

**UNIVERZITET U BEOGRADU
FAKULTET SPORTA I FIZIČKOG VASPITANJA**

**Organizacija sportskog događaja
(turnira)**

(Završni rad)

Kandidat:

Filip Marović

Beograd, 2012.

**UNIVERZITET U BEOGRADU
FAKULTET SPORTA I FIZIČKOG VASPITANJA**

**Organizacija sportskog događaja
(turnira)**

(Završni rad)

Kandidat:

Filip Marović

Mentor:

Doc. dr Darko Mitrović

.....

Članovi komisije:

Datum:.....

Van. prof. dr Goran Nešić

.....

Ass. Milan Sikimić

Ocena:

.....

Beograd, 2012.

Sažetak

Organizacija sportskog događaja predstavlja složenu tematiku, koja pre svega zahteva dobru organizaciju, veoma složenu i dobro organizovanu koordinaciju u vremenu i prostoru. Svaki sportski događaj predstavlja veliki izazov, ali i ispit za organizacioni odbor.

Organizacija završnog turnira Kupa Srbije za odbojkašice predstavlja priliku za popularizaciju ženske odbojke u Srbiji.

Osnovni ciljevi turnira su: postizanje vrhunskih rezultata – osvajanje Kupa Srbije, popularizacija ženske odbojke, tj. ženskog sporta uopšte, postizanje maksimalnog finansijskog i materijalnog efekta putem propagande, razvoj sportske etike Fair Play, vaspitno-obrazovni rad sa navijačima i animacija i privlačenje mlade populacije u sport.

Ključne reči: organizacija, sportski događaj, odbojka.

Abstract

Organization of sports events is a complex subject, which primarily requires good organization, very complex and well-organized coordination in space and time. Any sporting event is a great challenge, but an examination of the organizational committee.

Organization of the Serbian Cup final tournament for female players an opportunity to popularize women's volleyball in Serbia.

The main goals of the tournament: achieving the best results - winning the Cup of Serbia, the popularization of women's volleyball, that is. women's sports in general, to achieve maximum financial and material effect through propaganda, the development of sports ethics Fair Play, educational work with fans and entertainment and attract younger people into the sport.

Keywords: organizations, sports event, volleyball.

SADRŽAJ:

1. UVODNA RAZMATRANJA	2
1.1. ISTORIJAT SVETSKE ODBOJKE.....	2
1.2. O POČECIMA ODBOJKE U SRBIJI.....	4
1.3. ISTORIJA ODBOJKAŠKOG KLUBA «POŠTAR 064» - Beograd.....	7
2. DEFINICIJE OSNOVNIH POJMOVA	8
2.1. ORGANIZACIJA SPORTSKOG DOGAĐAJA.....	8
2.1.1. FUNKCIJE MENADŽMENTA	9
2.1.2. MENADŽMENT DOGAĐAJA U SPORTSKOM OBJEKTU.....	11
2.1.3. PLANIRANJE I ORGANIZOVANJE DOGAĐAJA.....	12
2.1.4. FORMIRANJE EKIPA – TIMOVA (organizaciona struktura događaja)	13
2.1.5. FINANSIJSKI PLAN	14
3. PREDMET I CILJ RADA	24
3.1. PREDMET RADA	24
3.2. CILJ RADA.....	24
4. METOD RADA.....	24
5. PROJEKAT ORGANIZACIJE FINALNOG TURNIRA KUPA SRBIJE ZA ODBOJKAŠICE	25
5.1. PROJEKAT ORGANIZACIJE ZAVRŠNOG TURNIRA KUPA SCG.....	25
6. ZAKLJUČAK	38
LITERATURA I IZVORI	40

1. UVODNA RAZMATRANJA

1.1. ISTORIJAT SVETSKE ODBOJKE



Odbojka se pojavila 1895. u SAD -u od strane Wiliama G.Morgana tako što je Wiliam G. Morgan, instruktor u -Young Men's Christian Association- u (Holyoke,Mass), odlučio da spoji elemente košarke, bejzbola, tenisa i rukometa. Njegov cilj je bio da kreira novu igru za učenike, kako bi imali manje kontakta nego u košarci. U prvi mah novu igru je nazvao Mintonette da bi kasnije dobila prepoznatljivo ime - Volleyball. Zanimljivo je da je prva mreža za odbojku bila ona koja se koristi za tenis, podignuta na visinu od 198,12 cm, taman toliko da bude iznad ljudskih glava.



slika 1 - William G. Morgan

Prva odbojkaška utakmica odigrana 7. jula 1896 god. na Springfield koledžu. Postoje podaci da se u Americi ovim sportom bavi oko 46 miliona ljudi dok ih u svetu ima oko 800 miliona.

Važni datumi u razvoju odbojke:

1900 - dizajnirana posebna lopta za odbojku

1916 - na Filipinima uveden novi ofanzivniji stil igre

1917 - promena u bodovanju sa 21 na 15 poena

1920 - dozvoljena samo tri kontakta sa loptom na jednoj strani

1922 - održano prvo prvenstvo YMCA u Brooklynu sa timova iz 11 država

1928 - postalo je jasno da moraju nastati prvenstva i pravila pa je formirana United States Volleyball Association USVBA

1930 - odigrana prva Beach volley utakmica

1934 - oformljeno prvo udruženje sudija

1937 - u Bostonu USVB postala nacionalna asocijacija

1947 - osnovana Federation Internationale De Volley-Ball FIVB

1948 - održan prvi turnir u beach volley-u

1949 - održano inicijalno Svetsko prvenstvo u Pragu

1964 - upoznavanje sa novim sportom na Olimpijadi u Tokiju

1965 - oformljena California Beach Volleyball Association

1974 - održano Svetsko prvenstvo u Meksiku a direktno prenošeno u Japanu

1983 - oformljena Asocijacija profesionalnih igrača AVP

1987 - FIVB dodaje Beach Volleyball Svetskom šampionatu

1990 - kreirana Svetska liga

1996 - Beach Volleyball uvršten u Olimpijske igre

1.2. O POČECIMA ODBOJKE U SRBIJI

Odbojka se prvi put u Beogradu pojavila 1924 godine kada je Amerikanac iz Kalifornije Vilijam Vajlend, doneo odbojkašku loptu u Beograd i održao kurs o odbojci, a sve u organizaciji Crvenog krsta iz Beograda. Predavanju su prisustvovali članovi sokolskih (tadašnja sportska društva) društava iz Beograda, omladinci i nastavnici gimnastike beogradskih srednjih škola. Odbojkaška takmičenja do 1941.g. uglavnom su se odvijala u organizaciji sokolskih društava. Godine 1930 održano je prvo takmičenje za prvenstvo Jugoslavije na Malom Kalemegdanu. Od 1931 do 1941.g. održano je 6 prvenstava Saveza Sokola Kraljevine Jugoslavije. Takođe su se takmičenja odvijala i na ostalim Sokolskim sletovima širom Jugoslavije.

Odbojkaški savez je 1946. godine osnovan kao sekcija u okviru Saveza za fizičku kulturu Jugoslavije. Godinu dana kasnije, 1947. godine, osnovana je Svetska odbojkaška federacija (F I V B), gde smo mi, zajedno sa Savezima Belgije, Brazila, Čehoslovačke, Egipta, Francuske, Holandije, Mađarske, Italije, Poljske, Portugala, Rumunije, Urugvaja i SAD, učestvovali kao jedni od osnivača.

