

Атаманюк Д. В.

**Тема: Вступ до спортивного менеджменту.
Типологія спортивних установ та методологія
менеджменту.**

План

1. Менеджмент – наука і мистецтво управління.
2. Цілі, види та завдання менеджменту.
3. Економічне середовище.

1. Менеджмент – наука і мистецтво управління.

В сучасних умовах переходу до ринкових відносин формування підприємницьких структур, кризовий стан економіки вимагають специфічних підходів для вирішення назрілих проблем. Створення саме такої системи можливе лише при розвитку менеджменту як науки і мистецтва.

Менеджмент як наука ґрунтується на законах, закономірностях, принципах управління фундаменті її методології. Менеджмент як мистецтво тісно пов'язаних із суб'єктивними факторами професійно-інтелектуальним потенціалом менеджера, його здібностями реалізовувати свій особистий потенціал і потенціал організаційної системи.

Мистецтво управління проявляється по-різному залежно від характеру ситуації, сукупність суб'єктивних та об'єктивних факторів.

Мистецтво управління є :

- вибір пріоритетів цілей та забезпечення збалансованості системи та її підсистем, складових елементів;
- вибір партнерів контрагентів, комерційних структур для відкриття депозитних рахунків; страхування; укладання угод з різними зацікавленими суб'єктами діяльності;
- проведення переговорів і вирішення конфліктів і суперечностей;
- формування іміджу організації та вибору стратегій на стадіях життєвих циклів організації;
- делегування повноважень;
- забезпечення здорової організації та ін;

Для з'ясування вищенаведених положень слід детально розглянути саме поняття менеджмент. Слово “менеджмент” в дослівному перекладі означає вміння об'їзджати коней. В основі цього слова лежить англійське дієслово “to manage”- управляти, яке походить від латинського слова рука. Звідси термін “менеджмент” буквально означає керівництво людьми.

Проте в теорії та практиці є різні трактування поняття менеджмент.

Розглянемо деякі з них:

- менеджмент – це процес керівництва (управління) окремим робітником, робітничим колективом, групою;
- менеджмент – це вміння добиватися поставлених цілей, використовуючи працю, інтелект, мотиви поведінки інших людей (Євенко Л.І. – ректор Вищої школи міжнародного бізнесу);
- менеджмент – це цілеспрямований вплив на працівників управління й координацію їх операцій в умовах ринку для досягнення цілей поставлених перед підприємством і одержання прибутку (Панченко);
- менеджмент – це система організації колективної праці, ефективного використання ресурсів, концентрації зусиль на безперервному підвищенні якості роботи персоналу підприємства (організації).

З функціональних позицій менеджмент – це процес планування, організації, мотивації та контролю, необхідний для формування й досягнення мети організації (Кузьмін О.Є.).

Фундаментальний Оксфордський словник англійської мови вперше виданий ще у 1933 р. дає таке тлумачення:

1. менеджмент – це спосіб і манера спілкування з людьми.
2. менеджмент – це вміння та адміністративні навички організовувати ефективну роботу апарату управління.
3. менеджмент – це влада та мистецтво управління.
4. менеджмент – це органи управління, адміністративні одиниці, служби та підрозділи.

Відтак, як бачимо існує багато різних тлумачень поняття “менеджмент”, проте практично всі закордонні енциклопедії трактують це як процес досягнення мети організації руками інших людей. Суб’єктом цього процесу є менеджер.

Спортивний менеджмент-це теорія і практика ефективного управління організаціями фізкультурно-спортивної спрямованості, зокрема спортивними клубами в сучасних ринкових умовах(1). Практично менеджмент = теорія управління + мистецтво управління + практика управління. В умовах адміністративної системи менеджмент визначали як менеджеризм – буржуазна теорія управління капіталістичним виробництвом: соціологічне вчення, що є складовою частиною сучасної буржуазної ідеології.

