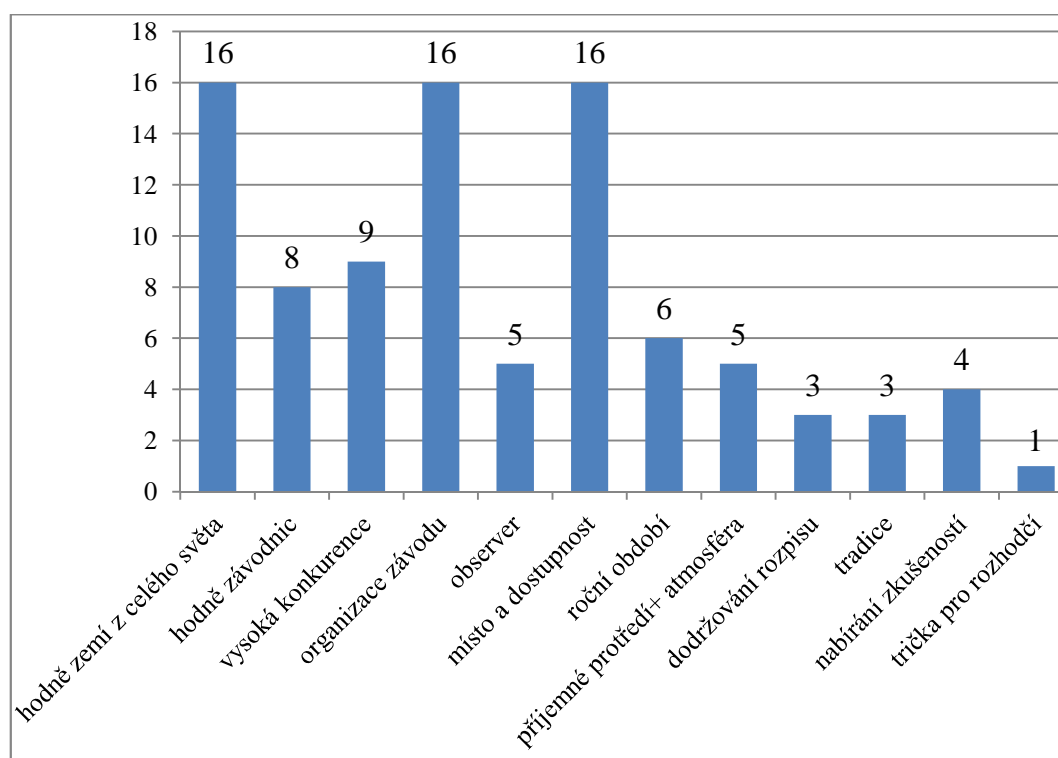
Graf č. 13 ukazuje, že nejvíce závodnic by uvítalo větší možnost trénování hlavně ve čtvrtek. V tento den sice oficiální trénink je, avšak jeho kapacita je velmi omezená. Další možností tréninku by měla být středa a pátek dopoledne před závodem.



Graf č. 13: V jaké dny by měla být větší možnost tréninku

13. Co považujete za hlavní klady Christmas Prize?

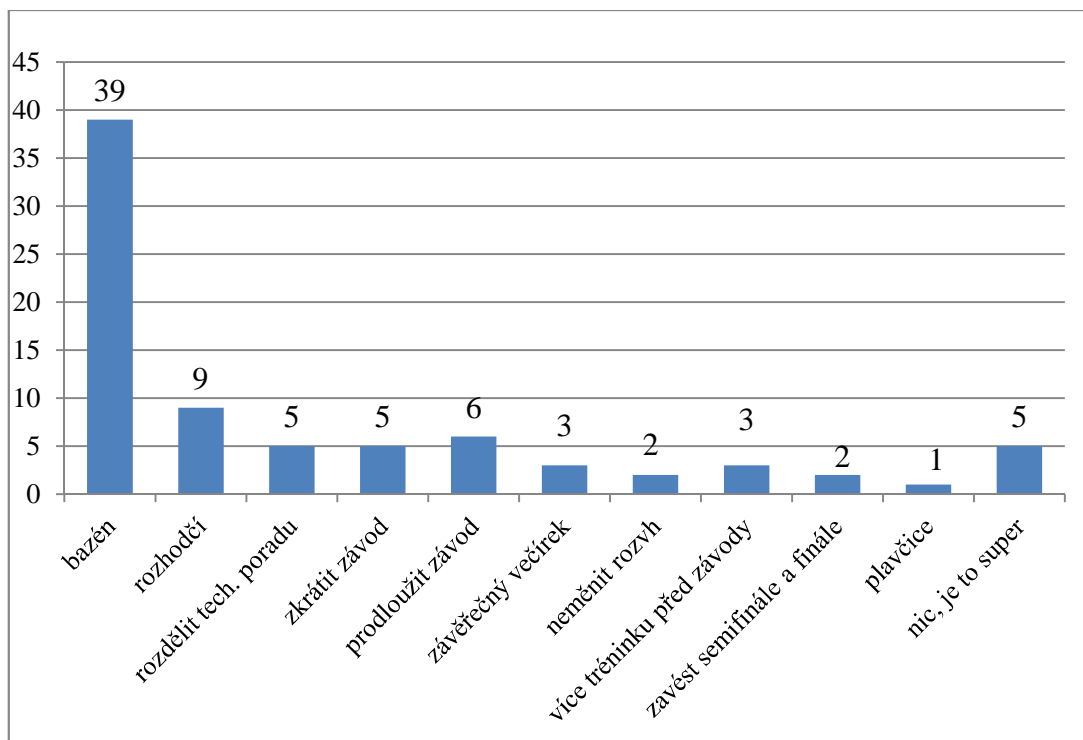
Tato otázka byla otevřená a zpracování do grafu č. 14 bylo poměrně obtížné, respondenti měli napsat alespoň 3 věci, ale ne u všech se povedlo. Nejvíce hlasů dosáhly tři klady - velké množství zúčastněných států z celého světa, organizace a místo závodu. K dalším uvedeným patří tradice závodu, trička pro rozhodčí, observer a roční období, kdy se závod koná.