Svoju nezavisnost od Saveza za fizičku kulturu Jugoslavije, Odbojkaški savez Jugoslavije (Srbije i Crne Gore) je dobio 13. februara 1949. godine, kada je postao samostalna sportska organizacija.

Pregled takmičenja i uspesi:

Olimpijske igre:

Osvajanjem bronzane medalje na Olimpijskim igrama u Atlanti 1996. godine, Odbojkaška reprezentacija ostvarila je jedan od najvećih uspeha u svojoj istoriji. Četiri godine kasnije, na Olimpijskim igrama u Sidneju otišli smo još dalje i osvojili

zlatnu medalju. Ove Olimpijske igre ostaće upamćene u istoriji svetske odbojke jer smo u poslednje tri utakice savladali Holandiju (dotadašnjeg Olimpijskog pobednika), Italiju (tadašnjeg prvaka Sveta) i Rusiju.

Istorija učešća odbojkaške reprezentacije na OI:

<i>1980. (Moskva - SSSR)</i>	<i>6. mesto</i>
<i>1996. (Atlanta - SAD)</i>	<i>3. mesto</i>
<i>2000. (Sidnej - Australija)</i>	<i>1. mesto</i>
<i>2004. (Atina - Grčka)</i>	<i>5. mesto</i>

Svetska prvenstva:

Muška seniorska reprezentacija je dva puta uzastopno osvajala osmo mesto na Svetskim šampionatima – u Moskvi 1962. godine i u Pragu 1966. godine dok je ženska seniorska reprezentacija prvi put učestvovala na Svetskom šampionatu 1978. godine u tadašnjem SSSR a šampionat je završila na 16. mestu. Na Svetskom prvenstvu u Japanu 2006. godine ženska reprezentacija je ostvarila je veliki uspeh osvajanjem bronz, da bi na sledećem Svetskom prvenstvu koje je održano takođe u Japanu 2010. godine zauzela 8 mesto.

Istorija učešća na SP:

Muškarci

<i>1998. (Japan)</i>	<i>2. mesto</i>
<i>2002. (Argentina)</i>	<i>4. mesto</i>
<i>2006. (Japan)</i>	<i>3. mesto</i>
<i>2010. (Italija)</i>	<i>3. mesto</i>

Žene

<i>1978. (SSSR)</i>	<i>16. mesto</i>
<i>2006. (Japan)</i>	<i>3 mesto</i>
<i>2010. (Japan)</i>	<i>8 mesto</i>

Evropska prvenstva:

Najveći uspeh na Evropskim prvenstvima, muška seniorska reprezentacija je ostvarila osvajanjem zlatne medalje 2001. godine u Ostravi (Češka Republika) i 2011. godine u Beču (Austrija) dok su seniorke najbolje plasmane ostvarile 1951. godine u Parizu (Francuska), osvojivši 3. mesto, 2007. godine u Belgiji 2. mesto i 2011. godine u Beogradu 1. mesto.

Istorija učešća na EP:

Muškarci

1975. (Beograd - Jugoslavija)	3. mesto
1979. (Pariz - Francuska)	3. mesto
1995. (Atina - Grčka)	3. mesto
1997. (Ajndhoven - Holandija)	2. mesto
1999. (Beč - Austrija)	3. mesto
2001. (Ostrava – Češka Republika)	1. mesto
2005. (Beograd - Rim, SCG - Italija)	3. mesto
2011. (Beč – Austrija)	1. mesto

Žene

1951. (Pariz - Francuska)	3. mesto
2007. (Belgija - Luksemburg)	2.mesto
2011. (Beograd – Srbija)	1. mesto



Sl. 2. Odbojkaški klub «Poštar 064» - Beograd

1.3. ISTORIJA ODBOJKAŠKOG KLUBA «POŠTAR 064» - Beograd



Odbojkaški klub POŠTAR 064 Beograd osnovan je 1952 godine. U periodu od 1958. do 1973. godine seniorska ženska ekipa bila je jedna od tri najbolje ekipe u Jugoslaviji pored Crvene zvezde i Partizana. Nakon tog perioda klub doživljava sve veće padove i završava u najnižem rangi takmičenja. Od 1993. godine OK POŠTAR 064 Beograd ponovo postaje član Prve A Savezne lige. Godine 1994. osvaja treće mesto i ostvaruje učešće u Kupu CEV-a.

Prvi veliki uspeh klub postiže u sezoni 1995/1996 osvajanjem nacionalnog Kupa. Od 1996. do 1999. godine POŠTAR 064 svake sezone igra finale play-off-a Jugoslavije i time automatski obezbeđuje učešće u međunarodnim takmičenjima.

Nakon deset godina čekanja, u sezoni 2004/2005 POŠTAR 064 ponovo postaje pobednik nacionalnog Kupa. Sezona 2005/2006 započela je osvajanjem prvog mesta na kvalifikacionom turniru Top Teams takmičenja, nastavila se osvajanjem nacionalnog Kupa, a završila se titulom Prvaka Države.

2. DEFINICIJE OSNOVNIH POJMOVA

2.1. ORGANIZACIJA SPORTSKOG DOGAĐAJA



Sl. 3. Beogradska arena – teren za odbojku



Sl. 4. Navijači u odbojci (mahom mlađi)

2.1.1. FUNKCIJE MENADŽMENTA

Organizacija bilo kog sportskog događaja predstavlja izuzetno ozbiljan poduhvat. Da bi turnir uspešno bio pripremljen i priveden kraju svaki deo menadžmenta mora da funkcioniše bez greške, tj. mora se uspešno primeniti svih pet funkcija menadžmenta, a to su: PLANIRANJE, ORGANIZOVANJE, KADROVANJE, RUKOVOĐENJE I KONTROLISANJE.

Oblik menadžmenta koji se najčešće primenjuje je piramidalni, gde se na vrhu piramide nalaze generalni direktori, predsednici, generalni sekretari i sl. Zatim dolaze menadžeri srednjeg nivoa (šefovi odeljenja, rukovodioci stručnih štabova i sl.). Odmah zatim slede menadžeri prve linije koje sačinjavaju treneri, pomoćni treneri, kapiteni i sl.

PLANIRANJE

U osnovi svakog projekta nalazi se planiranje. Bez dobrog planiranja nemoguće je uopšte započeti neki projekat. Planiranje predstavlja proces utvrđivanja ciljeva i pronalaženje načina da se postavljeni ciljevi ostvare. Menadžeri uz pomoć dobrog planiranja mogu da efikasno organizuju ljude i resurse. Opšte ciljeve organizacije određuje TOP menadžment i on izrađuje *Strateški plan* dok srednji menadžment prve linije izrađuje *Operativni plan* koji sadrži podatke kako da se u procesu svakodnevnog poslovanja realizuje strateški plan.

ORGANIZOVANJE

Glavni cilj svakog menadžmenta jeste da se njegova organizacija što duže održi na tržištu. To će se ostvariti tako što će organizaciona šema odnosa biti u korist cilja-plana koji su zacrtali TOP menadžeri.

Organizacija je proces koji traje neprekidno, i pri donošenju odluka kako će izgledati buduća organizaciona struktura menadžeri koriste četiri mere:

1. Podela poslova
2. Podela na sektore
3. Hijerarhija
4. Koordinacija – integracija aktivnosti

KADROVANJE

Svaka sportska organizacija raspolaže sa četiri kategorije ljudskih resursa, a to su:

1. Volonteri – dobrovoljni sportski radnici
2. Menadžment – profesionalna menadžment struktura
3. Stručni radnici – zaposleni na različitim radnim mestima
4. Sportisti – ljudi koji su pristupili sportskoj organizaciji da bi zadovoljili svoje i ciljeve organizacije.

