



Strategický plán činnosti ÚAD SLA 2014 - 2018

P-ÚAD SLA
27.11.2013

Obsah

OBSAH	2
ÚVOD	3
CIELE STRATEGICKÉHO PLÁNU ČINNOSTI:	3
SWOT ANALÝZA	4
ŠPORTOVÁ ČINNOSŤ	5
ROZVOJ ŠPORTU A ROZVOJ ČLENSKEJ ZÁKLADNE	5
PODPORA VÝKONNOSTNÉHO ŠPORTU	5
PODPORA VRCHOLOVÉHO ŠPORTU - REPREZENTÁCIA	5
PODUJATIA	6
SLOVENSKÝ POHÁR	6
REGIONÁLNE SÚŤAŽE	7
MEDZINÁRODNÉ PODUJATIA	7
ČLENSKÁ ZÁKLADŇA	8
MAJETOK A MTZ	9
PR, MÉDIÁ A MARKETING	9
PR A MÉDIÁ	9
MARKETING	10
REKLAMA	10
DIRECT MARKETING	10
MERCHANDISING	10
PARTNERSTVÁ	10
SPRIEVODNÉ PODUJATIA	10
ZĽAVY PRE ČLENOV	11
SPONZORING	11
METODIKA A OBLASŤ VZDELÁVANIA	11
ODBORNÍCI V ŠPORTE	11
METODIKA A PUBLIKAČNÁ ČINNOSŤ	12
ZÁVER	12



Úvod

Zjazdové lyžovanie na Slovensku je v situácii, kedy vedenie ÚAD SLA rozhoduje o ďalšom smerovaní hnutia a má všetky predpoklady pozdvihnúť jeho úroveň. Po najúspešnejšej sezóne v ére samostatnosti sa o reprezentáciu začínajú zaujímať sponzori. Tento efekt pozorujeme aj u podujatí mládežníckych kategórií. Nastupuje pomerne silná generácia mladých pretekárov s výrazným potenciálom presadiť sa vo svetovom meradle. V zložitejšej situácii je členská základňa, kde pozorujeme dlhodobý, i keď mierny medziročný pokles nových členov v najmladších vekových kategóriách. ÚAD musí vyvíjať činnosti, za pomoci ktorých využije priaznivú situáciu a zaktivizuje všetky svoje zložky, ako kluby, pretekárov, funkcionárov, trénerov a reprezentantov k spoločnému úsiliu všeobecného rozvoja zjazdového lyžovania na Slovensku.

Ciele strategického plánu činnosti:

1. Podporovať čo najširšiu propagáciu lyžovania v každom veku, najmä so zreteľom na mládežnícke kategórie, v súlade s úlohami vyplývajúcimi zo stanov SLA ;
2. Rozvíjať medzinárodnú konkurencieschopnosť národných tímov a činnosť zameranú na účasť na olympijských hrách,
3. Podporovať športové kluby a mládež
4. Organizovať športové aktivity na území Slovenska, vrátane prostredníctvom delegovanej štruktúry
5. Podporovať základné princípy športu (fair play, boj proti rasizmu, boj proti dopingu) a riadne a správne zabezpečiť priebeh súťaží s cieľom chrániť zdravie športovcov.

Hlavné myšlienky strategického plánu činnosti:

Kontinuálny nábor mládeže do lyžiarskeho športu.