Graf č. 14: Co považujete za největší klady závodu Christmas Prize

14. Co byste zlepšili na Christmas Prize?

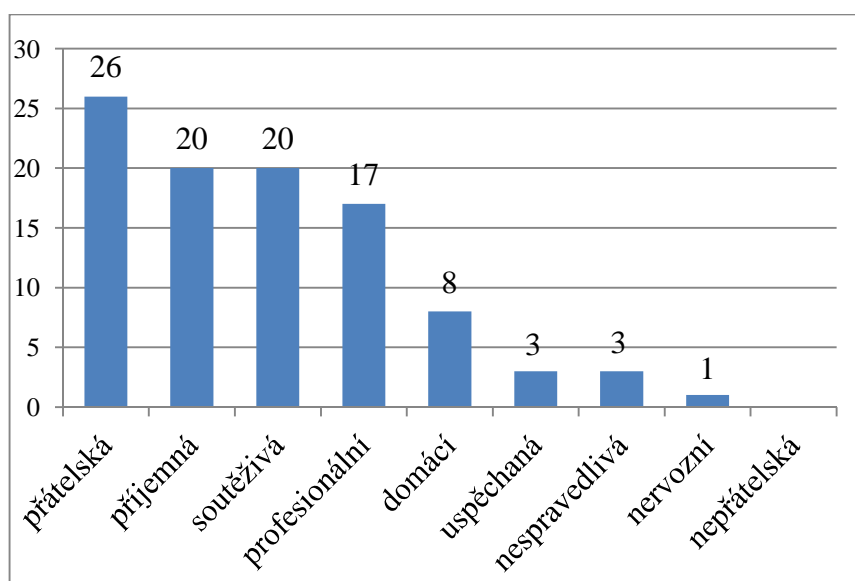
Tato otázka byla opět otevřená, respondenti měli napsat alespoň 3 věci, ale ne vždy tomu tak bylo. Z grafu č. 15 je patrný hlavní námět na zlepšení, který dostal celých 39 hlasů a to je změna bazénu. Organizátoři bohužel o tomto problému vědí, ale zatím se nepodařilo najít jiný bazén. Objevily se zde i protichůdné názory, kdy 5 dotazujících chce závod zkrátit a 6 prodloužit. Velmi potěšující názor je, že se nemá nic měnit a má to být stejně dobré jako doposud.



Graf č. 15: Co byste zlepšili na Christmas Prize

15. Vyberte charakteristiku, která podle vás nejvíce vystihuje atmosféru Christmas Prize?

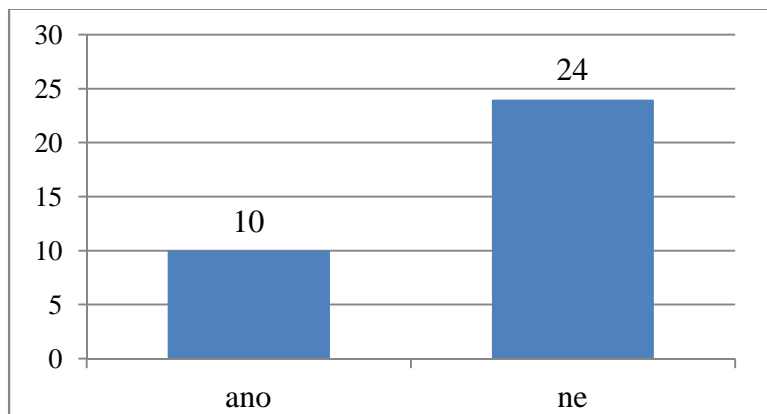
Graf č. 16 ukazuje, že většina respondentů určila atmosféru závodu jako přátelskou, příjemnou a soutěživou. Pro organizátory je velmi potěšující i fakt, že několik respondentů určilo závod jako profesionální. Bohužel i 3 respondenti určili závod za nespravedlivý.



Graf č. 16: Charakteristika atmosféry Christmas Prize

16. Zúčastnili jste se workshopu, který se konal v pátek 7. 12. dopoledne?

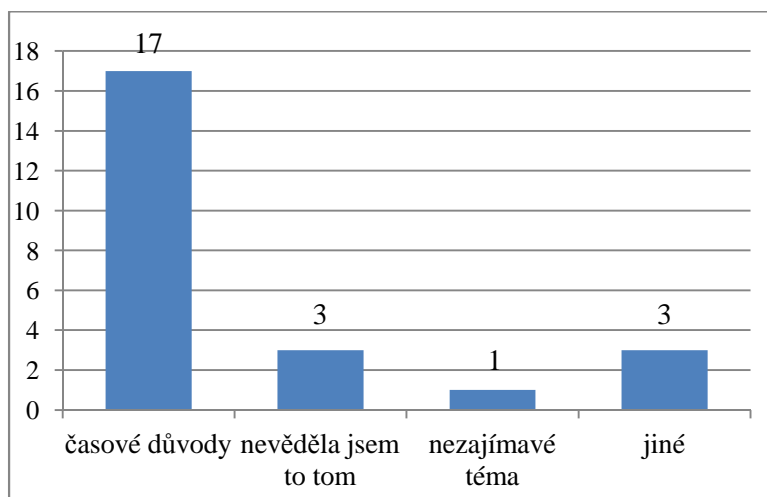
Graf č. 16 ukazuje, že se workshopu zúčastnilo pouze 10 dotazovaných, což považuji za velmi nízké číslo. Pro organizátory tedy nastává otázka, zda příští rok něco podobného zajišťovat.



