

Technická univerzita v Liberci

**FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ – HUMANITNÍ A
PEDAGOGICKÁ**

Katedra: Katedra tělesné výchovy
Studijní program: Ekonomika a management
Studijní obor (kombinace): Sportovní management

Organizace mládežnického fotbalového kempu

SPORT CAMP ORGANIZATION OF YOUNG FOOTBALL PLAYERS

Bakalářská práce: 10–FP–KTV–353

Autor:
Ondřej KOS

Podpis:

Adresa:
Smetanova 1281
512 51, Lomnice nad Popelkou

Vedoucí práce: Mgr. Mojmír Štelzig

Počet					
stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
63	7	4	6	17	2

V Liberci dne: 20.4.2011

Čestné prohlášení

Název práce: Organizace mládežnického fotbalového kempu
Jméno a příjmení autora: Ondřej Kos
Osobní číslo: P07000328

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 60 – školní dílo.

Prohlašuji, že má bakalářská práce je ve smyslu autorského zákona výhradně mým autorským dílem.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval/a samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

Prohlašuji, že jsem do informačního systému STAG vložil/a elektronickou verzi mé bakalářské práce, která je identická s tištěnou verzí předkládanou k obhajobě a uvedl/a jsem všechny systémem požadované informace pravdivě.

V Liberci dne: 20. 04. 2011

.....

PODĚKOVÁNÍ

Na tomto místě bych rád poděkoval všem, bez kterých by tato bakalářská práce nevznikla. Především děkuji vedoucímu mé bakalářské práce Mgr. Mojmiru Štelzigovi, který svými zkušenostmi a radami vždy ochotně korigoval obsahovou a věcnou kvalitu mého postupu. Děkuji mu za trpělivost, rady, ochotu, motivaci a připomínky, které daly mé práci správnou formu a směr. Dále bych rád poděkoval PhDr. Aleši Kaplanovi, Ph.D., který bude zaštitovat projekt uvedený v bakalářské práci. Za poskytnuté informace a podklady z prostředí klubu, jež mi byly přínosem nejen pro tuto práci, děkuji funkcionáři a trenérovi FC Lomnice nad Popelkou panu Michalu Suchardovi. V neposlední řadě pak děkuji celé rodině a všem přátelům, kteří mě podporovali v průběhu vytváření této práce i po celou dobu studia.

ORGANIZACE MLÁDEŽNICKÉHO FOTBALOVÉHO KEMPU

ANOTACE

Tato bakalářská práce charakterizuje fotbalový sport, jeho historii a současnost v českých poměrech i ve světě. Práce se zaměřuje na organizaci fotbalového kempu. Praktická část práce se věnuje konkrétnímu projektu fotbalového kempu v Lomnici nad Popelkou a je doplněna sociálním šetřením.

KLÍČOVÁ SLOVA

Fotbal, fotbalový klub, financování, hráč, manažer, marketing, neziskové organizace, projekt, sport, sportovní klub

SPORT CAMP ORGANIZATION OF YOUNG FOOTBALL PLAYERS

ANNOTATION

This bachelor thesis describes football sport, its history and present in the Czech republic and world. The work describes organization of football camp. The practical part attends to specific project of football camp in Lomnice nad Popelkou and it's completed by the social survey.

KEY WORDS

Football, football club, financing, player, manager, marketing, non-profit organizations, project, sport, sports club

DIE ORGANISATION DES CAMPS FÜR JUGENDE FUßBALLSPIELER

DIE ANNOTATION

Diese Arbeit charakterisiert Fußball, seine Geschichte und Gegenwart in der Tschechischen Republik und auf der Welt. Die Arbeit beschreibt eine Organization des Fußballcamps. Der praktische Teil beschreibt das konkrete Projekt in Lomnice nad Popelkou und es ergänzt die Sozialumfrage.

DIE SCHLÜSSELWÖRTER

Fußball, Fußballklub, Finanzierung, Manager, Marketing, Nonprofit-Organisationen, Projekt, Sport, Sportklub

OBSAH

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK.....	7
ÚVOD.....	8
1 CÍLE BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	10
1.1 HLAVNÍ CÍL BAKALÁŘSKÉ PRÁCE.....	10
1.2 DÍLČÍ ÚKOLY A CÍLE BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	10
2 FOTBAL.....	11
2.1 HISTORIE FOTBALU VE SVĚTĚ	11
2.2 HISTORIE FOTBALU V ČR.....	12
2.3 VĚKOVÉ KATEGORIE A JEJICH SOUTĚŽE.....	13
3 FOTBALOVÝ KEMP (FCAMP).....	14
3.1 FOTBALISTA 15-18 LET	14
3.2 ZVLÁŠTNOSTI V TRÉNINKU DOROSTENCŮ OPROTI DOSPĚLÝM	15
3.3 TRÉNINKOVÉ JEDNOTKY A POSTUPY	16
3.3.1 CÍLE A ÚKOLY OBSAHOVÝCH SLOŽEK SPORTOVNÍ PŘÍPRAVY.....	16
3.3.2 TRÉNINKOVÁ JEDNOTKA.....	17
3.3.3 KONDICNÍ TRÉNINK A KRITÉRIA VÝBĚRU TALENTŮ.....	18
3.3.4 KONDICNÍ PŘÍPRAVA.....	20
3.3.5 PŘÍPRAVNÉ OBDOBÍ.....	20
4 ZÁKLADNÍ EKONOMICKÉ UKAZATELE.....	22
4.1 SWOT ANALÝZA.....	22
4.2 SPONZORING	23
4.2.1 SPONZORSKÝ BALÍČEK.....	25
4.3 MARKETING.....	26
4.3.1 MARKETINGOVÝ VÝZKUM.....	26
4.3.2 VÝZKUM TRHU	27
4.4 MANAŽER VE SPORTU	29
4.5 OBČANSKÉ SDRUŽENÍ V TĚLESNÉ VÝCHOVĚ A SPORTU	31
5 VLASTNÍ PROJEKT FOTBALOVÉHO KEMPU	33
5.1 CÍL PROJEKTU.....	33
5.2 ZÁKLADNÍ DATA PROJEKTU.....	33
5.3 NÁVRH PROJEKTU.....	34
5.4 SWOT ANALÝZA.....	34
5.5 MARKETINGOVÝ MIX.....	36
5.6 ETAPY KEMPU	39
5.7 PROPOZICE.....	41
5.8 FINANČNÍ PLÁN	43
5.9 STANOVENÍ CENY.....	45
5.10 PROGRAM.....	46
5.11 SOCIÁLNÍ ŠETŘENÍ	47
5.11.1 POSTUP ŠETŘENÍ.....	48
5.11.2 VÝSLEDKY ŠETŘENÍ	48
5.11.3 SHRNU TÍ ŠETŘENÍ.....	55
6 ZÁVĚR	56
7 POUŽITÁ LITERATURA.....	57
SEZNAM PŘÍLOH.....	59

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

AMF – Union of European Football Associations

AŠSK – Asociace školních sportovních klubů

ČMFS – Českomoravský fotbalový svaz

FC – Football Club

FIFA – Fédération Internationale de Football Associatio

FK – Fotbalový klub

KP – Krajský přebor

ME – Mistrovství Evropy

MS – Mistrovství světa

OP – Okresní přebor

TJ – Tréninková jednotka

UEFA – Union of European Football Associations

ÚVOD

Již ve starém Řecku vyslovila ústa filozofa „Penta rei“, která se pak do lidové moudrosti transponovala ve tvaru Pohyb znamená život. Bez pohybu není života a život není bez pohybu. Uznává to tak biologie, tak i společenské vědy. Podle doby a místa se názory na pohyb mění a upravují, ale zásada jeho potřeby je všude jednoznačná. Životní režim i rytmus byl dlouhá tisíciletí zcela jednoznačně založen na pohybové aktivitě. Naši předkové se prostřednictvím pohybu živil, bránili, ale také bavili a zaplňovali svůj volný čas.

Jak vypadá situace dnes? Současná vyspělá civilizace má mnohostranný odraz ve zdraví populace, a to jak v pozitivním, tak i negativním smyslu. Životní styl dnešního člověka je sice modernější a umožňuje vyšší životní úroveň, ale je stále umělejší. Vzniká tak rozpor mezi fylogeneticky danými programy, procesy a předpoklady a ontogenetickou skutečností. Pohybové aktivity dnes neodpovídají přirozeným potřebám lidského organismu. Svalová činnost, která mívala po mnoho generací převážně dynamický charakter, se stává především statickou. Na nedostatky a rozpory doplácí zejména naše děti a mládež.

Vycházíme-li z ověřených pohybových režimů, pak optimální objem pohybových aktivit v týdnu je u předškolních dětí 14-16 hodin, u školních dětí 10-12 hodin a u dospělých 6-8 hodin. Neumožníme-li dětem dostatek přiměřeného pohybu, vytváříme tak podmínky pro vznik různých funkčních poruch. Již v roce 1954 upozornila Zdravotnická komise UNESCO na vzestupný trend výskytu některých chorob, u nichž můžeme hledat příčinu vzniku v nedostatku pohybu.

Jako téma mé bakalářské práce jsem si zvolil vytvoření a organizaci fotbalového kempu, se zaměřením na fotbalisty dorosteneckého věku tj. 15-18 let, který se bude odehrávat v Lomnici nad Popelkou. Toto téma jsem si vybral, protože mám několikaleté zkušenosti s fotbalovými soustředěními a chtěl bych

takovou akci sám vytvořit a zorganizovat. Uvedené téma jsem zvolil snadno s ohledem na to, že se fotbalu věnuji od útlého věku. V současné době hraji i sálový fotbal. Myšlenka vytvoření kempu přišla v době, kdy jsem na tato soustředění jezdil méně často a současná generace mladých fotbalistů zejména malých klubů již takové příležitosti nemá, a to hlavně z důvodů nízkých finančních rozpočtů těchto klubů. Po poradě s vedoucím práce jsem se rozhodl pro zorganizování kempu, který by měl sloužit jako soustředění pro výběr hráčů z okolí Lomnice nad Popelkou nebo pro potřebu některého fotbalového týmu. Základním cílem je pomoci a ulehčit práci fotbalovému klubu a dostat se i do podvědomí veřejnosti v libereckém kraji. Rozhodl jsem se vytvořit, podrobněji rozebrat a představit tento projekt v rámci této bakalářské práce.

Součástí práce je také praktický výzkum, kdy respondenty byly hráči vyšší a nižší fotbalové soutěže. Výzkum porovnává jejich názory, postoje a přístupy, související s kempy, s fotbalem a s ekonomickým zajištěním takové akce.