Plynulý výkonnostný rast talentovaná mládež pri silnom reprezentačnom družstve

SWOT analýza

Zhodnotenie interného prostredia		Zhodnotenie externého prostredia	
silné stránky	slabé stránky	príležitosti	ohrozenia
masovo populárna športová disciplína	finančná náročnosť	nárast záujmu súkromného sektora o lyžovanie	pokles štátnych dotácií
dobrovoľní funkcionári na klubovej aj celoslovenskej úrovni	Nedostatok finančných zdrojov	usporiadanie podujatia SP	zlá verejná mienka
stabilní a skúsení organizátori podujatí	bez jednotného RD	zlepšujúce sa výsledky pretekárov	neistota dobrých výsledkov
bývalí pretekári ostávajú v hnutí ako tréneri, učitelia, funkcionári	Nepravidelný prísun finančných zdrojov	Divácky atraktívne sledovanie pretekov na slovenskej a medzinár. úrovni	organizácia podujatí a tréningov je závislá od počasia
dostatočné množstvo tréningových možností v strediskách od miestneho až po medzinárodný význam	málo skúseností v práci s médiami a s PR	zvyšujúci sa záujem lyžiarskych stredísk o pretekové lyžovanie	kolízia s komerčným lyžovaním v strediskách
tradičné podujatia (VCS, VCDJ)			nedostatok sponzorov

Športová činnosť

Rozvoj športu a rozvoj členskej základne

Vytváranie podmienok pre rozvoj a rozširovanie členskej základne. Ide predovšetkým o aktivity najmä na klubovej úrovni.

ÚAD SLA má úlohu vytvoriť podmienky pre tvorbu súťažných poriadkov, vzdelávanie trénerov a spolufinancovanie klubových aktivít ako aj podpora organizátorov podujatí.

Nástroje:

- Finančná podpora činnosti športových klubov zaoberajúcich sa mládežníckymi kategóriami na základe diferencovanej podpory,
- Hľadanie a výchova športových talentov
- Spracovanie projektov, ktoré zabezpečia skvalitnenie výberu mládeže do klubov a útvarov v rámci ÚAD, podpora mládežníckych súťaží, podpora športových škôl ako centier prípravy mládeže
- Spracovanie projektov, ktoré zabezpečia vzdelávanie trénerov, cvičiteľov, inštruktorov.

Podpora výkonnostného športu

Starostlivosť o talentovaných výkonných pretekárov ktorí vstúpia do juniorskej kategórie kde časová a finančná zaťaženosť odradzuje hlavných finančných sponzorov (rodičov), a kde výsledky ako motivačná zložka nie sú samozrejmosťou.

Pri výkonnostnom športe je potrebné zaoberať sa myšlienkou vytvorenia lepších a kvalitnejších podmienok pre športovcov, a spoločnú prípravu na spoločných sústredueniach. Hlavným cieľom podpory výkonnostných športovcov je pomôcť im stať sa vrcholovými športovcami.

Nástroje:

1. Finančná podpora športovcov – reprezentantov U21 zapojených do spoločnej prípravy v rámci spoločných sústredení
2. Participácia na financovaní prípravy a účasti športovcov – reprezentantov na najvýznamnejších medzinárodných podujatiach
3. Spolufinancovať účelovo programové projekty zamerané na skvalitnenie tréningových podmienok.
4. Výmena základných informácií medzi reprezentačnými trénermi a trénermi U21

Podpora vrcholového športu - reprezentácia

Základným predpokladom úspešnej športovej reprezentácie je cielený, dlhodobý systematický proces starostlivosti o vrcholový šport, a športovú prípravu. Zo strany ÚAD nie je možná plná finančná podpora, preto podpora zo strany ÚAD by mala byť najmä vo

forme tvorby reprezentačného družstva, ktoré je možné ponúkať dodávateľom materiálu a sponzorom.

Spoločne s lepšími pretekármi tvoriť podmienky, aby sa slabší pretekári ľahšie dostali na ich úroveň a jednoduchšie tak získali sponzorov

V období 2014-2018 je hlavnou úlohou vytvorenie stáleho Národného tímu žien a mužov s menším počtom pretekárov (max. 5+5) a juniorského výberu U21 s počtom max. 6+6 pretekárov, so silnejším centrálnym materiálovým, finančným a odborným-personálnym zabezpečením.

ÚAD bude podporovať spoločnú športovú prípravu jednotlivých družstiev.

V súčasnej dobe má ÚAD jedného pretekára s výkonnosťou postačujúcou na medailové ambície na ZOH 2014 v Sochi. Cieľom ÚAD je dosiahnuť, aby požadovanú výkonnosť pre medailové ambície na ZOH 2018 mali minimálne dvaja pretekári a ďalší dvaja dosahovali výkonnosť potrebnú na umiestnenie do prvej 15 v aspoň jednej disciplíne.