Відмінність між поняттями “управління” та “менеджмент” полягає у формах та методах, а також у змісті впливу суб’єкта управління на об’єкт. Управління як наука вивчає зазначені складові в кожному випадку щодо конкретної системи відносин управління виробничо-господарською діяльністю (рабовласницькому та феодальному суспільстві, у воєнізованій економіці, в економіці колишніх соціалістичних країн).

Менеджмент – це сучасна система управління, яка найбільш повно відповідає функціонуванню соціально-економічних систем в умовах ринкових відносин. За напрямками здійснення менеджмент поділяють: на виробничий, маркетинговий та фінансовий.

Спортивний менеджмент(С М) включає-цілі менеджменту,функції менеджменту,принципи менеджменту,методи менеджменту, кадри менеджменту,організаційну культуру,техніку і технологію,корпоративну культуру,інформацію,фінансові і матеріальні умови.

СМ в контексті своєї соціальнокультурно-історичної еволюції в умовах глобалізації використовує три осн.,,овні інструменти:ієрархію,організаційну культуру,ринок (В.Білогур),,фізкульту

Сучасна фізкультурно-спортивна галузь України представлена різними типами(типологія) організацій:це громадські організації фізкультурно-спортивної спрямованості, фізкультурно-спортивні об’єднання, товариства,федерації з видів спорту, спортивні клуби (СК

підприємств, студентські СК, шкільні СК, фітнес-клуби, спортивно-оздоровчі, фізкультурно-спортивні клуби інвалідів) тощо.

2. Цілі, види і завдання менеджменту.

Менеджмент поширений скрізь де має місце будь-яка діяльність, але з найвищим ефектом здійснюється за умов вільного підприємництва. Менеджмент можна розглядати як систему (єдине ціле), що складається з частин (елементів). Такими частинами у спортивному менеджменті (СМ) є - цілі менеджменту, функції менеджменту, принципи менеджменту, методи менеджменту, кадри менеджменту, організаційну культуру, техніку і технологію, корпоративну культуру, інформацію, фінансові і матеріальні умови.

СМ в контексті своєї соціальнокультурно-історичної еволюції в умовах глобалізації використовує три основні інструменти: ієрархію, організаційну культуру, ринок (В. Білогур).

Ієрархія – це тип службових відносин між управлінськими працівниками, який відображає їх підлеглисть та розміщення в системі управління від вищого до нижчого рівня.

Організаційна культура передбачає використання вироблених і визнаних суспільством чи окремим колективом цінностей, норм поведінки, моральних настанов, ритуалів, традицій, зумовлених нормами і принципами моралі, етики, естетики та права.

Ринок – це сфера товарного обміну насамперед сфера збуту.

Загальною метою менеджменту є оптимізація функціонування господарських суб'єктів (підприємства, асоціації, об'єднання, товариства та ін) і створення умов, за яких найбільш ймовірно із мінімальним ризиком реалізуються стратегічні та оперативні цілі.

Стратегічні цілі визначають характер діяльності підприємства на великий проміжок часу і виражають головним чином якісні параметри функціонування підприємства, поточні цілі свідчать про кількісні показники на певний період.

Цілі можуть встановлюватися самостійно або ззовні, вищою ланкою управління. Вони повинні бути: зрозумілими, чітко сформульованими, реально досягнутими та проконтрольованими. В іншому випадку йдеться лише про бажання чи наміри.

Цілі можуть охоплювати різні суб'єкти: організаційну систему в цілому, окремі колективи, групи людей, окремих працівників. Вони залежать від стадій розвитку систем і життєвих циклів організації: впорядкованості, підтримання системи в стані впорядкованості, динамічного розвитку та ін.

Залежно від завдань та підсистем організаційної системи цілі поділяються на соціальні, екологічні, технічні, технологічні, біологічні та ін. Вони можуть мати загально та внутрішньосистемний характер.

Цілям організаційної системи притаманний стильовий характер. Це означає, що кожна організація виробляє свій імідж, свою політику і систему поведінки, тобто свій стиль діяльності.

СМ в умовах глобалізації направлений на командну роботу.

