

Univerzita Palackého v Olomouci

Fakulta tělesné kultury

KONCEPCE ROZVOJE TJ SOKOL VELKÝ TÝNEC

—

ODDÍLU MODERNÍ GYMNASTIKY

Bakalářská práce

Autor: Denisa Řezníková, Management sportu a trenérství

Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Jiří Skoumal, Ph.D.

Olomouc 2015

BIBLIOGRAFICKÁ IDENTIFIKACE

Jméno a příjmení autora: Denisa Řezníková

Název bakalářské práce: Koncepce rozvoje TJ Sokol Velký Týnec – oddílu moderní gymnastiky

Pracoviště: Katedra rekreologie

Vedoucí: Mgr. Jiří Skoumal, Ph.D.

Rok obhajoby: 2015

Abstrakt:

Bakalářská práce se zabývá koncepcí rozvoje TJ Sokol Velký Týnec – oddílu moderní gymnastiky. Teoretická část zahrnuje syntézu poznatků, která uvádí do problematiky estetické skupinové gymnastiky, jejího historického vývoje, zastřešujících orgánů, soutěží a jejich pravidel. Dále je zde řešena problematika neziskových organizací, sportovního managementu a marketingu. Praktická část je zaměřena na situační analýzu a SWOT analýzu oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec. Součástí je i dotazníkové šetření u členek oddílu a jeho vyhodnocení, na jehož základě je pak v závěrečné části práce navržena koncepce rozvoje tohoto oddílu.

Klíčová slova: estetická skupinová gymnastika, nezisková organizace, občanské sdružení, management, marketing, marketingový mix

Souhlasím s půjčováním bakalářské práce v rámci knihovních služeb.

BIBLIOGRAPHICAL IDENTIFICATION

Author's first name and surname: Denisa Řezníková

Title of the thesis: The conception of development of TJ Sokol Velký Týnec – the rhythmic gymnastics club

Department: Department of Recreationology

Supervisor: Mgr. Jiří Skoumal, Ph.D.

The year of presentation: 2015

Abstract:

The bachelor thesis deals with the conception of development of TJ Sokol Velký Týnec – the rhythmic gymnastics club. The theoretical part consists of a synthesis of findings, which introduces the issue of aesthetic group gymnastics, its historical development, umbrella organizations, competitions and their rules. The issues of non-profit institutions, sport management and marketing are also covered. The practical part is focused on a situation analysis and a SWOT analysis of the rhythmic gymnastics club in TJ Sokol Velký Týnec. This part includes a questionnaire survey taken among the members of the club, and its evaluation which leads to the final part of the thesis, where a conception of development of the said club is suggested.

Keywords: aesthetic group gymnastics, non-profit institution, civic association, management, marketing, marketing mix

I agree the thesis paper to be lent within the library service.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně s odbornou pomocí Mgr. Jiřího Skoumala, Ph.D., uvedla všechny použité literární a odborné zdroje a řídila se zásadami vědecké etiky.

V Olomouci dne 30. dubna 2015

Denisa Řezníková

Děkuji vedoucímu bakalářské práce Mgr. Jiřímu Skoumalovi, Ph.D. za odborné vedení mé práce, cenné rady a věcné připomínky. Dále bych chtěla poděkovat vedení, trenérům a členkám oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec za spolupráci při získávání údajů potřebných pro zpracování této bakalářské práce.

OBSAH

ÚVOD.....	8
1 SYNTÉZA POZNATKŮ.....	9
1.1 Charakteristika sportu	9
1.2 Historie estetické skupinové gymnastiky.....	10
1.2.1 Historický vývoj ve světě	10
1.2.2 Historický vývoj v České republice	11
1.3 Zastřešující orgány	12
1.3.1 Mezinárodní federace estetické skupinové gymnastiky.....	12
1.3.2 Český svaz estetické skupinové gymnastiky.....	13
1.4 Soutěže	18
1.5 Pravidla soutěže	18
1.5.1 Dětská pravidla ESG	19
1.5.2 Mezinárodní pravidla ESG.....	19
1.6 Nestátní neziskové organizace	20
1.6.1 Spolky.....	21
1.7 Management.....	22
1.7.1 Sportovní management.....	23
1.7.2 Strategické řízení.....	23
1.8 Marketing	25
1.8.1 Marketing sportu	26
1.8.2 Strategický marketing.....	27
2 CÍLE A ÚKOLY PRÁCE.....	31
3 METODIKA	32
3.1 Metody	32

3.2	Techniky.....	32
3.2.1	Situační analýza.....	32
3.2.2	Anketa	32
3.2.3	SWOT analýza	33
4	INTERPRETACE VÝSLEDKŮ	35
4.1	Analýza současného stavu.....	35
4.2	Vyhodnocení dotazníkového šetření	39
4.3	Výsledky SWOT analýzy.....	52
5	NÁVRH KONCEPCE ROZVOJE ODDÍLU MODERNÍ GYMNASTIKY TJ SOKOL VELKÝ TÝNEC.....	54
5.1	Vymezení strategických oblastí rozvoje a jejich cílů.....	54
5.2	Návrh koncepce rozvoje jednotlivých oblastí	56
6	DISKUZE	60
	ZÁVĚR	61
	SOUHRN	62
	SUMMARY	63
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	64
	SEZNAM ZKRATEK	67
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	68
	SEZNAM TABULEK	69
	SEZNAM PŘÍLOH.....	70

ÚVOD

Oddíl moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec je spolu s oddílem kopané a oddílem volejbalu jednou ze tří složek Tělovýchovné jednoty Sokol Velký Týnec (dále jen TJ Sokol Velký Týnec). Předmětem činnosti tohoto oddílu se může zdát moderní gymnastika, což vyplývá ze samotného názvu oddílu. A v minulosti tomu také tak bylo. Moderní gymnastice se oddíl výhradně věnoval od svého založení v roce 1972 až do počátku nového tisíciletí, bezmála tedy třicet let. V současné době se jí však věnuje jen minimálně. Po roce 2000 se v České republice objevilo nové sportovní odvětví - estetická skupinová gymnastika, která se v průběhu let stala stěžejní soutěžní disciplínou oddílu. Estetická skupinová gymnastika rozvíjí u dívek koordinaci těla, tvořivost a ladnost pohybu a je prováděna na vysoce esteticko – koordinační úrovni.

V České republice existuje několik oddílů estetické skupinové gymnastiky, které potřebují dostat tuto sportovní disciplínu i samotné gymnastické oddíly více do povědomí lidí a zaznamenat v estetické skupinové gymnastice větší nábor dívek. Základem úspěchu všech těchto oddílů jakožto nestátních neziskových organizací je jejich správné fungování, které zahrnuje efektivní plánování, marketing a management. To vyžaduje odborné vedení těchto klubů na základě strategického řízení. Neefektivní řízení způsobuje ztrátu smysluplnosti vykonávané práce a zapříčiňuje, že není plně využito potenciálu vybraného klubu. Proto je nezbytné problematiku rozvoje neziskových organizací řešit.

Vzhledem k tomu, že jsem byla v minulosti sama závodnicí, trenérkou a nyní i rozhodčí oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec, rozhodla jsem se ve své práci zpracovat koncepci rozvoje právě tohoto oddílu. Navržená koncepce bude vycházet ze syntézy poznatků o daném sportu a o řízení oddílů jako takovém, dále pak ze situační analýzy klubu, SWOT analýzy a z dotazníkového šetření u současných členek. Výsledky práce a navrženou koncepci rozvoje může vedení oddílu využít k posunutí řízení své činnosti efektivnějším směrem a ke zkvalitnění svých nabízených služeb.

1 SYNTÉZA POZNATKŮ

Pro zpracování dané problematiky této bakalářské práce bylo nutné nastudovat materiály, které s problematikou strategického rozvoje a řízení oddílů a s problematikou vybraného sportovního odvětví seznamují a přibližují ji. Níže uvedené podkapitoly uvádějí výčet oblastí a pojmů, které jsou pro zpracování daného téma stěžejní a jejichž pochopení je důležitým faktorem pro vytvoření koncepce rozvoje daného sportovního oddílu.

1.1 Charakteristika sportu

Estetická skupinová gymnastika (dále jen ESG) je nově vzniklou sportovní disciplínou, jejíž kořeny sahají do Finska. Jedná se o soutěžní sport určený výhradně dívkám a ženám, jehož program je představován gymnastickým cvičením s hudbou uspořádaným do formy pohybové skladby. Tato pohybová skladba prosazuje taneční pojetí, emocionální prožitek, tvořivost a estetiku pohybového projevu. Kompozice skladby sestává z různorodých a všestranných prvků, kterými jsou například vlny celého těla, swingy, rovnováhy, obraty, skoky, krokové řady a zvedavé prvky. Fyzická zdatnost ve smyslu flexibility, síly, rychlosti, koordinace a schopnosti ladného pohybu je vyžadována (<http://www.ifagg.com/agg/>). Estetická skupinová gymnastika vychází částečně ze společných skladeb moderní gymnastiky a částečně z výrazového tance. Moderní gymnastika je starším sportovním odvětvím, které při posuzování technické hodnoty a hodnoty provedení klade ve srovnání s ESG mnohem větší důraz na flexibilitu páteře, ramenního a kyčelního kloubu a na fyziologické předpoklady závodnic. Estetická skupinová gymnastika naopak klade důraz na plynulost a plasticitu pohybu, přesnost provedení jednotlivých prvků a sladění pohybu s hudebním doprovodem. Základní myšlenkou tvůrců ESG bylo tedy prosazovat ženskost a ladnost tohoto sportu bez apelace na maximální kloubní pohyblivost. V moderní gymnastice se navíc cvičí s náčiním (švihadlo, obruč, míč, kužele, stuha), oproti tomu v ESG jde o společné skladby bez náčiní (<http://mgvtynec.com/ESG/indexESG.html>).

Jako každý jiný sport má i ESG velký význam pro začleňování do skupiny, a tím pádem i do společnosti. Významnou roli sehrává i fakt, že se jedná ryze o ženský sport, který umožňuje seberealizaci a participaci na kolektivním sportovním výkonu. Týmová spolupráce dívek jim nabízí vhodnou motivaci k soutěžní přípravě.

Estetická skupinová gymnastika se taktéž podílí na upevňování zdraví, jelikož se jedná o specifickou formu tělesného cvičení. Díky disciplíně, dodržování pravidel a týmové spolupráci posiluje ESG aktivní občanství. Estetická skupinová gymnastika není přímo zařazena do výchovy či vzdělávání. Ve smyslu výchovy a vzdělávání lze mluvit obecně o pojmu gymnastika, která má za úkol zlepšovat držení těla, koordinaci pohybu, zvětšovat kloubní pohyblivost a rozvíjet motivaci.

1.2 Historie estetické skupinové gymnastiky

Každý sport má svou historii, která mapuje kde, jak a proč dané sportovní odvětví vzniklo a jakým způsobem se dál rozvíjelo. I když se v případě estetické skupinové gymnastiky jedná v očích veřejnosti o velmi mladý sport, pravdou je, že má tento sport více než stoletou tradici. Níže je uveden historický vývoj této gymnastické disciplíny jak ve světě, tak v České republice.

1.2.1 Historický vývoj ve světě

Jak již bylo zmíněno, estetická skupinová gymnastika vznikla ve Finsku a poté se rozšířila do dalších severských zemí – Estonska a Dánska, kde docházelo více než sto let k jejímu rozvíjení a prosazování. Tento sport zde vznikl jako gymnastika s významným zdravotním aspektem. Od roku 1950 byly ve Finsku a Estonsku pořádány závody. V roce 1991 se konalo první národní mistrovství Finska, v roce 1996 pak hostily Helsinky první mezinárodní soutěž. Soutěže se zúčastnilo dvanáct družstev ze sedmi států světa, včetně družstva České republiky. Ve stejném roce byla ESG mezinárodně uznána jako soutěžní sport. V následujících třech letech plných úspěšných mezinárodních soutěží se zrodila myšlenka pořádání světového šampionátu. V roce 2000 se pak uskutečnilo první mistrovství světa v ESG, konající se opět ve finských Helsinkách. Od tohoto roku se mistrovství světa a světové poháry pořádaly každoročně po celém světě (Tabulka 1). Počet družstev i reprezentujících států rostl, a tím docházelo i ke zvyšování kvality a úrovně jednotlivých mistrovství. Z důvodu prosazování tohoto nově vzniklého sportovního odvětví na mezinárodní úrovni vznikla v říjnu 2003 zastřešující organizace. Tou je Mezinárodní federace estetické skupinové gymnastiky - International Federation of Aesthetic Group Gymnastics (IFAGG). Estetická skupinová gymnastika nebyla dosud

zařazena k olympijským sportům. Ze světa gymnastiky se k olympijským sportům zatím řadí pouze sportovní a moderní gymnastika (<http://www.ifagg.com/ifagg/history/>).

Tabulka 1. Přehled konaných mistrovství světa (zdroj vlastní)

Mistrovství světa	
Rok	Místo
2000	Helsinky (Finsko)
2001	Tallin (Estonsko)
2002	Praha (Česká republika)
2003	Graz (Rakousko)
2004	Sofie (Bulharsko)
2005	Kodaň (Dánsko)
2006	Tampere (Finsko)
2007	Salou (Španělsko)
2008	Toronto (Kanada)
2009	Moskva (Rusko)
2010	Varna (Bulharsko)
2011	Tartu (Estonsko)
2012	Cartagena (Španělsko)
2013	Lahti (Finsko)
2014	Moskva (Rusko)
2015	Tórshavn (Faerské ostrovy)

1.2.2 Historický vývoj v České republice

Do České republiky (dále jen ČR) se tento sport dostal zhruba před 25 lety, ale až od roku 1996 zaznamenáváme účast na mezinárodních soutěžích. V roce 1997 se v ČR konalo první mistrovství České republiky, z něhož se v následujících letech kvalifikovala vždy první tři umístěná soutěžní družstva na mezinárodní závody a od roku 2000 také na mistrovství světa (dále jen MS). Od tohoto prvního MS měla ČR na světových pohárech a světových šampionátech každoročně své zastoupení. Na MS se mohou kvalifikovat první tři umístěná družstva pouze v kategoriích juniorky a seniorky. V roce 2004 vznikl jako zastřešující organizace Český svaz estetické skupinové gymnastiky (ČS ESG), který propaguje a prosazuje zájmy české estetické skupinové gymnastiky při jednání s Mezinárodní federací estetické skupinové gymnastiky (<http://www.csesg.cz/>).

Tak jako ostatní gymnastické velmoci, stala se i Česká republika v průběhu let pořadatelským státem pro světový pohár nebo mistrovství světa. V roce 2002 pořádala ČR MS seniorek v Praze, v roce 2005 MS juniorek v Plzni a v roce 2010 MS juniorek a zároveň světový pohár seniorek v Brně.

1.3 Zastřešující orgány

Estetická skupinová gymnastika má v České republice i ve světě své zastřešující organizace. Základním úkolem těchto orgánů je vytváření podmínek pro činnost oddílů ESG, vzdělávání trenérek a rozhodčích, organizování národních nebo mezinárodních soutěží a jejich vzájemná spolupráce. Následující podkapitoly uvádí popis a organizační strukturu těchto zastřešujících orgánů.

1.3.1 Mezinárodní federace estetické skupinové gymnastiky

Celosvětovou organizací, která zaštiťuje estetickou skupinovou gymnastiku, je Mezinárodní federace estetické skupinové gymnastiky – International Federation of Aesthetic Group Gymnastics (dále jen IFAGG) se sídlem ve finských Helsinkách, který byl založen v roce 2003. Národní svazy ESG různých států jsou pak členy této mezinárodní federace. Logo IFAGG znázorňuje Obrázek 1.



Obrázek 1. Logo IFAGG (<http://www.ifagg.com/>)

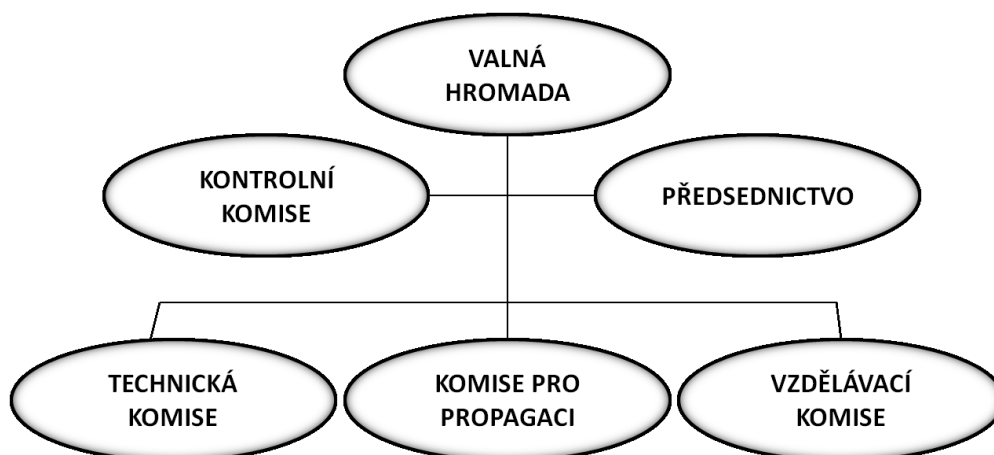
Poslání IFAGG

K úkolům IFAGG se řadí zejména (<http://www.ifagg.com/ent-montes/>):

- prosazování, podporování estetické skupinové gymnastiky,
- koordinace mezinárodních soutěží a událostí,
- schvalování pořadatelsví světových šampionátů,
- vytváření a aktualizování mezinárodní pravidel ESG,
- vytváření tréninkových materiálů a výukových programů pro trenéry a rozhodčí ESG,
- udržování vzájemných vztahů s jinými mezinárodními sportovními organizacemi a
- prezentace zájmů ESG po celém světě.

Ústřední orgány IFAGG

Do ústředních orgánů IFAGG patří valná hromada, předsednictvo, kontrolní komise, technická komise, komise pro propagaci a vzdělávací komise (Obrázek 2). Valná hromada se schází každý rok v rámci konaného mistrovství světa. Předsednictvo tvoří prezidentka, více - prezidentka a ostatní členové. Prezidentka, členové předsednictva a členové technické komise se volí každé dva roky.



Obrázek 2. Schéma organizační struktury IFAGG (zdroj vlastní)

1.3.2 Český svaz estetické skupinové gymnastiky

Zastřešujícím orgánem ESG na území ČR je Český svaz estetické skupinové gymnastiky (dále jen ČS ESG) se sídlem ve Vyškově, který byl založen v roce 2004. ČS ESG je nezávislé a demokratické občanské sdružení, způsobilé mít práva a povinnosti a s působností na celém území ČR, které vzniklo registrací na Ministerstvu vnitra České republiky (<http://www.csesg.cz/doc/Stanovy%20CS%20ESG.pdf>). Logo ČS ESG zobrazuje Obrázek 3.



