

G. A. P. education
Ekonomika a podnikání

gape

Libuš Angels FC
Seminární práce z předmětu Fiktivní firma



Popis firmy:

Název: Libuš Angels FC

Právní forma: Akciová společnost

Činnost firmy: Primárně fotbal, případně později další sporty

Vznik založení: 09. 09. 2013

Majitel firmy: Matěj Šupina

Sídlo: Meteorologická 533, Praha 4- Libuš 142 00

Stadión: Libuna (kapacita= 12 000- prozatím)

Poslání a cíle firmy:

Sportovní cíle: sjednotit se s FSC Libuš, udělat nábor pro hráče, vyškolit trenéry, jednotlivé týmy dostat do soutěží, zajistit pomůcky pro všechny věkové kategorie (dresy, balóny, tréninkové pomůcky), zajistit management klubu a správce, získání si fanoušků prostřednictvím reklam a různých klubových akcí, získání dostatečného množství financí na udržení hráčského a realizačního kádru, přivádět co nejlepší hráče a realizační tým, kompaktnost a stálost mládežnických kategoriích, domluvit se s věhlasnějším klubem na spolupráci (stát se farmou), přihlásit se na mezinárodní turnaje a popřípadě domluvit spolupráci s týmem z ciziny (nebo aspoň reklama nejen v Čechách, ale i v cizině), každým rokem postoupit o ligu výše, předvádět útočnou hru a vyhrávat pokud možno všechny domácí zápasy, vyhledávání talentů, vybudovat mládežnické centrum

Ekonomické cíle: sehnat sponzory a udržet si je, účetní evidence, nechat si ze začátku rezervu na později, zesílit reklamu, podporovat finančně klub, aktivně využívat média, přizpůsobení výše příspěvku poskytovaným činnostem ze strany sportovního klubu, dotace od obce Praha- Libuš a jako v poslední řadě mít úspěšné ekonomické vedení sportovního klubu, na konci sezóny mít vyrovnaný rozpočet, zvýšit návštěvnost na domácích utkání

Sociální cíle: propagovat se po městě, motivace sportovců a trenérů, zajišťování občerstvení, udělat tradice klubu, odstranění egoismu, hledání v jiných klubech ČR a v cizině, chodit s hráči na společenské akce (divadlo, kino, sponzorské akce

atd.), povzbuzování atmosféry při zápasech a v chodu klubu, spokojenost členů a hráčů

Strategické cíle: Chceme postoupit do nejvyšší fotbalové soutěže a ustálit se na české fotbalové scéně. Dále budovat širokou dětskou základnu, kterou chceme mít nejlepší v ČR.

Taktické cíle: Školit naše trenéry a funkcionáře, k neustále zlepšujícím výsledkům.

Operativní cíle: Vyhrát co nejvíce zápasů a díky naší hře přilákat co nejvíce fanoušků a přilákat mládež k našim náborům.

Základní charakteristika a.s.: počet zakladatelů- 2 FO (Matěj Šupina a Václav Mráček)

výše základního kapitálu- 2 000 000 (50% Šupina a 50% Mráček)

orgány společnosti- Valná hromada, statutární orgán- představenstvo, dozorčí rada

zakladatelský dokument- sepsání společenské smlouvy a podpis všech společníků

Financování klubu: vlastní zdroje, sponzoři, reklamy, dary od státu, členské příspěvky

Analýza a průzkum trhu:

- Vedle hřiště je ZŠ Meteorologická, se kterou budeme spolupracovat a nabírat mladé hráče do našeho klubu
- U ZŠ Meteorologická je SOŠ G. A. P. education, na které je sportovní obor a vybrat si hráče do týmu a přebrat některému z klubů, dohodnout se školou na delší spolupráci.
- V blízkosti je další ZŠ a to ZŠ Smolkova, kterou taky dovedeme ke spolupráci
- Konkurence je Tempo Titans (basebalový tým, patřící mezi pražskou špičku v baseballu), musíme udělat akce pro děti, aby nám je nepřebrali Pro nás největší konkurence v jiném sportovním odvětví, a musíme získat před nimi co nejvíce dětí