1 CÍLE BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

1.1 HLAVNÍ CÍL BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Hlavním cílem mé bakalářské práce je tvorba reálného fotbalového kempu zaměřeného na zlepšování fyzické kondice. Tento projekt zanalyzuji po stránce vnitřní i vnější, zjistím slabé i silné stránky projektu a možnosti dalšího vývoje do příštích let. Součástí je i sociální šetření.

1.2 DÍLČÍ ÚKOLY A CÍLE BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

- Zmapování historie a vývoje fotbalu v ČR a ve světě
- Charakteristika fotbalisty ve věku 15 – 18let a TJ dorostu
- Charakteristika základních ekonomických ukazatelů
- Příprava vlastního projektu
- Přínos akce a její smysl
- Sociální šetření

2 FOTBAL

2.1 HISTORIE FOTBALU VE SVĚTĚ

Existence hry podobné fotbalu jsou doloženy do období starověku: nejstarší takovou hrou bylo čínské kudžu, hrané již ve 2. stol. př. n. l. Ve středověku se různé hry podobné fotbalu hrály po celé Evropě, jejich pravidla se však výrazně lišila místo od místa.

Vznik dnešního fotbalu má kořeny v Anglii 16. století. Tamní soukromé střední školy začaly nutit žáky do sportu. Za mezník lze považovat vývoj v 18. a především v 19. století v Anglii. Technologický rozvoj umožnil pořádání zápasů mezi jednotlivými školami. Meziškolní zápasy ve fotbale byly kvůli zásadním rozdílům v pojetí hry prakticky nemožné. Proto se v roce 1848 sešlo 14 zástupců škol na jednání, jehož výsledkem byla první ucelená sada pravidel, tzv. Cambridgeská pravidla. Tato pravidla upřednostňovala kopání, bylo však dovoleno také čisté zachycení míče rukama. Sjednocující tendence vyústily v založení The football association, prvního oficiálního sdružení na světě, a to 26. října 1863. Fotbal se postupně rozšířil i na kontinent, kde je nejstarším fotbalovým mužstvem patrně švýcarský Lausanne Football and Cricket club založený v roce 1860. Právem je kolébkou nazývána Anglie. V roce 1871 zde byla založena nejstarší pohárová soutěž a od roku 1885 se zde hraje profesionální fotbal. V roce 1904 byla v Paříži založena Mezinárodní fotbalová asociace (FIFA), která sdružuje a řídí fotbal na všech kontinentech do dnešní doby. První mistrovství světa bylo sehráno v Uruguay v roce 1930 a vítězem se stala pořadající země. Evropská unie fotbalových asociací (UEFA) byla založena v roce 1954 a první mistrovství Evropy bylo sehráno v Itálii v roce 1968. Vítězem se stala Itálie. (Macho, 1999)

2.2 HISTORIE FOTBALU V ČR

V Čechách a na Moravě se fotbal začal hrát koncem 19. století v cyklistických a veslařských klubech a ve studentských kroužcích. První fotbalové utkání v Čechách se hrálo 29. září 1887 v Roudnici nad Labem. Mezi nejstarší kluby v Čechách patří SK Slavia Praha a AC Sparta Praha. Zpočátku vznikaly fotbalové kluby většinou v Praze (výjimkou byl v roce 1894 založený SK Plzeň a Spartak, Horymír – Příbram), ale na konci 19. a začátku 20. století začal fotbal pronikat i do dalších měst a na venkov. Rozmach fotbalu uspořádalo také vydání pravidel fotbalu v českém jazyce v roce 1897 (přeložil Rössker-Ořovský). Dynamický rozvoj fotbalu byl ale na druhé straně přibrzděn zamítavým postojem škol k této hře. Přesto studenti i přes zákaz fotbalu postupně tvořili členskou základnu fotbalových klubů. V roce 1899 bylo sehráno první mezistátní utkání mezi SK Slavia Praha a družstvem Berlína, které skončilo 0:0. Postupný rozvoj fotbalu si vynutil 19. října 1901 v Praze ustavení Českého svazu fotbalového (ČSF) nyní Českomoravský fotbalový svaz (ČMFS). (Navara, 1986)

Český svaz končí svou cestu vznikem samostatného Československa v roce 1918. Další rozdělení čekalo Československý fotbalový svaz v roce 1940, kdy byl vytvořen na začátku 2. světové války samostatný stát Slováků. Ve válce pokračovala domácí ligová soutěž a Češi soupeřili s výběrem Moravy. Po skončení války se obnovuje činnost ČSFS a opět vzniká Český fotbalový svaz, ale pouze jako součást ČSFS.

Po rozdělení Československa vzniká 1.1. 1993 Českomoravský fotbalový svaz, ve kterém je registrováno kolem 2 400 profesionálních hráčů, něco přes 227 000 amatérů a skoro 190 000 mládežníků.

Dále pak pod křídla ČMFS spadají futsalisté a fotbalistky. Největšími úspěchy v historii jsou titul mistra Evropy z roku 1976 v Bělehradě, 2. místo na MS z roku 1962 v Chile a druhé místo na ME v Anglii v roce 1996. V individuálních úspěších byli oceněni pro nejlepší fotbalisty Evropy Josef Masopust a Pavel

Nedvěd. (Duhan, 2006)

2.3 VĚKOVÉ KATEGORIE A JEJICH SOUTĚŽE

V České republice má fotbal vybudované silné základy, vždyť je to stále nejpopulárnější sport. V každé kategorii najdeme hned několik soutěží, minižáky počínaje a dospělými konče.

Ve čtrnácti krajích se hraje:

Muži:

- Okresní soutěže – soutěž, přebor
- Krajské soutěže – 1. B třída, 1. A třída, Krajský přebor
- Celostátní soutěže – Divize, ČFL, MSFL, 2. liga, 1. liga

Dorost:

- Krajské soutěže – 1. A třída, KP staršího dorostu
- Celostátní soutěže – Divize, Česká liga, Moravskoslezská liga, 1. liga

Žáci:

- Okresní soutěže – Okresní přebor
- Krajské soutěže – KP starších a mladších žáků
- Celostátní soutěže – Divize, Česká liga, Moravskoslezská liga

Přípravka:

- Krajské soutěže a přebory

3 Fotbalový kemp (FCAMP)

3.1 FOTBALISTA 15-18 LET

Období dorostových let znamená poslední vývojové stádium mezi dětstvím a dospělostí.

Vyznačuje se postupným vyrovnáním pubertálních nesrovnalostí a disproporcí a dokončováním růstu a vývoje. Tyto procesy však zcela ještě nekončí. Zatímco v růstu a tělesném vývoji dochází později již jen k nepatrným změnám, vývoj, hlavně ve společenském utváření, pokračuje dál.

Koncem období se pozvolna dovršuje tělesný vývoj, projevuje se to v plném rozvoji a výkonnosti všech orgánů těla: srdce, plic, svalů, zesílení kostí, šlach aj. Na rozdíl od předchozích let, která jsou obdobím přestavby organismu, jde nyní o jeho dobudování.

Dřívější nestálost a vznětlivost se poněkud zklidňuje. Zájmy a potřeby se ustálují. Prohlubuje se citová oblast, utváří se vyhraněný až nekompromisní smysl pro pravdu, spravedlnost, čest či právo. Usilování o vlastní názor provázející mnohdy kritická stanoviska, někdy se může jednat až o negaci všeho minulého. Současně se objevují již vážnější úvahy o budoucnosti. Člověk se dotváří jako osobnost a duševním vývojem se již příliš neliší od dospělých.

Plný tělesný rozvoj v konci období předznamenává počátek let dosud nejvyšší pohybové výkonnosti. Od 16 let je možné výrazněji zvyšovat tréninkové nároky, koncem dorostového věku přichází doba maximální trénovanosti.

Nic nebrání rozvíjení všech pohybových schopností, značné možnosti jsou již v silové a vytrvalostní oblasti, organismus je připraven i na anaerobní zatížení. Pokračuje zdokonalování techniky až do potřebných detailů. Větší důraz a pozornost se přesouvá na taktickou přípravu. (Dovalil, 2002)

Bedřich (2006) uvádí v souvislosti s dorostovým věkem pojem specializovaný trénink. Je charakteristický zvyšující se intenzitou tréninkového zatížení a přechodem ke specializovaným tréninkovým podnětům. Jeho hlavními úkoly jsou rozvoj základních a speciálních pohybových schopností, nárůst kvantity pohybových dovedností, zvládnutí a zdokonalování principů taktiky, formování výkonové motivace i životního stylu.

V tomto období je respektován trenér s přirozenou autoritou a se smyslem pro spravedlnost a s taktním, ale rozhodným jednáním. Mohou se objevit problémy s životosprávou a absencemi na trénincích i v souvislosti se vztahy k opačnému pohlaví. Ve věku 17-18 let se obsah a struktura tréninku již prakticky neliší od tréninku dospělých. (Votík, 2006)

3.2 ZVLÁŠTNOSTI V TRÉNINKU DOROSTENCŮ OPROTI DOSPĚLÝM

Během soustředění je nad mládeží držen dohled a program je vytvořený tak, aby byli chlapci více motivováni fotbalem a rozvíjely se jejich motorické vlastnosti. Uspořádání tréninkových jednotek má na starosti vždy trenér. Na kemp mohou být pozváni i fotbalisté, kteří jsou vzorem pro mnohé mladé chlapce. Je to tedy zkušenost a apel pro hráče i jejich trenéry. Absolvování tréninku s populárním hráčem bude mít dobrý dopad na další průběh kempu a novou sezónu.

Jak jsme již naznačili, část této bakalářské práce bude orientována na cvičení a rozvoj motoriky pro kategorii dorostu.

V této kategorii je předpokladem, že hráči jsou na dobré technické, taktické i fyzické úrovni. Je proto důležité konstatování, že v kategorii dorost se struktura a obsah tréninkových jednotek výrazně neliší od tréninkového procesu dospělých.

Metodicko-organizační formy u této věkové kategorie doporučují následující poměr:

40-45% herní cvičení

40-45% průpravné hry

10-15% herní cvičení

3.3 TRÉNINKOVÉ JEDNOTKY A POSTUPY

3.3.1 CÍLE A ÚKOLY OBSAHOVÝCH SLOŽEK SPORTOVNÍ PŘÍPRAVY

Tréninkové složky (tělesné, technicko – taktické, psychologické) tvoří obsah sportovní přípravy. Tvoří celek zahrnující proces výchovy a vzdělávání. Tělesná příprava rozvíjí všeobecné a speciální pohybové schopnosti. Pohybové schopnosti se váží k pohybovým dovednostem, které lze rozvíjet na širokém všestranném základě.

Z hlediska zvyšování úrovně jednotlivých základních pohybových schopností – rychlosti, obratnosti, síly a vytrvalosti přihlížíme k jejich přirozenému rozvíjení ve vhodném věku.