Obrázek 3. Logo ČS ESG (<http://www.csesg.cz/>)

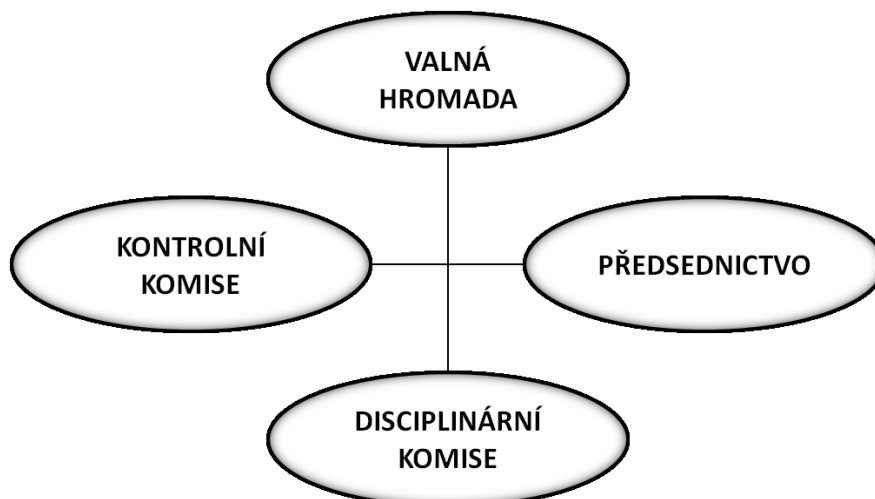
Poslání ČS ESG

Svaz zejména (<http://www.csesg.cz/doc/Stanovy%20CS%20ESG.pdf>):

- vytváří podmínky pro činnost oddílů ESG a pro státní reprezentaci ČR,
- vzdělává trenérky a rozhodčí,
- spolupracuje s dalšími organizacemi v ČR a v zahraničí,
- organizuje přebornické a mistrovské soutěže ČR a mezinárodní soutěže,
- prosazuje zájmy ESG při jednání s Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, dalšími orgány státní správy a sportovními organizacemi,
- propaguje českou ESG při jednání s organizací IFAGG,
- svaz je nositelem české státní reprezentace v ESG a
- svaz je členem IFAGG.

Ústřední orgány ČS ESG

Ústředními orgány ČS ESG jsou valná hromada, předsednictvo, kontrolní komise a disciplinární komise (Obrázek 4). Předsednictvo je tvořeno prezidentkou svazu, v jejíž působnosti je mezinárodní úsek a úsek rozhodčích, dále pak vice - prezidentkou, která má na starosti úsek ekonomický a ostatními členy předsednictva, kteří zajišťují sportovně technický úsek a propagaci. Funkční období všech ústředních orgánů je tříleté.



Obrázek 4. Schéma organizační struktury ČS ESG (zdroj vlastní)

Tato organizační struktura vychází ze stávajících stanov ČS ESG. Je však možné, že tato organizační struktura i stanovy svazu budou vzhledem k účinnosti nového občanského zákoníku změněny. S nově vzniklými spolky namísto občanských sdružení se

totiž pojí povinnost přizpůsobit stávající stanovy právní úpravě tohoto zákoníku. Tato problematika je přiblížena více v kapitole 1.6.1.

Valná hromada

Valnou hromadu (dále jen VH) svolává jednou ročně předsednictvo ČS ESG. Mohou se jí zúčastnit plnoletí členové oddílů ESG s rozhodujícím hlasem, plnoletí delegáti s rozhodujícím hlasem a členové předsednictva ČS ESG. Členové kontrolní a disciplinární komise mají pouze poradní hlas (<http://www.csesg.cz/doc/Stanovy%20CS%20ESG.pdf>).

Mezi úkoly VH patří schvalování a změny stanov, rozhodování o vstupu do národních a mezinárodních sportovních organizací, projednávání a schvalování zpráv o činnosti a hospodaření ČS ESG, schvalování plánu činností ČS ESG pro příští rok, volba prezidentky svazu, ostatních členů předsednictva a členů kontrolní a disciplinární komise v roce, kdy končí funkční období těchto orgánů a rozhodování o vyloučení členů ze svazu. Přijímat usnesení může VH v případě přítomnosti nejméně poloviny členů, delegátů s rozhodujícím hlasem, pro přijetí usnesení je potřeba souhlasu nadpoloviční většiny (<http://www.csesg.cz/doc/Stanovy%20CS%20ESG.pdf>). Způsob voleb, početní a funkční složení volených orgánů vymezuje volební řád ČS ESG (<http://www.csesg.cz/documents.html>). Průběh VH je pak určen jednacím řádem (<http://www.csesg.cz/documents.html>).

Předsednictvo

Předsednictvo svazu (dále jen PS) je statutárním orgánem svazu, který řídí ČS ESG mezi valnými hromadami a plní usnesení valných hromad. Má nejméně pět členů – prezidentku, více – prezidentku a ostatní členy. Jedná za něj prezidentka ČS ESG, která PS a také VH předsedá a svolává ho nejméně desetkrát do roka. Podepisuje také veškeré právní úkony a jménem svazu jedná navenek. Prezidentka svazu je v případě své nepřítomnosti zastoupena více – prezidentkou, ta je při své absenci zastoupena jednatelem svazu.

PS zajišťuje předkládání návrhů o hospodaření, činnosti a rozpočtu svazu, rozhoduje o registraci nebo vyloučení členů, podává návrhy o změně stanov, vytváří podmínky pro českou reprezentaci, pro kvalifikaci rozhodčích a trenérek. Dále pak pořádá mezinárodní závody a určuje výši členských příspěvků (<http://www.csesg.cz/doc/Stanovy%20CS%20ESG.pdf>).

Kontrolní komise

Kontrolní komise (dále jen KK) je nezávislým orgánem, který má nejméně tři členy, ze kterých si volí svého předsedu. Člen KK nesmí být členem PS. KK kontroluje hospodaření se jměním ČS ESG, provádí namátkové kontroly pokladen, zásob a dotačních prostředků. Zpracovává zprávy a předkládá je VH (<http://www.csesg.cz/doc/Stanovy%20CS%20ESG.pdf>).

Disciplinární komise

Disciplinární komise (dále jen DK) je nezávislý orgán, který řeší prohřešky proti pravidlům soutěžní činnosti, a který se zodpovídá VH. Ze svého středu si volí předsedu a při své činnosti postupuje podle disciplinárního řádu. DK může udělit napomenutí, důtku, zákaz činnosti nebo výkonu funkce, peněžitý trest nebo vyloučení ze svazu (<http://www.csesg.cz/documents.htm>).

Členství v ČS ESG, práva a povinnosti členů

Členy ČS ESG se mohou stát oddíly ESG se souhlasem jejich mateřské organizace nebo samostatné kluby ESG, které se do svazu přihlásí, souhlasí s jeho stanovami a uhradí registrační poplatek. Členstvím vznikají jednotlivým oddílům práva a povinnosti. Člen svazu se musí řídit stanovami, platit příspěvky a propagovat českou ESG. Na druhou stranu se pak může účastnit národních a mezinárodních soutěží, školení a seminářů, svolaných VH a vyjadřovat na nich své názory. Členství zaniká vystoupením ze svazu, vyloučením pro chování odporující dobrým mravům nebo zánikem oddílu (<http://www.csesg.cz/doc/Stanovy%20CS%20ESG.pdf>).

Organizační uspořádání ČS ESG a financování jednotlivých stupňů

ČS ESG má dva organizační stupně – oddíly ESG a samotný ČS ESG. Registrované oddíly ESG jsou vesměs organizačními články právních subjektů, kterými jsou většinou tělocvičné, tělovýchovné jednoty nebo sportovní kluby a mají svou samostatnou právní subjektivitu. Samotný ČS ESG je občanským sdružením (spolkem) fungujícím na základě stanov, které jsou pro všechny členy a orgány na všech organizačních stupních závazné (<http://www.csesg.cz/doc/Stanovy%20CS%20ESG.pdf>). Problematika občanských sdružení ve spojitosti s platností nového občanského zákoníku bude řešena dále v kapitole 1.6.1.

Mezi základní úkoly oddílů ESG patří
(<http://www.csesg.cz/doc/Stanovy%20CS%20ESG.pdf>):

- zajišťování a řízení sportovní přípravy,
- pořádání soutěží,
- příprava a výchova závodnic pro budoucí trenérskou a funkcionářskou, rozhodovací činnost,
- propagace ESG a
- zabezpečování vlastních finančních zdrojů.

Financování oddílů ESG

Hlavním zdrojem financování oddílů ESG jsou příspěvky od členek oddílů, které si může každý klub stanovit podle sebe, dále pak dotace od obcí nebo měst a materiální či finanční sponzorské dary. Sponzoři využívají pak na oplátku organizované soutěže ke svému zviditelnění formou reklamy. Všechny tyto druhy financí mohou oddíly využít například k zaplacení pronájmů tělocvičen nebo jejich vybavení (koberce, přehrávače), k ušití trikotů a společných kombinéz pro družstva, ke koupi věcných cen, medailí a pohárů při pořádání závodu nebo na propagaci v médiích. Zažádat o dotaci může oddíl i z důvodu finanční podpory v rámci reprezentace ČR na mistrovství světa.

Financování ČS ESG

Hlavním zdrojem financování ČS ESG členské příspěvky, dotace ze státního rozpočtu, ostatní dotace (obce a města), sponzorské dary, výnosy z odborné činnosti svazu a z akcí, které svaz pořádá (<http://www.csesg.cz/doc/Stanovy%20CS%20ESG.pdf>). Získané finance slouží svazu k rozvoji povědomí o ESG a k získávání nových členů tím, že přispívá na organizaci závodů nebo ESG medializuje, například prostřednictvím webových stránek.

Vzdělávání a kvalifikace

ČS ESG vzdělává trenérky, instruktory a rozhodčí, které v rámci školení získávají nové informace o pravidlech nebo se kvalifikují. Předsednictvo svazu zpracovává osnovy školení po trenérky i pro rozhodčí a organizačně a lektorsky zabezpečuje jejich vzdělávání. O přiznání kvalifikace opět rozhoduje PS. Kvalifikaci lze získat pod podmínkou členství

ve svazu, dovršení osmnácti let (instruktorky patnáct let) a složení zkoušky (<http://www.csesg.cz/documents.htm>).

Svaz zprostředkovává tyto typy kvalifikace:

- trenérka ESG,
- instruktorka ESG a
- rozhodčí ESG (mezinárodní rozhodčí – držitelka licence I, II, III IFAGG, rozhodčí I. třídy, rozhodčí II. třídy).

Doba platnosti kvalifikace je ve všech případech čtyři roky.

1.4 Soutěže

Sportovní soutěže ESG dělíme na domácí a mezinárodní. Oba tyto typy se pak dále rozdělují na pohárové a mistrovské závody. Domácí mistrovské závody a pohárové soutěže s bodovým systémem ESG Cup řídí předsednictvo ČS ESG, které pověřuje pořádáním těchto soutěží oddíly, jež jsou členy svazu. Základními dokumenty pro pořádání a řízení soutěží jsou pravidla ESG, soutěžní řád ESG, kvalifikační řád a kalendář domácích soutěží. Mezinárodní soutěže se pak řídí předpisy IFAGG. Mistrovské závody v ČR představují mistrovství ČR v kategoriích děti, juniorky a seniorky. První tři umístěná družstva v kategoriích juniorek a seniorek postupují na mistrovství světa. Pohárové soutěže s bodovým systémem ESG Cup představují sérii pohárových závodů v průběhu roku, na kterých jednotlivá družstva získávají na základě umístění určitý počet bodů, který se sčítá. Družstva v jednotlivých kategoriích s nejvyšším dosaženým počtem bodů se stávají celkovými vítězi národní soutěže. Obdobou pohárových soutěží ve světě je světový pohár, který je tvořen sérií více závodů během roku. Závodní sezóna pak vrcholí mistrovstvím světa juniorek a seniorek (<http://www.csesg.cz/documents.html>).

1.5 Pravidla soutěže

Všechny národní i mezinárodní závody, ať už mistrovské nebo pohárové, se řídí pravidly ESG. Rozlišujeme pravidla dětských kategorií a pravidla kategorií juniorek a seniorek.

1.5.1 Dětská pravidla ESG

V ČR gymnastky ESG závodí v pěti dětských věkových kategoriích. Těmito kategoriemi jsou děti 6 let a mladší, 8 let a mladší, 8 – 10 let, 10 – 12 let a 12 – 14 let. IFAGG organizuje mezinárodní pravidla pro děti ve věkových kategoriích 10 – 12 let a 12 – 14 let. Pravidla dětských kategorií 6 let a mladší, 8 let a mladší a 8 – 10 let jsou pravidly ČS ESG. Družstva ESG tvoří 6 – 14 gymnastek, přičemž náhradnice je členkou družstva. Každá závodnice může v jednom roce závodit pouze v jednom družstvu jedné věkové kategorie. Cvičí se na koberci o rozměrech 13 x 13 m. Délka soutěžního programu se pohybuje v rozmezí 1 min 15 s – 2 min 30 s a odvíjí se od věkové kategorie. Hudební doprovod může mít i zpívanou formu. Gymnastický úbor musí být jednotný. (<http://www.csesg.cz/documents.html>).

Každá dětská kategorie má předepsané povinné technické prvky, které se musí ve skladbě objevit. Jedná se o různé pohyby těla, akrobatické prvky, pohyby paží a nohou, rovnovážné pohyby, skoky a poskoky, prvky pohyblivosti, série kroků a poskoků a kombinované série rozdílných pohybových skupin. Skladbě přidávají na atraktivitě také zvedavé prvky a spolupráce mezi gymnastkami. Pravidla vymezují také zakázané prvky, které se v kompozici skladby nesmí objevit (<http://www.csesg.cz/documents.html>).

Gymnastická skladba je posuzována ze tří hledisek. Výslednou známku tvoří součet technické hodnoty, která posuzuje výskyt předepsaných prvků skladby, umělecké hodnoty, jež hodnotí správné technické provedení daného pohybu, plynulost skladby a souznění s hudebním doprovodem. Poslední je hodnota provedení, která se zaměřuje na jednotu družstva a synchronizaci pohybů. Panel rozhodčích je tvořen dvanácti rozhodčími (čtyři rozhodčí pro každou hodnotu). Nejvyšší a nejnižší známka se škrtnou a výsledná hodnota se určí jako průměr ze dvou středových známek, mezi kterými však nesmí být rozdíl větší než 0,3. V případě devítičlenného panelu rozhodčích je výsledná známka vypočítána jako průměr všech tří známek, mezi kterými nesmí být rozdíl větší než 0,4 (<http://www.csesg.cz/documents.html>).

1.5.2 Mezinárodní pravidla ESG

Nejstarší závodnice pak soutěží v kategoriích juniorky (14 – 16 let) a seniorky (16 let a více), jejichž pravidla jsou dána mezinárodními pravidly IFAGG. Družstvo tvoří 6 – 10

gymnastek, náhradnice je opět členkou družstva. Délka soutěžního programu se pohybuje v rozmezí 2 min 15 s – 2 min 45 s. I pro tyto kategorie jsou předepsány povinné prvky skladby a platí pro ně stejný způsob hodnocení a výpočtu známek ve všech třech hodnotách kompozice (<http://www.csesg.cz/documents.html>).

Mezinárodní soutěže probíhají formou semifinále a finále, do kterého postupuje vždy prvních deset družstev semifinále, ale maximálně dvě družstva z jednoho státu.

1.6 Nestátní neziskové organizace

Vzhledem k tomu, že oddíl moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec i ČS ESG jsou nestátními neziskovými organizacemi, věnuje se tato kapitola právě této problematice.

Nezisková organizace je organizací, jejímž účelem není vytvářet zisk, a která vznikla za účelem poskytování služeb. Neziskové organizace produkují kolektivní statky, které jsou využívány celými skupinami, aniž by za ně platily - veřejné statky (Čáslavová, 2009).

Šimková (2009, 10) v otázce charakteristiky neziskových organizací uvádí následující: „Jde o organizace charakteru právnické osoby, které nebyly zřízeny nebo založeny za účelem podnikání“.

Společnými znaky neziskových organizací jsou (Šimková, 2009):

- jsou právnickými osobami,
- nejsou založeny za účelem podnikání,
- nejsou založeny za účelem tvorby zisku,
- uspokojují konkrétní potřeby občanů a komunit a
- mohou, ale nemusí být financovány z veřejných rozpočtů.

Dle Čáslavové (2009) působí v ČR v oblasti tělesné výchovy (dále jen TV) a sportu ziskové i neziskové organizace. Neziskové organizace však tvoří naprostou většinu. Na rozdíl od ziskových organizací, kde pokrytí potřeb zákazníka určuje trh, je hlavním posláním neziskových organizací uspokojovat potřeby svých členů. Jako zákazník je považován člen neziskové organizace, který má svá práva a povinnosti.

V rámci neziskových organizací rozlišujeme dle nového občanského zákoníku¹ (dále jen NOZ) tyto typy organizací:

- spolky (bývalá občanská sdružení),
- obecně prospěšné společnosti,
- ústavy,
- nadace,
- nadační fondy a
- evidované právnické osoby.

Občanská sdružení (spolky) jsou samostatnými právnickými osobami a jsou nejčastější právní formou nestátních neziskových organizací. Tuto právní formu používá v ČR naprostá většina sportovních organizací působících v oblasti masového, výkonnostního a vrcholového sportu (Topinka & Stanjura, 2001).

1.6.1 Spolky

Dle Topinky a Stanjury (2001) se mohou sportovní organizace jako občanská sdružení z věcného hlediska dělit do několika typů. Takovými typy sportovní organizace jsou zastřešující sportovní asociace, samostatné sportovní asociace, sportovní kluby (tělovýchovné jednoty) a sportovní oddíly.

Oddíl moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec je občanským sdružením typu tělovýchovné jednoty. ČS ESG je pak občanským sdružením typu zastřešující sportovní organizace. Proto je níže uvedena charakteristika občanského sdružení (spolku) a jeho změny, které vyplývají z nového občanského zákoníku.

S účinností NOZ od 1. 1. 2014 dochází ke zrušení zákona o sdružování občanů (zákon č. 83/1990 Sb.), který občanská sdružení upravoval dříve a k přesunu právní úpravy občanských sdružení do NOZ (zákon č. 89/2012 Sb.). Stávající občanská sdružení jsou tedy dnem účinnosti automaticky považována za spolky. Tato transformace však neproběhne naprosto automaticky, do tří let od platnosti občanského zákoníku, tedy k 1. 1. 2017 musí spolky přizpůsobit své stanovy právní úpravě NOZ a do rejstříku spolků doplnit údaje, které nebudou automaticky překlopeny ze seznamu občanských sdružení. Do dvou

¹ Zákon č. 89/2012 Sb. občanský zákoník

let je pak potřeba upravit svůj název, který by měl obsahovat slova „*spolek*“, „*zapsaný spolek*“, nebo „*z. s.*“.

Spolek je samosprávný a dobrovolný svazek alespoň tří členů. Spolek je právnickou osobou, konkrétně korporací jako společenství osob a jako takový má právní osobnost od svého vzniku až do zániku. Na právní poměry spolku se budou doplňkově aplikovat rovněž obecná ustanovení o právnických osobách a korporacích. Všechny spolky budou zapsány do veřejného rejstříku spolků, který umožní zhlédnutí stanov spolku nebo členů statutárního orgánu. Základními znaky spolku jsou členská základna, samospráva, dobrovolnost členství a majetková nezávislost. Hlavní činností spolku je jen ochrana a uspokojování těch zájmu, k jejichž naplňování je spolek založen. Podnikání či jiná výdělečná činnost tedy hlavní činností spolku být nemůže. Zisk z činnosti spolku je možné využít pouze pro spolkovou činnost včetně správy spolku (http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/SearchResult.aspx?q=89/2012&typeLaw=zakon&what=Cislo_zakona_smlouvy).

