

СУЩНОСТЬ И РОЛЬ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Николов Вячеслав Алексеевич

курсант Военный институт физической культуры, РФ, г. Санкт-Петербург

ESSENCE AND ROLE OF SPORTS MANAGEMENT IN THE FIELD OF PHYSICAL CULTURE AND SPORT

Vyacheslav Nikolov

Cadet Military Institute of Physical Training, Russia, Saint Petersburg

Аннотация. В современных условиях быстрого развития спорта, система менеджмента является основой успешного существования спортивных организаций. В статье рассматривается сущность и роль спортивного менеджмента в современных реалиях спортивной индустрии.

Abstract. In modern conditions of rapid development of sports, the management system is the basis for the successful existence of sports organizations. The article examines the essence and role of sports management in the modern realities of the sports industry.

Ключевые слова: спортивный менеджмент, спортивный менеджер, физкультурно-спортивная организация, управление, развитие.

Keywords: sports management, sports manager, sports organization, management, development.

Для того чтобы рассуждать на тему сущности и роли спортивного менеджмента в области физической культуры и спорта (далее – ФК и С), необходимо для начала дать определение спортивному менеджменту. Спортивный менеджмент – независимый вид профессиональной деятельности, который направлен на эффективное достижение целей физкультурно-спортивных организаций (далее – ФСО), применяя различные материальные, трудовые и информационные ресурсы. С другой стороны, спортивный менеджмент представляет собой практику и теорию по эффективному управлению ФСО и комплексами в современных условиях рынка. Из приведенного определения, можно сказать, что деятельность спортивного менеджмента будет особенно актуальна теперь, потому что в России за последние годы очень активно создают новые спортивные школы, выделяют огромные средства на ремонт, оборудование и строительство новых спортивных объектов, также активно пропагандируют спорт и здоровый образ жизни. В современных экономических условиях возрастает заинтересованность спортивных организаций в создании такой системы менеджмента, которая может обеспечить высокую эффективность деятельности, дать возможность инновационного развития, а также обеспечить устойчивое финансовое положение на рынке. Поскольку ФСО имеют независимость на современном рынке, то возникает сложность в

выполнении организационных и управленческих задач, которые приводят к увеличению объема работ руководящего состава внутри организации и за ее пределами.

Менеджмент является основой для эффективного функционирования и планомерного развития любой спортивной организации. Стоит сказать, что в Российской Федерации существуют более 100 тыс. спортивных организаций, в которых трудятся порядка 250 тыс. специалистов, такие как: тренеры, преподаватели, учителя, инструкторы и других работники в области физической культуры и спорта. Физкультурно-спортивные услуги – это продукт трудовой деятельности, к которому относятся занятия спортом, физическими упражнениями, составление плана тренировочного процесса, а также выступления на соревнованиях различного уровня [6].

Спортивный менеджмент несет в себе ключевое и важное понятие как «организация». Организация – социальная система, которая сознательно координирует деятельность людей для достижения поставленных целей [5].

Объект спортивного менеджмента – физкультурно-спортивные организации.

Предмет спортивного менеджмента – управление ФСО.

Задача спортивного менеджмента – обеспечение качественной системы управления ФСО в современных условиях рынка.

В современных условиях спортивный менеджмент должен постоянно адаптироваться к современным реалиям рыночной системы, а спортивный менеджер должен постоянно привносить новые инструменты для налаживания функционирования ФСО. В этом и состоит главная роль спортивного менеджмента.

Менеджмент в спортивной организации представляет собой отдельные, но взаимосвязанные направления управленческой деятельности, которые позволяют совершать управленческие воздействия на объект. Функции менеджмента являются одним из основных инструментов в теории и практике спортивного менеджмента, они раскрывают его суть и содержание отраслевой специфики управления [2].

К общим функциям менеджмента относятся такие стадии управленческого цикла как: планирование, организация, мотивация, управление и контроль (и регулирование). Общие функции менеджмента являются универсальными для любого процесса управления независимо от его отраслевой специфичности и размера предприятия [3].

В сфере спортивного менеджмента выделяют основные принципиальные положения:

- Рост и развитие ФСО;
- Поиск проблем и способы их решения на основе анализа экономической ситуации;
- Качественный подбор персонала и умение им руководить;
- Определение финансовой политики организации [1].