Nástroje:

- Finančná podpora spoločných sústredení a športovej prípravy RD, U21
- Materiálová podpora spoločných sústredení a športovej prípravy RD, U21
- V spolupráci s MK pracovať na posilnení jednotného RD ako marketingového produktu
- Jednotný, centrálny postup voči techn. dodávateľom
- Zabezpečenie finančných zdrojov zo súkromného sektora minimálne vo výške 50% štátnej dotácie na reprezentáciu a rozvoj odvetvia

Podujatia

Slovenský pohár

Slovenský pohár v predžiackych a žiackych kategóriách zaznamenáva pomalý, ale dlhodobý úbytok účastníkov. Hlavným cieľom je preto stabilizovať počty zúčastnených pretekárov a postupne zvrátiť tento trend na opačný.

Nástroje:

- Marketingová podpora SLP ako seriálového podujatia
- Kontrola kvality organizovaných súťaží v rámci SLP
- Vytvorenie pozície „race director“, ktorý je zodpovedný za kvalitu seriálu, pôsobí ako konzultant pre organizátorov, zabezpečuje dohľad nad prípravnými prácami pred podujatím, ako napr. príprava svahu, stavba sietí a pod.
- Pokračovať v súťaži družstiev (klubov) v rámci SLP
- Pridelovať SLP kvalitným organizátorom
- Kontrolovať služby dodávateľov a sankcionovať ich nekvalitné prevedenie
- Organizovať školenia pre organizátorov podujatí
- Lepšia komunikácia v rámci ÚAD, medzi klubmi, trénermi

Regionálne súťaže

Podporou regionálnych súťaží (ako napr. Východoslovenská liga, Pohár Liptova...) propagovať lyžovanie v regiónoch, umožniť súťaženie pretekárom, ktorí nedosahujú výkonnostnú úroveň SLP, alebo levelu FIS a podporiť tak nárast členskej základne.

V rámci možností je potrebné podporiť regionálne súťaže aj marketingovo, za predpokladu kontroly kvality organizovaných podujatí.

Medzinárodné podujatia

FIS

Počet pretekov levelu FIS konaných na Slovensku sa podstatne zvýšil. Konajú sa podujatia vo všetkých disciplínach vrátane rýchlostných. Hlavným cieľom je udržať súčasný stav počtu podujatí a postupne zvyšovať ich kvalitu.

Nástroje:

- Vytvorenie pozície „race director“, ktorý je zodpovedný za kvalitu seriálu, pôsobí ako konzultant pre organizátorov, zabezpečuje dohľad nad prípravnými prácami pred podujatím, ako napr. príprava svahu, stavba sietí a pod.
- Kontrolovať služby dodávateľov a sankcionovať ich nekvalitné prevedenie
- Organizovať školenia pre organizátorov podujatí
- Koordinovať zostavovanie kalendára s CZE a POL

EC

Organizovanie EC je pre SLA dôležité nielen zo športovo-diplomatického hľadiska, ale aj z hľadiska umožnenia štartu na podujatiach EC čo najviac slovenským pretekárom (usporiadateľská kvóta). Podujatie EC konané na Slovensku od roku 2008 mali zvyšujúcu sa úroveň kvality. ÚAD bude pokračovať v organizovaní podujatí EC pokiaľ to bude možné v každej sezóne, okrem sezón, kedy bude organizovať podujatia vyššieho levelu.

WC

Organizovanie pretekov WC je pre ÚAD hlavným cieľom v oblasti organizácie podujatí, a to najmä z hľadiska športovo výkonnostného (štart našich pretekárov na domácich svahoch), komerčného a športovo diplomatického.

