

МЕНИДЖМЪНТ НА СПОРТНИ СЪБИТИЯ



Същност на мениджмънта на спортни събития



- Процес на организиране на нещо, което се случва на определено място в определено време (FIFA, 2010).
- Координацията на ресурси, технологии, процеси, хора и ситуационни условия с цел създаване и размяна на свързани със спорта дейности и преживявания (Chelladurai, 1994).
- Организирането на едно спортно събитие се явява колективно начинание, в което са концентрирани значително време, усилия, знания, умения, интелект, идеи, контакти и ресурси на много хора и институции.

1. Основни концепции, елементи и характеристики на спортните състезания

- Социално събитие, което въздейства върху различни групи хора и институции; свързано е с участието и представянето на различни участници, поставени в условията на институционализирана конкурентна надпревара и ориентирана към върхови постижения култура.

Разбирането, от което изхождаме е, че спортното събитие представлява едновременно:

- основен продукт от дейността на сп. организации, ориентиран към социалната и пазарната им среда на съществуване
- средство за осъществяване на тяхната мисия, стратегически и оперативни цели
- уникално преживяване, създадено от комбинацията от неговата продължителност, вид, участници, програма, аудитория, условия и начини на организиране и поднасяне

Характеристики на спортните събития

Характеристика	Отнася се до:
Състезателен елемент	Наличие на надпревара и постижения
Фиксирана продължителност	Точно определена начална и крайна точка
Възможности за повторна консумация	Многократно възпроизвеждане чрез медиите
Удовлетворение на различни групи потребители	Необходимостта от задоволяване на разнообразни интереси и очаквания
Присъща уникалност	Комбинацията от продължителност, условия и начин на провеждане
Зависимост на организаторите от външната и вътрешната обкръжаваща среда	Създаване, развитие и координация на персонални и структурни отношения за генериране на подкрепа и ресурси
Участие на различни и често с малък опит партньори	Необходимостта от внимателен подбор, планиране и развиване на специфичен организационен и познавателен капацитет на нееднородна мрежа от партньори
Използване на механизми и техники от проектния мениджмънт	Възприемането, подхода и менажирането на едно спортно събитие като вид краткосрочен проект



Основни субекти при спортни събития



Медии

Състезатели, отбори

Съдии,
технически персонал,
официални лица

Организация и администриране
(спортна федерация, клуб)

Треньори, мениджъри

Спортно събитие

Зрители (на живо,
ТВ аудитория,
Интернет потребители)

Спортни и съпътстващи
съоръжения

Спонсори и
доставчици

Посреднически и
консултантски фирми



ГЛОБАЛНА ВЪНШНА ОБКРЪЖАВАЩА СРЕДА (макро равнище)

(политическа конюнктура; спортна политика; икономическа ситуация; социална среда; правно-нормативна база; технологии; екология)

МЕСТНА ОБКРЪЖАВАЩА СРЕДА (мезо равнище)

(местни власти; място на провеждане; други спортни организации и прояви; конкуренти)

ВЪТРЕШНА ОБКРЪЖАВАЩА СРЕДА (микро равнище)

СПОРТНА ОРГАНИЗАЦИЯ (структура и управленски функции: орг. комитет – планиране; програмиране; вземане на решения; организация; администриране; финансиране; маркетинг; координация; контрол)

- Функции:**
- ◆ Социално-културна
 - ◆ Икономическа
 - ◆ Спортно-методическа
 - ◆ Развлекателна
 - ◆ Здравна
 - ◆ Образователна
 - ◆ Политическа
 - ◆ Психолого-педагогическа
 - ◆ Екологична

СПОРТНО СЪБИТИЕ
(вид; програма; условия; ползи)

Организационна структура:

- ✓ Програма и дейности (преди, по време, след събитието)
- ✓ Бюджет (приходи и разходи)
- ✓ Съоръжения, оборудване, логистика
- ✓ Маркетинг: цели пазар, реклама, спонсорство, връзки с медиите, договори
- ✓ Кадри и персонал (щатни, хоноровани, доброволци): подбор, екипи, делегиране на права и задължения, работни графици
- ✓ Администриране: наредба, планове, графици, договори, документация, кореспонденция, покани, заявки
- ✓ Транспорт, настаняване, услуги, хранене, социална програма

Субекти (елементи)