- Pro starší kategorie, můžeme udělat akci (ve formě náboru) se SOŠ specializovaná a soukromým SOU obchodu a služeb na Libuši u ZŠ Smolkova
- Další konkurence je Tenisový klub Písnice. Hodně malých dětí dávají na tenis. Musíme obstarat co nejmenší riziko formou akci na Písnici.
- Shlédnout futsalový turnaj SOŠ G. A. P. a vybrat talenty.
- 3 zastávky od hřiště je fitness centrum DOMYNO (dohodnout se na spolupráci a 1 týdně tam posílat hráče
- Domluvit se se ZŠ Zárubova na pronajmutí tělocvičny v zimě

Management

Organizování:

- **Povinnosti členů klubů:**
 - Manažer klubu:
 - Vede si seznam všech členů klubů
 - Vede organizační záležitosti spojené s chodem klubu
 - Zaměřuje se na propagaci a dobrého jména klubu
 - Schvaluje nákup materiálu (např. občerstvení, materiál na šatny, hnojivo na hřiště a další)
 - Jsou pro něj velice závazné Stanovy klubu, Pravidla fotbalu, Rozpis soutěží, Pravidla soutěží a Vnitřního řádu klubu
 - Potvrzuje a případně odvolává vedoucí jednotlivých mužstev ve funkci
 - Sekretář klubu:
 - Je podřízen a pracuje pro manažera klubu
 - Zajišťuje dopravu na zápasy
 - Navrhuje rozhodčí na domácí zápasy a pro ně občerstvení
 - Dává vědět o změnách utkáních trenérům a vedoucím jednotlivých mužstev
 - Zaznamenává se administrativní agendu a organizační záležitosti spojené s chodem klubu
 - Kustod:
 - Pracuje jako technický vedoucí A- mužstva
 - Vede sklad výstroje hráčů (pere jim dresy, připravuje na zápas)
 - Hráčům s A- mužstva umývá kopačky

- Odpovídá za vydávání a příjem fotbalového materiálu podle Vnitřního řádu
 - Dává informace o potřebě na oprav fotbalového materiálu do Knihy požadavků
 - Člen výboru klubu:
 - Dbá na propagaci a dobrého jména klubu
 - Řídí se vnitřním řádem klubu
 - Trenér
 - Zajišťuje sportovní a morálně volnou přípravu mužstva v souladu s požadavky klubu a požadavky FAČR
 - Účastní se aktivně jednání trenérské rady.
 - Skládá tým (podle svého a nakupování projednává s majitelem klubu) a může navrhnout změny v realizačním týmu
 - Hráč
 - Spolupracuje s vedením klubu a dalšími členy klubu
 - Jsou pro něj závazné Stanovy klubu, Vnitřní řád klubu, Pravidla fotbalu a soutěží, a hlavně Hráčská smlouva-pokud ji s klubem uzavře
 - Účastní se na klubových propagačních akcích
 - Účastní se klubových fyzických testů
- **Organizační struktura:**
 - Valná hromada
 - Rozhoduje o zvýšení a snížení základního kapitálu
 - Rozhoduje o změně stanov
 - Odměňuje členy představenstva a dozorčí rady
 - Rozhoduje o volbě a odvolání členů představenstva a dozorčí rady
 - R. o zrušení společnosti s likvidací
 - Dozorčí rada
 - Dohlíží na výkon představenstva a uskutečnění podnikatelské činnosti společnosti
 - Členové rady mají právo na nahlížení do všech dokladů a zápisů týkající se činnosti společnosti
 - Kontrolují, zda účetní zápisy jsou vedeny řádně dle skutečností, zda se činnost uskutečňuje v souladu s právními předpisy
 - Představenstvo
 - Řídí činnost společnosti a jedná jejím jménem
 - Rozhoduje o záležitostech společnosti

- Za představenstvo jedná jménem společnosti každý člen představenstva
- Členové zapsáni do obchodního rejstříku
- Vrcholný management
 - Jde o profesionální operativní řízení společnosti
 - Jeho činnost není vymezena obchodním zákoníkem
- Oddíly
 - A tým
 - B tým
 - Dorost – U19, U17, U16
 - Žáci - U15, U14, U13, U12, U11
 - Přípravka – U10, U9, U8
 - Předpřípravka – U7, U6