Z výše uvedených poznatků vyplývá, že jak oddíl moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec, tak i ČS ESG změní do konce tohoto roku svůj název a to tak, že bude za názvem uvedena zkratka „*z. s.*“. Do konce příštího roku pak budou právní úpravě NOZ přizpůsobeny jejich stanovy.

1.7 Management

Pojem management odpovídá nejlépe českému termínu řízení. Problematika řízení představuje v současné době značně specializovanou činnost, bez které se žádný organizační celek neobejde. Pojem management lze chápat odlišně, může označovat řízení (označení funkce), řídicí pracovníky (skupina lidí, která tyto funkce vykonává) nebo vědní disciplínu a předmět studia (Šimková, 2009).

Šimková (2009, 39) také definuje management takto: „Management je proces plánování, organizování, personální zajištění, vedení a motivování lidí, kontroly a užití všech zdrojů organizace ke stanovení a dosažení jejích cílů“.

Definicí managementu je celá řada, avšak všechny mají společné charakteristické rysy pro management. Těmito rysy jsou (Čáslavová, 2009):

- management představuje svou obsahovou náplní značně obecnou disciplínu se širokým aplikačním záběrem,

- management je možné aplikovat na různých organizačních úrovních ve zkoumané jednotce,
- vykonavateli managementu jsou lidé a
- posláním manažerské činnosti je dosažení úspěšnosti uvažované jednotky.

1.7.1 Sportovní management

Sportovní management neboli management sportu chápeme podle Čáslavové (2000, 11) jako „způsob uceleného řízení tělovýchovných a sportovních svazů, spolků, klubů, tělovýchovných jednot, družstev, které alespoň zčásti akcentují podnikatelsky orientované chování“.

Vznik managementu v oblasti TV a sportu v ČR je zapříčiněn tím, že neprofesionální přístup v této oblasti omezuje tvorbu finančních prostředků, efektivnost finančních toků, komerční aktivity, ale i samotnou výkonnostní úroveň a vede k neefektivnímu fungování sportovních organizací. Kvalita vykonávaných manažerských funkcí je silně podmíněna stupněm profesionality sportovního manažera (Čáslavová, 2004).

Čáslavová (2009) vymezuje tři druhy sportovního manažera, a to manažer na úrovni vedení sportovní činnosti – vedoucí sportovních družstev i jednotlivců ve vyšších soutěžích či specialisté pro přípravu sportovních akcí. Dále pak manažer na úrovni řízení určitého sportovního spolku, organizace – členové výkonných výborů sportovních a tělovýchovných svazů. Třetím typem jsou manažeři v podnikatelském sektoru výroby sportovního zboží.

Mezi základní činnosti a funkce sportovního manažera pak podle Čáslavové (2004) patří strategické plánování, organizování, výběr a rozmisťování lidí, vedení lidí, komunikace, marketing, sportovní reklama, sponzoring, znalost právních norem a věcné a formální náležitosti k transferu hráčů nebo trenérů.

1.7.2 Strategické řízení

Strategické řízení (management) představuje souhrn manažerských aktivit zaměřených na definování vize, poslání a elementárních hodnot organizace, na definování dlouhodobých cílů vedoucích k naplnění vize a poslání a na definování strategií, jakými

těchto cílů dosáhneme. Proces strategického řízení zahrnuje strategickou analýzu, tvorbu strategie a její realizaci (Obrázek 5).

Vize (představa)

Šimková (2009) uvádí, že vize představuje základní orientaci organizace, tedy čím chce organizace být a kam a v jakém horizontu ve své oblasti činnosti směřuje. Vize musí být pro každého srozumitelná a hledí do budoucnosti.

Poslání (mise)

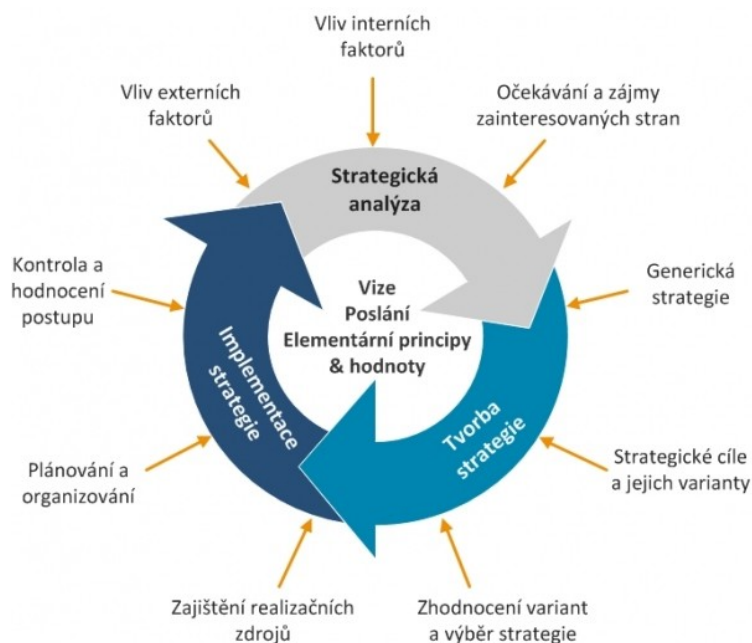
Poslání vymezuje důvod existence daného subjektu a oproti vizi má zcela konkrétní charakter. Odlišuje danou organizaci od organizací podobně zaměřených. Poslání představuje základ pro rozhodování o dlouhodobých cílech a strategiích (Šimková, 2009).

Cíle

Cíl je stav, kterého chce firma dosáhnout (Strnad & Dědková, 2004).

Strategie

O strategii Strnad a Dědková (2004) tvrdí, že je to způsob jak poslání a cílů organizace dosáhnout.



Obrázek 5. Proces strategického řízení

(<http://www.mbpconsulting.cz/upload/obrazek/zvetsena/strategicky-cyklus.jpg>)

Strategické plánování

Strategické plánování je systematické řízení organizace, zaměřené na to, aby dlouhodobě naplňovala svůj hlavní účel. Je tedy nástrojem řízení určité organizace.

Strategické plánování umožňuje dle Čáslavové (2009) tělovýchovným a sportovním organizacím promyslet si, jakým způsobem sportovní organizaci založit, definovat nejdůležitější cílové skupiny, určit krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé cíle a způsob, jakým se budou tyto cíle plnit.

Do postupu strategického plánování v podmínkách TV a sportu patří stanovení diagnózy výchozího postavení uvažované jednotky, rozbor silných a slabých stránek podnikatelské činnosti, vyjasnění konkurenční pozice, stanovení soustavy strategických cílů, stanovení celkové podnikatelské strategie a dílčích rozvojových strategií a adaptační procesy (Čáslavová, 2000).

Z každého plánu by mělo být jasné, čeho chceme dosáhnout a jak toho chceme dosáhnout (Šimková, 2009).

1.8 Marketing

„Marketing je proces řízení, který identifikuje, předjímá požadavky zákazníků a dodává efektivně a se ziskem“ (Canon, 1996, 3).

„Marketing je součástí procesu řízení, zaměřuje se na identifikaci, předvídání a uspokojování požadavků zákazníka. Z praktického pohledu znamená marketing umění nabídnout poptávané výrobky/služby ve správný čas a na správném místě, za odpovídající cenu, s účinnou reklamou a podporou prodeje těm správným zákazníkům“ (Šimková, 2009, 97).

Přestože by se podle Šimkové (2009) mohla cena v marketingové strategii neziskových organizací považovat za nedůležitou, protože je často poskytována „zdarma“ nebo jen za poplatek, vyžaduje i tak poskytování „bezplatné“ služby stejná marketingová rozhodnutí jako poskytování služby, která má za cíl vytvářet zisk.

Stejně jako u managementu se kvalita marketingu odvíjí od stupně profesionality marketéra. Autoři Kotler a Keller (2007, 42) popisují úlohu marketérů následovně: „Marketéři musí činit závažná rozhodnutí, například jaké prvky by měl mít návrh nového

výrobku, jakou cenu nabídnout spotřebitelům, kde prodávat výrobky a kolik utrácet na reklamu nebo propagaci“.

1.8.1 Marketing sportu

„Sportovní marketing je 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“ (Pitts & Stotlar, 1996, 80).

Tabulka 2 uvádí pozitiva a negativa, která TV a sportu sportovní marketing přináší.

Tabulka 2. Pozitiva a negativa marketingu v TV a sportu (Čáslavová, 2000, 68)

Pozitiva	Negativa
Ujasňuje, komu je určena nabídka TV a sportovních produktů: členům, divákům, sponzorům, státu	Finance diktují, co má TV a sport dělat
Diferencuje nabídku TV a sportovních produktů na činnosti, které mohou přinést finanční efekt a které nikoliv	Pozice financí nerespektuje TV a sportovní odbornost
Určuje proporcionalitu a prioritu dosažení cílů v rovině cílů ekonomických, sportovních, sociálních	Marketing vede ke gigantománii sportu, smluvní vázanost na sponzory omezuje svobodnou volbu
Získává doplňkové finanční zdroje, které umožňují rozvoj neziskových aktivit	Dosažení určité úrovně sportovního výkonu může vést k používání zakázaných podpůrných prostředků

Součástí sportovního marketingu sportovních klubů jsou marketingové koncepce sportovní organizace. Důvodem k vytváření těchto marketingových koncepcí je na jedné straně nutnost racionálního využívání personálních, prostorových a zejména finančních zdrojů dané organizace a na straně druhé otázka budoucího vývoje této sportovní organizace. Všechny tyto koncepce jsou orientovány na zákazníky tělovýchovných a sportovních organizací a neupřednostňují pouze zisk jako klasické marketingové strategie. Zákazníkem sportovního klubu je člen klubu, sponzor, divák či příslušný státní orgán. Celá

marketingová koncepce je pak založena a rozvíjena na základě potřeb a zájmů tohoto zákazníka (Čáslavová, 2009).

Čáslavová (2000) vymezuje tři fáze marketingové koncepce sportovní organizace, a to fázi analýzy trhu a současné situace, fázi stanovení strategických cílů a volby strategie a fázi mixu marketingových nástrojů podle zvolené strategie.

1.8.2 Strategický marketing

Strategickým marketingem rozumíme marketing, který pronikl do řídicích a rozhodovacích podnikových procesů (Horáková, 2001).

Základem strategie vývoje určité sportovní organizace je strategický marketing (případně strategické plánování). Strategický marketing operuje pouze s marketingovými cíly, které byly managementem sportovního klubu vybrány k realizaci prostřednictvím určitého trhu. Dále pak operuje s vlastní strategií, která musí být velmi přesně určena vzhledem k vytyčeným cílům a s marketingovým mixem jako realizačním nástrojem strategie (Čáslavová, 2000).

Marketingové cíle

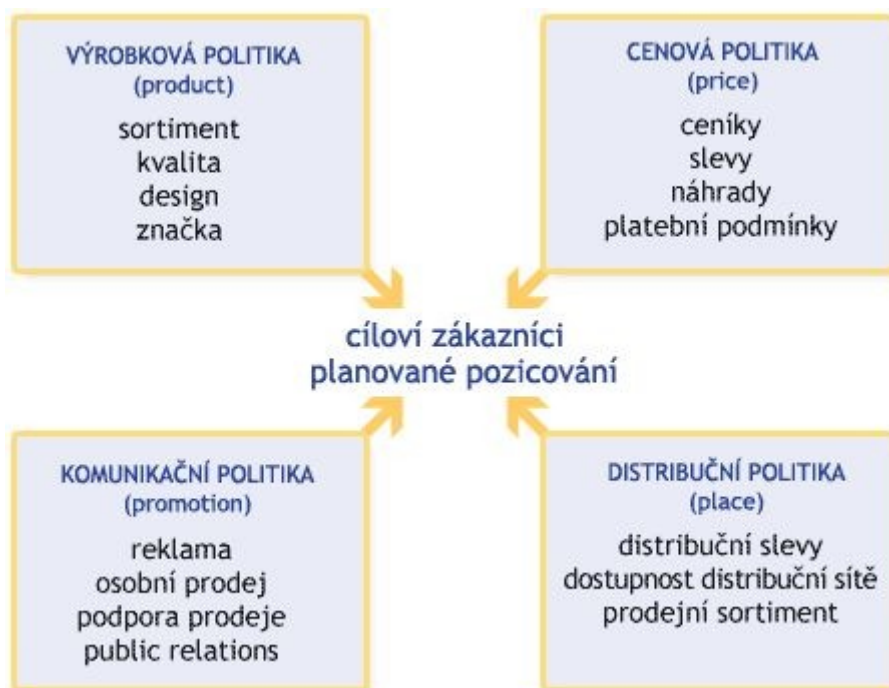
Marketingové cíle jsou kroky k zabezpečení poslání firmy. To se vytyčí jako první a pak se určují jednotlivé schůdky, které organizaci postupně ke stanovenému poslání přiblíží. Marketingové cíle by měly být (Strnad & Dědková, 2004):

- stanovené na základě poznání potřeb zákazníků,
- přesně, jasně a konkrétně vymezené,
- vhodné,
- srozumitelné,
- měřitelné v určitých časových etapách,
- reálné
- akceptovatelné
- vzájemně sladěné a
- hierarchicky uspořádané.

Marketingový mix

Marketingový mix je základní strategií marketingu a je podle Čáslavové (2009) a Šimkové (2009) souborem marketingových nástrojů, které organizace nebo firma používá k tomu, aby bylo dosaženo marketingových cílů na cílovém trhu.

Tyto nástroje rozdělujeme do čtyř základních kategorií, známých jako „4P“. Označení vychází z prvotních písmen nástrojů marketingu, a to **P**roduct – (produkt), **P**rice (cena), **P**lace (místo) a **P**romotion (propagace). Schéma marketingového mixu vyobrazuje Obrázek 6. Aby byla marketingová strategie efektivní, musí vzniknout taková kombinace těchto čtyř proměnných, která maximálně uspokojí zákazníky (Šimková, 2009).



Obrázek 6. Marketingový mix (<http://robertnemoc.com/wp-content/uploads/2005/06/marketingovy-mix-4p.jpg>)

Na marketingový mix pohlíží zákazník z pozice, jaký užitek mu přináší. Kotler (1998) uvádí tyto zákaznické užítky ve své knize (Tabulka 3).

Tabulka 3. Zákaznické užítky marketingového mixu (Kotler, 1998)

Marketingový mix	Zákaznický užitek
Produkt	Potřeby a přání zákazníka
Cena	Náklady zákazníka
Místo	Pohodlí zákazníka
Propagace	Komunikace se zákazníkem

Dle Šimkové (2009) typický neziskový marketingový mix bude klást velký důraz na výrobek nebo službu a také na obsluhu (poskytovatele služby), menší důraz pak bude kladen na cenu, reklamu a obal. Neziskové organizace většinou spoléhají při vytváření pověsti na názory sdělené ústním podáním, z toho důvodu má kvalita služby vysokou prioritu. Nízká cena nemůže v konkurenci nahradit kvalitu. Služba musí dosáhnout určité úrovně, přestože je levná nebo „zdarma“.

Produkt (výrobní politika)

Produkt je tím, co se snaží sportovní organizace nabídnout, respektive prodat. Ve sportovním odvětví je mnoho různých produktů, produktem mohou být například výrobek, služba, místa, osoby, ale i myšlenky sportovních klubů (Pitts & Stotlar, 1996). Zákazník hledá funkci a užitek produktu vzhledem ke svým potřebám a požadavkům (Čáslavová, 2009). Sportovní produkt pak Čáslavová (2009) rozděluje takto:

- základní produkty TV a sportu (tělesná cvičení, sportovní akce, turistické akce),
- produkty vázané na osobnost (sportovní výkony sportovce, výkony trenérů, reklamní vystoupení sponzorů),
- myšlenkové produkty TV a sportu (myšlenky iniciující sportovní oblast, sportovní informace šířené médii, hodnoty zážitku v TV a sportu),
- produkty v oblasti podmínek a vedlejší produkty (sportovní zařízení, vzdělání ve sportu, pojištění sportovců, doprava na soutěže, vstupenky, sponzoring, dary a podpora, propagace zboží, společenské akce) a
- klasické materiální produkty v TV a sportu (sportovní nářadí, náčiní, oblečení).

Cena (cenová politika)

Cena je mírou hodnoty výrobku a udává, jakého množství financí se musí zákazník pro získání produktu vzdát. Výzvou marketéra je určit správnou cenu pro zákazníka. Pokud si bude zákazník myslet, že je produkt nad cenou nebo pod cenou, existuje velká pravděpodobnost, že si daný produkt nezakoupí. Cena produktu může být různými způsoby manipulována. Na zákazníka psychologicky působí různé slevy a způsoby plateb, například permanentky (Pitts & Stotlar, 1996).

Šimková (2009) dodává, že cena je jediným nástrojem marketingového mixu, který tvoří příjmy organizace. Ostatní prvky mixu prostředky organizace pouze spotřebovávají.

Místo (distribuční politika)

Místo lze chápat jako místo prodeje a distribuční cesty. Jedná se o aktivity, které vyvíjí organizace, aby produkt učinila snadno dostupným (Šimková, 2009). Vyjadřuje cestu, jakou se produkt dostává z výroby až ke svému spotřebiteli. Distribuce je buď přímá, pro niž je charakteristická cesta výrobce – spotřebitel, nebo nepřímá, pro kterou je charakteristická cesta výrobce – velkoobchod – spotřebitel.

Čáslavová (2000) vysvětluje, že povaha distribučních cest záleží na druhu sportovního produktu, na typu organizace, která s produktem obchoduje a na zákazníkovi. Podstatné je určení, zda jde o hmotný nebo nehmotný sportovní produkt.

Propagace (komunikační politika)

K propagaci zaujímá Šimková (2009, 109) tento postoj: „Propagace představuje nejrůznější činnosti, které organizace rozvíjí, aby se svým produktem seznámila cílové zákazníky a přesvědčila je o koupi. Marketingový komunikační program, nazývaný také komunikační mix, obsahuje pět základních nástrojů, kterými jsou reklama, podpora prodeje, public relations, osobní prodej a přímý marketing“.

V problematice managementu a marketingu lze závěrem říci, že v oblasti TV a sportu je nezbytné pokud možno v co nejkratší době dosáhnout zvýšení kvality jejího managementu, včetně marketingových koncepcí, strategie uplatnění nástrojů a forem. Toho je možné docílit rozvíjením specializovaných složek - sportovního managementu a marketingu sportu (Čáslavová, 2009).

2 CÍLE A ÚKOLY PRÁCE

Cílem této bakalářské práce je navrhnout koncepci rozvoje TJ Sokol Velký Týnec – oddílu moderní gymnastiky.

Díličními úkoly jsou:

- syntéza poznatků z odborné literatury,
- interpretace výsledků situační analýzy oddílu, ankety u členek oddílu a SWOT analýzy oddílu,
- vymezení strategických oblastí rozvoje a jejich cílů a
- navržení koncepce rozvoje.