- ✓ Състезатели
- ✓ Отбори
- ✓ Спортни съоръжения
- ✓ Мениджъри, треньори и официални лица
- ✓ Администрация и съдии
- ✓ Обслужващ персонал
- ✓ Доброволци
- ✓ Медицинска помощ; охрана
- ✓ Публика
- ✓ Медии
- ✓ Спонсори и доставчици
- ✓ Маркетингови агенции

РЕСУРСИ

човешки; финансови; инфраструктурни; материални; информационни; технологични

НАСЛЕДСТВО

Спортно развитие; социално-културни; икономически ползи

Външна оценка и обратна връзка

Мониторинг; вътрешна оценка и обратна връзка

Концептуален модел на мениджмънта на спортни събития като система



Откъде да започнем?

Ключови въпроси

- Защо трябва да организирам събитието; какво искам да постигна
- Кога е най-подходящото време
- Кои са основните участници в събитието
- Наясно ли съм с всички ключови стейхолдери, чиито интереси и особености трябва да имам предвид
- Разполагам ли с нужното спортно съоръжение
- Разполагам ли с нужните пособия и оборудване
- Разполагам ли с нужните хора, за да го организирам (напр. доброволци)
- Разполагам ли с нужния бюджет; на кого мога да разчитам като ресурсен партньор
- Как събитието да достигне да максимално широк кръг участници и зрители
- Как ще оценявам ефектите от събитието



Етапи на планиране и организация на спортни събития



- 1) Определяне на цели, които организаторите искат да постигнат и индикатори за измерване на ефектите.
- 2) Определяне на цялостна концепция за организация на състезанието (анализ на факторите за успех/неуспех, мащаб на състезанието, време на провеждане, конкурентни събития, срокове, изисквания за съоръжения и ресурсна наличност, осигуряване на партньори).
- 3) Разглеждане на алтернативи и вземане на окончателно решение за провеждане, което може да се повлияе от фактори като:
 - Бюджетни съображения
 - Управленски умения
 - Капацитетни възможности и качество на спортното съоръжение; други инфраструктурни изисквания
 - Местни реакции, евентуална подкрепа и лоби за провеждането
 - Финансово подпомагане от публичния / частния сектор
 - Осигуряване на доброволци, спонсори, доставяне на услуги и логистика
 - Прогностично зрителско присъствие
 - Потенциал за възвращаемост на вложените средства и евентуална печалба



Етапи на планиране и организация на събития – продължение



- 4) Изграждане на организационен комитет: назначаване на главен координатор, делегиране на права и отговорности.
- 5) Съставяне на бюджет и определяне на целева аудитория на събитието.
- 6) Маркетинг на събитието: връзки с медиите, реклама, спонсорство.
- 7) Провеждане на събитието (подготовка, дейности, логистика, закриване).
- 8) Оценка, анализ, обратна връзка (създаване на база данни за управление на бъдещи спортни събития).



Създаване на Организационен комитет



Организационният комитет играе ролята на временна структура за менажиране на краткосрочен проект, какъвто представлява спортното събитие. Неговият състав и брой ще зависи от мащаба и сложността на събитието, което ще предопредели и необходимите ресурси, които трябва да се осигурят чрез орг. комитет.

Организационният комитет служи:

- за формална структура с цел управление на интереси, ангажирани хора, партньори, ресурси и координация на дейности
- като механизъм за разпределение и контрол на правомощия и функционални отговорности
- за придаване на легитимност на организаторите на събитието
- за осигуряване на различни видове необходими ресурси и подпомагане от външната среда



Задачи и отговорности – зависимост от мащаба на събитието почти винаги трябва да се работи по следните ключови задачи:

Настаняване, транспорт, хранене	Администриране на състезането	Бюджет и финансиране	Спортно съоръжение
Оборудване и логистика	Церемонии и награждаване	Комуникация с институции и отбори	Състезателна програма
Доброволци	Маркетинг и връзки с медии	ВИП гости	Застраховки и договори



За да се контролира и оценява напредъка по отделните задачи и отговорности се разработват детайлни **планове за действие**, които имат следната структура:

Основна задача	Необходимите дейности	Отговорник	Необходимите ресурси	Срокове	Прогрес



Планиране на спортни събития

A. Определяне на целта и вземане на решение



1. Да помислим предварително за следното:

- Какво искаме да постигнем – социални, икономически, спортни резултати?
- Спортно събитие от какъв вид точно е най-подходящо за тази цел?
- Съгласуване на датата на състезанието с цел избягване на конкуренцията на други спортни прояви, които могат да привлекат интереса на нашата целева аудитория и медиите.
- До кои целеви групи искаме да достигнем и посланията, на които организираното от нас спортно събитие е носител?
- Анализ и съобразяване с изискванията на съответната федерация (национална и/или международна)
- Оценка на собствените ресурси, времето с което разполагаме и реалните възможности във времето за осигуряване и подготовка на нужните ни хора, финанси, съоръжения и оборудване, вкл. и необходими ремонтни работи
- Оценка на времевите възможностите за осигуряване на места за настаняване, изхранване, транспорт, медицинско обезпечаване, охрана, организиране на социална програма за участниците, ръководителите, спортно-техническия персонал и гостите на проявата



2. Предварителна подготовка:

- Изграждане на екип и разпределяне на отговорностите.
- Съставяне на бюджета на проявата и регулярни проверки на изпълнението му, в т.ч. планиране и контрол на разходите и потенциалните приходоизточници.
- Координация с местните власти, други клубове, федерация, училища, университети – набиране и подготовка на доброволци.

3. Маркетинг на събитието

- Цели и очаквани резултати.
- Важни и атрактивни компоненти на състезанието (продуктов микс).
- Определяне на целевата аудитория и нейните особености.
- Създаване на лого и послания за популяризиране на събитието сред целевата аудитория и медиите (брандова идентичност).
- Избор на подходящи механизми, в т.ч. медии за комуникация (пресконференции, постери, брошури).
- Маркетингов бюджет и подробен график на дейностите.
- Дизайн и отпечатване на рекламни материали и покани.
- Контакти с медиите (напр. пресконференции, навременно уведомяване, подготовка и разпространение на печатни материали, снимки и прессъобщения).
- Създаване на уеб страница и интегрирането ѝ с подходящи социални медии.
- Спонсорство (подбор на подходящи фирми, разработване на спонсорски пакети, координация на работата със спонсорите).

4. Договори, услуги, плащания

- Сключване на съответните договори с хотел/и/, спонсори и доставчици, транспортна фирма и др.
- Съставяне на детайлна програма-сценарий на събитието – откриване и закриване, протокол, речи, шоупрограма, музикално оформление и декорация.
- Координиран контакт с отборите, федерацията, медиите, изпращане на покани, управление на заявките за участие, срокове.
- В случай, че планираме да предложим допълнителни услуги от рода на културна програма, наемане на аркобатични, мажоретни или музикални групи – проучване на ценови оферти и съпътстващите ги пакети от услуги; планиране на допълнителни (непредвидени) разходи; договаряне на механизма на плащане (отстъпки при кешови и банкови разплащания, срокове); съблюдаване на авторски права.

5. Спортни и допълнителни съоръжения:

- Осигуряване на необходимите съоръжения и пространства, в т.ч. сключване на договори със съответния собственик с фиксирани такси и дати; механизъм за разплащане; необходими ремонтни работи; начин на експлоатация.
- Набавяне навреме на необходимото оборудване (уреди; осветление; компютърна, принтираща и ксерокопираща техника; уредби; декорация и т.н.).
- Осигуряване на ВИП зона и обслужване на журналисти, гости, партньори и официални лица.
- В случай на продажба на билети и сувенири – подготовка на местата за продажба, вкл. планиране на интернет продажби; отпечатване; определяне на адекватен брой хора; работно време.
- Осигуряване на достатъчно места за паркиране на отбори, зрители и гости.

6. Храна и напитки:

- Избор на начин за предоставянето им – открит бюфет или избор на кетърингова фирма.
- Подходящо оформление на местата за консумация.

7. Сигурност:

- Изисквания за застраховки.
- Осигуряване на разрешения за провеждане на проявата от страна на общината, полицията (в т.ч. охрана при необходимост), пожарната служба и медицински надзор.
- Контрол на достъпа за участници, тех. лица, зрители и гости.
- Места за съхранение на ценности и вещи на участници и гости.

Други въпроси:

- Осигуряване на отпадъчни съоръжения и регулярното им почистване.
- Съставяне на карта на мястото на проявата и прикрепването ѝ към официалните покани, която оказва начините, по които може да се достигне до мястото.



Действия след края на събитието