Marketing

Propagace:

- Zřídíme si vlastní internetové stránky, kde budeme dávat všechny novinky, akce, výsledky a vše o klubu
- V okolí Libuše lepit letáky s pozvánkou na náборы a zápasy
- Na fotbalových turnajích škol, můžeme se projevit s nějakou podporou anebo zřídit vlastní turnaj
- Začít vyrábět vlastní trička, mikiny a další druhy oblečení, které by propagovali náš klub
- Zřídit si stránku na facebooku a vytvářet tam události
- U stadionu transparent na každý domácí zápas
- Nápis klubu a znak na produktech (např. logo klubu na hrníčku)

Propagace pro partnery:

- Generální partner klubu
 - Generálnímu partnerovi našeho fotbalového klubu nabízíme propagování obchodního jména a loga a to na všech zápasech našich družstev a na dalších akcích pořádaných našim klubem. Propagace zahrnuje používání marketingových sloganů, zobrazení log na dresech a tréninkových kompletech, reklama na webu, novinová reklama = Cena reklamy cca 100 000,- Kč/rok
- Hlavní partner klubu
 - Hlavním partnerovi nabízíme propagování obchodního jména a loga, a to na všech zápasech našich družstev a na dalších akcích pořádaných našim klubem. Nabídka

obsahuje požívání marketingových sloganů, reklam na webu a billboard na stadionu = Cena reklamy cca 20 000- 50 000,-Kč/rok

- Produkty:

- Zápasy našeho klubu v soutěži, přátelákách a na různých turnajích
- Klub nabízí dalších minimálně 15 fotbalových utkání A- týmu mužů.
- Občerstvení (klobásy, utopenec, pití, sušenky, brambůrky a další)
- Fanshop:
- Nálepky na zeď ve tvaru loga
 - Oblečení (mikiny, trička, trenky, stulpny, šály, čepice, rukavice, tepláky, ponožky, batohy, kopačky {s vyšívaným logem})
 - Hrníčky, misky, talíře, náramky, flašky, balóny,
 - Deky, polštáře, peřiny, budík, šňůrka na klíče, pouzdro na mobil

- Distribuce:

- Prodej klubových dresů, batohů a další produkty klubu najdete na našem fanshopu
- Nabízet naše produkty s naším logem nebo jmenovkami hráčů do ciziny

- Reklama:

- Na vstupenkách, plakátech sportovců, časopisech o fotbale (Hattrick, ProFootball a Góól)
- Na dresech při zápasech a dalších sportovních oděvech
- Na transparentu u stadionu
- Na sportovních produktech, na produktech klubu (Fanshop), na produktech u jiných oděvních firem (např. Reserved- tričko a na něm znak klubu)

- Cena:

- **Platy hráčů**
- Vstupné na zápas (0-10Kč a s každým postupem se bude vstupné navyšovat o 100%)= postupem do vyšší ligy, budou zvýhodnění (např. děti do 12 let zadarmo, senioři za polovinu)
- Občerstvení (pití -různé jak alkoholické tak i nealkoholické, **cena různá**; jídlo- od brambůrek za 20Kč po klobásu za 40Kč, samozřejmě budou i tatranky, utopenec...)
- Věci z fanshopu (od nálepek s logem za 10 Kč po budíky za 450Kč)

Ochrana spotřebitele Naše a.s. se řídí zákonem č. 634/1992 o ochraně spotřebitele

- konkrétní paragrafy: §1, §3, §4, §5, §9, §10, §10a, §11, 11a, §12, §13, §19, §24, §24b, §25, §26, §29

SWOT analýza:

Silné stránky:

- Individuální vypomáhání trenérům i hráčům a individuální tréninky pro ty co chtějí
- Kvalifikovaný trenéři
- Finanční stabilita
- Daří se spolupráce s městem (pro stávající služby a později dobré vztahy s médii a sponzory)
- Fotbalová akademie a juniorský tým
- Spolupráce se základními školami při výchově mladých hráčů
- Spolupráce s městskou částí Praha- Libuš
- Dobrá dopravní dostupnost
- Velká popularita fotbalu

Slabé stránky:

- Parkovací místa u stadionu
- Atraktivita hry
- Oblast diváckého násilí
- Vysoké náklady

