

# Dokąd zmierza polski sport?



Kraków, Październik

[robertblaszczyk.wordpress.com](http://robertblaszczyk.wordpress.com)

Fot. Stadion Narodowy w Warszawie





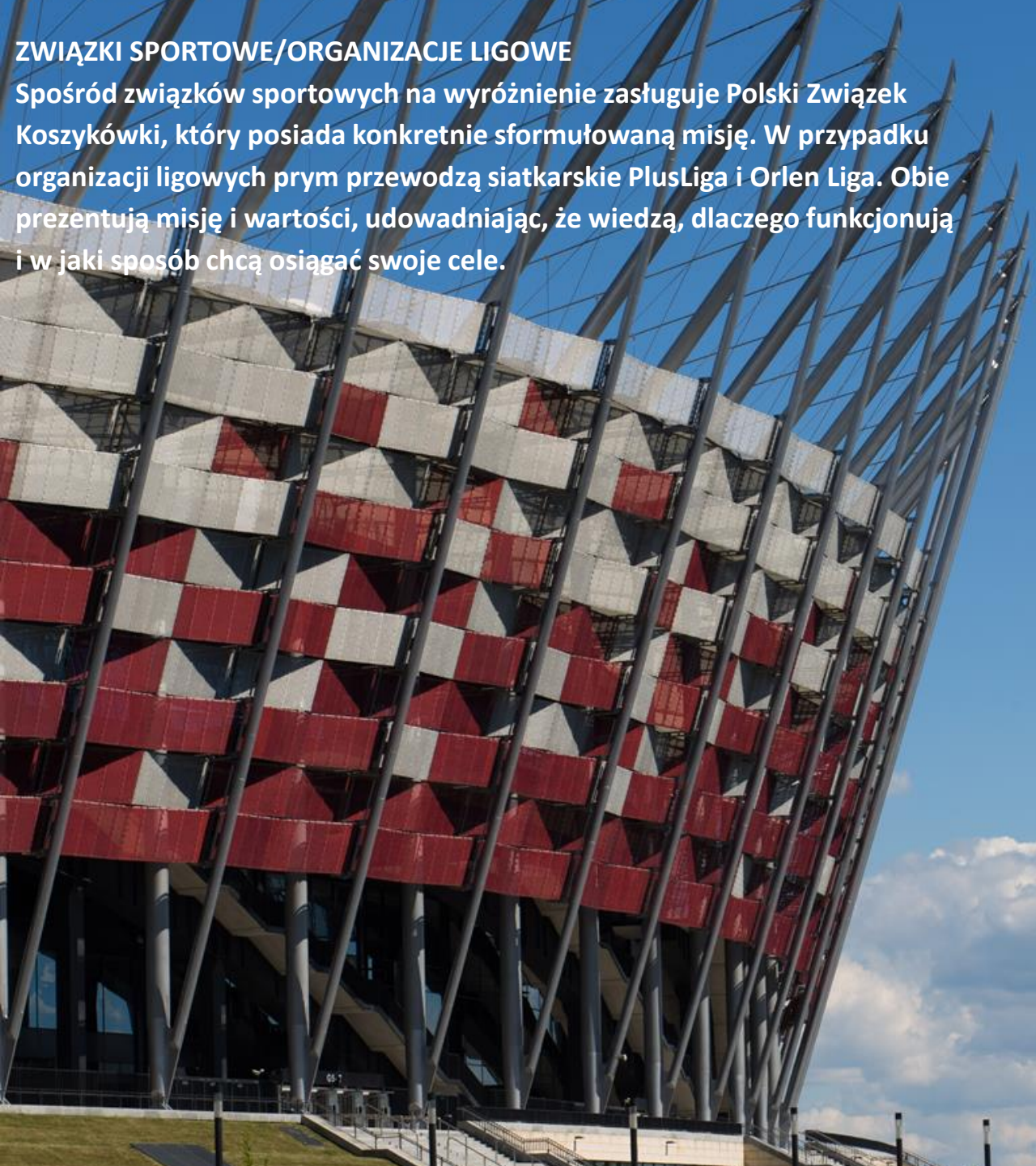
Określenie wizji, misji czy wartości nie stanowi gwarancji powodzenia projektu, ale świadczy o jego dojrzałości. Zdefiniowanie punktu, do jakiego się zmierza i sposobu realizacji celów jest pomocne nie tylko z perspektywy zarządzających i realizujących projekt, ale również z perspektywy potencjalnych partnerów. Współczesny biznes opiera się na kooperacji różnych podmiotów, a klarowne zdefiniowanie sposobu działania pomaga we wzajemnym dopasowaniu.