3 METODIKA

Metodika práce zahrnuje metody a techniky, kterých bylo při zpracování bakalářské práce užito.

3.1 Metody

Ke splnění vytyčeného cíle a dílčích úkolů této bakalářské práce byly použity tyto metody:

- historická metoda, která představuje sběr a třídění informací z odborné literatury a internetových zdrojů,
- introspektivní metoda, která se zakládá na uplatnění osobních dojmů zpracovatele, který se ve zkoumané oblasti jakožto bývalý závodník, trenér a v současné době rozhodčí TJ Sokol Velký Týnec – oddílu moderní gymnastiky pohybuje a
- analytická metoda, která spočívá v analýze a zpracování dat s cílem je rozčlenit na menší celky a hledat mezi nimi vzájemné vazby.

3.2 Techniky

Následující podkapitoly uvádí výčet a popis technik, užitých v bakalářské práci pro vytyčení oblastí rozvoje a pro navržení koncepce rozvoje oddílu.

3.2.1 Situační analýza

Situační analýza je základním krokem ke správnému zpracování strategie rozvoje. Představuje analýzu současného stavu v organizaci, která poslouží k získání co největšího množství informací, jež umožní pochopit současnou situaci v oddílu, jeho předpoklady k úspěchu a odhalit jeho nedostatky v oblasti managementu a marketingu. Při vypracování situační analýzy jsem čerpala z vlastních zkušeností z dob působení v oddílu, ostatní informace jsem pak konzultovala s vedením oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec.

3.2.2 Anketa

Dalším podkladem pro vymezení strategických oblastí rozvoje a pro následné navržení koncepce rozvoje je zpracování a vyhodnocení dat z dotazníkového šetření

(Příloha 1). Zvolila jsem kvantitativní techniku dotazníku, jehož výhodou je získání informací od většího počtu respondentů a jehož zpracování a i následné vyhodnocení je poměrně časově nenáročné.

Při konstrukci dotazníku jsem otázky volila tak, aby na sebe logicky navazovaly. První část je tvořena několika uzavřenými otázkami, které souvisí s identifikací a se základními informacemi o působení respondenta v oddílu. Druhá část je pak zaměřena na konkrétní dotazované oblasti, které jsem rozdělila do více podotázek představující jednotlivé ukazatele, které jsou hodnoceny zakroužkováním příslušné číslice na základě stanovené hodnotící stupnice. Vybranými oblastmi jsou infrastruktura, tréninkový cyklus, soutěže, marketingová činnost oddílu a prezentace oddílu na veřejnosti. Poslední část dotazníku tvoří opět uzavřené otázky z oblasti ekonomiky oddílu. Za každou zmíněnou oblastí otázek je uvedena otevřená otázka, která dává dotazovaným prostor pro další připomínky a názory.

Výzkumným vzorkem dotazníkového šetření byly členky oddílu z věkových kategorií 10 -12 let, 12 – 14 let, juniorky a seniorky. Nejmladší kategorie jsem do průzkumu nezařadila z toho důvodu, že se v oddílu věnují prozatím jen přípravě a učí se základům ESG a nespádají v současné době do závodní sekce. Z důvodu obtížnosti některých otázek jsem dívky z kategorie 10 – 12 let a 12 – 14 let poučila o tom, že jim s vyplněním dotazníku mohou pomoci jejich rodiče.

Dotazníky byly všem členkám vybraných závodních kategorií předány osobně. Dívky si mohly vzít dotazník po tréninku domů a na některý z následujících tréninků ho opět přinést.

Neodevzdané nebo neúplně vyplněné dotazníky nebyly do výzkumu zařazeny. Z platných dotazníků pak byla provedena analýza a následné vyhodnocení zjištěných informací, které dále uvádí kapitola 4.2.

3.2.3 SWOT analýza

Za účelem posouzení postavení organizace na trhu se provádí SWOT analýza. Název vychází z prvních písmen slov **S**trengths – vnitřní silné stránky, **W**eaknesses – vnitřní slabé stránky, **O**pportunities – tržní příležitosti a **T**hreats – ohrožení. Vnitřní silné a slabé stránky hodnotí analýza na základě posouzení současného stavu organizace. Na

základě posouzení vnějšího prostředí se pak hodnotí tržní příležitosti a ohrožení. Analýzu SWOT je vhodné využít při rozvíjení marketingové strategie a pomocí ní se lze zaměřit na klíčové oblasti v organizaci (Šimková, 2009). Strategický úspěch organizace spočívá v budování silných stránek organizace a v odstraňování jejích slabých stránek, dále pak ve využívání příležitostí a ve vypořádání se s hrozbami okolí.

Při zpracování SWOT analýzy jsem vycházela z poznatků získaných situační analýzou oddílu a z výsledků dotazníkového šetření. Posouzení postavení oddílu a hodnocení analýzy SWOT jsem diskutovala také s vedením oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec.

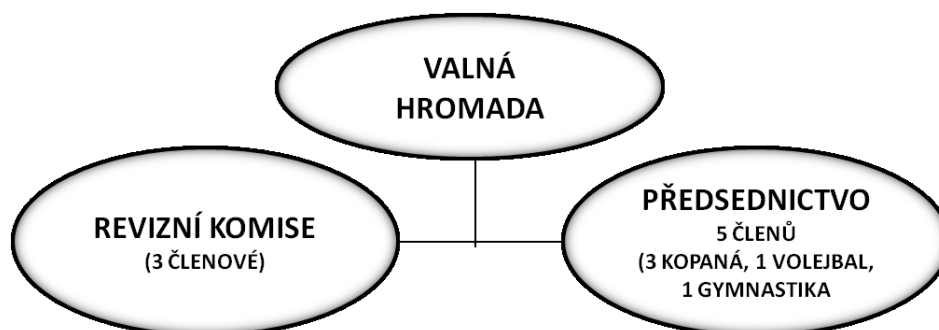
4 INTERPRETACE VÝSLEDKŮ

Pro vytyčení oblastí rozvoje a pro navržení koncepce rozvoje oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec je nejdříve důležité zhodnotit současnou situaci oddílu, dále pak vyhodnotit výsledky empirického šetření a sestavit SWOT analýzu, která poukáže na silné, slabé stránky a na příležitosti a hrozby oddílu. Všechny tyto výsledky uvádí následující podkapitoly, na jejichž základě bude pak v další kapitole navržena strategie rozvoje.

4.1 Analýza současného stavu

Prvním důležitým krokem pro tvorbu koncepce rozvoje oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec je analýza současného stavu.

Oddíl moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec spadá spolu s oddílem kopané a oddílem volejbalu pod Tělovýchovnou jednotu Sokol Velký Týnec. Tato tělovýchovná jednota je, jak již bylo dříve zmíněno občanským sdružením (nyní spolkem) se svou organizační strukturou (Obrázek 7). I ta se však může spolu se stanovami v rámci NOZ změnit.



Obrázek 7. Organizační struktura TJ Sokol Velký Týnec (zdroj vlastní)

Oddíl moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec se věnuje moderní a především estetické skupinové gymnastice. Snaží se vychovávat dobré závodnice jak ve vztahu k výkonům, tak ve smyslu fair play a soudržnosti kolektivu. Oddíl si zakládá na přátelském přístupu v oddílu a na vlídné atmosféře mezi všemi členy. Trenérkami jsou většinou bývalé závodnice, které mají určité zkušenosti, umějí pak tedy být ke svým svěřenkám empatické. Snahou oddílu je neustálé rozšiřování členské základny jak o aktivní členy, tak o členy, kteří se gymnastikou již aktivně nezabývají, nicméně zabezpečují technické zázemí pro

přípravu závodnic. V tomto smyslu se oddíl snaží o to, aby se dívky, které ukončily svou závodní kariéru i nadále věnovaly gymnastice v roli trenérek či rozhodčích.

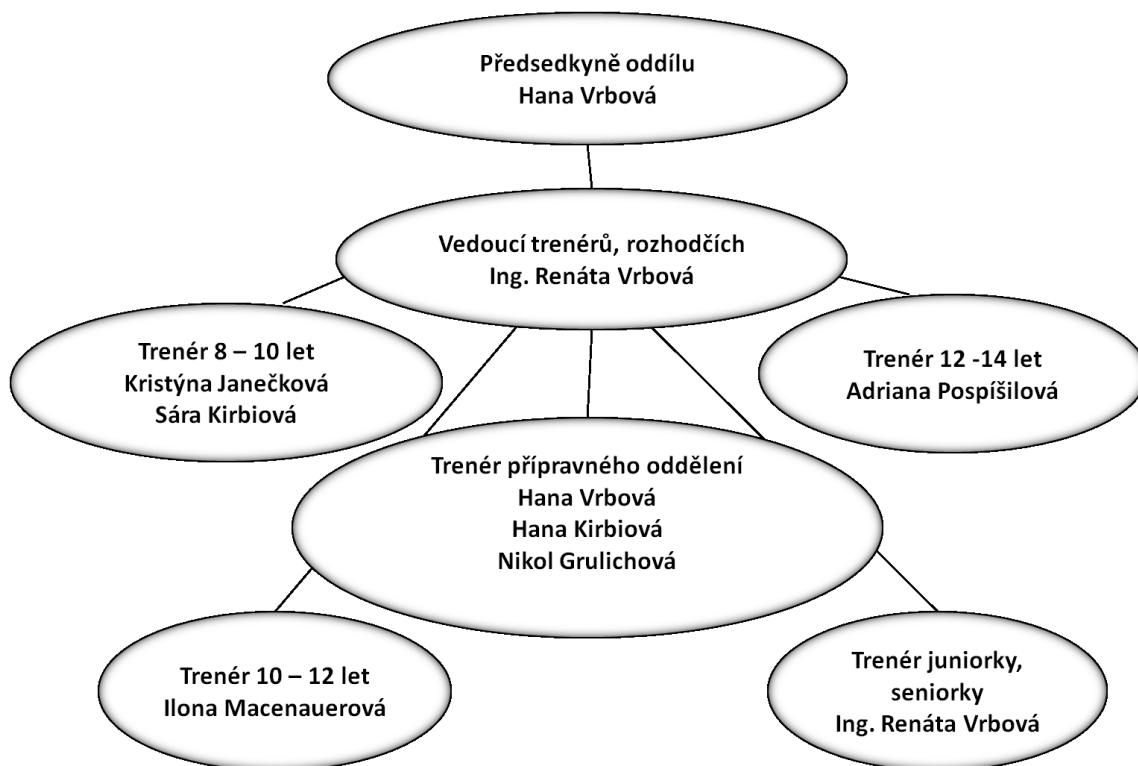
Historie oddílu

Oddíl moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec byl založen paní Hanou Vrbovou v roce 1972. Od tohoto roku až do počátku nového tisíciletí se oddíl věnoval výhradně moderní gymnastice, ať už v individuálních či společných skladbách. S příchodem nového odvětví – estetické skupinové gymnastiky se začala činnost oddílu ubírat tímto směrem. Do roku 2009 trénoval oddíl ve velmi nepříznivých podmínkách, a to ve Společenském domě, který měl k ideálním podmínkám po tréninku gymnastiky velmi daleko. Od roku 2009 pak oddíl trénuje v nové zrekonstruované hale - tělocvičně místní základní školy se šatnami a sociálním zařízením, kterou však mimo žáků školy využívají právě sportovní organizace v obci. V průběhu let se z oddílu stal nejúspěšnější oddíl ESG v ČR. První závodní družstvo, účastníci se také mistrovství ČR v ESG vzniklo v oddílu v roce 2001. Od té doby až do letošního roku nechybělo nikdy družstvo oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec na mistrovství ČR na stupních vítězů. V roce 2004 uspořádal oddíl své první mistrovství ČR v Olomouci, jelikož v obci Velký Týnec se nenachází vhodná hala pro pořádání závodů. Obě tehdejší družstva, kategorie 8 – 10 let a 12 – 14 let se stala mistry ČR. Podruhé se pořádáním této akce ujal oddíl v roce 2009, který je v historii tohoto oddílu tím vůbec nejúspěšnějším rokem. Na prvním místě ve všech závodních kategoriích se tehdy umístila všechna družstva oddílu z Velkého Týnce. Další mistrovství ČR nebo pohárové závody pořádal oddíl v letech 2011, 2012 a 2014. V letošním roce pak pořádá oddíl mistrovství ČR dětských kategorií. Mistrovství světa se družstva juniorek nebo seniorek z Velkého Týnce zúčastnila v letech 2001,2002,2005,2006,2007,2008,2009, 2010,2011,2012,2013,2014. Největšími úspěchy na mistrovstvích světa jsou v juniorské kategorii dvě sedmá místa (2008 a 2010), jedno osmé místo (2007) a tři devátá místa (2006, 2011 a 2012). I v seniorské kategorii skončilo družstvo Velkého Týnce vždy se solidním výsledkem. V letošním roce byla družstva 10 -12 let a 12 – 14 let na zatím třech konaných závodech vždy na prvním místě. Družstvo juniorek se drží na třetí příčce a družstvo seniorek je suverénně první. Obě tato družstva si v březnu na mistrovství ČR vybojovala postup na světový šampionát, který se koná v červnu na Faerských ostrovech. Ze všech předešlých poznatků vyplývá, že je oddíl moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec jedním z nejúspěšnějších oddílů ESG v ČR a dodnes se řadí v ČR ke špičce.

Charakteristika oddílu

Oddíl moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec je nestátní neziskovou organizací, která funguje na základě členských příspěvků, vlastních aktivit, dotací a zejména ze sponzorských darů. Činnost oddílu podporuje obec Velký Týnec, která se významně podílí na financování činnosti tělovýchovné jednoty. Výčet sponzorů, kteří finančně či materiálně podporovali nebo podporují činnost oddílu, uvádí Příloha 2. Cena členského příspěvku pro gymnastky závodní sekce je 200 Kč za měsíc, pro gymnastky přípravného oddělení pak příspěvek činí 1000 Kč za rok. Trenérky i rozhodčí oddílu pracují bez nároku na honorář.

Důležitým faktorem je, že oddíl ESG ve Velkém Týnci je jediným oddílem ESG v Olomouckém kraji. Základnu oddílu tvoří přibližně 60 gymnastek ve věku z rozmezí 4 – 20 let. Dle věku jsou děvčata zařazena do závodních kategorií 8 – 10 let, 10 – 12 let, 12 – 14 let, juniorky a seniorky, zbytek dívek absolvuje gymnastickou přípravu a není zařazen do závodní sekce. Dívky trénují dvakrát až třikrát týdně 2 – 3 hodiny, to se odvíjí od věku gymnastek. Před konáním soutěží se intenzita tréninků občas zvyšuje. Družstva se musejí prostřídat na třech koberecích, které jsou jim k dispozici. Pro přehrání hudebního doprovodu je pak k dispozici jeden CD přehrávač. Obsah každé tréninkové jednotky se téměř nemění. Začíná se důkladnou rozcvičkou, poté se nacvičují jednotlivé části skladeb a v závěru jednotky se pak skladby zkouší na hudební doprovod. Oddíl pořádá jednou ročně jednotýdenní letní soustředění. To se koná ve sportovní hale v Žeravicích, která disponuje ubytovací kapacitou 21 lůžek. To je vzhledem k počtu členek málo, ostatní starší dívky spí v místnosti posilovny na žínkách. Dívky zde trénují dvoufázově, 4 – 7 hodin denně dle věku dívek. Soustředěním je vždy zahájena nová závodní sezóna a další tréninkový cyklus přípravného závodního období. Soutěže se konají v rozmezí od března do června, kdy sezóna vrcholí pro dětské kategorie mistrovstvím ČR a pro kategorie juniorek a seniorek mistrovstvím světa. Kvalitní přístup v tréninkové přípravě zajišťují vyškolené trenérky I., II., a III. třídy. Trenérky jednotlivých věkových kategorií jsou uvedeny v organizační struktuře oddílu (Obrázek 8).



Obrázek 8. Organizační struktura oddílu moderní gymnastiky (zdroj vlastní)

Vzhledem k tomu, že se v současné době v oddílu pár dívek věnuje i moderní gymnastice, má oddíl také trenérky moderní gymnastiky. Těmi jsou Ing. Zdena Wertheimerová a Renata Žmolíková. Ty jsou pak ještě spolu s Ing. Renátou Vrbovou také rozhodčími MG.

Ing. Renáta Vrbová je zároveň prezidentkou ČS ESG a členkou výkonného výboru IFAGG, dá se tedy říci, že oddíl tudíž vede největší odborník v tomto odvětví na území ČR.

Rozhodčími ESG pak jsou:

- Ing. Renáta Vrbová – rozhodčí I. třídy a mezinárodní rozhodčí,
- Renata Žmolíková - rozhodčí I. třídy,
- Denisa Řezníková - rozhodčí I. třídy,
- Markéta Pernicová - rozhodčí I. třídy,
- Kateřina Pernicová - rozhodčí I. třídy,
- Ing. Zdena Wertheimerová - rozhodčí I. třídy,
- Sára Kirbiová - rozhodčí II. třídy,
- Adriana Pospíšilová - rozhodčí II. třídy,

- Marie Přidalová - rozhodčí II. třídy,
- Kristýna Janečková - rozhodčí II. třídy a
- Nikol Grulichová - rozhodčí II. třídy.

Všechny trenérky a rozhodčí se účastní pravidelných školení a seminářů.

Marketing oddílu

Oddíl se snaží své členky finančně podporovat. Dívky si nemusejí platit ušité trikoty a startovné na závodech. Za každou gymnastku, trenérku a rozhodčí pak oddíl uhradí každoročně 200 Kč, což je výše registračního poplatku ČS ESG. Na výlohy spojené s výjezdem na mezinárodní závody do zahraničí (letenky, ubytování, strava) se snaží oddíl také přispívat. Vzhledem k omezenému rozpočtu však není schopen pokrýt veškeré náklady.

Co se týče propagace, oddíl má své webové stránky, které jsou průběžně aktualizovány (www.mgvtynec.com). Oddílu však chybí profil na Facebooku nebo jiné sociální síti. Propagační letáky, brožury či prospekty s informacemi o činnosti oddílu taktéž neexistují. O výsledcích ze závodů a o činnosti oddílu vychází v Týneckých listech pravidelně články. V regionálních denících nebo novinách se však už tolik článků nepíše. V regionální TV se o oddílu zmiňují jen minimálně, a to většinou ve spojitosti s konání mistrovství ČR v ESG v Olomouci. Dříve se oddíl často prezentoval vystupováním na veřejných akcích v obci Velký Týnec a v okolí, v současné době je však četnost těchto vystoupení velmi nízká.

4.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Jak již by zmíněno dříve, empirické šetření proběhlo u členek oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec. Dotazníky byly určeny pro závodní kategorie 10 - 12 let, 12 – 14 let, juniorky a seniorky.

Dotazníky po osobním předání obdrželo 38 dívek, do vyhodnocování jich bylo však zahrnuto pouze 25. To bylo zapříčiněno buďto nenávratností dotazníků, nebo jejich neplatností. Celkovou návratnost a návratnost rozdaných dotazníků od dívek z jednotlivých kategorií uvádí Tabulka 4.