Osnovu menadžerske funkcije predstavlja postavljanje pravih ljudi na prava mesta tj. pravilna raspodela uloga. Selekcija za rukovodeća mesta vrši se tek nakon sagledavanja potencijala ljudskih resursa jedne sportske organizacije.

Osnove kadrovske funkcije čine: selektiranje, usmeravanje, obuka i napredovanje.

VOĐENJE

Vođenje se sastoji iz tri međuzavisne komponente i glavni je pokretač svake organizacije. Komponente koje čine vođenje su:

1. Komunikacija – poruke, tj. nalozi rukovodstva koje mogu biti usmene, pismene i gestikularne i predstavljaju pokretač organizacije
2. Motivacija – Može biti novčana, uvažavanje, izraz poštovanja, sticanje prijateljstva, obezbeđivanje sigurnosti.
3. Vođstvo – Predstavlja sposobnost menadžera da uspostavi neprisilnu moć nad drugima u organizaciji. To im delimično obezbeđuje položaj, ali pretežno proističe iz sposobnosti menadžera da ubeđuje, pridobija i utiče na zaposlene.

KONTROLA

Kontrola predstavlja proces pomoću kojeg menadžeri mogu da obezbede poklapanje stvarnih i planiranih aktivnosti. kontrolni proces odnosi se na utvrđivanje standarda i metoda za merenje rezultata, utvrđivanje da li rezultati odgovaraju standardima i ako je potrebno preduzimanje korektivnih mera. Za kontrolu treba odabrati ključne rezultatske oblasti iz strateških kontrolnih tačaka, jer je nemoguće sve kontrolisati, a ukoliko se tako nešto i pokuša, moramo unapred znati da iziskuje puno vremena i novca.

2.1.2. MENADŽMENT DOGAĐAJA U SPORTSKOM OBJEKTU

Organizacija jednog Državnog turnira ima veliki značaj, ne samo za organizatora već i za same učesnike na turniru. Takvo zbivanje uvek privlači masu ljudi i interesovanje sredstava masovnog javnog informisanja.

Postoje četiri osobine koje karakterišu važne sportske događaje:

1. Svaki događaj ima svoj početak i kraj, tj. polaznu i završnu tačku
2. Događaj predstavlja sredstvo promocije organizacije i stvaranje povoljnog imidža.
3. Događaji izazivaju probleme koji testiraju sposobnosti organizacije. Neki problemi se mogu predvideti a neki ne. Sam događaj je ograničen vremenom i prostorom. Jedan od najvećih problema pri organizaciji sportskih događaje jeste činjenica da se poslovi ne mogu odrađivati rutinski. Neretko dolazi i do problema u nemogućnosti da se ostvare planirani događaji ili da realizacija projekta premašuje početni zacrtani budžet.

Organizacija događaja zahteva prepoznatljive stilove i metode menadžmenta. Oni zahtevaju koordinatora, preciznost rokova i brzo odlučivanje. Korišćenje stroge administracije može da pomogne u ostvarivanju i poštovanju rokova i ciljeva.

Naročito treba istaći da je potreban autoritativan stil rukovođenja koji će dominirati tokom celog toka događaja.

2.1.3. PLANIRANJE I ORGANIZOVANJE DOGAĐAJA

Završni turnir Kupa Srbije u odbojci, kako muškoj tako i ženskoj, oduvek je privlačio veliku pažnju sportske javnosti. Klubovi organizatori su morali da imaju odličnu organizaciju jer biti domaćin završnog turnira u odbojci je stvar prestiža među domaćim klubovima. Kako bi događaj u potpunosti uspeo potrebno je ispoštovati deset etapa planiranja u ciklusu razvoja jednog događaja. Etape koje su presudne za uspešan menadžment su:

1. Formulacija politike
2. Studija izvodljivosti i donošenje odluke
3. Utvrđivanje ciljeva
4. Imenovanje organizacionog komiteta
5. Finansijski plan
6. Struktura organizacije
7. Štabski personal
8. Detaljno planiranje
9. Prezentovanje događaja
10. Vrednovanje, povratne informacije i modifikovanje za buduće događaje.

Prve tri tačke predstavljaju pripremnu fazu događaja. U ovoj fazi javljaju se mnoga pitanja od kojih zavisi da li treba takav događaj organizovati i kakva korist može da se izvuče od organizacije sportskog događaja. Ključna pitanja koja se postavljaju prilikom donošenja odluke o organizaciji su: Koji je cilj organizovanja? Kako će i gde događaj biti organizovan? Koja su neophodna sredstva? Kada će biti organizovan... i

brojna druga. Ukoliko na sva navedena pitanja dobijemo pozitivan odgovor nužno je odrediti sledeće četiri tačke:

1. Oglašavane odluke o održavanju događaja
2. Jasna formulacija prirode događaja i njegovih namera
3. Imenovanje glavnog odbora budućeg događaja
4. Imenovanje koordinatora.

Nakon određivanja ove četiri tačke neophodno je utvrditi ciljeve i utvrditi načine i etape kroz koje će se stići do željenih ciljeva. Pri tom treba obratiti pažnju na proračun budžeta kako ne bi došlo do njegovog probijanja čime se kasnije dovodi u pitanje održavanje događaja. Od ključnog značaja su i vremenski rokovi, tj. precizni datumi do kojih treba završavati određene etape u organizaciji.

2.1.4. FORMIRANJE EKIPA – TIMOVA (organizaciona struktura događaja)

Za uspeh u organizaciji pored dobro isplaniranih rokova i obezbeđenih finansijskih sredstava neophodno je i dobro formiranje organizacione strukture. Moraju se formirati timovi kojima će biti povereni određeni zadaci. Svi timovi funkcionisaće uz pomoć lanca komandovanja. Timovi, tj. radne grupe formiraju sledeće sektore:

1. Program i sadržaj
2. Budžet
3. Marketing
4. Administracija
5. Personal
6. Usluge
7. Tehnička služba
8. Ugostiteljstvo

Na čelu svakog tima nalazi se vođa – *menadžer* koji preuzima odgovornost i glavni je koordinator u svojoj oblasti. Od izuzetne je važnosti *uspostavljanje hijerarhije* odnosno da svaki član tima u svakom trenutku zna koje su njegove dužnosti i kome odgovara za svoj deo posla.

2.1.5. FINANSIJSKI PLAN

Da bi se napravio uspešan finansijski plan koji prati događaj od početka do kraja potrebno je prvo odrediti aspekte koji utiču na njegovo ostvarivanje, a to su: učešće sponzora u celom projektu, mesto i vreme održavanja, medijska pokrivenost, broj saradnika... Saradnici koji učestvuju u organizaciji moraju poštovati rokove rada kako ne bi došlo do probijanja budžeta zbog njihove loše organizacije.

PROCENA STVARNIH TROŠKOVA

Bez obzira na karakter jednog događaja (da li je humanitara, besplatan ili se naplaćuje) treba voditi računa o stvarnim troškovima tog dešavanja. Procenu stvarnih troškova koji se dele na tehničke i administrativne vrši menadžer-supervizor.