Technicko – taktická příprava zdokonaluje technicko – taktické dovednosti s míčem a osvojování základů hry. Převládá nácvik a zdokonalování herních činností jednotlivce, systémů hry v průpravných i herních cvičeních a průpravných hrách.

Úkolem technické přípravy je nácvik a zdokonalování techniky příslušného sportu. Abychom mohli používat přiměřených metod nácviku, musíme znát úroveň motoriky v jednotlivých věkových obdobích.

Psychologická příprava spočívá ve výchovné práci. Je zaměřena na rozvoj kladných morálních a volních vlastností.

K zajišťování všestranné pohybové úrovně dorostenců používáme soubor obecných motorických testů. Z výsledků těchto testů usuzujeme celkovou tělesnou zdatnost a pohybové schopnosti jedince.

3.3.2 TRÉNINKOVÁ JEDNOTKA

Základní organizační formou je **tréninková jednotka**, která je tradičně dělena na čtyři části:

- úvodní
- průpravnou
- hlavní
- závěrečnou

Úvodní část

Do této části patří seznámení s obsahem a cílem tréninkové jednotky, organizační záležitosti, hodnocení předešlého utkání či tréninku a motivace.

Průpravná část

Začíná přípravou hybného a nervového systému hráče na tréninkové zatížení (rozcvička). Pohybová činnost mírné intenzity (pomalý běh s obraty a poskoky bez rychlých švihů), může předcházet auto masáž či přípravná masáž.

Po zahřátí organismu (především svalů) následuje protahovací cvičení – strečink.

Po strečinku dynamická činnost (i s míčem) připravující hlavně vnitřní organismus na zatížení.

Dokončení dynamické části zvýšením intenzity činnosti – zapracování organismu.

Hlavní část

a) na začátek zařazujeme některé z těchto činností

- nácvik nových pohybových dovedností
- koordinačně a obratnostně náročné činnosti
- rozvoj rychlostních pohybových schopností

b) mohou následovat tyto pohybové činnosti

- ověřování, zdokonalování již dříve naučených pohybových dovedností
- rozvoj krátkodobé vytrvalosti

Závěrečná část

- protahovací a kompenzační cvičení – regenerace
- pohybová činnost s relaxačními účinky (Minařík, 2008)

3.3.3 KONDIČNÍ TRÉNINK A KRITÉRIA VÝBĚRU TALENTŮ

V každém sportovním tréninku je cílem dosáhnout maximální sportovní výkonnosti za respektování předpokladů hráčů. Aktuální výkon je z daného pohledu ovlivněn jak dědičnými – vrozenými předpoklady, tak absolvovaným tréninkem. Posuzování genetických předpokladů je věc komplikovaná a v praxi obtížně řešitelná a musí se stát součástí výběru talentů. Trénink je ovlivnitelný a závislý na invenci a zkušenosti trenéra.

Kondiční trénink je jednou z nejlépe zpracovaných oblastí sportovního tréninku, i když zásady se liší od sportu ke sportu a v případě fotbalu se často setkáváme s některými údaji, které neodpovídají zcela přesně současným poznatkům. Ovšem tyto poznatky a zkušenosti, které byly získány před dvaceti lety, mohou mít v současnosti omezenou platnost. S kondičním tréninkem bývá obvykle zahájena příprava na soutěžní období. V našich podmínkách je dlouhodobě systematicky zpracováván a vyhodnocován a existuje řada „osvědčených“ přístupů k ovlivňování kondice hráče.

Kondice je spolu s taktikou a technikou základním předpokladem individuálního a tím i týmového herního výkonu. V současném fotbale je vzájemná zastupitelnost výše uvedených předpokladů velmi omezená a zmenšuje se tím více, čím vyšší je hráčova sportovní výkonnost.

Základním úkolem kondiční přípravy je vytvoření předpokladů pro dosažení maximálního herního výkonu, zvýšení odolnosti hráče vůči tréninkovému i závodnímu zatížení a hlavně vytváření předpokladů pro dlouhodobé zabezpečení nároků kladených na hráče jak při tréninku tak při utkání. Trénink nesmí tlumit dynamiku projevu hráče, nesmí tlumit schopnost akcelerace a rychlosti.

Kondiční předpoklady jsou nezbytnou podmínkou vysoké herní výkonnosti, ale „tvoří pouze“ 25 až 40% herního výkonu. Jejich vysoká úroveň ještě neznamená vysokou sportovní výkonnost, ale vysoká herní výkonnost je podmíněna dostatečně vysokou úrovní kondičních předpokladů.

Z pohledu ročního tréninkového cyklu platí, že kondiční trénink je tréninkem celoročního charakteru s tím, že v průběhu roku dochází k různé akcentaci jeho složek. Proto platí zásada, že kondiční trénink musí být a také je součástí každého tréninkového zatížení. Tuto skutečnost je třeba respektovat při tvorbě ročního tréninkového plánu. (Bunc, 2010)

3.3.4 KONDIČNÍ PŘÍPRAVA

Cílem kondiční přípravy je rozvíjet pohybové schopnosti pro potřeby sportovního výkonu. Ve většině disciplín je výkon v soutěži velmi úzce spjat s rozvojem pohybových schopností. Kondiční příprava zajišťuje rozvoj ve dvou oblastech:

1. Vytvoření široké pohybové základny
2. Rozvoj specifických pohybových schopností

Ty zabezpečují v souladu s technicko-taktickými dovednostmi provedení sportovního výkonu na požadované úrovni.

Rozvoj jednotlivých pohybových schopností nepředstavuje ve sportovním tréninku izolovaný celek. Jednotlivé schopnosti představují určitý více či méně samostatný komplex, do kterého se promítají i ostatní schopnosti. Z tohoto důvodu přistupujeme k rozvoji pohybových schopností ve většině sportovních disciplín ze dvou hledisek.

1. nespecifický kondiční trénink
2. specifický kondiční trénink

(Perič, 2010)

3.3.5 PŘÍPRAVNÉ OBDOBÍ

V této části ročního cyklu nejsou obvykle zařazovány žádné soutěže. Podstatou je vytvoření dostatečné zásobárny trénovanosti pro hlavní období. Zaměřujeme se především na zvýšení tzv. funkčních stropů, ty se projevují v oblastech srdečně-čevního systému, dýchacího systému, energetických rezerv, řízení pohybů apod. Základním cílem je tedy rozvoj trénovanosti obecných i speciálních pohybových schopností a dovedností.

K dosažení toho cíle jsou využívány tři hlavní tréninkové zásady:

1. zvyšování zátěže
2. zásada nárůstu míry specifčnosti
3. zásada postupu od jednotlivostí k celku

V první části přípravného období se zvyšuje zatížení především zvyšováním

objemu. Ze začátku trénujeme např. 3x týdně 75min, postupem času zvyšujeme frekvenci tréninku na 5x týdně 90min. Trénink je většinou všestranný, proto se uplatňují všeobecně rozvíjející cvičení. Například běhy do terénu, posilovna apod. Z hlediska obsahu se zaměřujeme spíše na jednotlivé schopnosti a dovednosti.

Ve druhé části dochází ke zvyšování zatížení spíše nárůstem intenzity. Objem zatížení obvykle zůstává na vysoké úrovni, intenzita se projevuje především vyšším zastoupením např. rychlostních a rychlostně silových cvičení. Přestávají se rozvíjet pohybové schopnosti jednotlivě, ale v tréninku se prolíná více pohybových schopností, které se kombinují s pohybovými dovednostmi daného sportu. Tím dosahujeme vyšší komplexnosti.

Délka přípravného období je závislá na množství proměnných (důležitý je kalendář soutěží a vyhodnocení minulého ročního tréninkového cyklu). V praxi se snažíme, aby jeho délka dosahovala alespoň dvou měsíců, obvykle je v délce tří až čtyř měsíců. (Perič, 2010)

Kritéria pro výběr talentů by měla mít takovéto normy:

Testy	Věk	15 - 16	17 - 18
Funkční parametry	W170*kg ⁻¹	nad 3,3	nad 3,5
	Wmax (W)	3,8	4
	VO ₂ max*kg ⁻¹ *min ⁻¹ (ml)	55	57
	běh na 30m (s)	4,45	4,35
	člunkový běh 5*10m (s)	11,8	11,6
	hod plným míčem (2kg) (m)	9,5	
Motorické testy	skok z místa (cm)	225	235
	leh-sed (2 min) (n)	70	
	běh 10*30m (průměr) (s)	4,8	4,65
	běh na 12 min (m)	3 000	3 100
	překážková dráha (s)	24,5	23,2

Tabulka č. 1

VO₂max – maximální spotřeba kyslíku při práci velkých svalových skupin (ml)

Max – maximální silový výkon (W)

W170*kg⁻¹ – výkon při srdeční frekvenci 170 tepů (W)

4 ZÁKLADNÍ EKONOMICKÉ UKAZATELE

4.1 SWOT ANALÝZA

Pomocí zvolených analýz bychom chtěli rozborovat postavení a veškeré faktory projektu. Dále je nutno analyzovat veškeré slabé stránky a nedostatky, které budou následně konzultovány se specialisty v daných oborech..

SWOT analýza poskytuje nástroj v podobě komplexní metody kvalitativního vyhodnocení veškerých stránek fungování organizace (ziskové i neziskové) a její současné pozice. SWOT analýza je nedílnou součástí marketingového řízení organizace. Je vhodným ukazatelem pro celkovou analýzu vnitřních a vnějších činitelů, maximalizací svých předností a očekávaných příležitostí a zároveň minimalizací vlastních nedostatků a vnějších hrozeb..

Podstata metody spočívá v klasifikaci a ohodnocení jednotlivých faktorů, které jsou rozděleny do čtyř základních skupin.

1. Faktory vyjadřující silné vnitřní stránky organizace.
2. Faktory vyjadřující slabé vnitřní stránky organizace.
3. Faktory vyjadřující příležitosti vnějšího prostředí.
4. Faktory vyjadřující hrozby vnějšího prostředí.

Analýzou lze získat nové kvalitativní informace, které charakterizují a hodnotí.

Skládá se ze dvou částí:

SW analýza – hodnocení silných a slabých vnitřních stránek firmy,

OT analýza – hodnocení příležitostí a hrozeb na trhu.