Sprawdzonych zostało 15 największych związków sportowych i lig w Polsce, a także największe i najprężniej działające kluby z piłkarskiej Ekstraklasy, koszykarskiej Tauron Basket Ligi, siatkarskiej Plus Ligi i Orlen Ligi oraz żuźlowej Enea Speedway Ekstraliga. Łącznie analizie poddane zostały 62 kluby.

Żyjemy w dobie Internetu. Oczekujemy łatwego dostępu do informacji. Badanie odbywało się poprzez odwiedzenie strony internetowej i wyszukanie na niej informacji o wizji, misji czy wartościach. Pozytywna ocena następowała, gdy wystąpił przynajmniej jeden z tych elementów. Warto jednak zwrócić uwagę, że dokonywana była analiza stałych treści na stronie (np. historii klubu), bowiem niejednokrotnie poszukiwane informacje były w nich „przemycane”.

Gdyby przyjęte zostało inne kryterium pozytywnej oceny, co obejmowałyby pierwotne założenia projektu, wówczas można by je wyliczyć na palcach jednej ręki. Tylko w pojedynczych przypadkach wizja, misja i wartości były definiowane w osobnych dedykowanych im podstronach czy akapitach.





## ZWIĄZKI SPORTOWE/ORGANIZACJE LIGOWE

Spośród związków sportowych na wyróżnienie zasługuje Polski Związek Koszykówki, który posiada konkretnie sformułowaną misję. W przypadku organizacji ligowych prym przewodzą siatkarskie PlusLiga i Orlen Liga. Obie prezentują misję i wartości, udowadniając, że wiedzą, dlaczego funkcjonują i w jaki sposób chcą osiągać swoje cele.

	Misja/wizja/wartości
Związek sportowy/org. ligowa	
Polski Związek Piłki Nożnej	X
Polski Związek Piłki Siatkowej	X
Polski Związek Koszykówki	✓
Związek Piłki Ręcznej w Polsce	X
Polski Związek Narciarski	X
Polski Związek Lekkiej Atletyki	✓
Polski Związek Pływacki	X
Polski Związek Hokeja na Lodzie	X
Polski Związek Tenisowy	X
T-Mobile Ekstraklasa	X
Plus Liga	✓
Orlen Liga	✓
Tauron Basket Liga	X
Tauron Basket Liga Kobiet	✓
Enea Speedway Ekstraliga	X





## EKSTRAKLASA

Jest to niewiarygodne, ale żaden z pięciu klubów o największym potencjale w piłkarskiej Ekstraklasie (Lech Poznań, Lechia Gdańsk, Legia Warszawa, Śląsk Wrocław i Wisła Kraków) nie przedstawia wyznawanych przez siebie wartości jak i wizji, a przecież szczególnie one powinny o nich pamiętać. Funkcjonują one w aglomeracjach, gdzie skupiają się miliony ludzi, a biznes prowadzą międzynarodowe firmy. Dla nich istotne będzie podejście do prowadzonej działalności przez potencjalnych partnerów, bowiem decyzje zapadną w oparciu o argumenty biznesowe. Inaczej sytuacja wygląda w mniejszych miastach, gdzie wsparcie finansowe będzie pochodziło docelowo od mniejszych przedsiębiorców. Większość z nich związana będzie emocjonalnie z regionem, zatem ewentualne wsparcie – przynajmniej w pewnej części – podyktowane będzie poczuciem przynależności do społeczności klubu.