Концепция спортивного менеджмента позволяет нам понять, какими компетенциями должен обладать спортивный менеджер.

Успех спортивной организации напрямую зависит от работы спортивного менеджмента конкретного клуба, сборной команды и спортсмена. Финансовая составляющая спортивной организации напрямую зависит от компетентности и знаний спортивного менеджмента. Успех всей спортивной структуры организации зависит от грамотного управления спортивными менеджерами, поскольку на их плечах лежит множество задач по организации физкультурно-спортивных мероприятий, по совершению трансфертных сделок, по поиску спонсоров и привлечению зрителей.

Спортивный менеджер – субъект управленческой деятельности в сфере спорта, их подразделяют по видам профессиональной деятельности на генеральных менеджеров, менеджеров по персоналу, рекламных менеджеров, менеджеров по маркетингу и

представителей спортсменов.

По уровню менеджеры подразделяется на три вида:

1. Стратегический уровень – руководители спортивных школ, спорткомплексов, президенты комитетов и федераций и т.д.
2. Tактический уровень – руководители управлений, отделов и т.д.
3. Исполнительный уровень – тренеры, медицинский персонал [7].

Функции спортивного менеджера:

1. Планирование – разработка и планирование целей и методов управления для достижения спортивных достижений.
2. Организация – деятельность, направленная на подготовку спортсменов, проведение спортивных мероприятий и другой вид деятельности, который связан со спортом.
3. Мотивация – побуждение к действию, процесс стимулирования спортсменов к деятельности, направленный на достижения результатов.
4. Контроль – система регулирования деятельности спортсменов по выполнению определенной деятельности [3].

Таким образом, данные функции регулируют качественную работу менеджеров. Без хорошего спортивного менеджера, способного соединить эти функции воедино, спортивные организации не смогут выжить в условиях рынка, а также подготовить спортсменов к различному роду соревнованиям.

На современном рынке стремительно набирает оборот такой метод ведения бизнеса как франчайзинг. На сегодня в России примером делового франчайзинга в спорте является «Планета Фитнес». Франчайзинг позволяет стабильно развивать бизнес, минимизируя рыночные риски и риски от некачественной работы спортивного менеджмента. Франчайзинг использует отработанные годами методы ведения бизнеса, наработанную клиентуру, своих спонсоров и свой бренд, это и определяет достаточно продолжительный жизненный цикл организации, которая работает на условиях франчайзинга [4]. То есть франчайзинг это экономический инструмент по объединению усилий нескольких организаций для достижения взаимовыгодного сотрудничества.

В современном мире, спорт набирает огромную популярность, в связи с этим растет потребность в качественной организации спорта в целом, поэтому для повышения уровня управления ФСО качественный спортивный менеджмент играет огромную роль. Стоит отметить, что современный спорт невозможно представить функционирующим вне экономических отношений, а данные отношения регулируются спортивными менеджерами. В данной статье удалось рассмотреть, роль спортивного менеджмента, а также функции менеджера в области физической культуры и спорта, которые являются основой функционирования ФСО.

Список литературы:

1. Галкин, В.В.: Экономика спорта и спортивный бизнес / В.В. Галкин - М.: КНОРУС, 2006. – 138 с.
2. Галкин, В.В.: Экономика и управление физической культурой и спортом / В.В. Галкин - Ростов на/Д: Феникс, 2006. – 94 с.
3. Золотов М.И. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта / М. И. Золотов, В. В. Кузин, М. Е. Кутепов, С. Г. Сейранов – М.: Академия, 2001 – 426 с.
4. Колинченко, М.В. Франчайзинг как эффективная форма инновационного развития сферы услуг//Современные проблемы сервиса и туризма. -2017. -№ 3. -С. 70-75.

5. Мэскон, М. Основы менеджмента / М. Мэскон, М. Альберт, Ф. Хэдоури. – М: Дело, 1997. – 488 с.
6. Переверзин И.И. Менеджмент спортивной организации - краткий курс. -М.: ФОН, 1998.
7. Chakraborty H., Chakraborty S. Management accouny. Oxford: Oxford University Press; Calcutta: Chennai Mumbai, 1997.