SWOT analýza vychází z předpokladu, že organizace dosáhne strategického úspěchu maximalizací svých předností a očekávaných příležitostí a zároveň

minimalizací vlastních nedostatků a vnějších hrozeb. (Moudrý, 2008)

Na základě analýzy SWOT se zjišťují silné a slabé a stránky našeho kempu. Dále musíme analyzovat, jakým směrem se bude činnost kempu ubírat. Silným článkem může být využití zkušených trenérů, finanční zajištění sponzorskými dary, vybrané prostředí pro realizaci kempu, chuť pracovat, zdokonalovat se. Slabým článkem je fakt, že jde o organizaci a fungování prvního ročníku. Organizátor má malé zkušenosti a je zde i malé proniknutí na trh. Příležitostí je zřízení www. stránek, další propagace, výhodné nabídky pro účastníky, možnosti sponzoringu. Hrozbami jsou nekvalitní trenéři, nezájem hráčů, nedostatek finančních prostředků, nezájem sponzorů apod.

4.2 SPONZORING

Sponzorování (sponzoring) představuje významný specifický prostředek k zabezpečení dodatečných finančních zdrojů, sloužících k realizaci, zejména kulturních, vědeckých, charitativních a dalších akcí v různých sférách života společnosti. V tomto směru nečiní výjimku ani tělovýchovné, sportovní a turistické organizace, spolky a kruhy, avšak i jednotlivci, usilující o získání finančních prostředků pro jejich mnohočetnou a rozsáhlou činnost. (Čáslavová, 2004)

Sam Black o něm mluví, jako o “poměrně novém prostředku při vytváření vztahů s veřejností, který umožňuje společnostem komunikovat s částí veřejnosti, se kterou je obtížné se spojit běžnými marketingovými metodami”.

U nás se ke sponzoringu (ostatně jako k celé oblasti PR) přistupuje značně amatérsky. Namísto toho, aby se firmy rozhodovaly o sponzoringu na základě důkladných marketingových úvah, na základě strategie PR, je to opravdu tak, že jde o náhodný výběr podle osobních sympatií ředitele. Sponzorství je ale třeba

plánovat a vždy uvažovat, co firmě přinese. Čili i zaměření, kam budou finanční prostředky vloženy, by mělo ovlivňovat náklonnost veřejnosti k produktům firmy a jejím hlavním zájmům. Vždy by se mělo uvažovat, jakou skupinu veřejnosti chce firma svým sponzorstvím ovlivnit, jaké publikum získat.

Sam Black rozdělil oblasti sponzoringu podle toho, kam jde nejvíce peněz. Na první místo zařadil právě sport. Do tohoto odvětví jde nejvíce peněz, jak ve světě, tak i u nás. Zatímco v Anglii a USA vede kriket, baseball a americký fotbal, u nás je to jednoznačně fotbalová a hokejová liga. Ostatní druhy sportu se krčí někde u spodní hranice.

Sponzorování jednotlivých sportovců:

Tato forma je nejvíce rozšířena ve vrcholovém sportu. Sponzorská smlouva obsahuje vedle práva provádět reklamu za pomoci vyobrazení sportovce na svých produktech, většinou i jiná opatření na podporu prodeje např. autogramiády, akce pro spotřebitele, hry o zisk, předvádění výrobků apod. Sportovec dostává na druhé straně vedle finanční podpory často i další materiální pomoc jako je sportovní oblečení, náčiní nebo vozidlo atd.

Sponzorování sportovních týmů:

Uvedená forma sponzorování dnes u nás hojně přešla i do výkonnostního sportu a sportu pro všechny. Sponzor poskytuje zejména finance, sportovní vybavení, ubytovací služby, dopravu, automobily.

Sponzorování sportovních klubů:

Tato forma sponzorování přináší nejširší možnosti z hlediska činností, které lze nabídnout sponzorovi. Klub mu může nabídnout produkty, které vznikají prostřednictvím jeho sportovní činnosti: nabídky různých tělovýchovných služeb, sportovních akcí (např. mistrovské soutěže), rozličné druhy činnosti (např. rehabilitace), a zvláštní akce (např. soustředění). (Čáslavová, 2004)

Sponzoring a daně:

Nejdůležitějším momentem pro uplatnění sponzorování tělesné výchovy, sportu a turistiky v ČR jsou však daňové zákony. Ministerstvo financí v tomto bodě řeší plošně v zákonu o dani z příjmu (č. 586/ 1992 Sb. a posléze v jeho dosavadních sedmi novelách) sponzorování ze strany fyzických a právnických osob formou sponzorských darů.

Sponzorování sportovních akcí:

U tohoto typu sponzorování výrazně stoupají možnosti, které lze nabídnout sponzorovi, zejména je využívána plejáda reklamních možností od programového sešitu, vstupenek, reklamy o přestávkách až po uvádění titulu "hlavní sponzor" akce. Nabídka může být podložena různými manažerskými náměty (např. akce V.I.P., speciální propagace dle priorit, obchodní, resp. výrobní orientace sponzora apod.). Návrhy všech protivýkonů ze strany uchazeče o sponzorování bývají obvykle konkretizovány a doloženy v tzv. "sponzorských balíčcích".

4.2.1 SPONZORSKÝ BALÍČEK

Pod tímto názvem se skrývá právě návrh protivýkonů, které je sportovní manažer schopen ze strany své organizace (spolku, klubu atd.) bezprostředně nabídnout, a to jak na jeho celkové sponzorování, tak eventuelně na sponzorování sportovní akce či sportovního družstva. *Sponzorský balíček* je písemně dokumentován a doložen určitou cenou. Nejen, že tu jde o taktický moment, ale je zřejmé, že vedení sportovního klubu o sponzorování pečlivě přemýšlelo a je si vědomo svých pozitivních stránek a zvláštností, které vyjadřuje právě prostřednictvím navržené ceny.

V ceně sponzorského balíčku se odráží, zda jde o:

Exkluzivní sponzorování

spojené s titulem „Oficiální sponzor“ (za vysokou cenu přejímá sponzor veškeré výkony)

Hlavní sponzor

kdy hlavní sponzor přejímá nejdražší a nejatraktivnější protivýkony, vedlejší sponzoři si rozdělují méně atraktivní reklamní možnosti

Kooperační sponzor

protivýkony jsou rozděleny na větší počet různých sponzorů, přičemž se dá využít rozličné doby platnosti sponzorských smluv, což napomáhá překlenutí finančně „úzkých míst“ z hlediska finančních zdrojů na zajištění tělovýchovné, sportovní a turistické činnosti“

4.3 MARKETING

4.3.1 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Pro současné tržní prostředí je charakteristický rozvoj a využívání nových technologií, především pak informačních a komunikačních. Zásadní význam pro konkurenceschopnost podniku a jeho další vývoj mají informace. Důležité jsou externí informace, které firmě poskytují důležitá data o konkurenci a zákaznících. Každá firma představuje otevřený systém zahrnující interakce se svým vnějším prostředím. „Klasické“ výrobní faktory práce, půda a kapitál jsou doplňovány čtvrtým faktorem – informacemi. Společnost rychle směřuje k tzv. informačnímu věku, kde jsou informace klíčovým faktorem úspěchu. Základní princip moderního marketingu spočívá v identifikaci požadavků zákazníka, což v širším pojetí znamená poznávání trhu. K dosažení úspěchu musí mít firma maximum informací o zákazníkovi a konkurenci. Chce-li uspět, musí mít náskok před konkurencí. Konkurenční výhodu získá právě využíváním informací převážně z externího prostředí. Jejich získáváním se zabývá marketingový výzkum.

Výzkum je jednou z nejdůležitějších činností moderního marketingu. Firma jej provádí, nemůže-li jiným způsobem získat potřebné objektivní informace pro

řízení a rozhodování. Marketingový výzkum vychází ze sociologických výzkumů a je časově a finančně nákladnou záležitostí. Firma jej může realizovat buď sama, nebo prostřednictvím agentury, která se touto problematikou zabývá. Díky výzkumu firma:

- Získává informace pro marketingové řízení
- Poskytuje informace o situaci na trhu, o chování zákazníků a o možném podnikatelském riziku

MV by měl splňovat následující požadavky:

- Aplikovatelnost – využití pro potřeby praxe
- Cílenost – tedy, aby výzkum odpovídal cílům marketingového řízení
- Objektivita – odstranění subjektivního zkreslení
- Systematičnost – vyloučení nahodilosti
- Aktuálnost – znamená, že musí odpovídat správnému časovému období
- Úplnost – musí být zvolen správný vzorek respondentů (tedy osob, kterých se výzkum týká a které budou jeho účastníky)

4.3.2 VÝZKUM TRHU

Výzkum trhu se zabývá odhadem existující a budoucí poptávky, a to s přihlédnutím ke všem faktorům, které vývoj na trhu ovlivňují:

1. **výběrové šetření spotřebitelů** - získání přehledu o jejich charakteristikách, postojích, motivaci a chování.
2. **formování jednotlivých segmentů** - na základě analýzy získaných informací, každý segment má být vnitřně homogenní a výrazně se odlišovat od ostatních segmentů.

Kritéria pro segmentaci trhu konečných spotřebitelů:

- území
- demografické charakteristiky (věk, pohlaví, etnická příslušnost)
- socioekonomické charakteristiky (zaměstnání, příjem, vzdělání, sociální postavení)
- psychografické charakteristiky (názory, postoje, zájmy, životní styl)
- charakteristiky chování (frekvence, rozsah, intenzita a čas nakupování a spotřeby, účel spotřeby)

Tržní segment může vyhovovat výše uvedeným požadavkům a přesto **nemusí být atraktivní pro podnikání** (silná a agresivní konkurence, snadný vstup na trh, ale obtížný odchod, produkt má mnoho substitutů, na trhu vystupují příliš silní kupující).

Charakteristika trhu

Tržní potenciál - míra kapacity trhu, jeho absorpčních schopností, představuje max. dosažitelný objem prodeje daného výrobku na určitém trhu během daného období a za daných podmínek .

Tržní podíl

poměr objemu prodeje určitého výrobku realizovaný individuálním podnikem (v určitém časovém období) k celkovému objemu prodeje daného výrobku, realizovaného všemi jeho dodavateli (v tomtéž časovém období).

Relativní tržní podíl

charakteristika konkurenčního postavení podniku, je to poměr objemu prodeje podniku k objemu prodeje největšího konkurenta v odvětví.

Prognózování vývoje na trhu

prognózování vychází z analýzy vývoje faktorů prostředí, které vyvolávají vývojové změny, formují příležitosti nebo hrozby.

Horizont prognózy

závisí na účelu, kterému má prognóza sloužit

- *krátkodobé prognózy* - pomáhají rozhodovat o struktuře výrobního programu, o cenách, propagačních akcích
- *dlouhodobé prognózy* - rozhodování o změnách v rozsahu nebo modernizaci výroby, zavádění nových výrobků

Podrobnost prognózy

- závisí na tom, jak má být využita, k čemu má sloužit a na možnosti sledování zkoumaných skutečností
- čím kratší prognóza, tím je podrobnější

Metody prognózování

výběr vhodné metody závisí na dostupnosti vhodných info, na délce prognózovaného období, na požadovaném stupni přesnosti, na nákladech a na čase, který je k dispozici.