Graf č. 17: Zúčastnili jste se workshopu v pátek dopoledne

17. Z jakých důvodů jste se nezúčastnili?

Z grafu č. 18 je patrné, že nejvíce respondentů se workshopu nezúčastnilo z časových důvodů. V odpovědi jiné jsme se mohli dočíst o jazykové bariéře, či výletu do města.

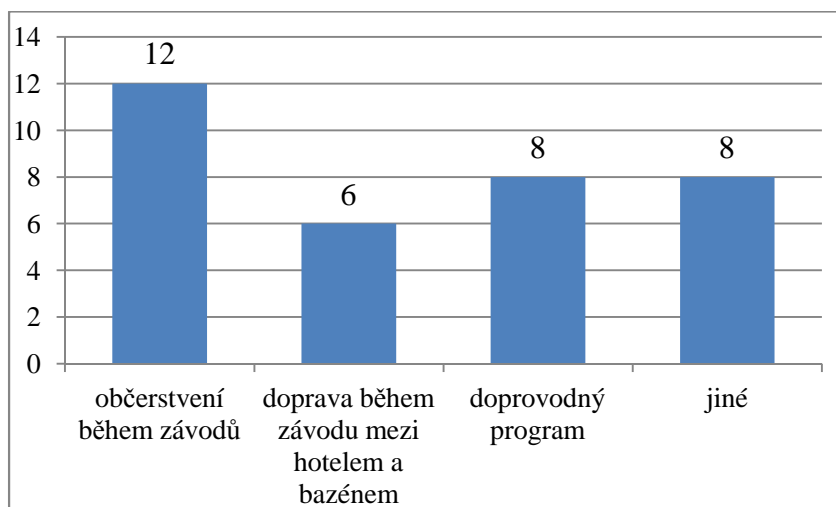


Graf č. 18: Z jakých důvodů jste se nezúčastnily

18. Co by podle vás měl organizátor Christmas Prize do příštích let zajišťovat?

Po zpracování odpovědí dle respondentů do grafu č. 18 by měl pořadatel do příštích let hlavně zajišťovat občerstvení během soutěže. Dále by měl být zajištěn

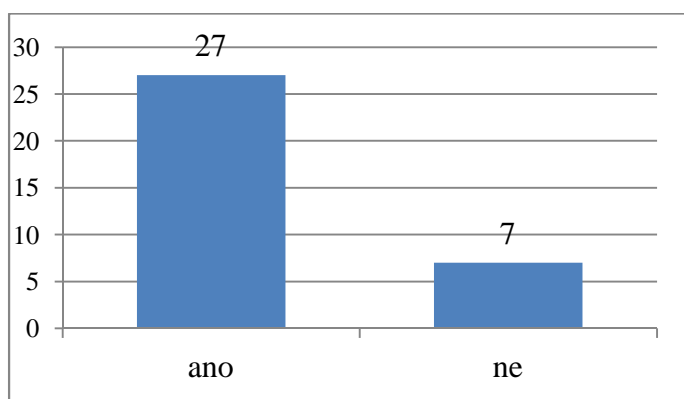
doprovodný program. V odpovědi jiné byl nejčastěji uveden názor, že je vše dostatečně zajišťováno. Jeden respondent uvedl, že by chtěl dostat průvodce městem a závodem.



Graf č. 19: Co by měl organizátor do příštích let zajišťovat

19. Byli jste někdy na závodech, kde bylo podobně závodnic jako na Christmas Prize? (cca 270 závodnic v tolika disciplínách)

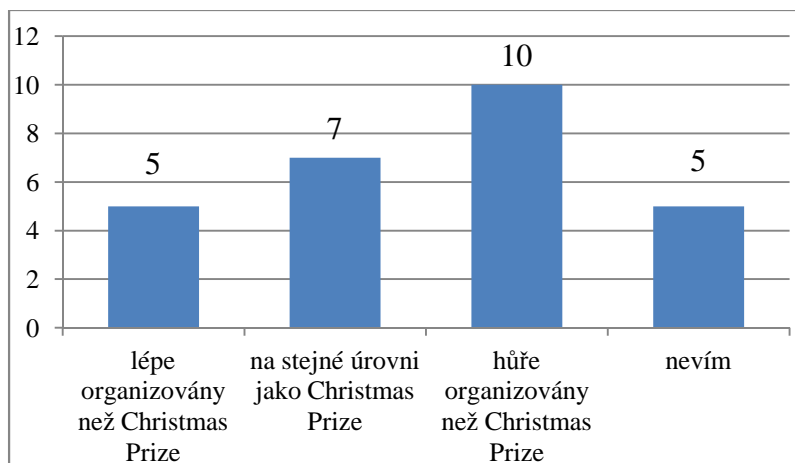
Z grafu č. 20 můžeme vyčíst, že většina z účastněných již na podobně velkých závodech byla, pouze 7 respondentů uvedlo, že se závodu s podobným počtem závodnic a disciplín ještě nezúčastnilo.