Příležitosti:

- Fotbal jako sportovní popularita v ČR
- Spolupráce se Základní a Střední školou
- Marketingový potenciál fotbalu
- Vybudování tréninkového centra
- Noví sponzoři ze zahraničí
- Spolupráce s fanklubem
- Pro klub výhodné prodávání hráčů do ciziny
- Velká šance získat úvěry (zatím nemáme, ale zájem)

Hrozby:

- Možnost sportovní krize, může vést k ekonomické krizi
- Korupce
- Malá návštěvnost
- Basebalový klub Tempo Titans
- Malá šance a konkurence schopnost získat hráče ze zahraničí

- Rasismus a vandalismus na stadionu

STEP analýza:

Sociální: V České republice má fotbal velmi dobré jméno a v celosvětovém měřítku je na prvním místě v oblíbenosti. Slabinou ovšem, že ve fotbale je velmi rozsáhlá korupce. Mezi další slabiny patří rasismus (proti kterému FIFA bojuje několik let). V České Republice je registrovaných cca 500 000 hráčů a v tomto ohledu je mnohem dominantnější než sporty jako např. hokej, tenis, volejbal, basketbal. Negativní jev, který rozhodně škodí jméno fotbalu je násilnictví a vandalismus na stadionech.

Technologické: Mezi technologické faktory řadíme požadavky na fotbalové stadiony a trávníky, které jsou pro účely fotbalového utkání Gambrinus ligy ustanoveny v hracím řádu fotbalové asociace České republiky. Pro utkání evropských pohárů (Evropská liga, Liga Mistrů) platí nařízení zastřešující organizace UEFA, jejíž podmínky jsou přísnější a u nás tyto podmínky splňuje pouze šest stadionů. Podmínky pro mezinárodní utkání fotbalových reprezentací určuje mezinárodní fotbalová federace FIFA. Ke zlepšení celkové kvality a bezpečnosti fotbalových stadionů přispěly projekty s názvem „Stadiony 2003“, kde hlavním cílem bylo vybavit všechny stadiony sedačkami, oddělit jednotlivé sektory na stadionu, vytvořit bezbariérové vstupy pro handicapované diváky a zlepšit umělá osvětlení. Na ten navázal druhý projekt s názvem „Stadiony 2012“ jehož hlavní prioritou bylo vybudovat na stadionu vyhřívané trávníky, zvýšit kapacity alespoň na 8000 diváků, vybavit vstupy turnikety a vylepšit technické zázemí. Klubům, které nedodržely stanovené podmínky projektu, nebyla udělena licence pro první ligu, na což doplatilo v předchozím ročníku Ústí nad Labem a Sokolov (fotbal.cz).

Ekonomické: Jsme nový klub, ale mám dobrou finanční situaci, a to díky našim sponzorům, fanouškům a majitelům. Platíme všechny trenéry a realizační tým v klubu. Hráči A mužstva dostávají plat i nadějní dorostenci. Vzhledem k naší konkurenci, která je na scéně déle než my, nemáme zatím takový podíl na trhu, ale popularita neustále roste.

Politicko-právní: Jelikož pro náš klub je velmi důležité mít dobrý vztah s městskou částí Praha- Libuš, tak úzce spolupracujeme se starostou městské části a primátorem hl. města Praha.

Náklady a výnosy:

- Náklady na tisk zpravodaje (15 000 výtisků, formát A4, 14 stran): cca **60 000 Kč**
- Dejme tomu, že bychom snížili cenu o 1/3 poskytnutím prostoru pro reklamu ve zpravodaji v tiskařské společnosti
- Předpokládané konečné náklady na 15 000 výtisků= **40 000 Kč**
- Předpokládaný nárůst diváků: 1000
- Při ceně vstupenky 10 Kč= **10 000 Kč/zápas**
- **Platy hráčů:** Klíčový hráč A týmu = 60 000 Kč/měsíc; Důležitý hráč A týmu = 45 000 Kč/měsíc; Pravidelný náhradník = 25 000 Kč/měsíc; Hráči B týmu 10 000-15 000 Kč/měsíc; Nadějná budoucnost v dorostu = 8 000-15 000 Kč/měsíc