



Seminar

PRIHODNOST

prostega časa, športa in infrastrukture

Bled, 3. december 2009

Seminar je potekal v četrtek, 3. decembra 2009 od 9.30 do 14.00 v dvorani Hotela Ribno Bled. Udeleženci seminarja so bili direktorji in strokovni delavci zavodov, podjetij, upravljavcev infrastrukture za šport in prosti čas. Prejeli so prejeli pisno seminarsko gradivo in prospekte. Vsa predavanja so bila predstavljena z video predstavitvami. Udeleženci strokovnega usposabljanja so prejeli potrdila o strokovnem usposabljanju.

Udeleženci

Predavatelji in organizatorji: prof. dr. **Miro Kline**, prof. dr. **Tomaž Čater**, dr. **Milan Hosta**, **Jože Jenšterle**, direktor Zdrúženja športnih centrov Slovenije, **Jana Janežič**, poslovna sekretarka Zdrúženja športnih centrov Slovenije. Slušatelji seminarja in udeleženci posveta: **mag. Tatjana Hren**, vodja razvoja in investicij, ZPO d.o.o. Celje, **Maja Voglar**, ZPO d.o.o. Celje, **Marjan Klepec**, direktor Rdeče dvorana ŠRZ Velenje, **Matjaž Ukmar**, direktor Javnega zavoda Športni in mladinski center Piran, **Sašo Bratoš**, direktor Zavoda za šport in prireditve Medvode, **Dalibor Crljenkovič**, KTRC, kulturno turistični rekreacijski center Radeče, **Marko Meden**, Zavod za šport, turizem in prosti čas Sežana, **Vladoša Nižetič**, Javnega zavoda Športni in mladinski center Piran, **Matjaž Martinšek**, TGM Žakelj d.o.o. Logatec, **Ludvik Zelko**, Športna zveza Murska Sobota in **Primož Kunšič**, El-Tec Mulej d.o.o. Bled.

Vsebina seminarja

1. Nazaj k telesu. dr. Milan Hosta. V zadnjih desetletjih se narava našega družbenega stanja spreminja izjemno hitro. Iz klasične industrijske družbe smo dobesedno padli v hiper-realno stanje. Živimo v svetu neskončnih neizpoljenih možnosti, v svetu, ki ga pravzaprav še ni in vendarle je že tu. ♦ Različne teorije. ♦ Vrednosti, prednosti in pasti postmodernega diskurza. ♦ Postmoderno telo. ♦ Nekatera temeljna izhodišča filozofske obravnave športne rekreacije. ♦ Kultura, telesna kultura, športna kultura, športna rekreacija. ♦ Športna rekreacija



kot urbana nujnost in civilizacijska potreba. ♦ Zunanje in notranje vrednote športne rekreacije. ♦ Športna rekreacija ali rekreativni šport. ♦ Playness kultura. ♦ Fitness. ♦ Wellness. ♦ Selfness. ♦ Playness. ♦ Zakaj in kako naprej?

2. Financiranje športa v Sloveniji s poudarkom na financiranju športnih objektov. Prof. dr. Tomaž Čater. Ker je šport mešana (javna in zasebna) dobrina, je seveda smiselno, da se ga financira tako z javnimi kot z zasebnimi viri. Zasebnih virov je bilo v Sloveniji, podobno pa velja tudi za večino razvitih evropskih držav, v preteklih nekaj letih precej več kot javnih. Glede na trenutne zaostrene gospodarske razmere seveda šport (kot življenjsko manj nujno dobrino) čakajo precej težji časi, in sicer tako pri privabljanju javnih kot tudi zasebnih virov. Naloga športnih delavcev bo tako predvsem pripravljati dobre poslovne projekte, saj se bo tekmovanje za omejeno pogačo javnih in zasebnih virov zaostri. Priložnost za dodatne vire financiranja se kaže predvsem v učinkovitejšemu črpanju evropskih sredstev ter privabljanju tistih potencialnih sponzorjev, ki do sedaj v sponzoriranju še niso prepoznali dobre poslovne priložnosti. ♦ Argumenti za javno in zasebno financiranje športa. ♦ Argumenti za zasebno financiranje športa. ♦ Javno ali zasebno financiranje (novih) športnih objektov? ♦ Analiza financiranja športa v Sloveniji. ♦ Javno financiranje športa. ♦ Državni proračun. ♦ Proračuni lokalnih skupnosti. ♦ Fundacija za šport. ♦ Zasebno financiranje športa. ♦ Sponzorji. ♦ Gospodinjstva. ♦ Značilnosti slovenskega financiranja športa in primerjava s tujino. ♦ Vpliv kriznih razmer na financiranje športa. ♦ Predlogi za naprej. ♦ Predlogi, vezani zlasti na financiranje vrhunškega športa. ♦ Predlogi, vezani zlasti na financiranje rekreativnega športa. ♦ Predlogi, vezani na financiranje športnih objektov.

3. Komuniciranje organizacij. Analiza stanja in pričakovanih sprememb. Prof. dr. Miro Kline. Živimo in delamo sredi okolja, ki se izredno hitro spreminja. Spremembe, ki smo jim priča v političnem, ekonomskem, tehnološkem in pravnem področju, zahtevajo spremenjeno vedenje, organiziranje in delovanje organizacij vseh vrst. Takšen sklep velja tudi za organizacije, ki delujejo na področju upravljanja športa in rekreacije. Čas jo je preprosto prerasel, navkljub dejstvu, da morda dela to, kar je delala doslej, veliko bolj učinkovito, bolj strokovno in veliko bolje. Doslej se je praviloma le s težavami in z zamudo prilagajala spremembam v okolju. Bila je neodzivna. Organizacije potrebujejo obrat v smeri večje odzivnosti na nevarnosti in priložnosti, ki izhajajo iz okolja, predvsem s strani njihovih uporabnikov, oziroma državljanov. ♦ Marketinški koncept. ♦ Menjava je centralni koncept marketinga. ♦ Javnosti, trgi in koncept menjave. ♦ Koncept javnosti. ♦ Koncept tržišča. ♦ Koncept menjave. ♦ Organizacija in njeno okolje. ♦ Komuniciranje. ♦ Proces komuniciranje. ♦ Model komuniciranja (Schram in Weaver, 1948, Schram, 1953). ♦ Informacija. ♦ Interno komuniciranje. ♦ Eksterno komuniciranje. ♦ Prihodnost: od monologa k dialogu. ♦ Prihodnost komuniciranja / trendi. ♦ Prihodnost marketinga v času interneta. ♦ Sklepi / priporočila za akcijo.

Zapisa Jana Janežič, poslovna sekretarka.