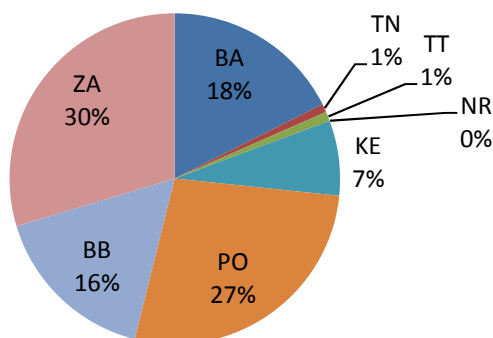
Nástroje:

- Intenzívna spolupráca s prevádzkovateľom strediska Jasná
- Intenzívna spolupráca so SLČR
- Dlhodobá a koncepčná príprava a kontinuálne vzdelávanie odborníkov športe a funkcionárov
- Zabezpečiť kvalitné národné súťaže a organizovanie medzinárodných súťaží vyššieho levelu (EC) a tým pomôcť pri vzdelávaní a získavaní praxe funkcionárov, rozhodcov...
- Aktívna diplomacia na pôde FIS

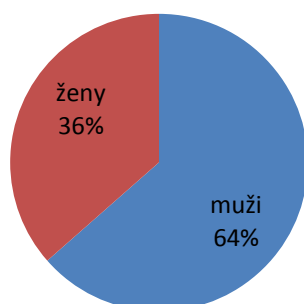
Členská základňa

Stav členskej základne ÚAD k 31.12.2012 bol 2748 členov.

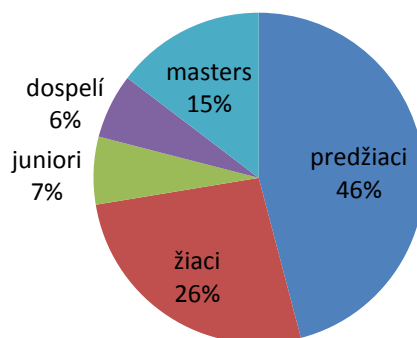
geografické zloženie členskej základne ÚAD SLA



zloženie členskej základne ÚAD SLA podľa pohlaví



zloženie členskej základne ÚAD SLA podľa vekových kategórií



ÚAD bude sledovať trend vývoja stavu členskej základne, najmä u mládežníckych kategórií a v kritických vekových obdobiach, ako je prechod do juniorskej, alebo seniorskej kategórie. Podľa doterajšieho vývoja je predpoklad poklesu členskej základne. ÚAD chce tento trend zastaviť a odvrátiť ďalší pokles počtu členov.

ÚAD SLA bude vyvíjať aktivity zamerané na nábor nových členov v detských kategóriách a podporu zotrvania pri lyžovaní čo najdlhší čas v kategóriách žiakov a juniorov.

Tieto kroky je možné správne nastaviť jedine na základe analýzy motivačných faktorov, ktoré determinujú zotrvanie pri lyžovaní, alebo výber inej aktivity.

Cieľom ÚAD je dosiahnuť k 31.12.2018 počet 4 000 členov, zvýšiť počet pretekárov v mládežníckych kategóriách o 10% a dosiahnuť 75% podiel v rámci členskej základne SLA.

Nástroje:

- Podpora programu výhod pre členov (skipasy, obchody...)
- PR a pozitívna prezentácia ÚAD a SLA
- Náborové aktivity na ZŠ
- Napomáhať školám pri organizovaní lyžiarskych výcvikov na I. Stupni ZŠ
- Vytvárať obraz úspešných, obľúbených a populárnych športovcov
- Zvyšovať kvalitu podujatí
- Transparentnosť a nekorupčnosť v hnutí
- Podpora a aktivizácia klubov

Majetok a MTZ

Momentálny stav majetku ÚAD SLA je relatívne dobrý, avšak nie je postačujúci na pokrytie potrieb reprezentantov, klubov a organizátorov podujatí pri súčasnom stave fungovania RD. Veľkou položkou je financovanie údržby a opráv vozového parku.

Cieľom ÚAD je zaistiť dostatočné množstvo materiálu na zabezpečenie organizácie podujatí na Slovensku, na spoločné sústredenie RD a zabezpečiť pre členov RD materiál pre mimoriadne situácie formou krátkodobej výpožičky materiálu.