4.4 MANAŽER VE SPORTU

Zpravidla je to pracovník organizace zabývající se profesionálně řízením jiných pracovníků organizace a vykonávající manažerské aktivity. Hlavním úkolem sportovního manažera je zabezpečit trénink po stránce organizační, pokrýt ho finančně, neopomíjet vazby na sportovní svazy, zabezpečovat potřeby publicity, řešit záležitosti sponzorské a mnoho dalších záležitostí, které by zatěžovaly závodníka a odváděly jeho pozornost od toho, co je jeho hlavní náplní, tj. sportovní výkon. Hlavním úkolem je tedy oprostít výborným servisem své svěřence

od starostí běžného života.

Funkce, které manažer zastává jsou: analytik, plánovač, realizátor změn, vychovatel, řešitel problémů, pomocník druhých, koordinátor, tvůrce týmu, výkonný vedoucí, atd.

V procesu své řídicí funkce řeší sportovní manažer typické úkoly, které jsou vyjádřeny jeho dalšími funkcemi:

- Plánování
- Organizování
- Řízení výkonu
- Realizace změn
- Kontrola a hodnocení výkonu

Manažer má hodně podobné úkoly jako trenér a obě profese se nevyklučují. Předpokladem úspěšnosti je spolupráce trenéra a manažera například při hledání vhodného hráče do kádru. Společně tvoří mužstvo a rovným dílem se dělí o chod týmu. V některých sportech je dnes běžné, že hlavní trenér je současně manažerem, přičemž důležitým plusem je samozřejmě poctivý přístup, známosti a užitečné kontakty. V roli manažerů se prosazují lépe bývalí vrcholoví sportovci, protože v této činnosti jsou důležité konexe, kterých mají poměrně dostatek. Manažer musí věřit ve schopnosti sportovce a on musí naopak důvěřovat radám a praktickým krokům manažera.

S manažerem ve sportu dochází k propojení tělesné výchovy a sportu s problematikou ekonomickou a legislativně právní. Sportovní manažery lze rozdělit podle činností:

Manažer na úrovni vedení sportovní činnosti – vedoucí sportovních družstev, jednotlivců, specialista pro přípravu sportovních akcí apod.

Manažer na úrovni řízení určitého sportovního spolku – členové výkonných výborů sportovních svazů, vedoucí sportovních středisek.

Do náplně sportovního manažera náleží

- zabezpečit organizačně trénink
- zajistit finanční pokrytí
- vést jednání se sponzory
- rozhoduje o činnosti zbylých zaměstnanců společnosti
- marketing a sportovní reklama
- strategické plánování
- výběr a rozmisťování lidí

4.5 OBČANSKÉ SDRUŽENÍ V TĚLESNÉ VÝCHOVĚ A SPORTU

Občanské sdružení je právnická osoba zvláštního typu.

Základní podmínky pro založení:

- Minimálně 3 zakladatelé, jeden z nich musí být starší 18-ti let
- Každé občanské sdružení musí mít stanovy, které se po registraci Ministerstvem vnitra ČR stávají osvědčující listinou o existenci OS
- OS nemůže být zapsáno do obchodního rejstříku, může být však držitelem živnostenských oprávnění
- OS není zakládáno za účelem dosažení zisku
- OS má několik orgánů – valná hromada, výkonný výbor, dozorčí komise, předseda

Valná hromada:

její činností je správa a hospodaření klubu, stavu klubového majetku, projednává správu dozorčí rady, schvaluje a projednává pevně stanovený rozpočet klubu, stanovuje výši klubového příspěvku, přijímá čestné členy klubu, volí členy výboru klubu, volí a odvolává dozorčí radu, resp. revizory účtů, vstup/výstup/ do/z spolkových sportovních institucí, rozhoduje o zániku, rozdělení, rozpuštění a sloučení klubu

Výkonný výbor:

přijímá rozhodnutí a usnáší se ve věcech, které nejsou výslovně svěřeny Valné hromadě

Dozorčí rada:

revizoři účtů, kontrola všech účetních a finančních operací klubu, kontrola hospodaření s penězi, správy s majetkem klubu. Podává zprávy Výboru klubu a Valné hromadě, členové jsou voleni Valnou hromadou pro funkci kontrolní → „nezávislá kontrola“

Předseda:

svolává řádnou/mimořádnou/ valnou hromadu, řídí zasedání Výboru klubu (alespoň 1x měsíčně), provádí právní úkony jménem klubu, uzavírá jménem klubu pracovně-právní vztahy

5 Vlastní projekt fotbalového kempu

5.1 CÍL PROJEKTU

Proč vytvářet fotbalový kemp, kterých už máme relativně hodně? V okrese Semily nemáme kemp ani jeden anebo o něm nevím. Může se jednat tedy o špatnou propagaci a tedy i malou šanci se soustředění zúčastnit.

Tento projekt, který má ukázat hráčům kvalitní trénink, bude vytvořen poprvé a s vizí budoucí tradice kempu. Hráči se především budou soustředit na zlepšení fyzické kondice – tréninky budou zaměřeny na získání fyzické kondice a koordinaci pohybu. Dále doufám, naváží nová přátelství a soustředění si náležitě užijí v tomto krásném podkrkonošském městečku. Dalším neméně důležitým cílem je kemp zorganizovat s kladným rozpočtem a přispět tak do pokladny lomnického fotbalového klubu. Naproti tomu je tu i možnost získat další potenciální sponzory, kteří by mohli pomoci lomnickému fotbalovému klubu svou sponzorskou činností a mladým fotbalistům ke kvalitnějšímu zázemí.

Klub FC Lomnice nad Popelkou by rád v budoucnu toto soustředění tradoval a postupně organizoval více soustředění především pro mladší kategorie. Tento stav je pouze vizí, kam by chtěl klub směřovat.

5.2 ZÁKLADNÍ DATA PROJEKTU

- Název projektu: Organizace fotbalového soustředění pro dorostence
- Cílová skupina projektu: děti od patnácti do osmnácti let
- Plánované místo realizace: Liberecký kraj – Lomnice n. Pop.
- Plánované období realizace: červenec 2012
- Časová náročnost: příprava kempu cca 6 měsíců, délka kempu 5 dní
- Cíl: Vytvoření kvalitního fotbalového soustředění. Zdokonalit hráče v kondici a koordinaci pohybu na fotbalovém hřišti. Pokrýt náklady a dostat kemp do kladných čísel a přispět do pokladny FC Lomnice n. Pop.

Na základě výzkumu zjistit vztah hráčů k fotbalu a smýšlení o současné situaci.

5.3 NÁVRH PROJEKTU

Nejprve je potřeba vytvořit tým lidí, kteří se budou podílet na organizaci a chodu kempu. Zvolením místa a termínu soustředění bude možné pokračovat dále. Jako nejlepším místem jsem jednoznačně shledal městský stadion v Lomnici nad Popelkou v červenci 2012.

Městský stadion v Lomnici n. Pop. disponuje kvalitním hřištěm s travnatým povrchem, tribunou s veškerým zázemím a ubytováním. Nachází se zde i dvě basketbalová hřiště, dvě antuková hřiště na nohejbal, pět tenisových kurtů a atletický ovál. Dále se může využívat nedaleká sportovní hala, posilovna a koupaliště. Stravování probíhá v restauraci G-FAJX vzdálené cca 5min od areálu, kde v případě zájmu snídaně vozí přímo na stadion. Kapacita ubytování je cca 28 míst. Areál se nachází v klidném místě, kde mladé fotbalisty nebude nic rozptylovat.

5.4 SWOT ANALÝZA

SWOT analýza poskytuje nástroj v podobě komplexní metody kvalitativního vyhodnocení veškerých stránek fungování organizace, jak ziskové, tak neziskové a její současné pozice. Je nedílnou součástí marketingového řízení organizace. Je vhodným ukazatelem pro celkovou analýzu vnitřních a vnějších činitelů. Maximalizací svých předností a očekávaných příležitostí a zároveň minimalizací vlastních nedostatků a vnějších hrozeb.

Podstata metody spočívá v klasifikaci a ohodnocení jednotlivých faktorů, které jsou rozděleny do čtyř základních skupin.

1. Faktory vyjadřující silné vnitřní stránky organizace
2. Faktory vyjadřující slabé vnitřní stránky organizace
3. Faktory vyjadřující příležitosti vnějšího prostředí
4. Faktory vyjadřující hrozby vnějšího prostředí

Analýzou lze získat nové kvalitativní informace, které se charakterizují a hodnotí. Organizace dosáhne strategického úspěchu maximalizací svých předností a očekávaných příležitostí a zároveň minimalizací vlastních nedostatků a vnějších hrozeb.

Silné stránky:

- Stadion je mimo centrum města a je zde málo rušivých faktorů
- Kvalitní zázemí (travnaté hřiště, tenisové kurty, basketbalová hřiště, atletická dráha...)
- Ubytování přímo na letním stadionu
- Občerstvení přímo na letním stadionu
- Vysoká odborná i praktická úroveň hlavního trenéra (kondiční trenér AC Sparta, fotbalové „A“ reprezentace...)
- Nabídka věrnostních slev pro nadcházející sezóny
- Beseda s kondičním trenérem AC Sparta, reprezentace ČR...
- Levné ubytování
- Komunikace s FC Lomnice n. Pop.
- Malá vzdálenost od větších měst (Liberec, Jablonec n. Nis., Mladá Boleslav, Hradec Králové a dalších)
- Mladý tým organizátorů
- Nízká cena kempu
- Snaha zlepšovat a inovovat
- Neplacená reklama na www stránkách FC Lomnice

Slabé stránky:

- Kemp pouze pro jednu věkovou kategorii
- Slabá komunikace se sponzory
- Špatná komunikace s rodiči
- Marketingová nezkušenost
- Malá kapacita ubytovacích prostor
- Společné toalety a sprchy

- Kemp nemá vlastní www stránky
- Organizace prvního ročníku
- Chybí regenerační prostory na letním stadionu

Příležitosti:

- Rozšíření kempu pro ostatní věkové kategorie
- Možnosti samostatných soustředění fotbalových klubů
- Rozšíření odbornosti organizátorů kempu
- Rozšíření kempu i pro hráče ze zahraničí
- Možnost organizace více turnusů
- Spolupráce i s jinými trenéry v budoucnu
- Vývoj marketingové stránky kempu

Hrozby:

- Změna vedení FC
- Zhoršení podmínek pro trénink
- Konkurence
- Ztráta sponzorů a sponzorských darů
- Zhoršení legislativních podmínek
- Malý zájem o kemp
- Snížení zájmu o fotbal jako sport
- Zvýšení zájmu konkurenčních sportů (futsal, florbal, basketbal ...)