1. TEHNIČKI TROŠKOVI:

- a) zakup objekta
- b) troškovi električne energije
- c) troškovi vode
- d) troškovi održavanja
- e) transport
- f) pomoćno osoblje

2. ADMINISTRATIVNI TROŠKOVI:

- a) promocija događaja i učesnika
- b) štampanje promotivnog materijala, kao i ulaznica i postera
- c) PTT troškovi

- d) troškovi nabavke kancelarijskog materijala
- e) radni časovi
- f) finansijski troškovi pripreme
- g) osiguranje

I pored svega navedenog ne treba zaboraviti da se priikom organizovanja jednog takvog događaja uvek pojavljuju i skriveni troškovi o kojima menadžer-supervizor vodi računa. Pored rashoda postoje i prihodi koji se ostvaruju prilikom organizacije sportskog događaja i oni se razvrstavaju u direktne i indirektne. Direktni prihodi se ostvaruju od prodaje ulaznica, suvenira, navijačkih rekvizita, osvežavajućih napitaka, hrane, garderobe... dok se u indirektne prihode ubrajaju prihodi ostvareni od reklama, sponzorstva, donacija i sl.

BUDŽETSKE METE

Organizatori jednosg sportskog događaja raspolažu određenom sumom novca koji je odobren za pripremu, prezentaciju i organizaciju događaja. Prilikom organizacije i realizacije sportskog događaja moraju se strogo poštovati propisani rokovi i stavke budžeta kako ne bi došlo do njegovog probijanja. Jedan od najsigurnijih metoda koji sprečava da se budžet potroši pre vremena jeste metoda određivanja prelomne tačke na osnovu budžeta, trajanja sportskog događaja, određivanja najmanjeg broja posetilaca... Prebačajem određenih brojki ostvariće se bonus koji se kasnije može iskoristiti za pokrivanje skrivenih troškova.

RIZIK

Rizik je prisutan i naročito izražen ukoliko je događaj uslovljen vremenskim prilikama, primenom inovacija, novih tehnologija i pravila. Ujedno treba napomenuti da postoje i rizici koji su vezani za probijanje budžeta ili neostvarivanje profita. Da bi se izbegle neprijatnosti i da se ne bi dovelo u pitanje organizovanje sportskog turnira

neophodno je angažovati veštog koordinatora koji će uz najmanja odstupanja uspeti da ostvari sve finansijske mete.

FINANSIJSKI PLAN SPORTSKOG DOGAĐAJA

Organizacija sportskog događaja predstavlja izradu elaborata o strategiji izvodljivosti sa poslovnim efektima. Jedan od prvih koraka jeste i izrada plana budžeta sportskog događaja.

Izrada budžeta i njegovo planiranje zavisi od nivoa tj. kvaliteta takmičenja, kao i od vrste događaja koji želimo da organizujemo. Mora se uzeti u obzir popularnost određenog sporta kod publike ali i kod medija.

Osnovna sredstva za organizaciju odbojkaškog turnira dolaze pre svega od sponzora i donatora, zatim od Odbojkaškog saveza, od kotizacija i prodaje reklamnog prostora. Fondovi se tokom takmičenja dopunjuju sredstvima ostvarenim od prodaje ulaznica, reklamnog materijala sa znakom turnira ili klubova učesnika, ugostiteljskih usluga i sitnijih donacija.

Kao što je neophodno u startu isplanirati sve prihode i njihovu preraspodelu tako je pre početka samog turnira potrebno isplanirati rashode koji nastaju pre, tokom i posle sportskog događaja. Najveći troškovi otpadaju na zakup sportskog centra za utakmice i treninge, zakup hotela za gostujuće ekipe, prevoz gostujućih ekipa, promociju događaja (reklame u medijima, bilbordi, flajeri, poster), izradu press materijala, izradu nagrada, troškove komunikacije itd.

RUKOVODSTVO I PERSONAL DOGAĐAJA

Uspešna organizacija sportskog događaja najviše zavisi od organizacionog tima koji rukovodi celokupnim događajem i od personala koji je taj tim odabrao. Na čelu tima nalazi se koordinator koji vodi računa da svi zadaci budu obavljeni precizno i na vreme. Koordinator ima zadatak da proceni personal i da odredi kolike su mogućnosti

i sposobnosti pojedinih članova, te da ima na osnovu toga dodeli zadatke i funkcije. Koordinator određuje i rukovodioce pojedinih sektora koji će prikupljati rezultate određene grupe izvođača, kontrolisati kvalitet obavljenog posla, i sve to prezentovati koordinatoru. Za koordinatora je jako bitno da podstiče ljude na rad, vlada situacijom i da u završnim fazama realizacije planova mora biti autoritativan kako bi planovi bili sprovedeni precizno i na vreme.

DETALJAN PLAN SPORTSKOG DOGAĐAJA

Organizacija sportskog turnira predstavlja stresan, naporan i mukotrpan posao. Detaljno planiranje neposrednog događaja predstavlja završnu etapu u kojoj je potrebno izvesti sledećih pet koraka:

1. Izrada finalnog plana
2. Izrada i praćenje kontrolnih lista – podsetnik
3. Izrada plana za nepredviđene situacije
4. Višestruka provera svih elemenata
5. Održavanje generalne probe

3. Marketing sportskog događaja

Vrhovni menadžment jednog turnira pored organizacionog plana sastavlja i marketing strategiju. Da bi se ostvarila najbolja moguća marketing strategija neophodno je da menadžer poznaje osnovne karakteristike sportskog događaja, a to su:

1. Sportsko-takmičarska karakteristika – koja predstavlja ostvarenje sportske misije i osnovu od koje menadžeri moraju da krenu prilikom planiranja marketing strategije i organizacije sportskog događaja.

2. Ekonomsko-marketingška karakteristika – daje odgovor na koji način je najbolje organizovati sportski događaj da bi smo imali pozitivne finansijske efekte.
3. Propagandno-medijska karakteristika – pomaže u rešavanju tri osnovna cilja, a to su:
 - Prezentacija događaja u javnosti radi širenja informacija o dostignućima određenog sporta i sportsita a sve u cilju popularizacije određene sportske grane,
 - Prezentacija događaja putem sredstava masovnog informisanja u cilju privlačenja sponzora i donatora,
 - Zadovoljenje potreba klijenata, tj. potrošača sportskih informacija – čitalaca, gledalaca i slušalaca sredstava masovnih komunikacija.
4. Edukativna karakteristika – predstavlja neposredan i posredan uticaj sportista na obrazovanje sportskog auditorijuma.

Organizacija sportskog događaja takođe zavisi i od kategorije kojoj taj sport i događaj (turnir) pripadaju. Na osnovu određivanja kategorije takmičenja donose se marketing odluke organizatora, sponzora, oglašivača i dr.

Postoji nekoliko principa podele sportskih događaja:

- Princip forme – da li je u pitanju kvalifikacioni ili završni turnir
- Princip sportskog kvaliteta – amateri ili profesionalci
- Uzasni princip – pioniri, kadeti, juniori ili seniori
- Geografski princip – školsko, gradsko, regionalno, nacionalno, međunarodno, kontinentalno ili svetsko prvenstvo
- Princip tipologije – individualni ili grupni sport
- Princip raznovrsnosti i kompleksnosti – balkanijada, univerzijada, OI.

- Princip grane sporta – odbojka, košarka, rukomet...
- Princip nivoa reprezentovanja – klubski ili reprezentacioni turnir
- Princip mesta održavanja – otvoren ili zatvoren teren, veličina zemlje, grada, sportskog objekta, slabe ili dobre komunikacione veze i sl.