PR, médiá a marketing

PR a médiá

V súčasnosti je verejná mienka po viacerých kauzách voči ÚAD SLA pomerne nepriaznivá. ÚAD, ale aj celej SLA chýba jednotný, odborný postup pri budovaní PR a vystupovaní v médiách. Táto skutočnosť sa odráža aj v oblasti marketingu, kde sťažuje plnenie marketingových cieľov ÚAD, ale aj získavanie sponzorov. Ovplyvňuje aj ďalšie oblasti ako členská základňa, reprezentácia, podujatia, či vzdelávanie.

Cieľom ÚAD v období 2014 – 2018 je zabezpečiť zlepšenie PR a vystupovania v médiách a zefektívnenie činnosti marketingu a sponzoringu.

Nástroje:

- Využitie služieb PR konzultanta

- Komunikácia s médiami na dvojtyždennnej / mesačnej báze (TS, briefingy...)
- Zabezpečenie a tvorenie unikátneho mediálneho materiálu
- Sociálne siete
- Vytvárať obraz úspešných, obľúbených a populárnych športovcov

Marketing

Reklama

Dosiahnutie cieľov nie je možné bez podpory médií. Pre potreby reklamy je nutné využívať TV spoty, rozhlasové spoty a zvučky, reklamnú potlač, reklamu vnútri ÚAD Pevné a mobilné alebo vezmeme do úvahy nových technológií v tejto oblasti komunikácie, Internet umožňuje jednoducho vložiť odkaz na webové stránky a bannerovej reklamy, môžeme sa dostať k členom a individuálne bombardovať priamo na svojom mobilnom telefóne kedykoľvek nápady a reklamy.

Direct marketing

Direct marketing je forma interaktívnej komunikácie, nadväzovanie priameho kontaktu s dopytom, inými slovami sa dá definovať ako plánovaný systém evidencie, analýzy a sledovania hlavných charakteristík spotrebiteľov, ktoré poskytujú efektívne strategické správy.

Merchandising

Merchandising je súbor výrobkov uvádzaných na trh pod logom klubu, národného tímu, príp. asociácie alebo loga podujatí, hlavný je rozsah výrobkov v závislosti na cieľovej skupine ktorú má oslovit'.

Môžeme predat' všetko, od klasických čiapok, tričká a privesky na kľúče, USB kľúč a pod. Takto získané prostriedky budú použité na napĺňanie cieľov ÚAD SLA a tohto strategického plánu činnosti.

Partnerstvá

Od prvej sponzorskej zmluvy, na základe jednoduchého vzťahu, sa môžu ďalej rozvíjať spolupráce medzi športové kluby a spoločnosti pôsobiace v ich odvetviach. tieto dohody sú v záujme oboch strán k výmene a zdieľaniu informácií, skúseností a nápadov a dosiahnutie cieľov UAD .

Sprievodné podujatia

Jednou s podmienok dohody o sponzorstve môže byť aj organizovanie sprievodných podujatí. Tieto aktivity môžu byť navrhnuté a organizované sponzorom za účasti členov reprezentačných družstiev, alebo to môžu byť aktivity, ktoré prebiehajú súbežne so športovým podujatím organizovaným ÚAD SLA.

Zľavy pre členov

ÚAD SLA v rámci sponzoringu a partnerstva so sponzorom môže ponúkať pre svojich členov rôzne zľavy na tovar, alebo služby, ktoré sú predmetom záujmu členov, alebo členských klubov.

Sponzoring

Sponzoring je komerčná reklamná investícia ako každá iná. Štandardne sa nezakladá na osobných vzťahoch.

Táto investícia má svoje ciele, svoje povinnosti a záväzky. Sponzor - investor sa správa ako na trhu a pri strate odchádza.