В залежності від сфери дії виділяють різні види менеджменту: загальний або адміністративний, галузевий, організаційний, функціональний, підприємницький, міжнародний та ін. Зокрема, виділяється також фінансовий, кадровий, виробничий, транспортний, стратегічний, маркетинговий тощо.

Завданням менеджменту є створення умов, за яких найбільш ймовірно досягнення мети організації. Основне завдання менеджменту, на думку Дракера, полягає в підготовці людей до спільних дій. Ф. Тейлор вважав процвітання підприємства разом з максимальним добробутом кожного працівника.

Об'єктом менеджменту є окремі підприємці та трудові колективи, що мають форму підприємств, об'єднань, асоціацій, акціонерних товариств, тощо. Об'єктом СМ як самостійної науки є сукупність фізкультурно-спортивних організацій країни ,продуктом діяльності яких є фізкультурно-спортивні послуги.

Предмет менеджменту – структура організаційних управлінських та міжособових (міжсистемних) відносин. Предметом СМ-управлінські відносини, що складаються у процесі взаємодії суб'єкта і об'єкта керування у середині організації фізкультурно-спортивної спрямованості і взаємодії цих організацій із зовнішнім середовищем у процесі виробництва і поширення фізкультурно-спортивних послуг.

Загальним методом менеджменту як науки є діалектичний підхід, що дає змогу правильно вирішувати питання удосконалення форм та методів управління виробництвом в умовах мінливих економічних ситуацій, передбачає вивчення окремих аспектів, елементів та зв'язків системи управління. Це здійснюється за допомогою методів спостереження, моделювання, аналізу, синтезу та узагальнення, індукції та дедукції тощо.

Спеціальні методи пізнання поділяють на дві групи:

1. Методи збирання та первинної обробки конкретних даних інформації. Це анкетування, інтерв'ю, вибірка статистичних та інших даних, групування їх, побудова динаміки рядів, графічних зображень, розрахунків середніх.
2. Методи вивчення, оцінки та узагальнення добутої інформації з погляду управлінських відносин. Це перехід від вивчення конкретних фактів та цифр до узагальнених та вивчення найбільш суттєвих зв'язків: оцінка форми таких зв'язків, класифікація фактів. Одним з найважливіших методів менеджменту є вивчення, узагальнення та поширення передового досвіду, в тому числі досвіду управління в інших країнах.

3. Економічне середовище.

Важливість навколишнього середовища для будь-якої організації є одним із головних положень теорії систем. Успішна діяльність організації буде тоді, коли вона діє як відкрита система, що знаходиться у безперервній взаємодії із зовнішнім середовищем і має з ним зворотній зв'язок.

У навколишньому середовищі можна виділити два сегменти: мега (головне) середовище та допоміжне середовище. Мегасередовище або генеральний елемент зовнішнього середовища, відобрадає напрями процесів, що відбуваються у суспільстві. Воно включає 5 основних елементів:

1. Економічний елемент включає оточуючі системи виробництва, розподілу та споживання внутрішнього продукту. Зміст економічного середовища залежить від того, яка система є в країні: капіталістична, соціалістична чи змішана. В межах економічних систем впливають фактори: інфляція, ставка банківського процента, рівень безробіття та ін.
2. Технологічний елемент є частиною основного середовища, що відображає теперішній стан науки про виробництво продукції та його обслуговування.
3. Правовий та політичний елемент включає правову та урядову систему, в межах яких організація повинна функціонувати.
4. Соціально-культурний елемент включає відносини, цінності, норми (зразки), переконання (вірування), поведінку та загальні демографічні, котрі характерні для даного регіону.
5. Міжнародний елемент включає розвиток за межами країн перебування різних організацій та процесів, що мають іноді визначальний вплив на дану організацію. Це є курс національних валют та іноземних, поява нових конкурентів.

Допоміжне оточуюче середовище – це специфічні зовнішні елементи, з якими організація встановлює та підтримує зв'язок у процесі господарської діяльності. Вузловими елементами допоміжного середовища є: покупці та клієнти, конкуренти, постачальники, робоча сила, урядові установи. Дане середовище залежить від:

- Специфіки товарів і послуг, які організація збирається запропонувати;
- Місць обраних нею для підприємницької діяльності;

Отже, одна організація, як правило не в змозі прямо впливати на все середовище, але досить успішно може впливати на допоміжне середовище.