USLOVI MARKETIRANJA DOGAĐAJA

Postoji pet osnovnih uslova marketiranja sportskog događaja:

1. Status sportskog događaja - pojedini sponzori sebi prepuštaju mogućnost učestvovanja u određenom delu takmičenja (početna ili finalna faza) dok drugi učestvuju od početka do kraja. Takođe, neki od sponzora žele da učestvuju samo na takmičenjima koja su veća od lokalnog nivoa.
2. Nivo sportskog kvaliteta – Sponzori ili donatori sportskog događaja zavisiće od kvaliteta događaja, bilo da se radi o klubovima, turnirima ili šampionatima.
3. Planirana brojnost gledalaca i učesnika – je važan faktor koji nam određuje izbor segmenta tržišta na koje ćemo usmeriti ponudu koja će biti u skladu sa planiranom posetom gledalaca i medijskoj pokrivenosti događaja.
4. Nivo i kvalitet medijske informacije – je usko povezano sa zainteresovanošću sponzora i donatora. Što je veća zainteresovanost medija za određeni sportski turnir raste broj i zainteresovanih sponzora i donatora.
5. Sportska i medijska privlačnost takmičenja – angažovanje popularnih ličnosti kao promotera, spikera ili animatora povećava interesovanje i publike i biznis partnera.
4. Kontrola i bezbednost sportskog objekta

BEZBEDNOST SPORTSKOG OBJEKTA

I SPREČAVANJE NASILJA

Menadžment sportskog objekta je pravno obavezan da garantuje bezbednost svakom učesniku i posetiocu sportskog događaja čiji je organizator. U poslednje vreme primetan je porast nasilja na sportskim događajima a uzroke za to treba tražiti u socijalnim i psihološkim momentima posetilaca. Na sreću, odbojka sama po sebi ima veoma zahvalnu publiku, koja nije sklona nasilju, tako da je organizacija turnira već jednim delom mnogo zahvalnija od recimo organizacije košarkaškog ili fudbalskog događaja.

UPRAVLJANJE MASOM

Ključni aspekt upravljanja masom jeste predvidljivost kretanja navijača, ali i predvidljivost nastanka povreda i ekscesa koji mogu da ugroze posetioce, ali i učesnike. Plan upravljanja masom treba da sadrži:

1. Definisane tipa događaja
2. Definisane sportskog objekta i okruženja
3. Definisane poznatih rivaliteta među navijačima
4. Pretnje nasiljem
5. Utrđivanje plana hitne intervencije i evakuacije
6. Predpostavka o veličini mase i rasporeda sedišta
7. Korišćenje vidno obeleženog bezbedonosnog personala

Glavne komponente plana upravljanja masom su:

- Obučeno, iskusno i kompletno osoblje za pružanje bezbednosti
- Razrađene procedure udaljavanja osoba koje krše red i mir, izazivački navijaju, pod uticajem su alkohola ili opojnih sredstava itd. Svako udaljavanje

osoba iz gledališta mora biti opravdano, dokumentovano i pokriveno izjavama svedoka.

- Plan za hitnu evakuaciju gledalaca sa invaliditetom
- Uigranost komandnog štaba za bezbednost koji komuniciraju putem višekanalne radio veze.

POLITIKA ALKOHOLA

Radi preventivnog delovanja na posetioce sklone konzumiranju alkohola potrebno je napraviti plan za smanjenje rizika koji će se sastojati od:

1. Postavljanja uvežbanog personala pri ulazima koji će sprečiti unošenje i konzumiranje alkohola
2. Ne dozvoliti prodaju i distribuciju alkohola u i oko objekta gde se odvija takmičenje.

MEDICINSKI PLANovi

U kritičnim situacijama kada dođe do burne reakcije gomile, panike i pokušaja da se napusti sportski objekat bez ikakvog reda, dolazi do brojnih povreda koje često posetioce (a nekada i same učesnike) dovode u životnu opasnost. Zbog toga je neophodno imati organizovan, dobro uvežban medicinski tim, koji je navikao da radi u takvom okruženju i pod pritiskom. Menadžment sportskog događaja je u obavezi da uradi sve što je moguće kako bi sprečio eventualne povrede koje mogu nastati usled neadekvatnog obezbeđenja objekta, neadekvatne sigurnosti objekta ili nepripremljenosti na dolazak velikog broja navijača. Zato je neophodno:

1. Urediti sportski objekat tako da je potpuno bezbedan za učesnike i posetioce,
2. Postaviti signalizacione znakove na vidnim mestima uz prisustvo redara koji će davati eventualno tumačenje znakova i kontrolisati njihovo poštovanje.
3. Identifikovanje medicinskih problema.

Cilj medicinske pomoći je pružanje prve pomoći u roku od pet minuta, složene pomoći u roku od deset minuta i transporta do bolnice u roku od dvadeset minuta. Medicinsko osoblje se angažuje ugovorom koji menadžment oslobađa svake odgovornosti za oblast koju pokriva medicinsko osoblje.

PLANOVI UPRAVLJANJA KRIZNOM SITUACIJOM I EVAKUACIJOM U SLUČAJU OPASNOSTI

Plan za upravljanje kriznom situacijom treba da bude napisan i podeljen celokupnom personalu ali i istaknut na vidno mesto dostupno personalu u samom objektu. Plan zahteva smireno ponašanje osoblja kako se ne bi unosila dodatna panika među posetioce. Prioritet tokom katastrofe su:

1. Utvrđivanje da li je objekat siguran
2. Razlikovanje nivoa povreda kod povređenih i njihovo spašavanje određeno prema nivou povreda
3. opšti plan formalnog lanca komandovanja

KONTROLA SAOBRAĆAJA I PARKINGA

Stadioni koji se nalaze u Srbiji pravljani su u vreme kada nije postojao toliko broj posetilaca koji su na takmičenje dolazili svojim automobilima. Zato je svakom organizatoru jedan od najvećih problema kako pravilno preusmeriti sva vozila a da ne dođe do potpunog kolapsa oko stadiona ili objekta. Zbog toga je neophodno da menadžment objekta zajedno sa policijom napravi plan saobraćaja oko sportskog objekta. Ciljevi tog plana su:

1. Otklanjanje nesreća
2. Sprečavanje istovremenog dolaska svih gledalaca

Plan parkiranja ima sledeće komponente:

1. Odgovarajuća signalizacija

2. Rezervisan parking prostor za invalide, menadžment kluba, sudije, sponzore, medije, autobuse sa sportistima itd.
3. Plaćanje parking prostora oko samog objekta
4. Postavljanje poverljivih ljudi na naplati parkinga
5. Osiguranje od požara, krađa itd.

Treba odvojiti deo u kom će se nalaziti sanitetska i vatrogasna kola kojima pristup glavnim saobraćajnicama treba da je uvek dostupan.

3. PREDMET I CILJ RADA

3.1. PREDMET RADA

Uspešnost organizacije jednog turnira nikako ne zavisi samo od finansijskih mogućnosti organizatora već i od snalažljivosti, umešnosti, komunikativnosti, tehničke pismenosti i pravilnog odabira saradnika. Ujedno treba napomenuti da sama organizacija, pa makar ona bila i na vrhunskom nivou, ne znači ništa ukoliko mediji tome ne poklone dovoljnu pažnju.

Predmet završnog rada je organizacija sportskog događaja, odnosno finalnog turnira nacionalnog Kupa u odbojci.

3.2. CILJ RADA

Cilj rada je prikaz organizacije sportskog događaja, odnosno finalnog turnira nacionalnog Kupa u odbojci.