5.5 MARKETINGOVÝ MIX

Základem každého správného marketingového rozhodnutí je příprava správné kombinace marketingového mixu, tzv. „4P“. Tento mix je využíván k vytvoření určité pozice produktu na trhu, aby byl vnímán odlišně od konkurenčních produktů.

Skládá se ze čtyř součástí:

1. Produkt
2. Prodejní cena
3. Prodejní cesta
4. Propagace

Dále se budeme zabývat marketingovým mixem připravovaného fotbalového kempu.

1. Produkt - v tomto případě se jedná o službu, která by měla uspokojit určité potřeby a přání. Musí splňovat určité představy jako je název produktu, image produktu, jeho vlastnosti, případné varianty, další související poskytované služby. U daného produktu lze vytvořit i značku, ta je důležitým nástrojem marketingu a odlišuje službu od konkurence, může být i zárukou kvality. Značkou se rozumí identifikace služby pomocí jména, symbolu nebo jejich kombinací. Pro kemp lze do budoucna, pokud bude úspěšný, vytvořit například i logo. V tomto případě by značkou mělo být jméno a záštita PhDr. Aleše Kaplana, Ph. D.

Snahou každého marketingu je udržet produkt co nejdéle na trhu, čehož lze dosáhnout dobrou organizací, kvalitním zázemím, kvalitním trenérským týmem, dobrou náplní, různými inovacemi, stálým zlepšováním služby a udržením kvality.

2. Cena – cenou rozumíme hodnotu dané služby, v tomto případě je to cena kempu stanovená pro jednoho účastníka. Stanovení ceny je klíčovým rozhodnutím, je to jediný nástroj marketingového mixu, který tvoří příjmy. Při jejím stanovení musí být pokryty veškeré náklady a zároveň musí být dosaženo určité míry zisku. Jako metodu pro stanovení ceny použijeme metodu nákladově orientovanou. Ta vychází z celkových nákladů, ke kterým se připočítá předem stanovená míra zisku udávaná v procentech. Tato metoda umožňuje rychlé určení ceny, je vhodná i vzhledem k inflaci, kdy může dojít k růstu cen vstupů. V dalších letech lze cenu měnit v závislosti na výši poptávky, velikosti konkurence apod.

Pro budoucí ročníky bude potřeba i zvážit možnosti případných slev pro zájemce a tím podporovat prodej služby např. sleva za včasný nákup, věrnostní slevy apod. Cena pro první ročník je stanovena na částku 3 600,- na jednoho účastníka.

3. Prodejní cesta-místo – jedná se o distribuci služby, je důležitým rozhodnutím komu, kde a jakým způsobem bude služba prodávána. Při distribuci kempu využijeme propagaci se zaměřením na konkrétní segment trhu, tj. dorostence ve věku 15 – 18 let. Při organizaci kempu využijeme přímou prodejní cestu, tj. cesta od výrobce (FC Lomnice n. Pop.) k zákazníkovi (účastníci kempu). Výhodou je bezprostřední kontakt a nízké distribuční náklady, než by byly při cestě nepřímé, tj. při využití prostředníka např. agenta nebo jiných mezičlánků.

Letní stadion v Lomnici nad Popelkou je ideálním místem pro konání sportovních akcí. V areálu najdeme travnaté hřiště, škvárové hřiště, 2 antuková hřiště na nohejbal, basketbalová hřiště, a 5 tenisových kurtů. Součástí travnatého hřiště je i atletický ovál o dráze 400m. Přes léto je k dispozici i stůl na stolní tenis. Nedaleko stadionu, cca 5min. chůzí najdeme posilovnu, sportovní halu, saunu. Asi 15 min. chůzí se nachází lomnické koupaliště, kde je možnost hraní plážového fotbalu a beachvolleyballu.

Nachází se zde tedy velké sportovní vyžití a stadion se nachází v klidné části města.

Od okresního města Semily je Lomnice vzdálena 13km a krajského Liberce 40km. Další města nejsou také nikterak daleko:

- Hradec Králové – cca 55km
- Jablonec nad Nisou – cca 40km
- Mladá Boleslav – cca 45km

Jičín, Turnov, Trutnov, Pardubice...

4. Propagace – je to komunikace se zákazníkem, smyslem je seznámit cílovou skupinu se službou (kempem) a přesvědčit ji o nákupu (účast v kempu). Důležitým faktorem je forma propagace. Při organizaci kempu využijeme hlavně reklamu. V tomto případě využijeme některá média. Mezi základní patří využití

tisku, jehož výhodou je nízká cena (Lomnické noviny, Krkonošský deník, Pojizerské listy...). V budoucnu chceme využít i regionální televizní a rozhlasové vysílání. Při organizaci prvního ročníku tato média nevyužijeme z důvodu vysokých nákladů. Ve velké míře využijeme formu plakátů rozmístěných na stadionech fotbalových klubů, letáků a informačních materiálů, které můžeme distribuovat i na SŠ a ZŠ v našem i přilehlých regionech. Významnou výhodou je jejich nízká cena. Informace o kempu budou samozřejmou součástí webových stránek FC Lomnice n. Pop. Propagace kempu na www.fclomnice.com je dočasné řešení, než pro kemp zřídíme vlastní internetové stránky. Ty by měly být svou vizualizací a přehledné pro děti i jejich rodiče. Neměly by postrádat schopnost vypovídat o profesionálnosti kempu. V jejich obsahu by měly být i různé testy, dotazníky, videa a naladit tak účastníky na kemp již daleko dříve před jeho konáním. Nebude chybět samozřejmě ani fotogalerie.

Marketingový informační systém – jeho smyslem je neustále sledovat trh a situaci na trhu. Umožňuje získávat dostatek informací na jejich základě lze kvalitně plánovat a organizovat další kempy v budoucnosti.

5.6 ETAPY KEMPU

Příprava sportovní akce zabere několik měsíců, v našem případě zhruba pět. Organizaci rozvedu do 3 částí a to příprava, průběh a hodnocení akce.

1. Etapa před zahájením – přípravná fáze

- Průzkum trhu – zde zjišťuji podmínky pro konání akce, naše podmínky, konkurenci na trhu
- Zjištění požadavků na lidské zdroje – kolik lidí a jaké kvalifikace je schopno vytvořit kemp?

- Finanční rozpočet akce – zjištění jaké jsou naše možnosti a možnosti pro realizaci akce, dále ceny konkurenčních kempů
- Vytvoření týmu lidí, kteří budou zodpovědní za organizaci akce – tým lidí kteří povedou kemp a budou se starat o chod a realizaci se skládá z členů FC Lomnice
- Vytipování sponzorů – hlavními sponzory jsou i sponzoři a členové výboru FC Lomnice
 - G FAJX restaurant
 - Autolakovna Doležal

S dalšími potenciálními sponzory jsme v kontaktu.

2. Etapa – realizace fotbalového kempu

- Dohled na správný průběh kempu – přítomnost alespoň jednoho člena našeho týmu
- Řešení vzniklých problémů – problémy bychom chtěli řešit rychle a nenápadně
- Komunikace s rodiči – nepřetržitá dostupnost na telefonu, popřípadě emailu
- Komunikace s FC Lomnice – jednání o průběhu kempu a případné řešení problémů s vedením fotbalového klubu

3. Etapa – likvidace a hodnocení

- Úklid prostor – vyklizení kabin, ubytovacích prostor
- Fotodokumentace – během soustředění a následní i po skončení
- Vracení sportovních pomůcek – zapůjčení pomůcek od FC Lomnice
- Zpráva pro media – zpráva do tisku, spojená s reklamou

Komunikace s účastníky kempu – zjištění pocitů a názorů zúčastněných, následný feedback

5.7 PROPOZICE

Místo konání: Lomnice nad popelkou

Hlavní pořadatel: FC Lomnice nad Popelkou
Email: fclomnice@tiscali.cz

Kontaktní osoby: Ondřej Kos Michal Sucharda
Tel.: 737 633 747 731 682 699
Email: fclomnice@tiscali.cz fclomnice@tiscali.cz

Sportoviště: Městský stadion Lomnice nad Popelkou
Sportovní hala města Lomnice n. Pop.

Termín: červenec 2012

Cena: 3 600,-

Datum splatnosti: 31. 5. 2012

Povinnost při nástupu odevzdat:

výpis ze zdravotní dokumentace s následujícími údaji:

- trvale užívané léky + dávkování
- alergie
- fyzická omezení
- chronická onemocnění
- aktuální zdravotní stav

Je to nařízení hygienika při podobných akcích a táborech vést tzv. zdravotnický deník, kde jsou tyto údaje potvrzené ošetřujícím lékařem!

Storno poplatky: 1 měsíc a více bez poplatku

30 – 25 dní před příjezdem 5% z celkové částky

24 – 20 dní před příjezdem 15% z celkové částky
 19 – 14 dní před příjezdem 35% z celkové částky
 13 – 7 dní před příjezdem 60% z celkové částky
 6 – 2 dny před příjezdem 80% z celkové částky
 1 den před příjezdem 100% z celkové částky

Upozornění:

Bez odevzdané zdravotní dokumentace nebude účastník přijat na kemp!!

Přihláška je považována za závaznou až po zaplacení zálohy.

Bez úhrady zálohy pořadatel nemá povinnost rezervovat místo na kempu.

Neodebraná strava se nevrací, v případě nemoci se vrací část za ubytování a stravu.

Tab. č 2 Iniciály

Termín konání:	Místo konání:	Počet účastníků:	Přihlášky:
červenec	Letní stadion Lomnice nad Popelkou	25	nejpozději do 31. 5. 2012

5.8 FINANČNÍ PLÁN

Na tomto kempu počítáme s účastí 25ti fotbalistů a 3 osob spojených s trénováním a chodem soustředění. Rozepsáním nákladů potřebných k správnému chodu kempu jsme dostali výsledky níže uvedené.