Tabulka 4. Návratnost rozdaných dotazníků (zdroj vlastní)

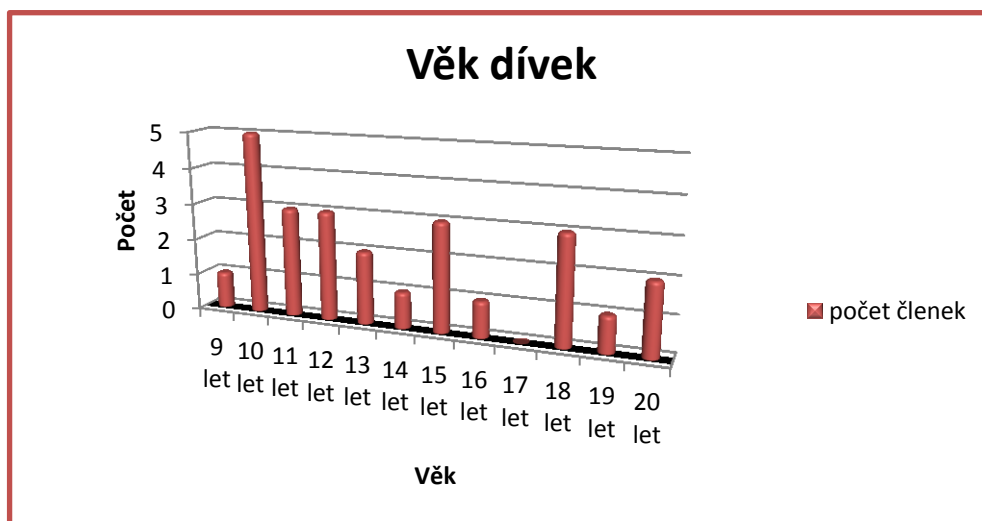
Kategorie	Rozdané dotazníky (ks)	Vrácené dotazníky (ks)	Vrácené dotazníky (%)
10 - 12 let	9	8	88,9
12 - 14 let	9	6	66,7
juniorky	11	5	45,5
seniorky	9	6	66,7
CELKEM	38	25	65,8

Z tabulky vyplývá, že nejvíce dotazníků se vrátilo od dívek z kategorie 10 – 12 let, nejméně se pak do ankety zapojila kategorie juniorek. Celková návratnost ze všech věkových kategorií činila přibližně 66%.

1. ČÁST

V první části tohoto vyhodnocení empirického šetření jsou v podobě grafů uvedeny výsledky uzavřených otázek, které souvisejí s identifikací a se základními informacemi o působení dívek v oddílu.

Věkovou skladbu dotazovaných členek znázorňuje Obrázek 9. Graf uvádí věk dívek v rozmezí mezi devíti a dvaceti lety.

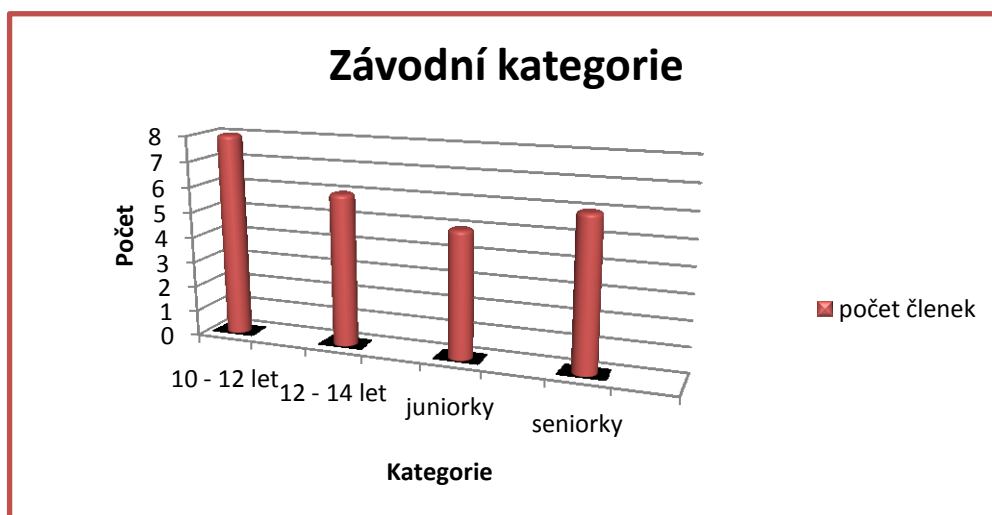


Obrázek 9. Graf věkové skladby dotazovaných dívek (zdroj vlastní)

Z grafu lze vyčíst, že největší zastoupení mezi členkami oddílu mají desetileté dívky, které v počtu pěti tvoří 20 % z celkového počtu dívek. Ve věku 11 let, 12 let, 15 let a 18 let jsou v oddílu vždy tři dívky, což představuje 48%. Dalších 16 % ze všech dívek tvoří dvě dívky ve věku 13 let a dvě dívky ve věku 20 let. Nejmenší zastoupení mezi

dívkami pak mají dívky ve věku 9 let, 14 let, 16 let a 19 let, jež tvoří 16 % z celkového počtu.

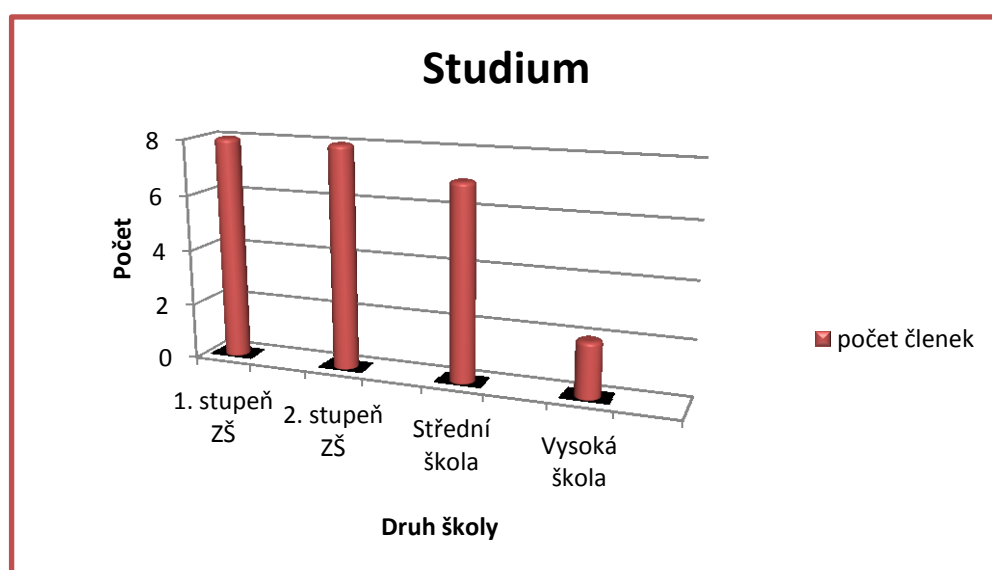
Obrázek 10 uvádí počet závodnic v jednotlivých závodních kategoriích, které jsou členěny na kategorii 10 – 12 let, 12 – 14 let, juniorky a seniorky.



Obrázek 10. Graf zastoupení dívek v jednotlivých kategoriích (zdroj vlastní)

Do kategorie 10 – 12 let patří osm dívek (32 %), v obou kategoriích 12 – 14 let a seniorky je šest dívek (48 %). Pět dívek pak spadá do kategorie juniorek (20 %).

Druh školy, kterou děvčata navštěvují, vyobrazuje Obrázek 11. Jedná se o rozlišení navštěvování prvního stupně základní školy, druhého stupně základní školy, střední školy nebo vysoké školy.



Obrázek 11. Druh studia členek oddílu (zdroj vlastní)

Shodný počet dívek navštěvuje první a druhý stupeň základní školy, a to vždy osm dívek (64 %). Sedm dívek (28 %) pak navštěvuje střední školu a dvě dívky již studují na vysoké škole (8 %).

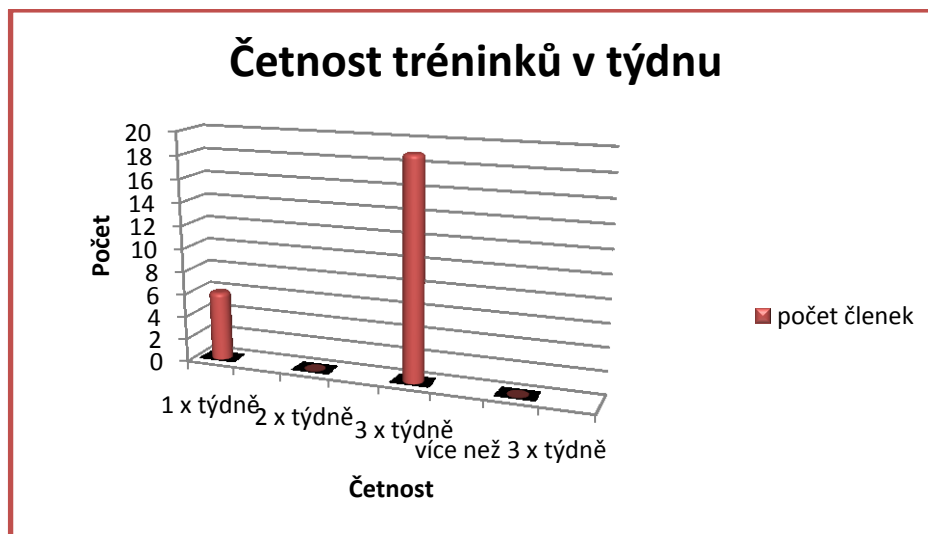
Obrázek 12 vymezuje dobu působení jednotlivých členek v gymnastice a v oddílu. Jedná se o rozdělení na skupiny dívek, které se gymnastice v oddílu věnují méně než jeden rok, 1 – 5 let, 5 – 10 let nebo více než 10 let.



Obrázek 12. Doba působení dívek ve sportu a v oddílu (zdroj vlastní)

Z grafu je zřejmé, že největší počet dívek se ESG věnuje a v oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec působí v rozmezí 5 – 10 let (12 dívek, tj. 48 %). Více než 10 let pak v oddílu působí pět dívek (20 %), v rozmezí 1 – 5 let osm dívek (32 %). V grafu je vidět, že v oddílu není žádná dívka, která by se gymnastice věnovala méně než jeden rok. To by mohlo poukazovat na to, že do oddílu nepřicházejí noví členové. Tento jev v grafu je však způsoben tím, že se dotazníkové šetření týkalo pouze dívek z kategorie 10 – 12 let a starších. Členkami oddílu jsou samozřejmě i děti mladší než deset let a úplní začátečníci, kteří se učí základům gymnastiky. Každoroční nábor představuje spoustu nových dívek, které mají o tento sport zájem. Do ankety ale tyto mladší dívky zařazeny nebyly z důvodu mála zkušeností s oddílem a prozatímního nezařazení do závodní sekce. Vzhledem k tomu, že se s gymnastikou začíná většinou v brzkém věku, odpovídá pak délka působení v oddílu úrovni závodní kategorie. Čím starší kategorie, tím delší dobu se dívka v oddílu pohybuje.

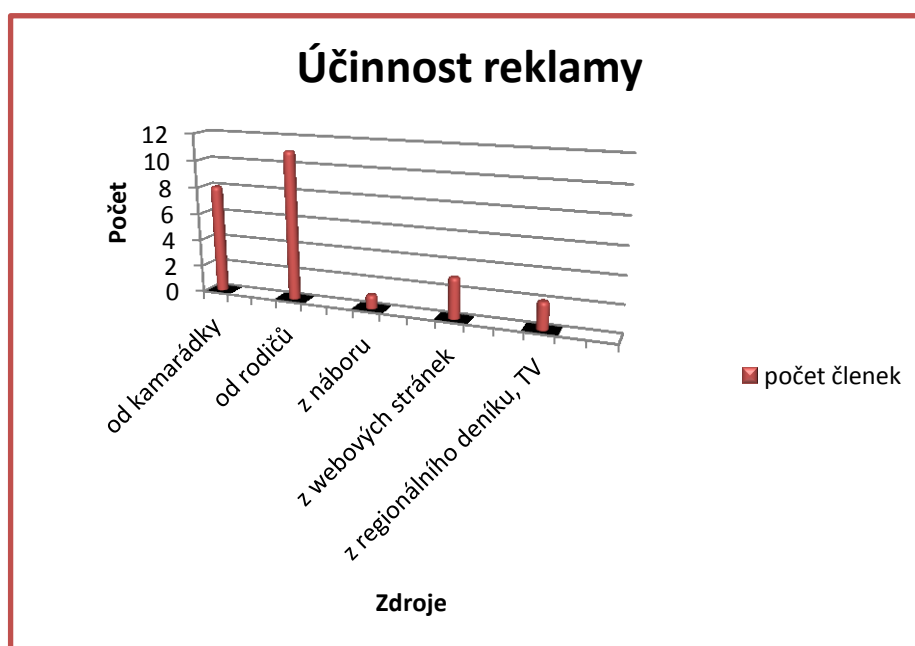
Četnost absolvovaných tréninků v týdnu, ať už jeden, dva, tři či více než tři tréninky týdně, zahrnuje Obrázek 13.



Obrázek 13. Graf četnosti tréninků v týdnu (zdroj vlastní)

Tento graf jasně poukazuje na skutečnost, že téměř všechny dívky, tedy všechny závodní kategorie trénují v průběhu týdne stejně. A to třikrát týdně (19 dívek, tj. 76 %). Tato četnost je dána potřebou kvalitní a intenzivní přípravy na soutěže. Více tréninků v týdnu bývá pouze těsně před konaným závodem. Zbýlých šest dívek (24 %) trénuje pouze jednou týdně. Jedná se o kategorii seniorek, pro které je letošní sezóna spíše odpočinkovou.

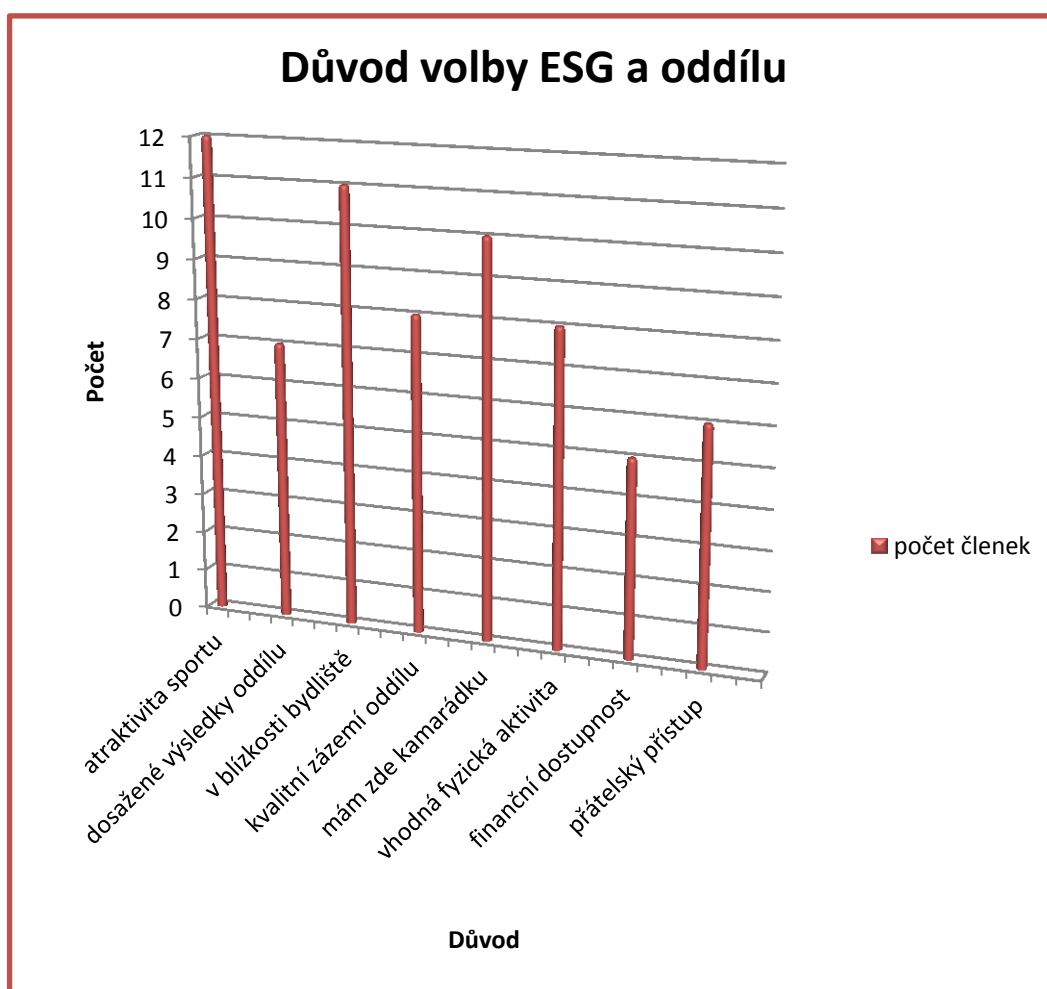
Obrázek 14 popisuje zdroj informace o oddílu, odkud se o něm dívky dozvěděly. To jistým způsobem vyjadřuje účinnost reklamy oddílu.



Obrázek 14. Účinnost reklamy oddílu (zdroj vlastní)

Graf účinnosti reklamy ukazuje, že převážná většina dívek se o oddíl dozvěděla od rodičů (11, tj. 44 %) nebo od kamarádky (8, tj. 32 %), tedy formou nějakého ústního sdělení. To může poukazovat na dobrou pověst oddílu. Pro zbylých 24 % dívek byly zdrojem informace o oddílu jeho webové stránky, články v regionálním deníku nebo v TV, nebo informace o konajícím se náboru na nástěnkách. Pro zvýšení procenta těchto zdrojů informací by se mělo vedení zaměřit na větší propagaci a reklamu svého oddílu.

Důvod volby estetické skupinové gymnastiky a oddílu moderní gymnastky TJ Sokol Velký Týnec zobrazuje Obrázek 15. V případě této otázky bylo děvčatům umožněno zatrhnout více odpovědí najednou.



Obrázek 15. Důvod volby ESG a oddílu ve Velkém Týnci (zdroj vlastní)

Na tomto grafu je vidět, že je volba daných ukazatelů poměrně vyrovnaná, žádný ukazatel se nijak extrémně nevychyluje od ostatních. Z toho vyplývá, že jsou všechny tyto vlastnosti pro oddíl velmi důležité a nezanedbatelné a oddíl by se je měl snažit udržovat či

dokonce zlepšovat. Nejčastějším důvodem volby ESG a oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec je atraktivita tohoto sportu, to lze považovat za velmi významný faktor, který podněcuje snahu dostat více tento sport do povědomí lidí. Pro dívky je dále velmi důležité, že se oddíl nachází v přijatelné vzdálenosti od jejich bydliště a také to, že mají v oddílu kamarádku. Velký počet dívek také označuje ESG za vhodnou fyzickou aktivitu a považuje zázemí oddílu za kvalitní. Nejméně častými zvolenými důvody volby byly dosažené výsledky oddílu, přátelský přístup v oddílu a finanční dostupnost. I navzdory tomu, byly tyto faktory zvoleny nezanedbatelným počtem dívek.