Graf č. 20: Účast na podobně velkých závodech

20. Jak jste byli celkově spokojeni s organizací v porovnání s Christmas Prize?

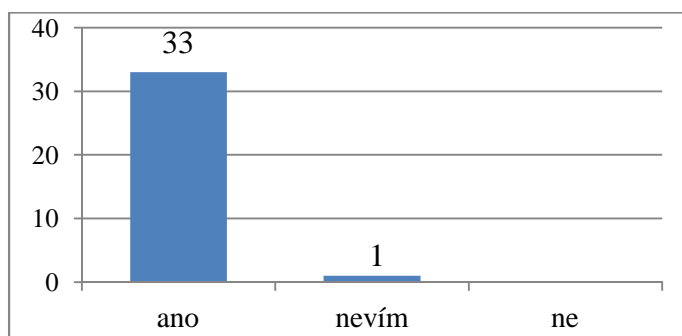
V grafu č. 21 je vidět, že při porovnání organizace závodů můžeme říct, že pouze 5 respondentů označilo závod za hůře zorganizovaný a 17 hodnotilo závod za lepší či stejně dobře zorganizovaný.



Graf č. 21: Porovnání organizace dvou závodů

21. Chtěli byste přijet i příští rok na Christmas Prize?

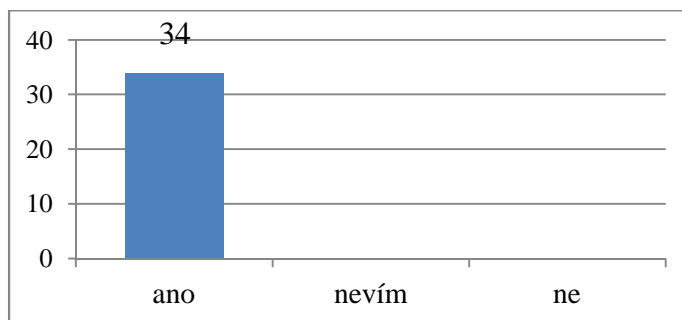
Z grafu č. 22 vidíme, že 33 dotazovaných by chtělo na závod i příští rok a pouze jeden respondent uvedl, že neví.



Graf č. 22: Chtěli byste přijet i příští rok na Christmas Prize

22. Doporučili byste závod Christmas Prize i jiným klubům?

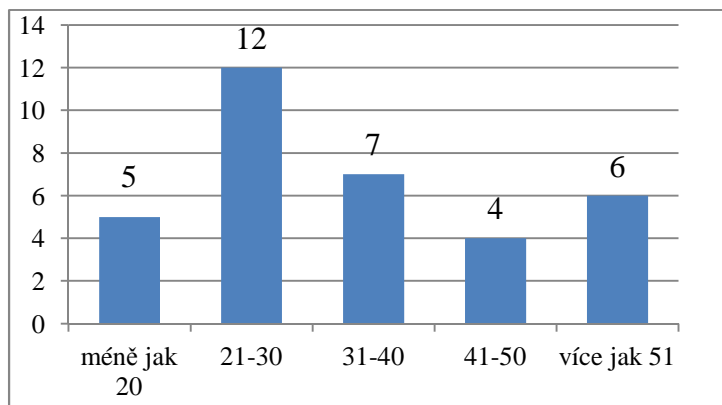
Graf č. 23 ukazuje na velmi pozitivní fakt je, že se všichni respondenti shodli, že by doporučili závod Christmas Prize i jiným klubům.



Graf č. 23: Doporučili byste závod i ostatním klubům

23. Věk?

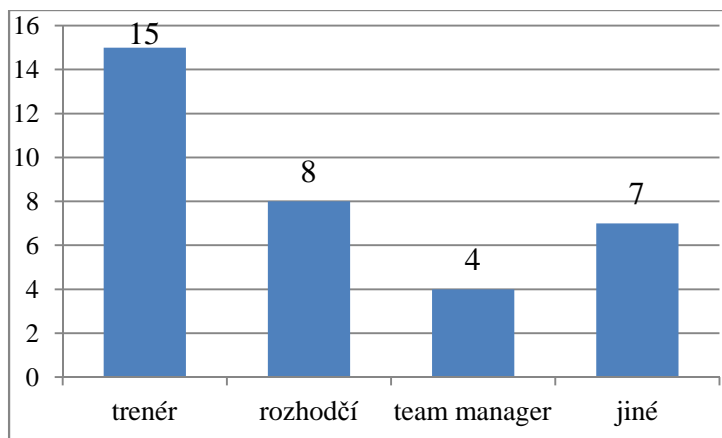
Z grafu č. 24 je vidět, že většina dotazovaných byla ve věku od 21 do 30 let, nejméně ve věku 41 - 50 let.



Graf č. 24: Věk

24. Role v týmu?

Graf č. 25 ukazuje, že nejvíce z dotazovaných bylo trenérů. Při použití odpovědi jiné, respondenti většinou uvedli, že jsou všechny tři uvedené funkce dohromady.



Graf č. 25: Role v týmu

Vyhodnocení elektronického dotazování

Z dotazování zástupců klubů je patrné, že je závod po organizační stránce velmi kvalitní. Pokud zhodnotím otázky, které se týkaly organizace a komunikace, vždy dalo nejméně 28 respondentů známku výborně nebo velmi dobře. Rovněž pouze 5 dotazujících uvedlo, že se setkali během závodu s nějakým problémem. Velmi pozitivní je i fakt, že 33 z účastněných by chtělo přijet i příští rok a dokonce 34 respondentů by závod doporučilo jiným klubům.