Spolupráca so športovcom prináša so sebou ďalší prvok, a to sú jeho názory a správanie, ktoré sú vzorové pre publikum. Táto väzba pre investora prináša benefit vo forme zisku. V prípade, že športovec je subjektom v nejakej kauze, týkajúcej sa drog, alkoholu, doping, porušenia zákona, alebo dobrých mravov, alebo nevhodného mediálneho vystupovania dochádza často k ukončeniu spolupráce, alebo je takéto správanie dôvodom na nezačatie spolupráce.

Tu je priestor, kde musí ÚAD začínať s riešením sponzoringu. Požadovať od vlastných členov rešpekt a určitú podriadenosť vnútorným poriadkom a potom rozšíriť aktivity smerované k mediálnej podpore sponzorov s cieľom stať sa jedným z nástrojov na podporu predaja produktov.

Metodika a oblasť vzdelávania

Odborníci v športe

Vzdelávanie odborníkov a vydávanie metodických materiálov:

V oblasti vzdelania odborníkov v športe je v súčasnosti potrebné výrazná zmena. Je potrebné priniesť poznatky zo svetového pohára, tak aby mládežnícky tréneri vedeli ako majú smerovať športovú prípravu mládeže.

Nakoľko tréneri alebo rozhodcovia zväčša vykonávajú svoju funkciu popri svojom zamestnaní, nie je reálna ich účasť bez finančnej podpory. Vzdelávanie odborníkov v rámci Slovenska prebieha vzhľadom na finančnú a časovú náročnosť školení vždy v nižších počtoch zúčastnených frekventantov.

Je nutné dostať na Slovensko vysokokvalitných odborníkov, ktorí by v rámci trénerských akadémií prezentovali poznatky z iných krajín, alebo využiť domácich trénerov s dlhoročnými skúsenosťami zo SP.

V oblasti uznávania slovenských licencií v zahraničí existuje absurdná situácia. Licencie národného športového zväzu sú menej uznávané ako licencie iných inštitúcií a krajín. V tejto súvislosti je potrebné riešiť pridelenie akreditácií, uznávanie licencií na Slovensku a v zahraničí tak, aby národný športový zväz mohol prebrať úplnú zodpovednosť za vzdelávanie odborníkov.

Nástroje:



- vypracovať projekt vzdelávania pre všetkých trénerov.
- Analyzovať kde a aké nedostatky vo vedomostiach tréneri majú (forma: dotazník, seminár, skúšky, ...)
- organizovanie Trénerských akadémií (ako povinná účasť pre predĺženie licencie trénera) s vysokou úrovňou lektorov s využitím trénerov členov RD
- Pravidelné organizovanie doškolení trénerov s kvalitným dlhodobým a systematicky programovaným obsahom
- Systematická podpora účasti na konferenciách a seminároch členov Komisie vzdelávania a zabezpečenie prenosu najnovších poznatkov do praxe.
- byť v rámci uznávania licencií v EU aktívny s cieľom presadiť uznávanie slovenských licencií aj mimo území SR, čím sa zvyšuje záujem o absolvovanie školení a kurzov.

Metodika a publikačná činnosť

Pri príležitosti vypracovania metodiky je potrebné zabezpečiť pravidelné vydávanie metodických materiálov (napr. metodické listy), propagačných a osvetových informácií. Nutnosťou je vydávanie pravidiel lyžiarskych pretekov v slovenskom jazyku.

Záver

V minulosti boli priamou konkurenciou lyžovania iné športy, alebo voľno časové aktivity, ktorým sa začínalo venovať v skoršom veku. Dnes je najväčšou konkurenciou lyžovania a športu ako takého pohodlná spoločnosť, počítače, internet a pasívne trávenie voľného času. Proti tomu je ťažké bojovať, pokiaľ nepresvedčíme samotných rodičov, že je potrebné tento trend zmeniť.

Momentálne disponuje ÚAD najsilnejším a najúspešnejším RD vo svojej histórii, ktoré musí spolu so svojimi realizačnými tímami prispieť k snahe skvalitniť celý proces prípravy a systém lyžovania na Slovensku.

Je to dlhodobá aktivita, ktorá závisí od podpory všetkých zainteresovaných strán.