4. METOD RADA

Metod rada je deskriptivan, a za pisanje je korišćeno lično iskustvo u organizaciji turnira, razgovor sa organizatorima, dostupna literatura i znanja stečena na Fakultetu sporta i fizičkog vaspitanja.

5. PROJEKAT ORGANIZACIJE FINALNOG TURNIRA KUPA SRBIJE ZA ODBOJKAŠICE



POŠTAR 064 sezona 2005/2006
Prvak Srbije i Crne Gore
Pobednik Kupa Srbije i Crne Gore

Sl. 5. Osvajač Kupa u sezoni 2005/06. godine

5.1. PROJEKAT ORGANIZACIJE ZAVRŠNOG TURNIRA KUPA SCG

Odbojkaški savez SCG svake raspisuje konkurs za organizaciju završnog turnira Kupa SCG. Obzirom da je OK «Poštar 064» u sezoni 2005/2006 zabeležio dobre rezultate u Prvenstvu, i da je menadžment Kluba ocenio da je ekipa spremna da odbrani trofej doneta je odluka o podnošenju kandidature za organizaciju finala Kupa SCG u sezoni 2005/2006. Razlozi za takvu odluku su:

- Izazov da se odbrani nacionalni Kup osvojen u prethodnoj sezoni
- Želja da se u sezoni 2005/2006 po prvi put u istoriji Kluba osvoji dupla kruna a osvajanje Kupa je pri korak ka ostvarenju tog cilja
- Prednost domaćeg terena
- Popularizacija ženskog sporta uopšte a naročito odbojke

- Promocija ekipe i sponzora putem direktnih TV prenosa, kao i ostalih masovnih medija.

U svojoj kandidaturi Odbojkaški klub «Poštar 064» je naveo da će biti ispunjeni i sledeći uslovi:

- SC «Sport Eko» biće zatvoren za ostale sportske događaje tokom trajanja završnog turnira tako da će ekipe imati maksimalne uslove za trenig uz korišćenje fitnes centra,
- Smeštaj ekipa obezbeđen je u hotelu «N»
- Smeštaj zvaničnika OSSCG, sudija, delegata i menadžmenta gostujućih klubova obezbeđen je u hotelu «M»
- Obezbeđen je prevoz za sve ekipe i zvaničnike, kao i prevoz novinara do hale gde se održava takmičenje
- Obezbeđen je direktan TV prenos svih utakmica
- Urađen je niz promotivnih aktivnosti kako bi se javnost zainteresovala za ovaj događaj i došla u što većem broju
- Organizovana je svečana večera dan pred početak turnira, kao i završna večera u hotelu «M»
- Obezbeđene su nagrade za najbolje igrače, kao i nagrada za najbolji Klub

Nakon razmotrenih činjenica i pozitivne reakcije čelnih ljudi OSSCG-a, OK «Poštar 064» je proglašen organizatorom finalnog turnira Kupa SCG za odbojkašice.

Upravni odbor Kluba doneo je sledeće odluke:

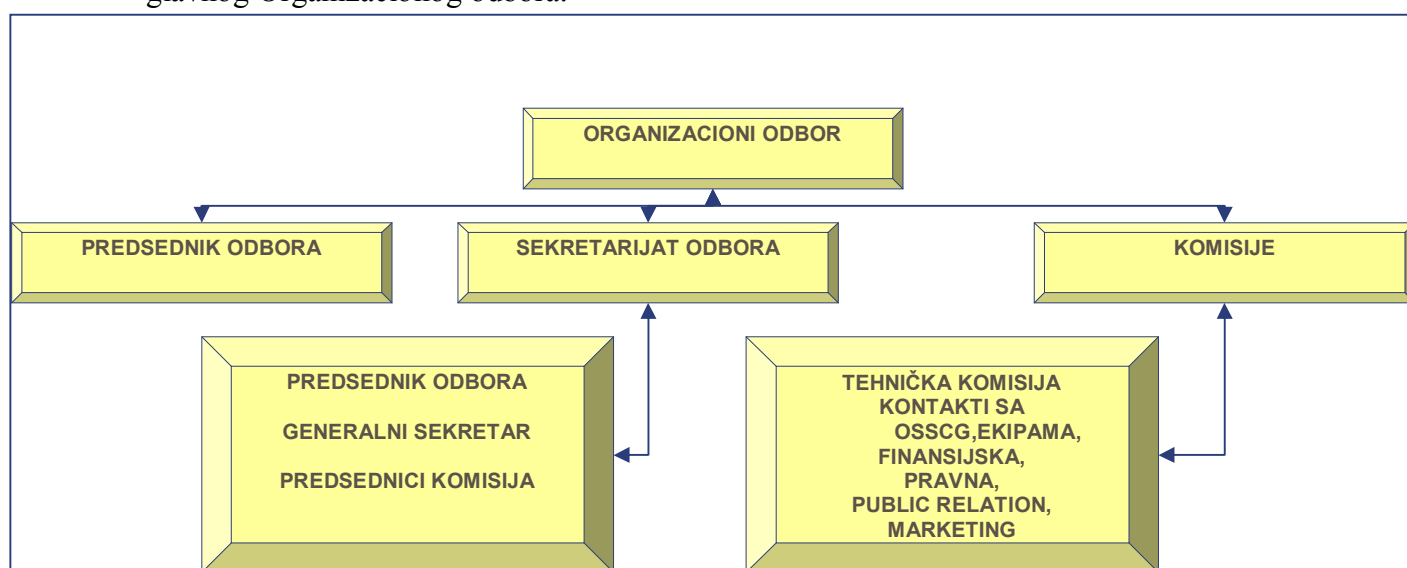
- Da je javno ogласi odluka o organizaciji finalnog turnira
- Da se imenuje glavni odbor turnira
- Da se imenuje koordinator.

1. Oglašavanje odluke o organizaciji finalnog turnira

Na osnovu odluke Upravnog odbora OK «Poštar 064» će putem sredstava masovnog informisanja javnost obavještavati o svim pojedinostima vezanim za Finalni turnir Kupa SCG za odbojkašice (mesto održavanja, vreme, timovi učesnici, dosadašnji pobednici, nabavka ulaznica...)

2. Formiranje organizacionog odbora

Odmah po dobijanju organizacije turnira Upravni odbor kluba napravio je šemu glavnog Organizacionog odbora.



Grafikon 1. Struktura organizacionog odbora

3. Tehnička organizacija

Sportski centar «Sport Eko»

Organizacioni odbor finalnog turnira doneo je odluku da se turnir održi u Sportskom centru «Sport Eko» u kom inače odbojkašice «Poštara 064» treniraju i igraju prvenstvene utakmice. Razlozi za takvu odluku su:

- Prednost domaćeg turnira

- Poznavanje svih prednosti i mana centra što će nam pomoći prilikom planiranja dolaska i odlaska ekipa, zvaničnika, publike, raspoređivanja pomoćnih službi i organizacije parkinga,
- Centar se ne nalazi u centru grada pa će biti izbegnute velike gužve koje se stvaraju dolaskom ekipa i gledalaca
- Postojanje odličnih uslova za TV prenos i Press centar
- Veliki broj ulaza, urađen pristup za invalide,
- Odvojene lože za zvaničnike OSSCG-a i predstavnike klubova
- Obučenost osoblja «Sport Eka»