Більш детально розглянемо основні елементи допоміжного середовища:

1. Покупці та клієнти – це ті особи та організації, що купують товари та послуги даної організації, яка мусить докласти зусиль, щоб найбільш повно задовольнити інтереси своїх клієнтів;
2. Конкуренти – це організації, які або пропонують або мають здатність запропонувати конкуруючі товари або послуги;
3. Постачальники – це ті організації та особи, що постачають ресурси (сировину, послуги, продукти), котрі необхідно підприємству. Краще мати декілька постачальників.
4. Пропозиція робочої сили – це працепостачальні організації, які включають осіб, що потенційно можуть наймати організацію;
5. Урядові установи – це установи, які забезпечують послуги та нагляд за дотриманням законодавства на місцевому, регіональному та загальнодержавному рівнях.

Характер взаємодії організації з навколишнім середовищем можна зобразити у вигляді двох моделей: “населення екологія” та “ресурсна залежність”. Модель “населення екологія” передбачає три стадії впливу середовища на організацію:

- На першій стадії зміни відбуваються лише у зовнішніх формах організації;
- Друга стадія – це вибір змін, що мають місце в організації. Одні зміни більше відповідають навколишньому середовищу ніж інші. Тут необхідно поєднати так ресурси і умов, що підтримати своє існування;
- Третя стадія – це стадія збереження набутих форм організації, коли вони постійно відтворюються в процесі діяльності (або копіюються іншими).

Модель “ресурсної залежності” ілюструє залежність організації від навколишнього середовища як джерело ресурсів. Щоб бути менш залежним організації прагнуть контролювати якомога більше своїх критичних ресурсів чи розвивати їх альтернативні джерела.

Для управління не визначеністю навколишнього середовища можна скористатися трьома підходами:

1. Адаптацію до існуючих елементів навколишнього середовища.
2. Спроби сприятливо впливати на навколишнє середовище.
3. Прагнення змінити сферу діяльності, щоб позбутися загрозливих елементів навколишнього середовища у більш сприятливому напрямі.

Основні методи, які використовують організації для впливу на важливі елементи оточення: рекламування та використання засобів масової інформації. Вербування – це залучення кандидатів до роботи в організації, укладання договорів.

Активним чинником впливу на внутрішнє середовище є організаційна культура, яка являє собою систему поглядів, духовних цінностей, передбачень, вірувань та норм, що об’єднують членів організації.

Отже, ринкова економіка змінює зовнішнє та внутрішнє середовище. У зовнішньому відбуваються зміни в :

1. Економічній (фінансовій, кредитній, податковій та ін) законодавчій та соціальній політиці держави;
2. Функціях профспілок;
3. Інтегрованому механізмі регулювання ринкових відносин;
4. Кон’юктурі ринку;
5. Характері економічних відносин

У внутрішньому середовищі:

1. У виробничій орієнтації;
2. Характері економічних відносин і форм поведінки суб’єктів діяльності;

3. Професійній мобільності;
4. Співвідношенні між регулюванням та саморегулюванням, пріоритетах завдань та цілей:

Зміна зовнішнього та внутрішнього середовища формує нові завдання та ставить нові вимоги до діяльності організації.

Система менеджменту спортивних організацій складається з наступних видів менеджменту: стратегічного, програмного (проектного), організаційного менеджменту персоналу, інноваційного, фінансового та маркетингового... (Лисенко) Відсутність менеджменту проковує проблеми фінансування, спонсорської підтримки та співпраці, недостатньо ефективно використовується матеріальна база...

Найбільший вплив на систему менеджменту СК впливають недоліки податкової системи, складна процедура інституціоналізації, недосконалість нормативно-правового забезпечення діяльності, проблеми спонсорської підтримки

Важливою для діяльності спортивних організацій державна підтримка та громадських органів керівництва фізкультурного руху.