Největším problémem se jeví nevyhovující bazén. Tento nedostatek uvedlo 39 respondentů. Druhý největší problém jsou na závodu rozhodčí, kteří opisují, protože nemají dostatečnou kvalifikaci a chybí umpiry, ze kterých by byl větší rozhled. Tento nedostatek však uvedlo pouze 9 odpovídajících. Jako další problémy se jeví změny časového harmonogramu a málo času na tolik závodnic a disciplín.

6.2 Neformální rozhovor

Rozhovor probíhal ve velmi příjemné atmosféře. Paní ředitelku jsem se snažila motivovat, aby odpovídala jasně a stručně, aby mi odpovědi co nejvíce pomohly k rozboru. Rozhovor jsem upravila do tištěné podoby a poslala paní Kateřině Vostárkové ke schválení.

1. Co tě jako první napadne ve spojení s Christmas Prize?

KV: „Je to prostě úžasné!“ (smích)

2. Po kolikáté ses závodu zúčastnila?

KV: „Myslím, že jsem se opravdu účastnila všech ročníků. Takže po 31.“

3. Byla jsi i u prvního závodu Christmas Prize. Napadlo by tě v začátcích synchronizovaného plavání v ČR, že se povede závod Christmas Prize tolik rozšířit a zkvalitnit? Myslím tím jak po organizační stránce, tak i po stránce sportovní.

KV: „*Ne! Nikdy mě a ani nikoho jiného nic takového nenapadlo, ale jsem za to hrozně ráda. Dříve byla úplně jiná doba. My nikam nemohli a byli jsme rádi, když k nám mohly přijet alespoň závodnice z Lipska. Že by přijely závodnice ze západních zemí? Tak to nepřipadalo v úvahu. Navíc v úplných počátcích jsme tento závod chtěli mít jen jako pražský, ale to se bohužel nepovedlo, protože akvabel nikdy v Praze tolik nebylo.*“

4. Co se podle tebe změnilo s rokem 2002, kdy se závod zařadil do LEN kalendáře?

KV: „*Vyšší kvalita závodu po všech stránkách. Více závodnic, konkurence a zemí, ale i lepší zázemí a organizace. Každým rokem se vymyslí alespoň nějaké věci, které*

zkvalitní závod po technické stránce. Zde se projevují naše zkušenosti, kdy každoročně pořádáme několik závodů. Dle mého názoru to byl velmi dobrý krok dopředu.“

5. Proč si myslíš, že právě na Christmas Prize přijíždí tolik konkurence z celého světa?

KV: „Podle mého názoru nejsou v tuto roční dobu lepší závody, kde by byla taková konkurence a celková kvalita závodu. Velké lákadlo je i předvánoční Praha, která je krásná a mnoho výprav závody spojí i s výletem.“

6. Co jsou podle tebe největší klady Christmas Prize?

KV: „Tak za prvé, je to největší závod u nás. Za druhé je zde možnost srovnání s mezinárodní konkurencí pro kluby, které nemají možnost vyjet za hranice našeho státu a je to tady prostě úžasné a nesmím zapomenout na organizaci, která nikde nevázne.“
(smích)

7. A naopak zápory?

KV: „Jednoznačně finance. Pokud by lidé z organizačního týmu nechtěli závod připravit, žádný by se nekonal, neboť všichni lidé, kteří působí okolo synchronizovaného plavání, jsou dobrovolníci a vše vykonávají ve svém volném čase a zdarma, za co jim patří strašné poděkování. Pokud by se mohl navýšit rozpočet o odměny pro organizátory, bylo by to super. Jako zápor bych uvedla také bazén v Hloubětíně. Bazén je sice krásný a mám k němu citový vztah, ale jeho kapacita není dostatečná. Ale zároveň je tento závod největší akcí na Praze 14.“

8. Co si myslíš o přítomnosti observera na závodu? Opravdu tolik zvyšuje kvalitu závodu? Přece jenom to není úplně nejlevnější záležitostí, po pronájmech je to druhá nejvyšší položka v rozpočtu.

KV: „Určitě se tato investice vyplácí. Závod s observerem je hned hodnocen lépe než bez něj. Dává závodu takový punc kvality a odbornosti.“

9. V této době se řeší přesun Christmas Prize do Aquacentra Šutka. Co si o tom myslíš? Vyhovoval by bazén více než hloubětínský?

KV: „Dle mého názoru je to tak 50% na 50%. V Hloubětíně máme všechno vychytané, je to náš domovský bazén a máme tu skvělé zázemí po technické stránce. Na druhou stranu bazén Šutka by více vyhovoval po stránce sportovní. Asi bychom to měli zkusit přesunout, ale zda to bude lepší, to teď momentálně neumím říct.“

10. Co se podle tebe mělo zlepšit do příštích let?

KV: „Podle mě asi budeme těžko něco zlepšovat, teda pokud mluvím o zásadních věcech, jinak je samozřejmě vždy možnost zlepšovat details. Pokud se podaří závod přesunout, bude to asi lepší. Ale v Hloubětíně už moc prostoru na změny nevidím.“

11. Jak by se podle tebe dala zajistit lepší propagace závodu?

KV: „Cokoli se špatně propaguje, pokud na to nejsou peníze. A to je právě náš případ. Pokud by se daly sehnat nějaké finance navíc, určitě by se dalo něco vymyslet, pokud ne tak nevím.“

6.3 Zhodnocení organizace Christmas prize 2012

Při ohlédnutí za 31. ročníkem závodu Christmas Prize 2012, si organizátoři mohou říct, že opět odvedli velmi kvalitní práci, stejně jako v ročnících předešlých. Každým rokem se závod o něco vylepší a jsou přidávány novinky. Pro 31. ročník to byly především informační tabule přímo u vchodu na bazén, kde byly neustále informace aktualizovány. Další novinkou byl workshop konaný v pátek dopoledne.