Pripremni poslovi

- Upoznavanje društveno političkih struktura sa značajem turnira
- Dogovor sa OSSCG, OSS i OSB oko optimalne mobilisanosti
- Zahtev Savezima za pomoć u organizaciji volontera
- Definisane poslova i obaveza komisija Organizacionog odbora
- Ugovor o zakupu SC
- Nabavka opreme za OK «Poštar 064»
- Izbor redara, dodavača lopti, domaćina timova
- Nabavka opreme za pomoćno osoblje i markera za redare i press
- Nabavka lopti, semafora i signalizacije uz pomoć koje trener traži tajm aut ili izmenu
- Prijava turnira nadležnom SUP-u
- Dogovor sa policijom oko obezbeđenja turnira
- Sastanak sa predstavnicima medijskih kuća i dogovor oko medijskog pokrovitelja turnira
- Potpisati Ugovor sa medicinskim osobljem

- Priprema medalja, pehara i nagrada za najbolje pojedince
- Priprema suvenira sa znakom turnira
- Pokloni za visoke zvaničnike OSSCG-a, i predstavnike klubova
- Izrada biltena, plakata, ulaznica, pozivnica
- Ostali poslovi koji će poboljšati organizaciju turnira

4. Administrativni poslovi

IZRADA FINANSIJSKOG PLANA

Rashodi: Iznos u dinarima:

1. Zakup SC «Sport Eko»	400.000,00
2. Troškovi štampe	50.000,00
3. Izrada reklamnih panoa	275.000,00
4. Marketinška kampanja	450.000,00
5. Troškovi izrade suvenira	72.000,00
6. Honorar za oficijelnog spikera	20.000,00
7. Honorar za oficijelnog fotografa	30.000,00
8. Sudijski honorari	84.000,00
9. Honorari za zapisničare	44.000,00
10. Troškovi hotel «N»	345.000,00
11. Troškovi hotel «M»	287.000,00
12. Nabavka opreme za odbojkašice	175.000,00
13. Nabavka opreme za pomoćno osoblje	163.000,00
14. Zakup 4 mini busa za prevoz ekipa	250.000,00
15. Pokloni za gostujuće ekipe i zvanična lica	150.000,00
16. Neplanirani troškovi	40.000,00

UKUPNO: 2.835.000,00

Prihodi

1. Generalni sponzor – «Telekom Srbija»	2.000.000,00
2. Ostali sponzori (PTT Srbija, Univerzal, Vujić Voda, Delta M, Trmka kabl)	1.000.000,00
3. Donatori (Beoteleprom, Multipower, Delta Sport, Dijamant, Hemofarm, Jugopetrol)	600.000,00
4. Dotacija OSSCG-a	75.000,00
5. Kotizacija klubova	40.000,00
6. Prodaja ulaznica	52.000,00
7. Prodaja suvenira	75.000,00
UKUPNO: 3.842.000,00	

REKAPITULACIJA:

PRIHODI	3.842.000,00
RASHODI	2.835.000,00

PROFIT	1.007.000,00
---------------	---------------------

PRAVNA KOMISIJA I PERSONALNO ODELJENJE

Zadaci pravne službe su da prouči i pripremi sve zakonom dozvoljene transakcije u prikupljanju i isplati sredstava, pripremi Ugovore za sponzore, donatore, saradnike i kontroliše zaduženja blagajnika, prodaju ulaznica kao i uplatu pazara.

Personalno odeljenje ima za cilj da pripremi detaljan plan angažovanja osoblja potrebnog za realizaciju projekta. Od velike pomoći je angažovanje volontera sa Sportske akademije ili FSFV-a jer se time znatno smanjuju troškovi.

ODELJENJE ZA KONTAKT SA OSSCG-om i EKIPAMA

Zadaci ove službe su:

- Stalni kontakt sa takmičarskom komisijom OSSCG-a, dogovor o tekućim pitanjima, dogovor oko dolaska i smeštaja sudija i delegata, zvaničnika OSSCG-a, izradi medalja i pehara,
- Stalni kontakt sa gostujućim ekipama i pribavljanje njihovih podataka (sastavi ekipa, fotografije, istorija klubova, dosadašnji uspesi...), dogovor oko organizovanog dolaska navijača,
- Ugovaranje smeštaja gostujućih ekipa u hotel «N» - proveriti ima li specijalnih zahteva u vezi smeštaja, ishrane...
- Izbor domaćina ekipa
- Doček ekipa i zvaničnika i njihov smeštaj u hotele
- Organizovan obilazak hale za predstavnike klubova, sudije i delegate i prikupljanje primedbi
- Podela informativno propagandnog materijala, biltena, počasnih ulaznica...
- Ispraćaj svih učesnika po završetku turnira.

5. Marketing

PR SLUŽBA

Za obavljanje posla PR menadžera turnira potrebno je izabrati adekvatnu ličnost – po mogućstvu sportski novinar koji prati odbojku, poznaje klubove, pravila i ima iskustvo u organizovanju Press konferencija. Osim navedenih funkcija PR menadžer ima zadatak da oformi tim koji će proslediti podatke o takmičenju učesnicima turnira,

dogovoriti koordinaciju sa predstavnicima medija, odrediti termine održavanja Press konferencija, omogućiti gostovanje zvaničnika i prezentaciju turnira u svim medijima, napraviti Press clipping takmičenja, kontaktirati akreditovane novinare i potvrditi njihov dolazak, obezbediti prostoriju – Press centar, sa fax aparatom, kompjuterima sa internet konekcijom, telefonske linije, kopir aparat i printer.

Pored navedenog dužnosti i obaveze PR službe su:

- Da izvrši superviziju postavljanja opreme u prostoriji za novinare
- Da ima preciznu listu akreditovanih novanara
- Da pripreme sve podatke, pregledaju bilten i isprave eventualne greške u njemu
- Da sve podatke i fotografije ekipa pošalju putem elektronske pošte svim redakcijama u Srbiji koje prate sport
- Da koordiniraju radom zvaničnog fotografa
- Da koordiniraju sa statističarima i da blagovremeno prikupljaju podatke i distribuiraju ih novinarima

Odeljenje za promociju događaja i odnos sa domaćim sponzorima

Zadaci ovog odeljenja su:

- Izrada zvaničnog znaka finalnog turnira i njegova primena u svim prilikama
- Marketinška ponuda za sve sponzore i donatore, luksuzno opremljena i štampana
- Izrada propagandnog materijala, plakata, programa, biltena
- Osmisliti i izraditi TV spot, radijski džingl i novinski oglas i proslediti ga svim medijskim kućama



ODELJENJE ZA REKLAMNE SUVENIRE

Sl. 6. Trenutak osvajanja Kupa

Odeljenje za reklamne suvenire zaduženo je za izradu propagandnih suvenira sa obeležjima turnira i Kluba domaćina – OK «Poštar 064» (majice, kape, navijački šalovi, olovke...). Punktove za prodaju suvenira treba postaviti u SC «Sport Eko», zatim u hotelima gde su smeštene ekipe i zvaničnici, a ukoliko to mogućnosti dozvoljavaju i negde u centru grada ili u radnjama koje prodaju sportsku robu.

6. UGOSTITELJSTVO

Sektor ugostiteljstva mora da kontaktira proizvođače gazirane i negazirane vode, bezalkoholnih napitaka, kao i prehrambenih proizvoda i da im ponudi mogućnost da se tokom održavanja turnira u «Sport Eku» prodaju samo njihovi proizvodi. Takvim sponzorima neophodno je omogućiti promociju u okviru centra, deljenje promotivnog materijala, i eventualno deljenje nagrada posetiocima.



Četrdeseti Finalni turnir Kupa SCG za odbojkašice

BEOGRAD 28. i 29. Decembar 2005.