Na wyróżnienie zasługują Cracovia Kraków i Ruch Chorzów. Cracovia zawiera informacje o swoim wyobrażeniu na podstronie „tradycja i wartości”. Przedstawiona jest filozofia, w oparciu o którą ma działać klub. Została ona spisana w przemyślany sposób i osadzona w realiach klubu. Podobny wniosek można wyciągnąć w kontekście Ruchu Chorzów, który skupia się na wizji i misji, przedstawiając je w dziale skierowanym do potencjalnych sponsorów. Informacje zostały udzielone w sposób zwięzły i konkretny. Klub nie porywa się na górnolotne hasła i nierealne plany, a to jest bardzo ważne, że ma świadomość swoich zalet i wad, próbując uwypuklić te pierwsze i pokazać stwarzane przez to perspektywy.





Klub	Misja/wizja/wartości
Cracovia Kraków	✓
GKS Bełchatów	-
Górnik Łęczna	-
Górnik Zabrze	-
Jagiellonia Białystok	-
Korona Kielce	-
Lech Poznań	-
Lechia Gdańsk	-
Legia Warszawa	-
Piast Gliwice	-
Podbeskidzie Bielsko-Biała	-
Pogoń Szczecin	-
Ruch Chorzów	✓
Śląsk Wrocław	-
Wisła Kraków	-
Zawisza Bydgoszcz	-





## PLUS LIGA/ORLEN LIGA

Możemy mówić o siatkarskiej koniunkturze, ale kluby nie wiele przekazują nam wiadomości co do tego, w jakim kierunku zmierzają i w jaki sposób chcą być postrzegane. Wyłącznie dwa kluby pokusiły się o przedstawienie poszukiwanych elementów. W przypadku PGE Skry Bełchatów nie zostało to jednak dokonane bezpośrednio a na podstronie „historia i sukcesy”, co jest pewnego rodzaju minusem. Klub zaznacza, że wykracza poza działalność sportową, akcentując tym swój status. Zwraca również uwagę na dobre relacje z kibicami i swoją aktywność społeczną. Wzorem jest natomiast Jastrzębski Węgiel, który prezentuje swój kodeks etyczny, misję i wartości. Ukazuje w nich, co ceni i jakich zachowań nie akceptuje. Stwierdzenia są sformułowane w sposób jasny, nie pozostawiający żadnych niedomówień. Poświęcona jest ku temu osobna podstrona, pozwalająca nam dowiedzieć się naprawdę wiele o klubie.

Kontynuując wątek siatkarski z przykrością należy stwierdzić, że żadna z ekip OrLEN Ligi nie legitymuje się poszukiwanymi informacjami.





Klub	Misja/wizja/wartości
Asseco Resovia Rzeszów	-
AZS Częstochowa	-
AZS Politechnika Warszawska	-
BBTS Bielsko-Biała	-
Cerrad Czarni Radom	-
Effector Kielce	-
Indykpol AZS Olsztyn	-
Jastrzębski Węgiel	✓
Lotos Trefl Gdańsk	-
PGE Skra Bełchatów	✓
Transfer Bydgoszcz	-
ZAKSA Kędzierzyn-Koźle	-





## TAURON BASKET LIGA

Pozytywne wnioski płyną z Tauron Basket Ligi. Koszykówka nie jest najpopularniejszą dyscypliną w naszym kraju, a mimo tego związana jest z dosyć sporymi kosztami funkcjonowania. Wiele klubów funkcjonuje przy różnego rodzaju wsparciu ze strony prawdziwych pasjonatów, wśród których są osoby ze zmysłem do zarządzania. 6 z 16 klubów zostało zweryfikowanych pozytywnie, co jest zdecydowanie najlepszym wynikiem wśród przebadanych lig.