Již příprava před samotným závodem, která byla velmi zdlouhavá, proběhla bez větších komplikací. Jedinými problémy, které se nepodařily vyřešit, jsou potíže se zajištěním sponzorů a partnerů, protože závod, který není v televizi, jako by ani nebyl. Stejně dopadl i pokus o navázání spolupráce s médii. V tomto ohledu byl úspěšný pouze ročník 2011, kdy se závod podařilo dostat do televize, kde byl odvysílán asi 20 minutový sestřih. Bohužel za tento přenos klub musel zaplatit 30 000,- Kč.

V průběhu závodu bylo vidět, že celý organizační tým je velmi zkušený a sehraný. Vše po technické stránce bylo velmi kvalitně připraveno, díky tomu nedocházelo k zbytečným prostojeům a prodlevám. Je také patrné, že většina dobrovolníků jsou nebo byli dříve závodnicemi a tak mohou využívat své zkušenosti při přípravě i během celého závodu.

Přítomnost observera na závodech synchronizovaného plavání je pro organizaci závodu velmi přínosná z hlediska prestiže a účasti na závodech. Právě jeho přítomnost na závodu Christmas Prize ovlivňuje i velký zájem českých a zahraničních klubů či dokonce reprezentantek v synchronizovaném plavání. Dalším pozitivem hodnocení observerem je, že motivuje rozhodčí k lepším výkonům při rozhodování sestav či

povinných figur. Rozhodčí dostávají zpětnou vazbu, jak rozhodovali. Pokud jsou zařazeni v mezinárodní listině, tak toto hodnocení ovlivňuje jejich začlenění do určité kategorie, například na OH a MS mohou rozhodovat jen rozhodčí nejvyšší kategorie A.

7 NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ KVALITY CHRISTMAS PRIZE

Po popisné analýze, vyhodnocení elektronického dotazování a neformálního rozhovoru s ředitelkou soutěže jsem se snažila najít a identifikovat problémy, které souvisí s organizací, ale i s celým závodem. Proto bych se v této kapitole chtěla zaměřit na jejich eliminaci a tím zlepšení celého závodu.

7.1 Sponzoři

Podle analýzy přes velkou snahu organizátorů, patří spolupráce se sponzory za nejhorší z celého závodu. V analýze jsem zjistila, že Christmas Prize 2012 měla pouze jednoho sponzora, který přispěl věcnými cenami. Pokud by se povedlo sehnat nějaké sponzory na akci, došlo by zlepšení finančních podmínek a mohlo by dojít k lepšímu zajištění závodu.

Pro získání sponzorů na příští ročník Christmas Prize by klubu mohlo pomoci sestavení sponzorských balíčků. Vytvořila jsem tři typy balíčků, které by SK Neptun Praha mohl využít. Pokud by se spolupráce vydařila, mohlo by z toho vzniknout i dlouhodobější sponzorování. Pro přehlednost nabídek pro sponzory jsem vytvořila tabulku č. 3.

Tab. č. 3: Sponzorské balíčky

Název balíčku/ Obsah balíčku	Generální sponzor akce	Velký sponzorský balíček	Malý sponzorský balíček
titul generální sponzor akce	ano	ne	ne
ohlášení sponzora po začátku, v průběhu i na konci závodu	ano	ano	ano
ohlášení sponzora během vyhlašování vítězů	ano	ne	ne
logo firmy na plakátu akce	ano	ano	ano
logo firmy na tričkách pro organizátory a rozhodčí	ano	ne	ne
umístění reklamních panelů na bazénu	ano	ano	ano
umístění reklamních panelů v šatně	ano	ne	ne

umístění reklamních panelů ve vestibulu haly	ano	ano	ne
uvedení sponzora na všech písemných materiálech	ano	ne	ne
umístění názvu a loga firmy na webových stránkách	ano	ano	ano
logo firmy na webových stránkách s odkazem na sponzora	ano	ano	ne
vstupenky na závěrečný večírek (pokud se uskuteční)	ano, 6ks	ano, 4ks	ne
cena balíčku	nejdražší	střední	nejlevnější

7.2 Změna lokality

Toto téma je v celé historii Christmas Prize velice diskutované. Pořádající klub SK Neptun Praha má na bazénu v Hloubětíně již mnoho let své zázemí. Z výsledků je ale jasně patrné, že právě bazén je nevyhovující. Podle respondentů by mělo dojít k přesunu na větší bazén, který by byl schopen svojí kapacitou pojmout jak všechny účastníky závodu, tak i diváky.

Nyní probíhají jednání s majiteli nově otevřeného Aquacentra Šutka v Praze 8, které by svou kapacitou odpovídalo počtu závodnic. Jeho hloubka také není optimální, ale pro takovéto závody se zdá vhodnější než hloubka v bazénu v Hloubětíně. Jedná se o zcela nově postavený areál s 50metrovým bazénem a akvaparkem, takže pronájem na celý víkend se vyšplhá na mnohem vyšší částku než dosud a to by se muselo promítnout do zvýšeného startovného. Podle názorů z klubů není malé a nemělo by se zvyšovat. Vše je zatím ve fázi jednání a o místě konání se rozhodne na konci června. Záležet bude především na finanční situaci klubu a nabídce ze strany Aquacentra Šutka.