Tabulka č. 3 Rozpis nákladů

KEMP ALEŠE KAPLANA	
ÚČAST: 25 HRÁČŮ + 3 DOSPĚLÍ POČET DNÍ: 6 VYUŽITÍ SPORTOVIŠŤ: STADION	
NÁKLADY	CELKEM
PRONÁJEM HŘIŠTĚ : 1500 KČ/DEN / 5 dní - 2 tréninkové jednotky denně, 1 den – 1 trénink /	8 250,00
PRONÁJEM SPORTOVNÍ HALY : 800 KČ/DEN / 2 dny - 1 tréninková jednotka denně /	800,00
UBYTOVÁNÍ V AREÁLU : 130 KČ/OS/DEN / 28 os x 130 Kč x 5 dní /	18 200,00
STRAVOVÁNÍ - PLNÁ PENZE : 160 KČ/OS/DEN / 28 os x 160 Kč x 5 dní /	22 400,00

ZAPŮJČENÍ SPORTOVNÍCH POMŮCEK: 100 KČ/DEN / branky, sítě, míče, kužele, překážky, rozlišovány, tyče /	500,00
MZDY : / odměna trenérov, asistentovi a zdravotníkovi /	10 500,00
PROPAGAČNÍ MATERIÁL : / informační buletin, reklama, plakáty... /	4 900,00
OSTATNÍ NÁKLADY : / telefony, cestovné /	2 000,00
CELKEM:	67 550,00

Zdroj.: Vlastní

Tabulka č. 4 souhrn příjmů

KEMP ALEŠE KAPLANA	
ÚČAST: 25 HRÁČŮ + 3 DOSPĚLÍ POČET DNÍ: 6 VYUŽITÍ SPORTOVIŠT : Městský stadion	
PŘÍJMY	CELKEM
CENA KEMPU (2 702x25)	67 550,00
SPONZORING	10 000,00
ZISK	22 450,-
CELKEM	100 000,00

Zdroj.: Vlastní

5.9 STANOVENÍ CENY

Cenu letního kempu jsem vytvořil nákladovou metodou. Byly stanoveny úplné náklady vlastního výkonu. Z celkové ceny byly odečteny sponzorské dary a rozděleno počtem účastníků.

Tab. 5 – Stanovení ceny letního kempu

Rok	Cena výkonu základní	Sponzoring	Počet účastníků	Cena kurzu
2012	100 000,00	10 000,00	25	3 600,00

Zdroj.: Vlastní

Získané finanční prostředky budou využity na nákup a obnovu sportovních pomůcek potřebných k tréninkové činnosti klubu FC Lomnice nad Popelkou.

5.10 PROGRAM

Tab. 6 – Vzorový program dne

čas	činnost	podrobný popis činnosti
7:45	Budíček	
8:15	Snídaně	Jídelníček je sestaven pro mladé sportovce odborníkem přes výživu s přesnou energetickou hodnotou na průběh dne
9:30	Tréninková jednotka	TJ zaměřená na fyzickou kondici, práce s míčem
12:15	Oběd	Jídelníček je sestaven pro mladé sportovce odborníkem přes výživu s přesnou energetickou hodnotou na průběh dne
12:45	Polední klid	Sportovci zde mají dostatek času zregenerovat, odpočinout si a připravit se na další tréninkovou jednotku.
14:15	Odpolední trénink	Příprava taktická, rychlostní, rozvoj herních činností jednotlivce
17:15	Regenerace	Hráči regenerují po zátěži formou volnočasových aktivit.
18:30	Večeře	Jídelníček je sestaven pro mladé sportovce odborníkem přes výživu s přesnou energetickou hodnotou na průběh dne.
20:00	Večerní program	Večerní program je připravený speciálně trenéry (technicko – taktická příprava), nebo je sportovcům poskytnut volný večer na libovolnou zábavu (stolní tenis, tenis, tv..)

Zdroj.: Vlastní

Ukázka tréninkové jednotky:

- rozcvičení 10 min (hra na babu, mrazík, házená)
- protažení 8 min
- cca 4 min souvislý běh (400 m 1.50-1.55 lepší – 2.05-2.10 horší)
- 2,5 min pauza (protažení)
- cca 4 min souvislý běh (400 m 1.50-1.55 lepší – 2.05-2.10 horší)
- 2,5 min pauza (protažení)
- cca 4 min souvislý běh (400 m 1.50-1.55 lepší – 2.05-2.10 horší)
- 4 min pauza
- celá série znovu
- síla: švihadlo 100, 50,50 + 10x angličák – 2 série
- nakonec lehoučký výklus 3 min
- protažení 10 min

celková doba tréninku cca 80-90 min / cca 6000 – 7000 mtr /

zdroj.: vlastní

5.11 SOCIÁLNÍ ŠETŘENÍ

Cílem níže uvedeného šetření bylo zjištění názorů a postojů mládeže vůči sportu, jejich přístup ke sportovním aktivitám. Zároveň jde o porovnání dvou skupin respondentů, rozdílů v jejich názorech a přístupech.

Šetření se zúčastnilo 60 respondentů ve věku 15-18 let. 30 respondentů z řad ligových hráčů FC Jablonec nad Nisou a 30 respondentů z řad nižších fotbalových mužstev z FC Lomnice nad Popelkou a SK Semily.

5.11.1 POSTUP ŠETŘENÍ

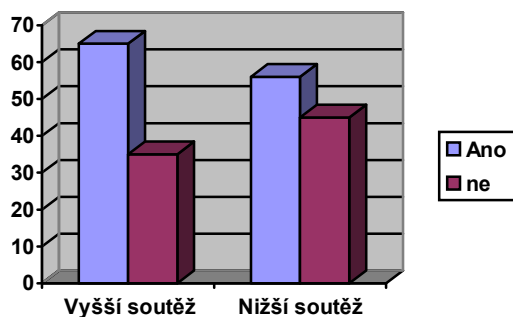
Jako výzkumný nástroj jsem použil dotazník/viz.příloha/. Slovo dotazník se spojuje s dotazováním, s otázkami. Je to způsob písemného kladení otázek a získávání písemných odpovědí. Dotazník je nejfrekventovanější metodou zjišťování údajů. Je určen především pro hromadné získávání údajů/velký počet odpovídajících/.Můžeme jím získávat velké množství informací při malé investici času. Osoba, která vyplňuje dotazník se nazývá respondent. Jednotlivé prvky dotazníku se nazývají otázky. Odpověďmi na otázky se zjišťují určité hypotézy, předpoklady. Tyto předpoklady se zjištěními ve výzkumu potvrzují nebo vyvracejí. V dotazníku jsou obsaženy uzavřené otázky. Dotazník byla zadáván osobně a anonymně. Výsledky jednotlivých položek byly zpracovány do tabulek a zároveň graficky znázorněny. Výsledky jsou uváděny v procentech

5.11.2 VÝSLEDKY ŠETŘENÍ

Předpokládám, že mladí fotbalisté, kteří se aktivně věnují sportu ve vyšších fotbalových soutěžích budou mít zodpovědnější přístup ke sportu, budou ochotni na sobě pracovat a finančně se podílet na těchto aktivitách. Oproti tomu u vzorku mládeže z nižších fotbalových soutěží předpokládám přístup opačný.

Otázka č. 1 Je fotbal jediným sportem, který aktivně provozujete?

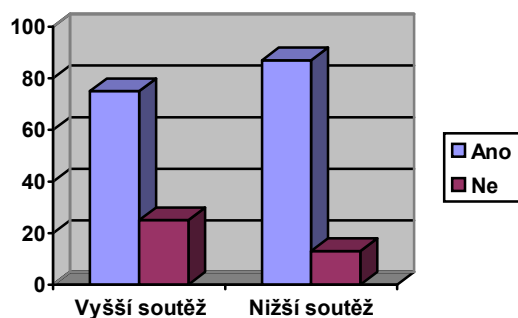
	Vyšší soutěž	Nižší soutěž
Ano	65	56
ne	35	45



Z grafu je patrné, že mládež z nižších soutěží se aktivně věnuje i jiným druhům sportu. Je jich skoro jedna polovina, nejsou tedy tak jednostranně zaměřeny pouze na fotbal, najdou si čas i na jiné sportovní aktivity. U vyšší soutěže provozuje další druh sportu jen jedna třetina respondentů. Z toho vyplývá jednostranná pohybová zaměřenost, přičemž každý druh sportu by měl kompenzován i jiným druhem sportovní aktivity, i když třeba i v menším rozsahu.

Otázka č.2 Účastníte se rádi sportovních soustředění?

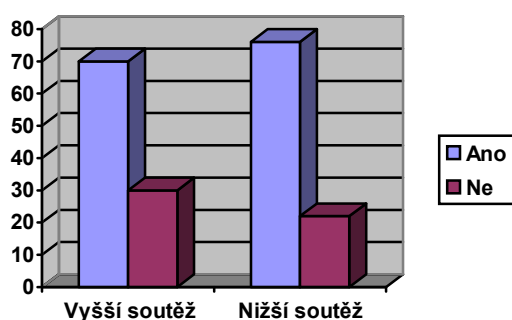
	Vyšší soutěž	Nižší soutěž
Ano	75	87
Ne	25	13



Na výše uvedenou otázku odpovídali hráči vyšších soutěží překvapivě oproti hráčům nižších soutěží. Předpokládal bych, že účast na sportovním soustředění je pro hráče vyšší třídy důležitá a upřednostňují ji z důvodu možnosti svého neustálého zlepšování. Je ale vidět, že pro některé fotbalisty je to pouze nemilá povinnost. Naopak u nižší třídy je vidět znatelně jiný přístup, rádo se soustředění účastní o 12% více hráčů.

Otázka č.3 Jste ochotni si na účast v kempu finančně přispívat?

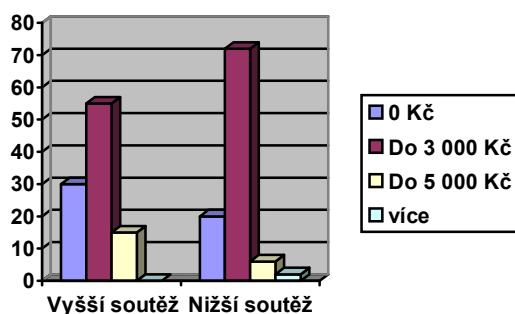
	Vyšší soutěž	Nižší soutěž
Ano	70	76
Ne	30	22



Opět překvapivě jsou ochotni se finančně podílet na kempu hráči nižších soutěží, a to o 6% hráčů více. Nejedná se však o nijak významný rozdíl.

Otázka č.4 Uved'te výši částky, kterou jste ochotni na kemp finančně přispět

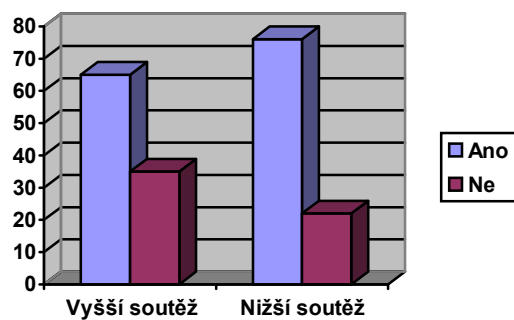
	Vyšší soutěž	Nižší soutěž
0 Kč	30	20
Do 3 000 Kč	55	72
Do 5 000 Kč	15	6
více	0	2



Z výsledku vyplývá, že hráči nižších soutěží jsou ochotnější podílet se více finančně na účasti v kempu. 2% dokonce přispěje částkou vyšší než 5 000 Kč. Naopak u hráčů vyšší soutěže není ochoten přispět vyšší částkou ani jeden hráč. Celkově je většina, 55% a 72% , ochotna přispět finanční částkou do výše 3 000 Kč. Je vidět, že hráči vyšších soutěží si nechtějí přispívat na rozvoj svého talentu. Nad 5 000 Kč není ochoten si připlatit ani jeden hráč. Zhruba jedna třetina respondentů vyšší soutěže není ochotna zaplatit nic.