SC "Sport Eko", Braće Jerković 119a

7. PROGRAM FINALA KUPA

PRVI DAN

- 12.00 – Doček OK «Spartak» iz Subotice i njihov smeštaj u hotel «N»
- 13.00 – Doček zvaničnih lica i delegata i njihov smeštaj u hotel «M»
- 13.30 – Tehnički sastanak svih klubova
- 14.00 – Zajednički ručak u hotelu «M»
- 16.00 – Trening OK «Radnički JP» - Beograd
- 17.00 – Trening OK «Crvena zvezda» - Beograd
- 18.00 – Trening OK «Poštar 064» - Beograd
- 19.00 – Trening OK «Spartak» - Subotica
- 21.00 – Press konferencija svih klubova u SC «Sport Eko»
- 22.00 – Koktel za novinare u SC «Sport Eko»

DRUGI DAN

- 08.30 – Tehnički sastanak službenih lica u SC «Sport Eko» - provera semafora, ozvučenja, rasporeda reklama, svlačionica...
- 08.30 – Dolazak redarskih službi

09.00 – Trenig OK «Crvena zvezda» - Beograd
10.00 – Trening OK «Poštar 064» - Beograd
11.00 – Trening OK «Radnički JP» - Beograd
12.00 – Trening OK «Spartak» - Subotica
13.30 – Doček ekipe RTS-a i postavljanje opreme
15.30 – Finalna provera tehničkih mogućnosti
16.00 - Dolazak ekipa koje igraju prvi meč i službenih lica
17.00 – Izlazak na teren OK «Poštar 064» i OK «Crvena zvezda»
18.00 – Prvo polufinale – Poštar 064 – Crvena zvezda
20.00 – Drugo polufinale – Spartak – Radnički JP
22.00 – Završna konferencija za štampu sa raporedom za sutrašnji dan

TREĆI DAN

08.30 – Dolazak redarskih službi
09.00 – Trening OK «Poštar 064» - Beograd
10.00 – Trenig OK «Spartak» - Subotica
12.00 - Sastanak sa predstavnicima klubova finalista oko organizovanja dolaska navijača
13.00 – Dolazak ekipe RTS-a, postavka i provera opreme
15.00 – Doček promotera sponzora i postavljanje njihovih štandova
16.00 – Dolazak službe za obezbeđenje i policije
16.30 – Otvaranje ulaza za navijače
16.45 – Dolazak ekipa finalista
17.15 – Izlazak na teren OK «Poštar 064» i OK «Spartak»
18.00 – Utakmica finala Kupa SCG za odbojkašice
20.00 – Dodela medalja i pehara

20.15 – Završna konferencija za štampu

21.00 – Svečano zatvaranje turnira



Sl. 7. Pozivnica na finalni turnir

8. ZAKLJUČAK O ORGANIZACIJI TURNIRA

Deset dana nakon odigravanja turnira i odbranjene titule organizacioni odbor turnira i OK «Poštar 064» dužni su da obave sledeće poslove:

1. Izvršiti analizu organizacije turnira sa posebnim osvrtom na rad svake komisije, odbora, i segmente rada i proglasiti nivo uspešnosti turnira.
2. OSSCG – dostaviti izveštaje u vidu biltena za svaki dan turnira, kao i foto materijala koji će se koristiti u izradi odbojkaškog materijala koji priprema OSSCG
3. Svim ekipama poslati pismo – zahvalnicu za učešće na turniru i dostaviti im biltene i fotografije sa turnira
4. Svim sponzorima i donatorima poslati dokaze o izvršenoj realizaciji ugovornih obaveza, uz zahvalnicu za pruženu pomoć
5. Svim savezima i sportskim ustanovama koje su pomogle u organizaciji dostaviti pismo – zahvalnicu

6. Prirediti završnu konferenciju za novinare uz prisustvo pobjedničke ekipe sa peharom i medaljama, kao i prisustvo najboljih pojedinaca turnira
7. Dodeliti nagrade i priznanja pojedincima koji su učestvovali u organizaciji turnira
8. Organizovati završni koktel za saradnike, sponzore, donatore, sportske radnike, čelnike saveza i sportskih institucija, novinare i zvanično sumirati rezultate turnira.

6. ZAKLJUČAK

Na osnovu svega napisanog, može se zaključiti:

- Da bi se jedan sportski događaj uspešno pripremio, organizovao, i priveo kraju neophodno je da svaki deo menadžmenta funkcioniše bez greške, tj. da se uspešno primene svih pet funkcija menadžmenta, a to su: PLANIRANJE, ORGANIZOVANJE, KADROVANJE, RUKOVOĐENJE I KONTROLISANJE.

Oblik menadžmenta koji se najčešće primenjuje je piramidalni gde se na vrhu piramide nalaze generalni direktori, predsednici, generalni sekretari ... Zatim dolaze menadžeri srednjeg nivoa (šefovi odeljenja, rukovodioci stručnih štabova), posle njih dolaze menadžeri prve linije a to su treneri, pomoćni treneri, kapiteni, i sl.

1. - U organizaciji jednog sportskog događaja veoma su važni ljudski resursi kao što su VOLONTERI (dobrovoljni sportski radnici), MENADŽMENT (profesionalna menadžment struktura), STRUČNI RADNICI (zaposleni na različitim radnim mestima), i SPORTISTI (ljudi koji su pristupili sportskoj organizaciji da bi zadovoljili svoje i ciljeve organizacije). Postavljanje pravih ljudi na prava mesta, i pravilna raspodela njihovih uloga predstavlja osnovu menadžerske funkcije kao i uspešnu organizaciju sportskog događaja (turnira). Organizacija događaja zahteva prepoznatljive stilove i metode menadžmenta. Oni zahtevaju koordinatora, preciznost rokova i brzo odlučivanje. Korišćenje stroge administracije može da pomogne u ostvarivanju i poštovanju rokova i ciljeva. Naročito treba istaći da je potreban autoritativan stil rukovođenja koji će dominirati tokom celog toka događaja.
2. Za uspešnu organizaciju neophodno je formirati timove ljudi kojima će biti povereni određeni zadaci. Na čelu svakog tima nalazi se vođa – *menadžer* koji preuzima odgovornost i glavni je koordinator u svojoj oblasti. Od izuzetne je

važnosti *uspostavljanje hijerarhije* odnosno da svaki član tima u svakom trenutku zna koje su njegove dužnosti i kome odgovara za svoj deo posla.

3. Napomenuo sam u gore navedenim stavkama, samo neke od činjenica koje su se meni učinile bitnim. Naravno, nikako se ne sme zaboraviti finansijski plan, budžetske mere, rashodi i prihodi prilikom organizacije sportskog turnira (Nacionalnog kupa za žene u odbojci), kao i mnoštvo drugih o kojima je pisano u ovom završnom radu. Međutim, uspešnost organizacije jednog turnira nikako ne zavisi samo od finansijskih mogućnosti organizatora već i od snalažljivosti, umešnosti, komunikativnosti, tehničke pismenosti i pravilnog odabira saradnika . . .

LITERATURA I IZVORI

Kijac, R. i Kirda, V. (2004). Od blata do zlata. Novi Sad.

Raič, A. (1999). Menadžment u sportu. Beograd: Sportska akademija.

Tomić, M. (2003). Menadžment u sportu. Beograd: Sportska akademija.

Tomić, M. (2003). Marketing u sportu. Beograd: Sportska akademija.

www.fivb.org

www.cev.lu

www.osceg.org.yu

www.okpostar.org.yu