Dle mého názoru by byl přesun na větší bazén pro Christmas Prize jedině přínosem a závod by se tím zkvalitnil. Nemuselo by docházet k rozdělování většiny rozplaveb, čím by se ušetřil čas a časový rozvrh by nebyl tak uspěchaný. Rovněž by byla možnost prodloužení závodu, alespoň od pátku od rána. Mohlo by také dojít ke zlepšení podmínek pro trénink zahraničních závodnic. Na bazénu v Hloubětíně bohužel není možné prodloužit závody a ani zajistit větší počet tréninkových hodin. Bazén je vyhrazen pro školní výuku, kterou není možné kvůli závodu zrušit.

7.3 Rozhodčí

Jako další největší nedostatek závodu Christmas Prize se ukázal problém s rozhodčími. Po celou dobu závodu se řešil problém s dochvilností, ale i se samotným rozhodováním. Podle výsledků z elektronického dotazování zde docházelo k občasnému opisování známek, nespravedlivému a nesprávnému rozhodování.

Tento problém se dá vyřešit pouze tak, že závodu se jako rozhodčí budou moci zúčastnit pouze ti, kteří budou mít jakoukoli LEN nebo FINA kvalifikaci. Bohužel těchto rozhodčích není mnoho a tak se může stát, že jich na závody nepřijede dostatečný počet.

Pro zlepšení kvality rozhodování by bylo dobré do příštích let zajistit umpiry. Popřípadě sehnat nějaké podstavce, které by umožnily rozhodčí posadit na vyvýšené místo, aby měli větší přehled, který umožní lepší kvalitu rozhodování.

7.4 Závěrečný večírek a prohlídka Prahy

Respondenti v dotaznících uváděli, že jim chybí nějaká společenská akce na konci nebo v průběhu závodu. Proto jsem vytvořila návrhy na společenské akce, které by se mohly konat po skončení závodu popřípadě druhý den.

- Závěrečný večírek na parníku - zde je opět problém s financemi, neboť pronajmutí parníku nepatří k nejlevnějším, proto by musel být na závěrečný večírek vybírán vstup.
- Závěrečný večírek v tělocvičně - toto je nejlevnější varianta společenské akce, která by se konala na bazénu v prostorách tělocvičny, připraven by byl závěrečný raut, docházelo by zde k výměně dárků a k seznamování všech účastníků.
- Závěrečný večírek v například hudebním klubu - tato varianta by byla dle mého názoru vítána mezi mladšími účastníky, ale starší účastníky by moc nepotěšila, jediné výhody jsou finanční nenáročnost a možnost objednání rautu.

Velmi časté jsou i dotazy ohledně prohlídky Prahy s průvodcem. Tuto akci by pořadatel mohl připravit na pondělí po závodu. Byla by určena především pro

zahraniční účastníky, ale samozřejmě by se mohly zúčastnit i české závodnice. Tato prohlídka by se musela předem závazně objednat a zaplatit, neboť by se akce objednávala u profesionální firmy.

7.5 Administrativa

Posílání pozvánek

Při analýze jsem zjistila, že jsou dvě kola posílání pozvánek. V prvním případě pozvánky odchází z ČSPS a i z klubu SK Neptun Praha, ale v druhém kole jsou posílány jen prostřednictvím ČSPS. V příštím ročníku bych určitě doporučila, aby v druhém kole posílal pozvánky i klub přímo do oddílů, protože komunikace přímo mezi kluby je jednodušší a efektivnější.

Zvýšení startovného

Startovné bylo pro zahraniční kluby 750,- Kč a pro české pouze 350,- Kč. Sekce synchronizovaného plavání určila tuto částku jako nejvyšší možný poplatek, který může být vybírán od českých závodnic. Rozdíl mezi těmito poplatky je dorovnáván příspěvkem od ČSPS ve výši 10 000,- Kč.

Ve srovnání s ostatními závody jak v České republice, tak v zahraničí prostor na zvyšování ceny pro zahraniční kluby moc velký není. Při srovnání kvality soutěží, náročnosti na organizaci a časových požadavků s dalšími závody na našem území, si myslím, že by měl být příspěvek od ČSPS vyšší než 10 000,- Kč nebo by se měla hranice startovného pro české kluby posunout.

Pro přehlednost uvádím příjem ze startovného od českých klubů, když platí 350,- Kč a kolik by klub dostal, kdyby se zvýšilo na 550,- Kč a na 750,- Kč. Přihlášených bylo 58 závodnic z České republiky (bez závodnic z domácího klubu, které startovné neplatí).

1. $58 \times 350 = 20\,300,-$ Kč
2. $58 \times 550 = 31\,900,-$ Kč
3. $58 \times 750 = 43\,500,-$ Kč

Po navýšení startovného o 200,- Kč by došlo k nárůstu o více než 10 000,- Kč, to už není zanedbatelná částka. Otázkou však zůstává, zda by všechny závodnice přijely, pokud by k tomuto navýšení došlo.

Rozdělení registrace

Jelikož většina zahraničních výprav je přítomna již na čtvrtěčném oficiálním tréninku, bylo by dobré rozdělit registraci, která se konala pouze v pátek odpoledne i na čtvrtek večer. Předěje se tak zbytečným frontám a chaosu, který u registrace tam bývá.

8 ZÁVĚR

O závodě Christmas Prize 2012 se dá říct, že byl velmi kvalitně zorganizován. Při přípravě ani v průběhu, se nevyskytly nějaké zásadní problémy, které by ohrozily jeho chod. Závod byl takto ohodnocen i kluby, které se ho zúčastnily, což mi potvrdila i ředitelka soutěže. I z vlastního pozorování a popisné analýzy vyplynulo, že se jednalo o velmi dobrou práci celého organizačního týmu. Samozřejmě vždy je co zlepšovat a určitě by bylo dobré se vyvarovat v příštích letech chyb, které byly zjištěny pomocí výzkumu.