2. ČÁST

Druhá část výsledků dotazníkového šetření v podobě souhrnných tabulek a grafů vyhodnocuje odpovědi na podotázky v konkrétních dotazovaných oblastech, a to v oblasti infrastruktury, tréninkového cyklu, soutěží, marketingové činnosti oddílu a prezentace oddílu na veřejnosti, které byly hodnoceny na základě stanovené hodnotící stupnice v dotazníku. Ve vyhodnocení jsou rovněž zahrnuty odpovědi na každou doplňující otevřenou otázku, kterou jsem uvedla vždy za každým ze zmíněných okruhů otázek.

1 – velmi dostačující, velmi spokojena

2 – spíše dostačující, spíše spokojena

3 – jde to

4 – spíše nedostačující, spíše nespokojena

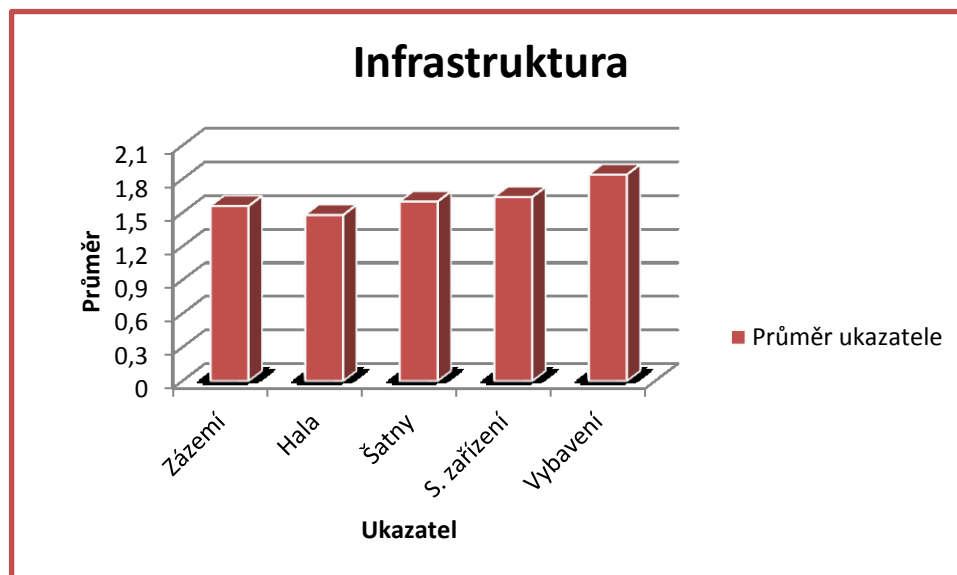
5 – nedostačující, nespokojena

Následující Tabulka 5 uvádí, kolik členek a kterou hodnotou stupnice volilo u jednotlivých ukazatelů v oblasti infrastruktury a jaký vyšel z hodnot průměr.

Tabulka 5. Hodnocení ukazatelů z oblasti infrastruktury (zdroj vlastní)

INFRASTRUKTURA							
Ukazatel	Hodnota stupnice					Průměr	Kontrola
	1	2	3	4	5		
Celkové zázemí	9	15	1	-	-	1,56	25
Hala	14	10	1	-	-	1,48	25
Šatny	12	11	2	-	-	1,6	25
Sociální zařízení	11	12	2	-	-	1,64	25
Vybavení (koberce, přehrávače)	8	13	4	-	-	1,84	25

Pro zřetelnější představu o spokojenosti s jednotlivými ukazateli je uveden graf, který znázorňuje vyšlé aritmetické průměry hodnocení u každého ze zkoumaných prvků v oblasti infrastruktury. Tento graf zobrazuje Obrázek 16.



Obrázek 16. Infrastruktura oddílu (zdroj vlastní)

Z grafu lze zjistit, že nejhorší průměrná hodnota jednoho z ukazatelů se rovná 1,84, což je vzhledem k nejhoršímu možnému průměru (5) dobrý výsledek. Průměr ostatních ukazatelů se pak pohybuje pod touto hodnotou, z čehož lze vyvodit závěr, že je celá oblast infrastruktury oddílu hodnocena velice kladně. Tím nejhůře hodnoceným ukazatelem je vybavení (koberce, hudební přehrávače). Následuje sociální zařízení a šatny. Nejspokojenější jsou dívky se samotnou tréninkovou halou. Hodnocení celkového zázemí se pak pochopitelně odvíjí od dílčích částí tohoto zázemí.

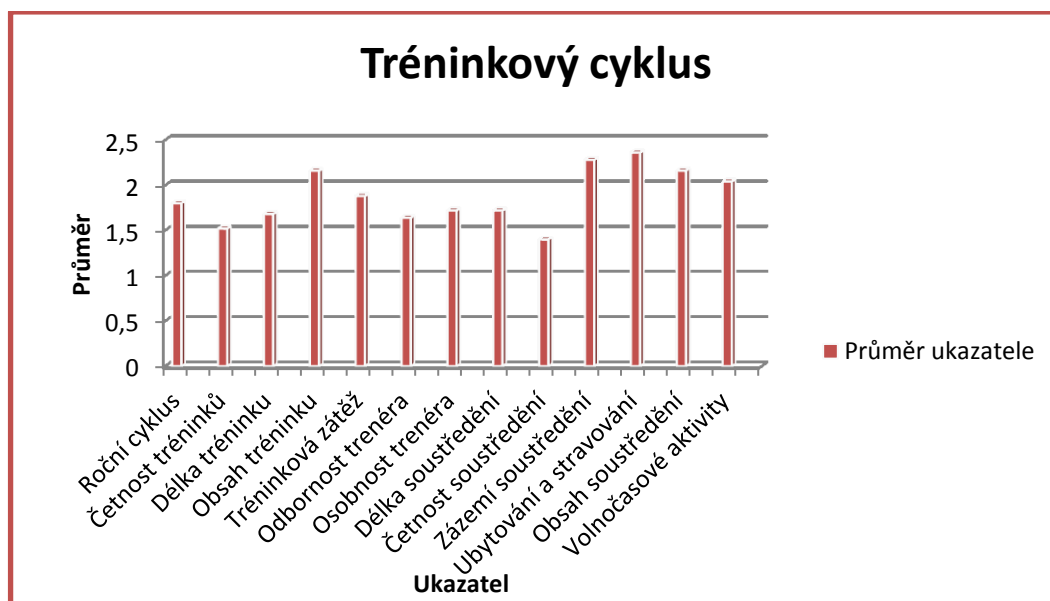
Na otevřenou otázku u oblasti infrastruktury, zda je něco, co by dívky změnily či zlepšily, odpovědělo celkem 7 dívek (28 %). Některým dívkám by se zamlouvala větší hala s více koberci, aby se na nich jednotlivá družstva nemusela střídat, jiné zase požadují halu s tribunami, aby byla vhodná na pořádání závodů. Velkým problémem, zejména pro starší dívky, jsou pak nefungující sprchy a přístup do nich, tudíž nemožnost osprchování po tréninku.

Tabulka 6 vykresluje, kolik členek a kterou hodnotou stupnice volilo u jednotlivých ukazatelů v oblasti tréninkového cyklu a jaký vyšel z hodnot průměr.

Tabulka 6. Hodnocení ukazatelů z oblasti tréninkového cyklu (zdroj vlastní)

TRÉNINKOVÝ CYKLUS							
Ukazatel	Hodnota stupnice					Průměr	Kontrola
	1	2	3	4	5		
Spokojenost s rozložením ročního cyklu	9	12	4	-	-	1,8	25
Četnost tréninků v týdnu	14	9	2	-	-	1,52	25
Doba trvání jedné tréninkové jednotky	11	11	3	-	-	1,68	25
Obsah a uspořádání tréninkové jednotky	6	12	4	3	-	2,16	25
Tréninková zátěž	7	14	4	-	-	1,88	25
Dostatečná odborná způsobilost trenérů	12	10	3	-	-	1,64	25
Osobnost trenéra	12	9	3	1	-	1,72	25
Délka trvání letního soustředění	12	9	3	1	-	1,72	25
Četnost soustředění za rok	18	4	3	-	-	1,4	25
Zázemí letního soustředění	6	10	6	2	1	2,28	25
Ubytování a stravování na soustředění	5	8	10	2	-	2,36	25
Obsahová náplň soustředění	6	11	7	-	1	2,16	25
Volnočasové aktivity v rámci soustředění	11	7	3	3	1	2,04	25

Pro zřetelnější představu o spokojenosti s jednotlivými ukazateli z oblasti tréninkového cyklu je opět uveden graf aritmetických průměrů (Obrázek 17).



Obrázek 17. Tréninkový cyklus (zdroj vlastní)

V oblasti tréninkového cyklu je už rozdíl mezi průměry nejlépe a nejhůře hodnocených ukazatelů výraznější, přesto se nejhorší hodnota rovná 2,36, tudíž se zde nenachází žádný vyloženě negativně hodnocený faktor. Problematika tréninkového cyklu je tedy hodnocena vesměs kladně, i když samozřejmě nelze hovořit o naprosté spokojenosti v této oblasti. Nejvíce nespokojené jsou dívky s ubytováním a stravováním na letním soustředění, z čehož vyplývá i horší průměr pro celkové zázemí tohoto soustředění. K nespokojenosti se soustředěním přispívá i jeho obsahová náplň a volnočasové aktivity. Vyhovující je pak pro dívky naopak četnost a délka letních soustředění. Co se týče tréninků, děvčata jsou nejméně spokojena s jejich obsahovou náplní a uspořádáním. Následuje tréninková zátěž, která se může zdát dívkám nepřiměřená, to záleží na tom, v jaké kategorii dívky jsou, tudíž jaká tréninková zátěž je pro ně v daném věku vhodná. Některé kategorie uvádí nespokojenost s osobností trenéra. Nejméně je v oblasti tréninků kritizována četnost tréninků v týdnu a jejich délka.

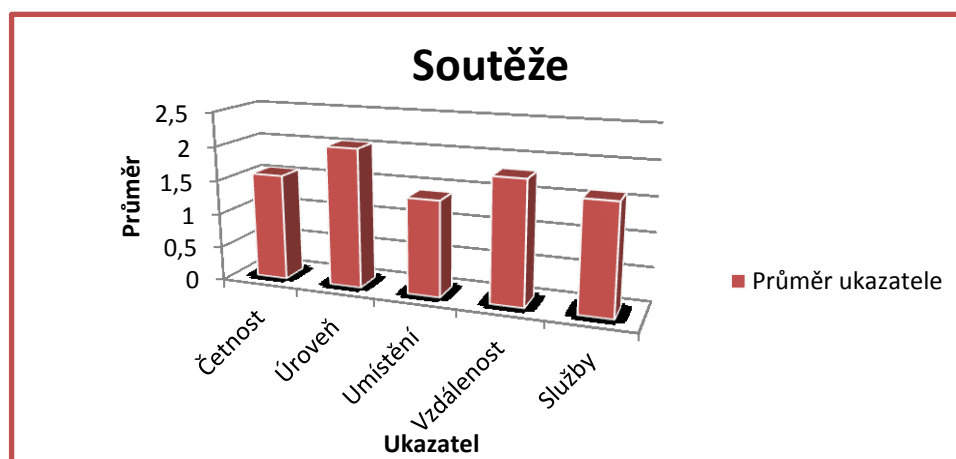
K otevřené otázce navrhnutí změn v rámci tréninků nebo soustředění se vyjádřilo 10 dívek (40 %). Dívky si stěžují na nedostatečné protahování se po tréninku a na to, že je práce na fyzické kondici nárazová. Dále jim vadí monotónnost jednotlivých tréninků, chtěly by je nějak obohatit. V rámci soustředění by dívky uvítaly více volného času, bazén a saunu. Starší dívky by pak rády spaly v postelích, namísto spaní na žíněnkách a dále jsou nespokojené s kvalitou jídla.

Následující Tabulka 7 vyobrazuje, kolik členek a kterou hodnotou stupnice volilo u jednotlivých ukazatelů v oblasti soutěží a jaký vyšel z hodnot průměr.

Tabulka 7. Hodnocení ukazatelů z oblasti soutěží (zdroj vlastní)

SOUTĚŽE							
Ukazatel	Hodnota stupnice					Průměr	Kontrola
	1	2	3	4	5		
Četnost soutěží za rok	14	8	3	-	-	1,56	25
Úroveň soutěží	6	13	5	1	-	2,04	25
Spokojenost s umístěním	19	3	2	1	-	1,4	25
Vzdálenost na soutěže	7	16	2	-	-	1,8	25
Poskytování služeb oddílem	10	15	-	-	-	1,6	25

Obrázek 18 uvádí graf s aritmetickými průměry hodnocení v oblasti soutěží.



Obrázek 18. Soutěže (zdroj vlastní)

Z grafu soutěží vyplývá, že i v této oblasti byly všechny ukazatele hodnoceny poměrně rovnoměrně, přesto ale zdaleka ne stoprocentně. Nejhoršího ohodnocení se dostalo úrovni soutěží, to se však odvíjí od místa konání soutěže a pořádajícího oddílu, tudíž se to netýká přímo oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec. Některým dívkám dále nevyhovuje vzdálenost na soutěže. Spíše nespokojené jsou dívky s poskytováním služeb v rámci soutěží oddílem. Tím je myšleno financování trikotů členkám oddílem, platba startovního oddílem a podobně. Četnost soutěží pak přijde členkám dostatečná, velmi spokojené jsou pak dívky se svým umístěním na soutěžích, což zřejmě vypovídá o kvalitní přípravě a trenérech.

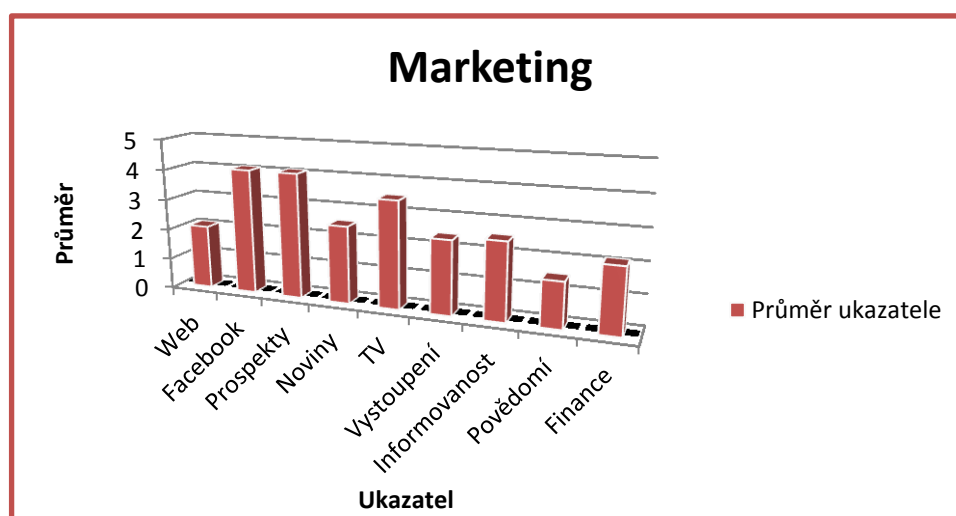
Otevřenou otázku zodpověděly pouze dvě dívky, tedy 8 %. Obě dívky poukazují na to, že by soutěže měly odehrávat ve větších halách s dostatečným diváckým zázemím.

Tabulka 8 popisuje, kolik členek a kterou hodnotou stupnice volilo u jednotlivých ukazatelů v oblasti marketingové činnosti oddílu a prezentace oddílu na veřejnosti a jaký vyšel z hodnot průměr.

Tabulka 8. Hodnocení ukazatelů z oblasti marketingu (zdroj vlastní)

MARKETINGOVÁ ČINNOST ODDÍLU A PREZENTACE NA VEŘEJNOSTI							
Ukazatel	Hodnota stupnice					Průměr	Kontrola
	1	2	3	4	5		
Kvalita webových stránek	6	11	8	-	-	2,08	25
Prezentace oddílu na Facebooku	1	3	2	6	13	4,08	25
Vydávání prospektů, brožur a letáků o oddílu	-	4	4	3	14	4,08	25
Články o oddílu v regionálních novinách	7	5	7	5	1	2,52	25
Reportáže o oddílu v regionální TV	-	6	5	10	4	3,48	25
Četnost vystoupení na veřejnosti	5	9	8	2	1	2,4	25
Informovanost veřejnosti o činnostech oddílu	3	9	10	3	-	2,52	25
Povědomí o oddílu v obci Velký Týnec a v okolí	18	4	2	-	1	1,48	25
Finanční podpora členek ze strany oddílu	5	15	3	1	1	2,12	25

Níže je uveden graf s aritmetickými průměry hodnocení u každého ze zkoumaných prvků v oblasti marketingové činnosti oddílu a prezentace na veřejnosti (Obrázek 19).



Obrázek 19. Marketingová činnost oddílu a prezentace na veřejnosti (zdroj vlastní)

Tento graf jasně říká, že oblast marketingu a propagace je nejslabším článkem oddílu. V této oblasti bylo hodnocení dívek nejkritičtější. Jediným kladně hodnoceným faktorem je povědomí o oddílu v obci Velký Týnec a v okolí. Vzhledem k tomu, že je ale oddíl moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec jediným oddílem ESG v Olomouckém kraji, nabízí se povědomí o něm v celém kraji a ne pouze v okolí obce jako nezbytnost. Tento fakt lze také vnímat jako příležitost pro získání nových členů. Poměrně kladně hodnoceny jsou také webové stránky oddílu a finanční podpora členek ze strany oddílu. Velkou nespokojenost ale na druhou stranu vyjádřily dívky s propagací oddílu na veřejnosti a s reklamou. Profil oddílu na sociální síti Facebook a vydávání různých prospektů, brožur či letáků ohodnotily dívky jako nedostačující, stejně tak i reportáže o oddílu v regionální TV. Vydávání článku o oddílu v regionálním deníku by pak mohlo být také častější. Ze všech zmíněných faktorů pak vyplývá, že i informovanost veřejnosti o činnostech oddílu není dostačující.

V rámci marketingu oddílu měly návrhy na zlepšení čtyři dívky (16 %). Ty navrhovaly založení veřejného profilu na sociální síti, přidávání aktuálních informací na stávající webové stránky a vytištění letáků, které by podávaly základní informace o činnosti oddílu.

3. ČÁST

Poslední oblast, oblast ekonomiky oddílu, byla zkoumána pomocí uzavřených otázek. Zhodnocení této oblasti je uvedeno v této části práce.

Tabulka 9 znázorňuje počet pozitivních a negativních odpovědí na zvolené otázky z oblasti ekonomiky oddílu.