Wszystkie sześć deklaracji posiada wspólny mianownik. Są zwięzłe i konkretne, a przy tym w pełni osadzone w realiach. Czytając je, można odnieść wrażenie, że kluby wiedzą, w jakim celu funkcjonują i jakie wyznaczają sobie priorytety. Kolejną łączącą cechą jest poczucie się do społecznej odpowiedzialności w kontekście promowania dyscypliny zarówno wśród dzieci, młodzieży jak i osób dorosłych.





Klub	Misja/wizja/wartości
Wikana Start Lublin	-
Polski Cukier Toruń	✓
PGE Turów Zgorzelec	-
AZS Koszalin	-
Energa Czarni Słupsk	✓
MKS Dąbrowa Górnicza	✓
Anwil Włocławek	-
Asseco Gdynia	-
Jezioro Tarnobrzeg	-
King Wilki Morskie Szczecin	-
Polfarmex Kutno	-
Polpharma Starogard Gdański	✓
Rosa Radom	✓
Stelmet Zielona Góra	-
Śląsk Wrocław	-
Trefl Sopot	✓





Wielkim rozczarowaniem jest niedotarcie do wizji, misji i wartości żadnego z klubów Enea Speedway Ekstraligi. Cieszy się ona sporą popularnością, a czołowe kluby mogą się pochwalić ustabilizowanymi budżetami.



### NIEPRZYKŁADANIE WAGI DO KOMUNIKACJI

W przypadku co najmniej kilku klubów bądź związków określenie, że nie mają pojęcia, dokąd zmierzają byłoby krzywdzące. Nie zmienia to w żaden sposób faktu ignorowania przez nie komunikowania zarówno wewnętrznego jak i zewnętrznego. Wizja, misja czy wartości nie są przecież dokumentami ściśle tajnymi. Wręcz przeciwnie. Ich treść powinna być powszechnie znana (i wdrażana) przez wszystkich pracowników i partnerów.

### BRAK WIZJI NA ROZWÓJ

Bez wątpienia jest również grupa instytucji, które funkcjonują bardzo spontanicznie. Ich działalność jest ściśle zintegrowana w przedmiocie działalności. Nie mają pomysłu jak wzrastać w obszarze sportu jak i nie przewidują dla siebie roli podmiotu ingerującego w działalność społeczną.





## NIESTABILNOŚĆ FINANSOWA

Elementem, który mógłby w niewielkim stopniu tłumaczyć otrzymane wyniki, jest trudna sytuacja finansowa części klubów. Powszechne jest dla nich „sklejanie” budżetu na ostatnią chwilę przed rozpoczęciem sezonu, co wiąże się z koncentracją wyłącznie na przetrwaniu kolejnych rozgrywek. Z drugiej strony niestabilność finansowa może być konsekwencją braku pomysłu na prowadzenie działalności.

## BRAK KREATYWNOŚCI

Sektor sportu funkcjonuje w dużej mierze w oparciu o pieniądze sponsorów. Tymczasem oferty współpracy są powtarzalne, za czym idzie partnerstwo krótkookresowe. Brak wizji, misji czy wartości sprawia, że organizacja pozostaje niezdefiniowana i nie pojawia się w wyobrażeniu sponsorów jako partner do długofalowej współpracy, która przyniesie obu stronom korzyści. Kluby i związki spychają się wówczas jedynie do roli środka reklamowego a nie partnera, co sprawia, że są atrakcyjne wyłącznie w momencie sukcesu sportowego.



**Robert Błaszczyk**  
[robertblaszczyk.wordpress.com](http://robertblaszczyk.wordpress.com)  
Email: [robertblaszczyk@op.pl](mailto:robertblaszczyk@op.pl)

Wykorzystane fotografie pochodzą  
z materiałów prasowych Stadionu  
Narodowego/[stadionnarodowy.org.pl](http://stadionnarodowy.org.pl)