Jako největší slabinu bych viděla finanční stránku celé soutěže. Hlavní nedostatek je především v chybějících sponzorech. Z interních materiálů SK Neptun Praha jsem zjistila, že závod byl po finanční stránce ztrátový a klub musel doplácet ze svých vlastních zdrojů. Pokud by se díky sponzorským balíčků podařilo získat další finance, mohlo by dojít k přesunu na větší bazén, kde by bylo možné získat další hodiny jak pro samotný závod, tak i pro trénink před ním. Po zlepšení finanční situace by také mohlo dojít k větší propagaci závodu, k zajištění televizního přenosu a k organizaci závěrečného večírku, ten závodě citelně chybí.

Závod těží z velmi dobré pověsti a tradice, kterou si budoval mnoho let za pomoci desítek, možná i stovek dobrovolníků. Velmi dobrým počinem se ukázalo jeho zařazení do kalendáře LEN. Tím se dostal do povědomí všech plaveckých federací a klubů synchronizovaného plavání, neboť tento dokument je veřejně přístupný. Letos se bude v termínu 6. - 8. 2013 konat 32. ročník a již v této době se o něj zajímá několik zahraničních klubů. Na jeho přípravě se již nyní usilovně pracuje.

Bakalářská práce bude přínosná především pro organizátory závodu Christmas Prize v příštích letech. Práce obsahuje celkovou analýzu organizace, vyhodnocení výzkumu a návrhy na zlepšení do dalších let. Rovněž mohou práci využít všichni pořadatelé závodů v synchronizovaném plavání, jako stručný návod toho, co vše je třeba zařídit a připravit. Umožní jim také vyvarovat se zbytečných chyb.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. AMA. *American marketing association* [online]. [cit. 2013-03-03]. Dostupné z: <http://www.marketingpower.com/AboutAMA/Pages/DefinitionofMarketing.aspx>
2. BĚLOHLÁVEK, František, Pavol KOŠŤAN a Oldřich ŠULEŘ. *Management*. Vyd. 1. Olomouc: Rubico, 2001, 642 s. ISBN 80-858-3945-8.
3. ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management a marketing sportu*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2009, 225 s. ISBN 978-80-7376-150-9.
4. ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management sportu*. Praha: East West Publishing Company, 2000, 172 s. ISBN 80-721-9010-5.
5. ČESKÝ SVAZ PLAVECKÝCH SPORTŮ. *Pravidla synchronizovaného plavání*. Praha: ČSPS, 2009.
6. DAŇHELOVÁ, Šárka. *Sportovní marketing*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2005, 72 s. ISBN 80-210-3901-9.
7. DONNELLY, James H, James L GIBSON a John M IVANCEVICH. *Management*. Vyd. 1. Praha: Grada, 1997, 821 s. ISBN 80-716-9422-3.
8. FEDERATION INTERNATIONALE DE NATATION. *FINA Handbook 2009-2013*. FINA office, 2009.
9. HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2005, 407 s. ISBN 80-736-7040-2.
10. HORÁKOVÁ, Iveta. *Marketing v současné světové praxi*. Praha: Grada, 1992, 364 s. ISBN 80-854-2483-5.
11. KOTLER, Philip. *Marketing management*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
12. PESLOVÁ, Eva. Synchronizované plavání. In KOVAŘOVIC, Karel, Ivana FELGROVÁ a Eva PESLOVÁ. *Plavání: plavecké sporty a plavání ve vícebojích*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2009, str 34-50. ISBN 978-802-4617-466.
13. MULLIN, Bernard James, Stephen HARDY a William Anthony SUTTON. *Sport marketing*. 2nd ed. Champaign, IL: Human Kinetics, c2000, xiv, 441 p. ISBN 08-801-1877-6.

14. NOVOTNÝ, Jiří. *Ekonomika sportu*. 1. vyd. 2000, 263 s. ISBN 80-858-6668-4.
15. PAYNE, Adrian. *Marketing služeb*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 1996, 247 s. ISBN 80-716-9276-X.
16. SK Neptun Praha. [online]. [cit. 2013-03-05]. Dostupné z: <http://www.skneptun.cz>
17. SOLOMON, Jerry. *An insider's guide to managing sporting events*. Champaign, IL: Human Kinetics, c2002, xx, 211 p. ISBN 07-360-3108-1.
18. STRAUSS, Anselm a Juliet CORBINOVÁ. *Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky metody zakotvené teorie* Přel. S. Ježek. 1.vyd. Boskovice: Albert, 1999, 196 s. ISBN 80-858-3460-X.
19. SVOZILOVÁ, Alena. *Projektový management*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 353 s. ISBN 80-247-1501-5.
20. ŠULEŘ, Oldřich. *Manažerské techniky*. 1. vyd. Olomouc: Rubico, 1995, 225 s. ISBN 80-858-3906-7.
21. VYSEKALOVÁ, Jitka. *Psychologie reklamy*. 3. rozšířené vydání. Praha: Grada, 2007. 293 s. ISBN 978-80-247-2196-5
22. WEIHRICH, Heinz a Harold KOONTZ. *Management: a global perspective*. 10th ed. New York: McGraw-Hill, 1993, xxxvi, 744 s. ISBN 00-706-9170-3.

PŘÍLOHY

Příloha č. 1.: Dotazník v českém jazyce

Příloha č. 2.: Dotazník v anglickém jazyce

Příloha č. 3.: Seznam klubů zúčastněných na Christmas Prize 2012

Příloha č. 4.: Plakát Christmas Prize 2012 v anglickém jazyce