Otázka č. 5 Chcete se věnovat sportu profesionálně?

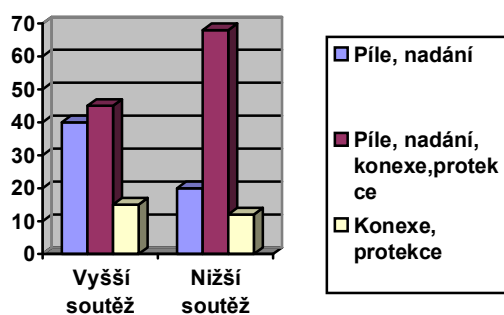
	Vyšší soutěž	Nižší soutěž
Ano	65	76
Ne	35	22



U hráčů vyšší soutěže se více jak jedna třetina se nadále nechce věnovat sportu profesionálně, což je velmi překvapivé u mládeže jejich věku. U hráčů nižší třídy je toto přání u více jak tří čtvrtin hráčů. Opět jich je tedy v porovnání více, a to o 12%.

Otázka č. 6 Myslíte si, že za úspěchem hráče stojí

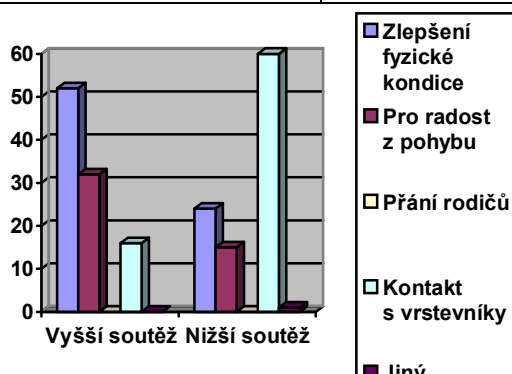
	Vyšší soutěž	Nižší soutěž
Píle, nadání	40	20
Píle, nadání, konexe, protekce	45	68
Konexe, protekce	15	12



Je alarmující, že si mládež myslí, že jim k úspěchu nestačí pouze jejich píle a nadání. U hráčů vyšší třídy si skoro polovina myslí, že je třeba i kombinace s protekcí a konexemi. U hráčů nižší tříd je to skoro 70 %. Dokonce je v obou případech více jak 10% všech hráčů přesvědčeno, že není důležité nadání ani píle, ale pouze konexe a protekce. Tato skutečnost vypovídá mnohé o poměrech ve sportovních soutěžích, a o tom, že již mladí ve věku do 18 let nevěří na úspěch pouze vlastním přičiněním.

Otázka č. 7 Sportu se věnuji z důvodů

	Vyšší soutěž	Nižší soutěž
Zlepšení fyzické kondice	52	24
Pro radost z pohybu	32	15
Přání rodičů	0	0
Kontakt s vrstevníky	16	60
Jiný	0	1



U odpovědí jsem předpokládal, že zvláště v nižší soutěži bude důvod sportování mládeže kontakt s vrstevníky. Je tomu tak u 60% mladých. Naopak u fotbalistů vyšší třídy je přes 50% jako důvod udávání zlepšení fyzické kondice a zdraví. Je potěšující, že nikdo neodpověděl, že se sportu věnuje pouze na základě přání rodičů. Je vidět, že si mládež uvědomuje prospěšnost sportovních aktivit pro svůj život a nesportují pouze z donucení. Je potěšující, že i u sportovců vyšší třídy se objevuje jako důvod radost z pohybu, a to u jedné třetiny. Pokud je tomu tak, pak je zcela reálný předpoklad, že tito mladí budou sportovat i nadále a tato záliba jim vydrží po celý život a jednou k ní povedou své děti.

5.11.3 SHRNU TÍ ŠETŘENÍ

Celkově tedy můžeme říci, že odpovědi u některých otázek byly překvapující. Při porovnání hráčů vyšší a nižší soutěže se ukazuje, že hráči nižších tříd mají v některých otázkách kladnější přístup ke sportovním aktivitám. Jsou ochotnější do svého oblíbeného sportu investovat své finanční prostředky a dokonce více než jejich vrstevníci hrající vyšší soutěž. Možná je to tím, že sportují hlavně proto, aby měli sociální kontakty s vrstevníky a mají přirozenou radost z pohybu.

Výsledky ovšem nejsou povzbudivé v oblasti zjišťování názoru na uplatňování korupce. Je smutné, když je tolik mladých lidí přesvědčeno, že vlastní píle a talent jim nepomůže k tomu, že budou úspěšní v této oblasti. Domnívají se, že bez pomoci korupce a známostí to nejde. Je na nás, na dospělých, na celé společnosti, aby došlo v této oblasti ke změnám, aby byli vždy úspěšnější a přednost dostávali ti, kteří skutečně něco umí a jsou ochotni na sobě pracovat.

6 ZÁVĚR

Hlavním cílem bakalářské práce bylo vytvořit návrh na zorganizování fotbalového kempu v Lomnici nad Popelkou zaměřený na kondiční trénink a zlepšení fyzické kondice.

Kemp by mohl pomoci fotbalovým hráčům připravit se na nadcházející sezónu tak, aby mohli podávat maximální výkony a byli tak přínosem pro své fotbalové kluby.

Dalším z cílů, který si kladu, je snaha vytvořit novou sportovní tradici kempů v Lomnici nad Popelkou tak, aby se tyto kempy staly do budoucna nedílnou součástí práce FC Lomnice nad Popelkou a staly se vyhledávanou aktivitou mladých sportovců.

V práci je uvedena organizace celého kempu a komplexní ekonomické zajištění. Vyčísleny jsou i celkové náklady projektu, sponzorské dary a zisky.

Práce představuje konkrétní týdenní program soustředění pro mladé fotbalisty.

Bakalářská práce uvádí i využití marketingových prostředků v praxi a jejich využití pro přípravu fotbalového kempu.

Součástí práce je i sociální šetření zaměřené na zjišťování názorů, postojů a přístupů současných mladých fotbalistů vyšších a nižších fotbalových soutěží.

Práce by jako vzor mohla posloužit i dalším menším fotbalovým týmům při kondiční přípravě jejich vlastních hráčů nebo při organizaci obdobného kempu.

Celkově lze ovšem zhodnotit realizaci kempu až po uskutečnění prvního ročníku, přičemž se lze poučit z případných nedostatků pro organizaci dalších ročníků.

7 POUŽITÁ LITERATURA

1. BEDŘICH, L. *Fotbal – rituální hra moderní doby*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita Brno, 2006
2. ČÁSLAVOVÁ, E. *Management v tělesné výchově a sportu (vybrané kapitoly)*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2004. s. 30 – 51. ISBN 80-246-0050-1.
3. DOVALIL, J. a kol. *Výkon a trénink ve sportu*. 1. vyd. Praha: Olympia, 2002, s. 333 – 336. ISBN 80-7033-760-5.
4. DOVALIL, J., PERIČ, T. *Sportovní trénink*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 56. ISBN 978-80-247-2118-7
5. DUHAN, M. *Výběr a výchova talentů pro vrcholový fotbal*. Brno: MU FSpS, 2006, 56 s.
6. FRÖMEL, K. *Pohybová aktivita a sportovní zájmy mládeže*. Olomouc: Univerzita Palackého, 1999. ISBN 80-7067-945-x.
7. KAPLAN, A. a kol. *Skáče, běháme a hrajeme si*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-785-x.
8. MACHO, M. *Fotbal vášeň 20. století*. 2. vyd. Praha: Drana, 1999, s. 36. ISBN 80-7243-057-2.
9. MOUDRÝ, M. *Marketing*. 1. vyd. Praha 2. vyd. Praha: Computermedia, 2008, s. 58. ISBN 978-80-7402-002-5.
10. NAVARA, M., BUZEK, M. ONDŘEJ, O. *Kopaná*. 1. vyd. Praha: SPN, 1986,.
11. PERIČ, T. *K možnostem identifikace struktury sportovní talentovanosti*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2008, ISBN 978-80-246-1506-6.
12. PERIČ, T. *Výběr sportovních talentů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, s. 60 – 61. ISBN 80-247-1827-8.
13. RYCHETSKÝ, A. *Monitorování účasti mládeže ve sportu a pohybové*

aktivitě v ČR. 1. vyd. Praha: UK – FTVS, 2006, ISBN 80-86317-44-7.

14. TVRZNÍK, A. *Tréninkový deník mladého sportovce*. 1. vyd. Praha: Grada, 2001, ISBN 80-247-0115-4
15. VOTÍK, J. *Fotbal, trénink budoucích hvězd*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003, ISBN 80-247-0463-3
16. FOTBAL, *Kondiční trénink ve fotbale* [online]. 2010 [cit. 2010-06-24]. Dostupný z WWW: <http://www.fotbal-trenink.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=467:kondicni-trenink-ve-fotbale&catid=18:kondice&Itemid=68/>.
17. FOTBAL, *Věkové kategorie a fotbal* [online]. 2006 [cit. 2010-03-04]. Dostupný z WWW: <http://www.fotbal-trenink.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=12%3Avkov-e-kategorie-a-fotbal&catid=11%3Avkove-kategorie&Itemid=20&limitstart=6/>.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Dotazník

Příloha č. 2: Fotogalerie

PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Dotazník

1. Je fotbal jediným sportem, který aktivně provozujete?

A) Ano

B) Ne

2. Účastníte se sportovních soustředění?

A) Ano

B) Ne

3. Jste ochotni si na účast v kempu finančně přispívat?

A) Ano

B) Ne

4. Uved'te výši částky, kterou jste ochotni na kemp finančně přispět?

A) 0 Kč

B) Do 3 000 Kč

C) Do 5 000 Kč

D) více

5. Chcete se věnovat sportu profesionálně?

A) Ano

B) Ne

6. Myslíte si, že za úspěchem hráče stojí

A) Píle a nadání

B) Píle, nadání, konexe a protekce

C) Konexe a protekce

7. Sportu se věnuji z důvodů

- A) Zlepšení fyzické kondice a zdraví
- B) Pro radost z pohybu
- C) Respektuji přání rodičů
- D) Udržování sociálních kontaktů s vrstevníky
- E) Jiný – uveďte

Příloha č. 2: Fotogalerie



Obrázek č. 1



Obrázek č.2



Obrázek č. 3



Obrázek č. 4