Tabulka 9. Hodnocení ukazatelů z oblasti ekonomiky oddílu (zdroj vlastní)

EKONOMIKA ODDÍLU		
Ukazatel	ANO	NE
Platba vyššího členského příspěvku	18	7
Platba startovného na závodech	7	18
Platba nákladů na soutěže v plné výši	2	23

Zhruba 72 % gymnastek (18) je ochotných platit vyšší členský příspěvek. To dává oddílu příležitost získání většího množství financí a rozšiřuje obzory pro jejich další využití. Platit si startovné na závodech by bylo ochotných pouze sedm dívek (28 %). Z toho vyplývá, že zavedení tohoto opatření by oddílu nejspíš uškodilo. Platbu nákladů na soutěže v plné výši, které představují náklady na ušití trikotů, letenky, ubytování a stravu v hotelu, pak podpořily pouze dvě členky (8 %). Ani zavedení tohoto opatření by se tedy u členek nesetkalo s pozitivním ohlasem. Některé dívky by však nebyly sice ochotné platit si náklady na soutěže v plné výši, ale přispět na ušití trikotu by jim problém nedělalo.

V prostoru pro další připomínky k fungování oddílu se již žádná dívka nevyjádřila.

4.3 Výsledky SWOT analýzy

Následující Tabulka 10 uvádí výsledky SWOT analýzy – určuje silné a slabé stránky oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec a jeho příležitosti a hrozby. Silné stránky a příležitosti jsou těmi prvky SWOT analýzy, o jejichž rozvoj, posilování a využití usilujeme, slabé stránky a hrozby je pak potřeba eliminovat.

Tabulka 10. SWOT analýza TJ Sokol Velký Týnec – moderní gymnastika (zdroj vlastní)

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> → atraktivita a netradičnost sportu → jediný oddíl ESG v Olomouckém kraji → dosažené výsledky, pověst, účast na mistrovství světa kvalitní zázemí, nově vystavěná hala <ul style="list-style-type: none"> → přátelské klima → finanční dostupnost → rozvoj psychické, fyzické kondice a motivace <ul style="list-style-type: none"> → učení se fair play → socializace, týmová spolupráce → empatie trenérů díky vlastním zkušenostem → pokrytí všech věkových kategorií 	<ul style="list-style-type: none"> → propagace formou vystoupení na veřejnosti <ul style="list-style-type: none"> → pronajímání UP haly pro uspořádání závodu → nefunkčnost sprch v hale → absence profilu oddílu na Facebooku → absence prezentace oddílu v médiích → absence informačních prospektů o oddílu <ul style="list-style-type: none"> → finance → audio vybavení → marketing → zázemí letního soustředění -

<ul style="list-style-type: none"> → individuální přístup k jednotlivým věkovým kategoriím → vlastní iniciativa k získávání financí → dobré vztahy vedení x trenérky x členky → vhodná preventivní činnost trávení volného času → nezisková organizace (nezaměřuje se na zisk) <ul style="list-style-type: none"> → management → velká základna → více než čtyřicetiletá tradice 	<ul style="list-style-type: none"> - - - - - - -
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
<ul style="list-style-type: none"> → návaznost generací, využití zkušeností od bývalých členů - rodičů <ul style="list-style-type: none"> → zkvalitnění vybavení → získání generálního sponzora → využití dotací od obce Velký Týnec, města Olomouce, Olomouckého kraje <ul style="list-style-type: none"> → využití titulu MČR → nové formy propagace, využití sociálních sítí → externisté - baletní průprava, osobní trenér → spolupráce s ostatními oddíly ESG - - - - - - 	<ul style="list-style-type: none"> → preference jiných sportovních odvětví u dívek → dotování jiných zájmových činností obcí Velký Týnec <ul style="list-style-type: none"> → současný životní styl dětí → snížení četnosti tréninků - střídání v hale s jinými oddíly působícími v obci → konkurence ostatních oddílů ESG → nedostatek povědomí o sportu v ČR i ve světě → nedostatek zájmu o sport u dětí <ul style="list-style-type: none"> → vyřazení TV nebo základů gymnastiky ze školních osnov <ul style="list-style-type: none"> → nezájem sponzorů → zaneprázdněnost rodičů → nezaměstnanost rodičů → zranění závodnic → ztráta trenérů → legislativní změny

5 NÁVRH KONCEPCE ROZVOJE ODDÍLU MODERNÍ GYMNASTIKY TJ SOKOL VELKÝ TÝNEC

Pro návrh koncepce rozvoje oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec jsou stěžejní výsledky SWOT analýzy a dotazníkového šetření. Z ankety i ze SWOT analýzy byly zjištěny nedostatky v konkrétních oblastech, kterých by se měl oddíl zbavit a odstranit je. Žádná z dotazovaných oblastí nebyla hodnocena zcela pozitivně. Ať už se jedná o zkvalitnění zázemí a vybavení oddílu v rámci tréninků, ale i v rámci letního soustředění nebo o marketing oddílu, v rámci kterého by měl oddíl zapracovat na své propagaci. Z výsledků SWOT analýzy by se měl oddíl zaměřit na budování svých silných stránek a na eliminaci stránek slabých se zřetelem na vyšlé příležitosti a hrozby, které však oddíl nemůže až tak moc ovlivnit, jelikož se jedná o vlivy z vnějšího prostředí.

5.1 Vymezení strategických oblastí rozvoje a jejich cílů

Na základě zmíněných získaných výsledků budou vytyčeny oblasti rozvoje a konkretizovány cíle, kterých chce oddíl v těchto jednotlivých oblastech dosáhnout. Jedná se o oblast zázemí a vybavení oddílu (tréninky, soustředění), oblast marketingu a propagace, oblast ekonomiky oddílu a oblast pravidelné činnosti oddílu. Cíle budou rozděleny na krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé.

Cíle oddílu v oblasti rozvoje zázemí a vybavení oddílu zobrazuje Tabulka 11.

Tabulka 11. Cíle v oblasti rozvoje zázemí a vybavení oddílu (zdroj vlastní)

CÍLE ODDÍLU V OBLASTI ROZVOJE ZÁZEMÍ A VYBAVENÍ (TRÉNINKY, SOUSTŘEDĚNÍ)		
KRÁTKODOBÉ (DO 1 ROKU)	STŘEDNĚDOBÉ (DO 3 LET)	DLOUHODOBÉ (DO 5 LET)
<ul style="list-style-type: none">→ zprovoznění sprch→ zakoupení hudební aparatury→ zakoupení cvičebních pomůcek na posilování (činky, expandéry, zátěže)	<ul style="list-style-type: none">→ zakoupení tří nových kobereců→ průběžně doplňovat vybavení pro volnočasové aktivity dětí na soustředění	<ul style="list-style-type: none">→ zajistit nové prostory pro konání letního soustředění (dostatečná kapacita lůžek, bazén, sauna, kuchyň)→ udržení možnosti využívat sportovní halu

Tabulka 12 znázorňuje cíle oddílu v oblasti rozvoje marketingu a propagace.

Tabulka 12. Cíle v oblasti rozvoje marketingu a propagace (zdroj vlastní)

CÍLE ODDÍLU V OBLASTI ROZVOJE MARKETINGU A PROPAGACE		
KRÁTKODOBÉ (DO 1 ROKU)	STŘEDNĚDOBÉ (DO 3 LET)	DLOUHODOBÉ (DO 5 LET)
<ul style="list-style-type: none"> → udržení aktuálnosti webových stránek → založení profilu oddílu na Facebooku → tisk propagačních letáků, prospektů a jejich distribuce <ul style="list-style-type: none"> → zvýšení četnosti veřejných vystoupení → zlepšení komunikace s rodiči → navázání kontaktu se základními školami v okolí 	<ul style="list-style-type: none"> → pravidelné články o oddílu v regionálních denících → pravidelné reportáže o činnosti oddílu v regionální TV → získání mediálních sponzorů → pravidelné pořádání akcí pro členky a jejich rodiče → využití titulů MČR k získání nových sponzorů a k propagaci 	<ul style="list-style-type: none"> → rozšíření povědomí o oddílu v Olomouckém kraji → získat sponzora (financování trikotů, teplákových souprav startovního, letenek, a ubytování)

Dalšími vytyčenými cíly jsou cíle oddílu v oblasti rozvoje ekonomiky (Tabulka 13).

Tabulka 13. Cíle v oblasti rozvoje ekonomiky (zdroj vlastní)

CÍLE ODDÍLU V OBLASTI ROZVOJE EKONOMIKY		
KRÁTKODOBÉ (DO 1 ROKU)	STŘEDNĚDOBÉ (DO 3 LET)	DLOUHODOBÉ (DO 5 LET)
<ul style="list-style-type: none"> → zvýšení členského příspěvku → návrh balíčků pro sponzory → návrh rozpočtu oddílu → pravidelný zisk dotací od obce Velký Týnec, města Olomouce a Olomouckého kraje 	<ul style="list-style-type: none"> → zisk dotací od ČS ESG na uspořádání závodů → rozšíření počtu sponzorů → spolupráce se stávajícími sponzory 	<ul style="list-style-type: none"> → získání generálního sponzora → zajištění vyrovnaného hospodářského výsledku

Cíle oddílu v oblasti rozvoje pravidelné činnosti pak uvádí Tabulka 14.

Tabulka 14. Cíle v oblasti rozvoje pravidelné činnosti (zdroj vlastní)

CÍLE ODDÍLU V OBLASTI ROZVOJE PRAVIDELNÉ ČINNOSTI		
KRÁTKODOBÉ (DO 1 ROKU)	STŘEDNĚDOBÉ (DO 3 LET)	DLOUHODOBÉ (DO 5 LET)
<ul style="list-style-type: none"> → získání titulů MČR → postup juniorek a seniorek do finále MS → zpestření obsahové náplně TJ → pokrytí všech věkových kategorií v závodní sekci → získání maséra na soustředění → podpora spolupráce s ostatními oddíly ESG 	<ul style="list-style-type: none"> → udržení kvality dosavadních výsledků → udržení dobré pověsti oddílu → udržení dobrých vztahů mezi vedením, trenéry a členkami → zachování rozložení ročního tréninkového cyklu → pravidelné vzdělávání trenérů a rozhodčích → přizvání externistů (baletní průprava) 	<ul style="list-style-type: none"> → dosažení lepších výsledků na světových šampionátech → získávání nových trenérů z řad bývalých členek → udržení licencí stávajících trenérů a rozhodčích → udržení návaznosti generací → udržení široké základny oddílu → udržování nastaveného standardu (učení se fair play, týmová spolupráce)

5.2 Návrh koncepce rozvoje jednotlivých oblastí

Po vytyčení strategických oblastí rozvoje a jejich cílů je dále rozpracován návrh způsobu řešení rozvoje oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec, který upravuje jakým způsobem a v jakém časovém horizontu bude vytyčených cílů dosaženo. To vše obsahuje jakýsi plán rozvoje v jednotlivých oblastech.

Návrh způsobu řešení rozvoje oddílu v oblasti zázemí a vybavení oddílu zobrazuje Tabulka 15.

Tabulka 15. Návrh způsobu řešení rozvoje oddílu v oblasti zázemí a vybavení oddílu (zdroj vlastní)

ZÁZEMÍ A VYBAVENÍ ODDÍLU	
Specifikace	Zkvalitnění zázemí a vybavení (tréninky a soustředění)
Cíl	<ul style="list-style-type: none"> → zprovoznění sprch → zakoupení nového vybavení pro kvalitní tréninkovou přípravu → zakoupení vybavení pro volnočasové aktivity na soustředění → zajištění nových prostor pro letní soustředění → udržení možnosti trénovat v nové hale
Způsob řešení	<ul style="list-style-type: none"> → oslovení správce haly (údržba sprch) → koupě hudební aparatury, koberců, posilovacích pomůcek → koupě stolních her, sportovních potřeb, trampolíny → oslovení majitelů vytipovaných sportovních středisek → udržení dobrých vztahů s ředitelem ZŠ
Časové rozmezí a financování	<ul style="list-style-type: none"> → nové vybavení na trénink od stávajících sponzorů červen - prosinec 2015 → nové vybavení na soustředění z dotací od obce červen - srpen 2015 → nové prostory pro soustředění září 2015 - srpen 2016

Tabulka 16 znázorňuje návrh způsobu řešení rozvoje oddílu v oblasti marketingu a propagace.

Tabulka 16. Návrh způsobu řešení rozvoje oddílu v oblasti marketingu a propagace (zdroj vlastní)

MARKETING A PROPAGACE	
Specifikace	Zlepšení propagace oddílu, získání sponzorů
Cíle	<ul style="list-style-type: none"> → zlepšení propagace formou internetu → zlepšení propagace formou médií → zlepšení propagace získáním spolupráce se základními školami → zlepšení vztahů s členy a jejich rodiči → získání mediálních sponzorů → povědomí o oddílu v Olomouckém kraji

Způsob řešení	<ul style="list-style-type: none"> → aktualizace webových stránek → založení profilu na Facebooku → oslovení regionálního tisku oslovení regionální TV → oslovení základních škol v okolí → pořádání společných akcí pro členy a rodiče → oslovení mediálních partnerů → tisk a distribuce propagačních letáků
Časové rozmezí a financování	<ul style="list-style-type: none"> → financování tisku a společných akcí z klubového rozpočtu → přípravná fáze červen - prosinec 2015 → realizace rok 2016

Návrh způsobu řešení rozvoje oddílu v oblasti ekonomiky uvádí Tabulka 17.

Tabulka 17. Návrh způsobu řešení rozvoje oddílu v oblasti ekonomiky (zdroj vlastní)

EKONOMIKA	
Specifikace	Zisk dotací, sponzorů, generálního sponzora, vyrovnaný rozpočet
Cíl	<ul style="list-style-type: none"> → navýšení příjmů oddílu → zajištění vyrovnaných příjmů a výdajů
Způsob řešení	<ul style="list-style-type: none"> → zvýšení členského příspěvku → vypracování podkladů pro žádosti o dotace → žádost o dotace od obce Velký Týnec, města Olomouce, Olomouckého kraje, ČS ESG → oslovení nových sponzorů → udržování dobrých vztahů se stávajícími sponzory → sestavení rozpočtového plánu a jeho dodržování
Časové rozmezí a financování	<ul style="list-style-type: none"> → navýšení členských příspěvků od září 2015 → vypracování podkladů červen - srpen 2015 → zaslání žádostí od září 2015 → sestavení rozpočtu listopad 2015

Tabulka 18 vyobrazuje návrh způsobu řešení rozvoje oddílu v oblasti pravidelné činnosti.

Tabulka 18. Návrh způsobu řešení rozvoje oddílu v oblasti pravidelné činnosti (zdroj vlastní)

PRAVIDELNÁ ČINNOST	
Specifikace	Udržení kvality výsledků, odbornosti, klima, zpestření obsahu TJ
Cíl	<ul style="list-style-type: none"> → udržení nebo zlepšení výsledků - zisk titulu MČR, finálová účast na MS, pokrytí všech věkových kategorií <li style="padding-left: 20px;">→ zpestření obsahu TJ <li style="padding-left: 20px;">→ přátelské klima v oddílu <li style="padding-left: 20px;">→ dostatek a odbornost trenérů a rozhodčích <li style="padding-left: 20px;">→ široká základna
Způsob řešení	<ul style="list-style-type: none"> → kvalitní a intenzivní tréninková příprava v průběhu celého roku a před závody <li style="padding-left: 20px;">→ zavedení nových tréninkových způsobů, užití pomůcek, zavedení hodin s externistou - jeho zajištění, zajištění maséra na soustředění <li style="padding-left: 20px;">→ dobrá komunikace mezi vedením, trenéry a členy → pravidelné vzdělávání, absolvování školení, obnovení licencí, apelování na bývalé členky <li style="padding-left: 20px;">→ pravidelné náборы
Časové rozmezí a financování	<ul style="list-style-type: none"> → titul MČR, finálová účast MS - květen, červen 2015 → kvalitní tréninková příprava - opakovaná činnost <li style="padding-left: 20px;">→ příprava nového obsahu TJ, zajištění externisty, maséra červen - prosinec 2015, realizace rok 2016, financování maséra z rozpočtu oddílu <li style="padding-left: 20px;">→ vzdělávání - opakovaná činnost <li style="padding-left: 20px;">→ nábor - září 2015

6 DISKUZE

V bakalářské práci jsem se snažila zjistit současný stav oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec a na zjištěné výsledky pak reagovat navržením koncepce rozvoje tohoto oddílu. Ta je založena na vymezení strategických oblastí rozvoje a cílů v těchto oblastech, k jejichž dosažení navrhuji i způsob řešení. Podobného postupu by ke svému rozvoji mohly využívat všechny sportovní neziskové organizace. Fungující management a marketing je totiž základem pro úspěšný chod kterékoliv sportovní organizace. Vzhledem k osobní angažovanosti v dané problematice jsem analýzu současného stavu a vypracování SWOT analýzy konzultovala s vedením oddílu, aby byla zajištěna objektivita získaných a dále zpracovávaných dat.

V teoretické části práce jsem zhodnotila teoretická východiska pro tvorbu koncepce a uvedla popis estetické skupinové gymnastiky, která je v ČR ještě stále poměrně novým sportovním odvětvím. Dlouholetou tradici má tento sport ve světě, kde ke špičkám patří země jako například Rusko, Finsko a Estonsko, a kde je ESG vnímána mnohem intenzivněji než v naší republice. ESG navíc nebyla dosud zařazena k olympijským sportům. Proto je potřeba ji dostávat stále více do povědomí lidí, a tím přivádět do oddílu ESG nové členky. Není výjimkou, že neprogresivní sporty mohou zaniknout. V ČR patří bezesporu k nejlepším oddílům právě oddíl z Velkého Týnce, jež dosahuje v průběhu posledních více než deseti let výborných a stabilních výsledků. To však nemusí znamenat, že v oddílu není co zlepšovat, a že je vypracování koncepce rozvoje právě tohoto oddílu zcela zbytečné. Analýza současného stavu, dotazníkové šetření i SWOT analýza poukázaly na nespočet nedostatků, na které je potřeba se v oddílu zaměřit. Při stanovování strategických cílů se navíc nezajímáme pouze o tyto nedostatky. Důležité je si uvědomit i silné stránky, a ty se snažit v budoucnosti podporovat a udržovat. Zpracování koncepce rozvoje tedy není jen o tom, hledat co je špatně, ale i o tom, hledat v čem je oddíl dobrý a co tvoří silný základ jeho úspěšného fungování. Jako většina podobných sportovních organizací není oddíl schopen pokrýt veškeré náklady na činnost ze svých vlastních zdrojů. Proto se získávání dotací a navázání spolupráce s různými sponzory nabízí jako jediná možnost. Pokud by navíc oddíl moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec dokázal získat generálního sponzora, mohly by se dívky účastnit více mezinárodních závodů a světových pohárů a přiblížit se tak o kousek blíže světové konkurenci.

ZÁVĚR

Bakalářská práce se zabývala koncepcí rozvoje nestátní neziskové organizace. Pro účely této práce byl zvolen oddíl moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec. Při zpracování práce bylo využito poznatků z odborné literatury, informací poskytnutých vedením oddílu, vlastních zkušeností a dat, která vyšla z dotazníkového šetření.

Cílem této bakalářské práce bylo navrhnout koncepci rozvoje TJ Sokol Velký Týnec – oddílu moderní gymnastiky. K dosažení vytyčeného cíle bylo potřeba splnit dílčí úkoly práce, které představovaly syntézu poznatků, analýzu současného stavu oddílu, vyhodnocení ankety u členek oddílu a SWOT analýzu. Na základě výsledků dotazníku a SWOT analýzy byly vymezeny strategické cíle v jednotlivých oblastech rozvoje a navrženy způsoby řešení, jak a v jakém časovém horizontu těchto cílů dosáhnout.

