



INSTRUKCE K VYPLNĚNÍ ANALYTICKÉHO DOTAZNÍKU – PP3 (2024)

Otázky jsou ve většině nastaveny tak, že podrobnější odpověď probíhá pouze tehdy, když je daná oblast činnosti v klubu/oddílu řešena. Vyplněný dotazník bude nástrojem výběru oddílů do PP3. Zároveň napomůže k vytvoření širší srovnávací základny mapující nastavení procesů ve florbalových klubech/oddílech.

Vzhledem ke specifičnosti problematiky je v rámci dotazníku a materiálu používáno výhradně slovo „klub“. Termín „oddíl“ vycházející z florbalových zvyklostí a legislativy nadále zůstává v platnosti.

V rámci samotných instrukcí, respektive vysvětlivek, je vždy uvedena oblast (např. A2), v odrážce pak číslo otázky a za tečkou pořadí výskytu pojmu v dané otázce (5.1). Prosíme, vyplňujte odpovědi pouze v šedých polích (číslo, text, procenta) dle naznačeného formátu a také silněji orámované výběrové odpovědi (v rámečku s textem „vyberte možnost“). Pole, která jsou označena jako automatický součet, prosím, nevyplňujte. Prosíme, nepřidávejte ani neubírejte v dotazníku řádky ani sloupce. Děkujeme.

V případě nejasností se na nás neváhejte obrátit.

Důležité:

- dotazník je nutné vyplňovat v programu MS Excel (verze 2010 a vyšší)
- v případě, že Vám nebudou fungovat výběrové odpovědi v dotazníku (s rozbalovací nabídkou odpovědí), neprodleně kontaktujte níže uvedeného pracovníka projektu

kontakt: Václav Frajt, tel.: 736 267 040, e-mail: frajt@ceskyflorbal.cz

A2: Organizační struktura klubu

- 5.1 **aktivní člen klubu** – osoba, která v klubu provádí činnost (hráčskou, organizační, trenérskou, jinou)
- 6.1 **počet neregistrovaných členů v Českém florbalu** – aktivní členové klubu, kteří nejsou registrováni v ČF

A3: Financování klubu

- 7.1 – **období** – v případě potřeby lze nahradit kalendářní rok soutěžním ročníkem, pro všechny tři otázky použít stejný způsob
- 8.1 – **období** – v případě potřeby lze nahradit kalendářní rok soutěžním ročníkem, pro všechny tři otázky použít stejný způsob
- 9.1 – **období** – v případě potřeby lze nahradit kalendářní rok soutěžním ročníkem, pro všechny tři otázky použít stejný způsob
- 9.2 **barterové plnění** – uvést pouze zasmluvněný barter
- 11.1 **dotace** – období vždy za kalendářní rok
- 11.2 **kraj** (platí pro oddíly z Prahy) – uvádějte pouze přímé dotace od magistrátu; dotace z grantu MHMP – *Projekt systémové podpory mládežnického florbalu* – zařadte do kolonky Český florbal

B2: Trenérsko-metodická činnost

- 23.1 **všichni působící trenéři s trenérskou licenci** – trenéři, kteří v klubu aktivně trénují a zároveň někdy prošli trenérským školením (samotná licence nemusí být v současnosti aktivní = zaplacený poplatek)
- 23.2 **ostatní osoby** – všechny ostatní osoby působící v rámci trenérsko-metodické činnosti; příklady: vedoucí družstev, maséři, fyzioterapeuti, rodiče hráčů (všichni bez trenérské licence)



B4: Hráčská základna

- 34.1 **rozsah nákladů** – uvést kompletní přímé náklady, respektive jejich odhad, na působení družstev v ročníku 22/23; **kompletní náklady** – např. startovné, doprava, pronájmy, odměny/náhrady hráčům a trenérům, náklady na organizaci utkání; nezapočítávat nepřímé náklady, které jsou rozloženy na celý klub (např. mzdové náklady sekretáře apod.)

C3: Klubové akce

- 41.1 **eventy** – speciální akce pořádané klubem, jejichž cílem bývá např. zviditelnění klubu nebo budování sounáležitosti členů s klubem; příklady: speciální soutěžní utkání (schoolmatch, výjezdní utkání apod.), akce pro klubovou komunitu (oslava výročí klubu, rozlučky apod.), charitativní akce nebo společenské akce (např. ples apod.); jednotlivé cíle a cílové skupiny se mohou libovolně propojovat dle možností jednotlivých typů akcí

C4: Partneři

- 43.1 **marketingová práva klubu vlastní jiný subjekt** – marketingová práva drží jiný subjekt (např. s.r.o.) zřízený klubem či externí marketingovou agenturou nebo subjektem

C5: Komunikace a propagace

- 49.1 **klubová redakce** – pracovníci klubu a další osoby, které jsou odpovědné za tvorbu a publikování obsahu na klubových komunikačních kanálech

Přehled příloh

Některé otázky v případě pozitivní odpovědi odkazují na připojení dokumentu, ve kterém je zpracování dané oblasti nebo činnosti popsáno. Dle zvolené odpovědi se automaticky zobrazí, zda má být dokument přiložen. V případě, že je dokument zveřejněn na webové stránce, stačí v některých případech připojit odkaz na umístění tohoto dokumentu.

Marketingová příloha

otázky S1-S39 povinně vyplňují nově všechny oddíly hlásící se do PP3 2024/2025

upozornění: pro oddíly hrající Livesport Superligu bude níže uvedené sloužit také pro marketingový benchmark

- S8.1 **merchandising** – nástroj k vyjádření nebo posílení identity klubu; jedná se o různé předměty (upomínkové, textilní a jiné) v klubovém brandu
- S8.2 **role merchandisingu pro klub** – role, kterou klub u svého merchandisingu vnímá – odpověď ANO/NE (vnímá/nevnímá) a pak procentní podíl dané role na celkovém vnímání rolí klubem
- S8.3 **náklady na výrobu** – jinak též roční objem realizace za celkový objem vyrobených předmětů v klubovém brandu za rok
- S12.1 **partnerská aktivace** – propojení partnera a členů klubu či komunity s cílem, který přesahuje rámec zobrazení loga partnera (např. představení činnosti partnera s cílem zvýšení povědomí o partnerovi nebo prezentace produktů partnera členům klubu)
- S14.1 **propojování partnerů** – vzájemné propojování jednotlivých partnerů klubu za použití různých nástrojů, např.: hospitality programy, společná setkání, sdílení nabídek apod.