Mezi oblasti rozvoje byly vybrány oblast zázemí a vybavení oddílu v rámci tréninků a letního soustředění, oblast marketingu a propagace, ekonomická oblast a oblast pravidelné činnosti. V těchto oblastech byly vytyčeny konkrétní cíle, které představovaly budování a rozvoj silných stránek organizace a odstraňování stránek slabých, které vyšly ve SWOT analýze. Při stanovení strategických cílů byl kladen důraz také na posilování kladně hodnocených ukazatelů a na eliminování negativně hodnocených faktorů v dotazníkovém šetření.

Oddíl moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec by se měl tedy zaměřit na zajištění nových prostor pro konání letního soustředění a na zakoupení vybavení pro zpestření průběhu tréninků a soustředění. Největší pozornost by měla být soustředěna na marketing a propagaci oddílu. K efektivnímu řízení organizace je potřeba vykazovat vyrovnané příjmy a výdaje, které může oddíl zajistit získáním dalších nových sponzorů. V oblasti pravidelné činnosti je potřeba neslevovat z tréninkových nároků a ze zásad oddílu, jelikož právě ony jsou klíčem k dosahování kvalitních výsledků. Dále je nezbytné neustálé vzdělávání trenérek a rozhodčích oddílu.

Aplikace této koncepce rozvoje do praxe může oddílu pomoci odpoutat se od výchozího stavu, postupně plnit vytyčené cíle a tím oddíl souvisle rozvíjet. Rozšíření povědomí o oddílu může být základním krokem pro šíření obecného povědomí o estetické skupinové gymnastice, které pak může zapříčinit navýšení počtu členek ve všech oddílech ESG v ČR.

SOUHRN

Bakalářská práce se zabývá strategií rozvoje TJ Sokol Velký Týnec – oddílu moderní gymnastiky. Téma jsem si zvolila z toho důvodu, že jsem sama byla patnáct let aktivní závodnicí tohoto oddílu. Po ukončení závodní kariéry jsem pak v oddílu dva roky působila jako trenérka a nyní jako rozhodčí. Proto jsem chtěla zjistit postavení této organizace na trhu a navrhnout, jakým směrem by se měl oddíl ubírat do budoucna. Hlavním cílem této práce je tedy návrh koncepce rozvoje tohoto oddílu.

Úvodní část práce se zabývá vymezením stěžejních pojmů. To představuje charakteristiku estetické skupinové gymnastiky, její vznik a vývoj a zastřešující organizace. Dále je zde objasněna problematika neziskových organizací, sportovního managementu a marketingu a strategického plánování.

V další části práce jsou vymezeny cíle, dílčí úkoly práce a metodika užitá k dosažení těchto vytyčených cílů.

Poslední praktická část analyzuje současný stav oddílu, vyhodnocuje výsledky dotazníkového šetření a zpracovává SWOT analýzu. Na základě těchto vyhodnocení jsou vymezeny oblasti rozvoje a navrženy způsoby řešení strategických cílů.

Na konci práce je uvedena diskuse a vytvořen závěr k této bakalářské práci.

SUMMARY

The thesis deals with a strategy of development of TJ Sokol Velký Týnec - the rhythmic gymnastics club in particular. My reason for choosing this topic is that I was an active part of the club for fifteen years myself. After my retirement as a gymnast, I became a coach of the unit for two years, and now I work as a referee. I have decided to find out where this organization stands on the market and suggest what direction the club should take in future, and thus the main objective of the thesis is to suggest a concept of development of this particular club.

The first part of the thesis concerns with a definition of crucial terms. This includes the aesthetic group gymnastics characteristics, its origin and development, and the umbrella organizations. The issues of non-profit organizations, sport management, and marketing and strategic planning are also covered.

The following part of the thesis contains determination of goals and task components as well as methods which are necessary to achieve the pursued goals.

In the final practical part the current status of the club is analysed, the survey results are evaluated and the SWOT analysis is processed. Based on the results, areas of the development are determined and the means of solution of the strategic goals are proposed.

At the very end, there is a discussion, as well as conclusion of the bachelor thesis.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- Canon, T. 1996. *Basic marketing*. New York, NY: Cassel Publishers.
- Čáslavová, E. 2000. *Management sportu*. Praha: East West Publishing a East Publishing.
- Čáslavová, E. 2004. *Management v tělesné výchově a sportu: (vybrané kapitoly)*. Praha: Nakladatelství Karolinum.
- Čáslavová, E. 2009. *Management a marketing sportu*. Praha: Olympia.
- Horáková, H. 2001. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishing.
- Kotler, P. 1998. *Marketing, management: Analýza, plánování, využití, kontrola*. Praha: Grada Publishing.
- Kotler, P., Keller, K. L. 2007. *Marketing management. 12. vydání*. Praha: Grada Publishing.
- Pitts, B. G., Stotlar, D. K. 1996. *Fundamentals of Sport Marketing*. Morgantown, WV: Fitness Information Technology.
- Strnad, P., Dědková, J. 2004. *Strategický marketing [Vysokoškolské skriptum]*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, Hospodářská fakulta.
- Šimková, E. 2009. *Management a marketing v praxi neziskových organizací*. Hradec Králové: Gaudeamus.
- Topinka, J., Stanjura, J. 2001. *Občanská sdružení ve sportu: Právní, účetní a daňové problémy*. Praha: Olympia.

Internetové zdroje:

- AGG. Retrived 6. 4. 2015 from the World Wide Web: <http://www.ifagg.com/agg/>
- Dětská mezinárodní pravidla. Retrived 31. 3. 2015 from the World Wide Web: <http://www.csesg.cz/documents.html>
- Disciplinární řád ČS ESG. Retrived 31. 3. 2015 from the World Wide Web: <http://www.csesg.cz/documents.html>
- Estetická skupinová gymnastika. Retrived 31. 3. 2015 from the World Wide Web: <http://www.csesg.cz/>

History. Retrived 6. 4. 2015 from the World Wide Web:
<http://www.ifagg.com/ifagg/history/>

Jednací řád ČS ESG. Retrived 31. 3. 2015 from the World Wide Web:
<http://www.csesg.cz/documents.html>

Kvalifikační řád ČS ESG. Retrived 31. 3. 2015 from the World Wide Web:
<http://www.csesg.cz/documents.html>

Logo ČS ESG. Retrived 31. 3. 2015 from the World Wide Web: <http://www.csesg.cz/>

Logo IFAGG. Retrived 6. 4. 2015 from the World Wide Web: <http://www.ifagg.com/>

Marketingový mix – jeho rozbor, možnosti využití a problémy. Retrived 22. 4. 2015 from the World Wide Web: <http://robertnemec.com/wp-content/uploads/2005/06/marketingovy-mix-4p.jpg>

Mezinárodní pravidla. Retrived 31. 3. 2015 from the World Wide Web:
<http://www.csesg.cz/documents.html>

Mini pravidla ESG. Retrived 21. 3. 2015 from the World Wide Web:
<http://mgvty nec.com/ESG/indexESG.html>

Naši sponzoři. Retrived 21. 3. 2015 from the World Wide Web:
<http://mgvty nec.com/index.html>

Občanský zákoník. Retrived 8. 3. 2015 from the World Wide Web:
http://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/SearchResult.aspx?q=89/2012&typeLaw=zakon&what=Cislo_zakona_smlouvy

Soutěžní řád ČS ESG. Retrived 31. 3. 2015 from the World Wide Web:
<http://www.csesg.cz/documents.html>

Stanovy ČS ESG. Retrived 31. 3. 2015 from the World Wide Web:
<http://www.csesg.cz/doc/Stanovy%20CS%20ESG.pdf>

Strategické řízení. Retrived 21. 4. 2015 from the World Wide Web:
<http://www.mbpconsulting.cz/upload/obrazek/zvetsena/strategicky-cyklus.jpg>

Volební řád ČS ESG. Retrived 31. 3. 2015 from the World Wide Web:
<http://www.csesg.cz/documents.html>

What we do. Retrived 6. 4. 2015 from the World Wide Web: <http://www.ifagg.com/ent-montes/>

SEZNAM ZKRATEK

ČR	Česká republika
ČS ESG	Český svaz estetické skupinové gymnastiky
DK	Disciplinární komise
ESG	Estetická skupinová gymnastika
IFAGG	International Federation of Aesthetic Group Gymnastics
KK	Kontrolní komise
NOZ	Nový občanský zákoník
PS	Předsednictvo svazu
TJ	Tělovýchovná jednota
TV	Tělesná výchova
VH	Valná hromada

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1. Logo IFAGG (http://www.ifagg.com/)	12
Obrázek 2. Schéma organizační struktury IFAGG (zdroj vlastní)	13
Obrázek 3. Logo ČS ESG (http://www.csesg.cz/).....	13
Obrázek 4. Schéma organizační struktury ČS ESG (zdroj vlastní)	14
Obrázek 5. Proces strategického řízení (http://www.mbpconsulting.cz/upload/obrazek/zvetsena/strategicky-cyklus.jpg)	24
Obrázek 6. Marketingový mix (http://robertnemoc.com/wp-content/uploads/2005/06/marketingovy-mix-4p.jpg)	28
Obrázek 7. Organizační struktura TJ Sokol Velký Týnec (zdroj vlastní)	35
Obrázek 8. Organizační struktura oddílu moderní gymnastiky (zdroj vlastní)	38
Obrázek 9. Graf věkové skladby dotazovaných dívek (zdroj vlastní).....	40
Obrázek 10. Graf zastoupení dívek v jednotlivých kategoriích (zdroj vlastní)	41
Obrázek 11. Druh studia členek oddílu (zdroj vlastní).....	41
Obrázek 12. Doba působení dívek ve sportu a v oddílu (zdroj vlastní).....	42
Obrázek 13. Graf četnosti tréninků v týdnu (zdroj vlastní)	43
Obrázek 14. Účinnost reklamy oddílu (zdroj vlastní).....	43
Obrázek 15. Důvod volby ESG a oddílu ve Velkém Týnci (zdroj vlastní)	44
Obrázek 16. Infrastruktura oddílu (zdroj vlastní)	46
Obrázek 17. Tréninkový cyklus (zdroj vlastní)	48
Obrázek 18. Soutěže (zdroj vlastní).....	49
Obrázek 19. Marketingová činnost oddílu a prezentace na veřejnosti (zdroj vlastní).....	50

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1. Přehled konaných mistrovství světa (zdroj vlastní).....	11
Tabulka 2. Pozitiva a negativa marketingu v TV a sportu (Čáslavová, 2000, 68)	26
Tabulka 3. Zákaznické užítky marketingového mixu (Kotler, 1998).....	28
Tabulka 4. Návrh rozdaných dotazníků (zdroj vlastní).....	40
Tabulka 5. Hodnocení ukazatelů z oblasti infrastruktury (zdroj vlastní)	45
Tabulka 6. Hodnocení ukazatelů z oblasti tréninkového cyklu (zdroj vlastní).....	47
Tabulka 7. Hodnocení ukazatelů z oblasti soutěží (zdroj vlastní)	49
Tabulka 8. Hodnocení ukazatelů z oblasti marketingu (zdroj vlastní)	50
Tabulka 9. Hodnocení ukazatelů z oblasti ekonomiky oddílu (zdroj vlastní)	51
Tabulka 10. SWOT analýza TJ Sokol Velký Týnec – moderní gymnastika (zdroj vlastní).....	52
Tabulka 11. Cíle v oblasti rozvoje zázemí a vybavení oddílu (zdroj vlastní)	54
Tabulka 12. Cíle v oblasti rozvoje marketingu a propagace (zdroj vlastní).....	55
Tabulka 13. Cíle v oblasti rozvoje ekonomiky (zdroj vlastní)	55
Tabulka 14. Cíle v oblasti rozvoje pravidelné činnosti (zdroj vlastní).....	56
Tabulka 15. Návrh způsobu řešení rozvoje oddílu v oblasti zázemí a vybavení oddílu (zdroj vlastní)	57
Tabulka 16. Návrh způsobu řešení rozvoje oddílu v oblasti marketingu a propagace (zdroj vlastní)	57
Tabulka 17. Návrh způsobu řešení rozvoje oddílu v oblasti ekonomiky (zdroj vlastní).....	58
Tabulka 18. Návrh způsobu řešení rozvoje oddílu v oblasti pravidelné činnosti (zdroj vlastní)	59

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1. Dotazníkové šetření (zdroj vlastní)	71
Příloha 2. Sponzoři oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec (http://mgvtynec.com/index.html)	75

Příloha 1. Dotazníkové šetření (zdroj vlastní)

**DOTAZNÍK PRO ČLENKY ODDÍLU MODERNÍ GYMNASTIKY
TJ SOKOL VELKÝ TÝNEC**

Milé gymnastky,

prosím vás o pravdivé vyplnění dotazníku, který bude zpracován v rámci mé bakalářské práce vedené na Fakultě tělesné kultury Univerzity Palackého v Olomouci s názvem Koncepce rozvoje TJ Sokol Velký Týnec – oddílu moderní gymnastiky. Vaše odpovědi mohou posloužit vedení oddílu ke zkvalitnění svých nabízených služeb a k efektivnímu řízení oddílu do budoucna. Dotazník je anonymní, zvolené odpovědi prosím zaznačte pomocí křížku u Vámi zvolené příslušné odpovědi.

Děkuji za váš čas, který jste vyplňováním dotazníku strávili.

Denisa Řezníková

Tvůj věk:

<input type="checkbox"/> 7 r.	<input type="checkbox"/> 12 r.	<input type="checkbox"/> 17 r.
<input type="checkbox"/> 8 r.	<input type="checkbox"/> 13 r.	<input type="checkbox"/> 18 r.
<input type="checkbox"/> 9 r.	<input type="checkbox"/> 14 r.	<input type="checkbox"/> 19 r.
<input type="checkbox"/> 10 r.	<input type="checkbox"/> 15 r.	<input type="checkbox"/> 20 r.
<input type="checkbox"/> 11 r.	<input type="checkbox"/> 16 r.	

Věková kategorie:

<input type="checkbox"/> 8 - 10 let
<input type="checkbox"/> 10 - 12 let
<input type="checkbox"/> 12 - 14 let
<input type="checkbox"/> juniorky
<input type="checkbox"/> seniorky

Studium:

<input type="checkbox"/> Základní škola 1. stupeň
<input type="checkbox"/> Základní škola 2. stupeň
<input type="checkbox"/> Střední škola
<input type="checkbox"/> Vysoká škola

Jak dlouho se gymnastice věnuješ:

<input type="checkbox"/> do 1 roku
<input type="checkbox"/> 1 - 5 let
<input type="checkbox"/> 5 - 10 let
<input type="checkbox"/> více než 10 let

Četnost tréninků v týdnu:

<input type="checkbox"/> 1 x týdně
<input type="checkbox"/> 2 x týdně
<input type="checkbox"/> 3 x týdně
<input type="checkbox"/> více než 3 x týdně

Jak jsi dozvěděla o oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec:

<input type="checkbox"/> od kamarádky
<input type="checkbox"/> od rodičů
<input type="checkbox"/> z náboru
<input type="checkbox"/> z webových stránek
<input type="checkbox"/> z regionálního deníku, TV

Důvod volby tohoto sportu a oddílu (více odpovědí možných):

<input type="checkbox"/> atraktivita sportu
<input type="checkbox"/> dosažené výsledky oddílu
<input type="checkbox"/> je v místě nebo v blízkosti mého bydliště
<input type="checkbox"/> kvalitní zázemí oddílu, kvalita trenérů
<input type="checkbox"/> mám zde kamarádku/y
<input type="checkbox"/> vhodná fyzická aktivita
<input type="checkbox"/> finanční dostupnost
<input type="checkbox"/> přátelský přístup v oddílu

Jak hodnotíte vybrané ukazatele v následujících oblastech? Odpovídejte dle níže uvedené hodnotící stupnice zakroužkováním příslušné číslice.

1	velmi dostačující, velmi spokojena
2	spíše dostačující, spíše spokojena
3	jde to
4	spíše nedostačující, spíše nespokojena
5	nedostačující, nespokojena

1) Infrastruktura

Celkové zázemí	1	2	3	4	5
Hala	1	2	3	4	5
Šatny	1	2	3	4	5
Sociální zařízení	1	2	3	4	5
Vybavení (koberce, hudební přehrávače)	1	2	3	4	5

Co bys v rámci zmíněné infrastruktury změnila, zlepšila? (vypiš)

2) Tréninkový cyklus

Spokojenost s rozložením ročního cyklu (choreografie skladeb, závodní sezóna, období prázdnin, soustředění)	1	2	3	4	5
Četnost tréninků v týdnu	1	2	3	4	5
Doba trvání jedné tréninkové jednotky	1	2	3	4	5
Obsah a uspořádání tréninkové jednotky	1	2	3	4	5
Tréninková zátěž	1	2	3	4	5
Dostatečná odborná způsobilost trenérů	1	2	3	4	5
Osobnost trenéra	1	2	3	4	5
Délka trvání letního soustředění	1	2	3	4	5
Četnost soustředění za rok	1	2	3	4	5
Zázemí letního soustředění	1	2	3	4	5
Ubytování a stravování na soustředění	1	2	3	4	5
Obsahová náplň soustředění	1	2	3	4	5
Volnočasové aktivity v rámci soustředění	1	2	3	4	5

Je něco co bys v rámci tréninků, soustředění změnila?

3) Soutěže

Četnost soutěží za rok	1	2	3	4	5
Úroveň soutěží	1	2	3	4	5
Spokojenost s umístěním	1	2	3	4	5
Vzdálenost na soutěže	1	2	3	4	5
Poskytování služeb v rámci soutěže oddílem (trikoty, platba startovného)	1	2	3	4	5

Návrh změny v rámci soutěží?

4) Marketingová činnost oddílu a prezentace oddílu na veřejnosti

Kvalita webových stránek oddílu	1	2	3	4	5
Prezentace oddílu na Facebooku	1	2	3	4	5
Vydávání prospektů, brožur a letáků o oddílu	1	2	3	4	5
Články o oddílu v regionálních novinách	1	2	3	4	5
Reportáže o oddílu v regionální TV	1	2	3	4	5
Četnost vystoupení na veřejnosti	1	2	3	4	5
Informovanost veřejnosti o činnostech oddílu	1	2	3	4	5
Povědomí o oddílu v obci Velký Týnec a v okolí	1	2	3	4	5
Finanční podpora členek ze strany oddílu	1	2	3	4	5

Co bys změnila, navrhla ke zlepšení marketingu a propagace oddílu?

5) Ekonomika oddílu

(příslušnou odpověď zakroužkujte)

Byla bys ochotna platit vyšší členský příspěvek? ANO X NE

Byla bys ochotna platit si sama startovné na závodech? ANO X NE

Byla bys ochotna platit si sama náklady na soutěže v plné výši? ANO X NE

(ušití trikotu, doprava (letenky), ubytování a strava v hotelu)

Prostor pro další připomínky:

Příloha 2. Sponzoři oddílu moderní gymnastiky TJ Sokol Velký Týnec (<http://mgvtynec.com/index.html>)

Sponzoři:



Mediální podpora:

