

Содержание:

Введение

Актуальность темы обусловлена тем, что современная внешняя среда спортивных организаций характеризуется чрезвычайно высокой степенью сложности, динамизма и неопределенности. Способность приспосабливаться к изменениям во внешней среде - основное условие существования организации. Любая организация существует и функционирует во взаимосвязи со множеством факторов. Эти факторы по-разному воздействуют на организацию и оказывают очень существенное влияние на возможности организации, ее перспективы и стратегию. Совокупность факторов взаимодействия рассматривается в менеджменте как среда организации. В этой работе будут раскрыты понятие и значение факторов внешней среды организации. Внешняя среда является источником, питающим организацию ресурсами, необходимыми для поддержания ее внутреннего потенциала на должном уровне. Организация находится в состоянии постоянного обмена с внешней средой, обеспечивая тем самым себе возможность выживания. Но ресурсы внешней среды не безграничны. Поэтому всегда существует возможность того, что организация не сможет получить нужные ресурсы из внешней среды. Это может ослабить ее потенциал и привести ко многим негативным для организации последствиям. Задача стратегического управления состоит в обеспечении такого взаимодействия организации со средой, которое позволяло бы ей поддерживать ее потенциал на уровне, необходимом для достижения ее целей, и тем самым давало бы ей возможность выживать в долгосрочной перспективе. При этом внешнее окружение изучается стратегическим управлением в первую очередь для того, чтобы вскрыть те угрозы и возможности, которые организация должна учитывать при определении своих целей и последующем их достижении. Первоначально внешняя среда организации рассматривалась как заданные условия деятельности, неподконтрольные руководству. В настоящее время приоритетной является точка зрения о том, что, для того, чтобы выжить и развиваться в современных условиях, любая организация должна не только приспосабливаться к внешней среде путем адаптации своей внутренней структуры и поведения на рынке. Она должна активно формировать внешние условия своей деятельности, постоянно выявляя во внешней среде угрозы и потенциальные возможности.

Цель работы: изучение воздействия внешней среды на организационную деятельность в современных условиях.

Задачи исследования : определить основные характеристики внешней среды организации;

проанализировать особенности структуры внешней среды спортивной организации;

выявить и обосновать факторы прямого и косвенного воздействия внешней среды спортивной организации.

Объект исследования: ООО «ВФЛА»

Предмет исследования: Анализ факторов внешней среды организации.

Глава 1. Теоретические аспекты внешней среды организации

1.1. Структура внешней среды организации

В теории менеджмента существует такое понятие, как «предпринимательская среда», под которой понимается наличие условий и факторов, которые воздействуют на функционирование организации и требуют принятия или приспособления к ним.

Внешняя среда - это совокупность активных хозяйствующих субъектов, экономических, общественных и природных условий, национальных и межгосударственных институциональных структур и других внешних условий и факторов, действующих в окружении предприятия и влияющих на различные сферы его деятельности. Внешняя среда обусловлена внешними факторами влияния.

Внешние факторы влияния - условия, которые организация не может изменить, но должна постоянно учитывать в своей работе: потребители, правительство, экономические условия и т.д.

Состояние внешней среды имеет ключевое значение для бизнеса, так как внешняя среда по отношению к организации является объективной средой, т. е. существует независимо, что приводит к необходимости учета ее в своей деятельности. В связи с этим от правильности учета всех аспектов внешнего окружения зависит результативность и эффективность деятельности организации.

Под внешней средой понимают все условия и факторы, возникающие в окружающей среде, независимо от деятельности конкретной фирмы, но оказывающие или могущие оказать воздействие на ее функционирование и поэтому требующие принятия управленческих решений.

Одним из способов определения окружения и облегчения учета его влияния на организацию является разделение внешних факторов на две основные группы: микросреду (среду прямого воздействия) и макросреду (среду косвенного воздействия).

Факторы среды косвенного воздействия или общее внешнее окружение обычно не влияют на организацию так же заметно, как факторы среды прямого воздействия. Однако менеджеру необходимо постоянно вести их учет, так как среда косвенного воздействия обычно сложнее, чем среда прямого воздействия. Макроокружение создает общие условия существования организации во внешней среде. К основным факторам косвенного воздействия относятся: экономические, социокультурные и политико - правовые, а также международные изменения.

Состояние экономики. Необходимо уметь оценивать то, как скажутся на операциях организации общие изменения состояния экономики, так как оно может сильно влиять на возможности получения организацией капитала для своих нужд. Состояние мировой экономики влияет, как правило, на стоимость сырьевых ресурсов. Состояние национальной экономики определяет платежеспособность населения, цену кредитов и многое другое.

То или иное конкретное состояние экономики может оказать положительное влияние на одни, и отрицательное влияние на другие организации.

Организации, ведущие дела во многих странах, считают состояние экономики особенно сложным и важным для себя фактором внешней среды.

Социально-культурные факторы. Любая организация функционирует, по меньшей мере, в одной культурной среде. Поэтому социально-культурные факторы этой среды, в числе которых - установки, жизненные ценности, национальные традиции населения, независимые средства массовой информации и многое другое - влияют

на организацию непосредственно.

Отношения с местным населением. Имеет преобладающее значение местной общественности для организации. Почти в каждой общности существуют определенные законы и установки по отношению к бизнесу, определяющие, где можно развернуть деятельность той или иной организации.

Изменчивая внешняя среда представляет собой область постоянного беспокойства для организаций. В анализ рыночной внешней среды входят аспекты, оказывающие непосредственное воздействие на успехи или неудачи организации. К этим аспектам относятся изменяющиеся демографические условия, жизненные циклы различных изделий или услуг, легкость проникновения на рынок, распределение доходов населения и уровень конкуренции в отрасли.

Руководство фирмы обычно стремится ограничить учет действия внешнего окружения в первую очередь теми факторами, от которых решающим образом зависит эффективность деятельности фирмы на конкретном этапе.

Принятие решений зависит от широты охвата информации о состоянии внешней среды и действия ее различных факторов. Классификация факторов и качеств внешней среды вследствие их многообразия довольно различна и в ее основу могут быть положены различные принципы. Придерживаясь в целом принятой в менеджменте классификации можно предложить следующий перечень характеристик внешней среды.

- взаимосвязанность факторов;

- сложность;

- подвижность;

- неопределенность.

Под взаимосвязанностью факторов внешней среды понимается уровень силы, с которой изменение одного фактора воздействует на другие факторы.

Под сложностью внешней среды понимается число факторов, на которые организация обязана реагировать, а также уровень вариативности каждого фактора.

Подвижность среды – это скорость с которой происходят изменения в окружении организации.

Неопределенность внешней среды является функцией количества информации, которой располагает организация (или лицо) по поводу конкретного фактора, а также функцией уверенности в этой информации. Если информации мало или есть

сомнения в ее точности, среда становится более неопределенной, чем в ситуации, когда имеется адекватная информация и есть основания считать ее высоконадежной.

Внешняя среда прямого воздействия для организации – это совокупность факторов, которые непосредственно влияют на операции организации и испытывают на себе прямое влияние операций организации.

Среду прямого воздействия еще называют непосредственным деловым окружением организации или средой задач. Как уже указывалось нами выше, к ней относятся:

поставщики материальных ресурсов, оборудования, энергии, капитала и рабочей силы;

государственные органы и законы;

потребители (частные лица и компании, государственные органы);

конкуренты - лица, группы лиц, фирм, предприятий, соперничающих в достижении идентичных целей, стремящихся обладать теми же ресурсами, благами, занимать положение на рынке;

Поставщики- обеспечивают поступление необходимых для функционирования организации видов ресурсов, основными из которых выступают сырье и материалы, энергия, оборудование и технологии, финансовые и информационные ресурсы, рабочая сила.

Законы и государственные органы- Каждая организация имеет определенный правовой статус, являясь единоличным владением, компанией, корпорацией или некоммерческой корпорацией, и именно это определяет, как организацией может осуществляться своя хозяйственную деятельность и какие налоги должна платить.

Как известно, государство в рыночной экономике оказывает на организации как косвенное влияние, прежде всего через налоговую систему, государственную собственность и бюджет, так и прямое — через законодательные акты и деятельность местных органов власти.

Организации обязаны соблюдать не только федеральные и местные законы, но и требования органов государственного регулирования. Эти органы обеспечивают принудительное выполнение законов в соответствующих сферах своей

компетенции, а так же вводят собственные требования, зачастую также имеющие силу закона. Каждый вид деятельности регулируется определёнными органами.

Потребители- Первой группой влияния в рыночной среде являются потребители. Это отдельные лица, домохозяйства, а также корпоративные потребители (предприятия), которые используют товары и/или услуги предприятия –производителя для удовлетворения своих потребностей. Известный специалист по управлению Питер Ф. Друкер, говоря о цели организации, выделял, по его мнению, единственную подлинную цель бизнеса – создание потребителя. Под этим понимается следующее: само выживание и оправдание существования организации зависит от ее способности находить потребителя результатов ее деятельности и удовлетворять ее запросы.

Анализ потребителей, как компонента непосредственного окружения организации, в первую очередь имеет своей задачей составление профиля тех, кто покупает продукт, реализуемый организацией. Изучение покупателей позволяет лучше уяснить то, какой продукт в наибольшей мере будет приниматься, на какой объем продаж может рассчитывать организация, и в какой мере покупатели привержены продукту, на сколько можно расширить круг потенциальных покупателей, что ожидает продукт в будущем и многое другое.

Конкуренты- Изучение конкурентов, с которыми организации приходится бороться за ресурсы, полученные из внешней среды, занимает важное место в стратегическом управлении. Данное изучение направлено на то, чтобы выявить слабые и сильные стороны конкурентов и на базе этого строить свою стратегию конкурентной борьбы.

Под конкурентной средой фирмы понимают совокупностью субъектов и факторов рынка, влияющих на отношение между производителем (продавцом) и потребителем продукции.

Конкурентная среда рынка определяется типом конкуренции и структурой рынка, а также другими факторами развития различных организационно-правовых форм собственности субъектов рынка, характером государственного регулирования.

Макросреда представляет собой наиболее удаленный от собственно компании внешний слой элементов, которые так или иначе влияют на фирму, не оказывая непосредственного воздействия на ее текущие операции.

Факторы среды косвенного воздействия или общее внешнее окружение обычно не влияют на организацию так заметно, как факторы среды прямого воздействия. Однако, руководству необходимо учитывать их[9],[10].

1.2. Особенности структуры внешней среды спортивной организации

Внешняя среда спортивной организации- это её потребители (зрители, занимающиеся, конкуренты, спонсоры, партнёры, органы государственной власти). Потребители – лица или организации, потребляющие, использующие продукт производства, деятельности, включая и свой собственный продукт.

Спонсорство определяется зарубежными специалистами как «...поддержка, оказываемая спорту, спортивным мероприятиям, спортивным организациям и соревнованиям внешними по отношению к ним организацией или лицом к взаимному удовлетворению обеих сторон».

Выделяют три основных условия, характерные для спонсорства:

- спонсор может вносить вклад в спорт в денежной или какой-либо другой форме;
- спонсируемая деятельность не является частью основных коммерческих операций компании-спонсора;
- от своей деятельности спонсор ожидает увеличения популярности. Может показаться, что последняя из приведённых характеристик ставит знак равенства между спонсорством и рекламными расходами. Однако это не так: реклама обязательно предполагает плату за упоминание в том или ином виде названия компании или фирмы; в случае же спонсорства название компании попадает в рекламу, не связанную с её основной деятельностью, и без какой-либо дополнительной платы. Несмотря на то, что спонсорские расходы отличаются от расходов на рекламу, предприниматели-спонсоры и в том, и в другом случае руководствуются одними и теми же экономическими соображениями.

Спонсором (поручителем, устройтелем, организатором) считается лицо (юридическое или физическое), которое помогает реализации какого-либо мероприятия. Спонсор безвозмездно выделяет либо финансовый, либо имущественный взнос в организацию, проводящую определенное мероприятие (например, в Оргкомитет по проведению крупного спортивного соревнования) или в уставной фонд вновь создаваемого предприятия, организации (например, в Фонд помощи спортсмена).

Спортивное спонсорство включает в себя спортивную рекламу, связь с общественностью, содействие сбыту товаров и услуг.

Обычно фирмы-спонсоры преследуют такие основные цели, как перенос имиджа на товар или услугу, что обеспечивает повышенную известность рекламируемого товара и услуги. Спортивное спонсорство широко развито в зарубежных странах. Оно распространилось не только на спортивную элиту, но и на массовый спорт. Для рекламы используются спортооружения, программы соревнований. В роли «живой» рекламы выступают не только спортсмены, но и зрители, которые надевают, например, раздаваемые дешёвые бумажные кепи с опознавательными знаками фирм.

Спорт привлекает традиционно большое число спонсоров. Существует мнение, что без спонсорства выживание спорта в условиях индустриальной культуры невозможно. Но не все виды спортивной деятельности одинаково привлекательны для спонсоров. В качестве малопривлекательных называются учебно-тренировочный процесс, научные исследования, спортивное строительство.

Спонсорство – это поддержка, оказываемая спорту, спортивным мероприятиям, спортивным организациям и соревнованиям внешней по отношению к ним фирмой или лицом. Этому понятию характерны две черты: спонсор вносит вклад в спорт в денежной или иной форме, спонсируемая деятельность не является частью коммерческих операций фирмы-спонсора.

Сотрудничество спортивных федераций со спонсорами преследует две цели: - во-первых, улучшение финансового положения федерации; - во-вторых, активизацию работы с общественностью в интересах развития соответствующего вида спорта (увеличение числа занимающихся, рост престижа и т.д.).

Спортивные федерации берут на себя обязательства по отношению к спонсорам, которые проявляются в основном рекламой товаров и услуг в различных формах. Сотрудничество спортивных федераций со спонсорами делает необходимым либо повышать квалификацию сотрудников федерации или изменять подходы в подборе

кадров, либо пользоваться услугами коммерческих компаний. В 70% федераций предусмотрена должность ответственного за рекламу и связь со спонсорами. 60% федераций постоянно, либо от случая к случаю пользуются услугами агентств, причем, не только классических рекламных, но и специальных, которые занимаются исключительно коммерческой реализацией спорта. Спонсорство, в отличие от благотворительности, предпринимается в коммерческих интересах, поэтому к спонсорам следует относиться как к клиентам, деловым партнерам, а не как к меценатам и покровителям[6].

Болельщиками могут быть родители детей, занимающихся в спортивных школах – они не просто присутствуют на тренировках или соревнованиях своих чад, но и активно включаются в соперничества тех или иных эпизодов, эмоциональных моментов встречи, в послематчевые дискуссии, в обмен мнениями с другими людьми в соцсетях, при личных контактах, в обсуждениях фото и видеоматериалов.

Совсем иную смысловую нагрузку имеют понятия спортивный телезритель, читатель спортивной аналитики или тусовщик. Здесь спортивные маркетологи также различают мотивацию, предпочтения, интересы людей из данных сегментов. Если для одних просмотр футбола или хоккея важен с точки зрения обсуждения результатов игры с коллегами или начальником, который интересуется спортом, то для других «боление» в матчах усиливается мотивом поставленных ставок на исход, сделанных в сделках пари с друзьями или в букмекерской конторе.

Болельщики, любители спорта, зрители – очень важны для спортклубов, вещателей и спортооружений с точки зрения потребительских предпочтений, от которых зависит величина аудитории электронных и печатных СМИ, рекламные бюджеты, прибыль или убытки участников спортивной индустрии. Поэтому всякие изменения в психологии, настроениях, поведении, тенденциях в среде болельщиков имеет для атлетов, спортклубов и видов спорта непреходящее значение.

Как «рождается» болельщик, как он взрослеет, какие фазы жизненного цикла проходит, как он уходит со спортивного рынка и как возвращается вновь, как приводит с собой других любителей спорта – всё это ценнейшая маркетинговая информация, которая вкупе с экспериментальными данными (реакцией на те или иные события, рекламу и пиар, изменения в спортивном спектакле, мерах безопасности и проч.) составляет главнейший интеллектуальный капитал спортивной организации[3].

Роль органов государственной власти - орган исполнительной власти, осуществляющий функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере физической культуры и спорта, а также по оказанию государственных услуг (включая предотвращение допинга в спорте и борьбу с ним), управлению государственным имуществом в сфере физической культуры и спорта.

Минспорт России в настоящее время обладает широким спектром полномочий, закрепленных как в Положении о Министерстве (утверждено Постановлением Правительства РФ от 19 июня 2012 г. № 607), так и в Федеральном законе от 4 декабря 2007 г. № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в РФ». Безусловно, главным из этих полномочий является формирование государственной политики в соответствующей сфере посредством нормотворчества.

Основные полномочия сферы ведения Минспорта России закреплены в ст. 6 Федерального закона от 4 декабря 2007 г. № 329-ФЗ. К ним относятся:

- 1) разработка и реализация государственной политики в области физической культуры и спорта, принятие и реализация программ развития физической культуры и спорта в РФ;
- 2) участие в организации мероприятий по подготовке спортивных сборных команд РФ к Олимпийским играм и другим международным спортивным соревнованиям, по представлению указанных команд в самих таких соревнованиях;
- 3) организация и проведение межрегиональных и всероссийских официальных физкультурных мероприятий;
- 4) участие в организации межрегиональных и всероссийских официальных спортивных мероприятий;
- 5) участие в организации на территории РФ Олимпийских игр, чемпионатов и кубков мира, чемпионатов и кубков Европы, иных международных спортивных соревнований с учетом требований, установленных соответствующими международными спортивными организациями;
- 6) организация и проведение всероссийских спортивных соревнований инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, международных спортивных соревнований указанных лиц, включая Паралимпийские игры и Сурдлимпийские игры, Всемирные специальные олимпийские игры, а также подготовка к таким спортивным соревнованиям;

- 7) аккредитация общероссийских спортивных федераций;
- 8) организация профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов в области физической культуры и спорта;
- 9) разработка технических регламентов о спортивном инвентаре и оборудовании;
- 10) материально-техническое обеспечение, в том числе обеспечение спортивной экипировкой, финансовое, научно-методическое, медико-биологическое, медицинское и антидопинговое обеспечение спортивных сборных команд РФ;
- 11) организация проведения всероссийских смотров физической подготовки граждан допризывного и призывного возрастов к военной службе, разработка программ и методических рекомендаций по физической подготовке таких граждан;
- 12) осуществление пропаганды физической культуры, спорта и здорового образа жизни;
- 13) научно-методическое обеспечение в области физической культуры и спорта, а также организация издания научной, учебной и научно-популярной литературы по физической культуре и спорту;
- 14) организация строительства и реконструкции объектов спорта;
- 15) разработка и утверждение программ и учебных планов занятий физической культурой и спортом для различных групп населения;
- 16) подготовка военнослужащих и лиц, проходящих специальную службу, по военно-прикладным и служебно-прикладным видам спорта;
- 17) организация научных исследований в области физической культуры и спорта;
- 18) учреждение государственных наград РФ, иных наград и почетных званий, премий и других форм поощрения РФ в области физической культуры и спорта;
- 19) обеспечение общественного порядка и общественной безопасности при проведении официальных физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий на объектах спорта;
- 20) организация функционирования единой системы учета спортивных паспортов;

21) содействие развитию детско-юношеского, молодежного, массового спорта, спорта высших достижений и профессионального спорта[8].

Глава 2. Внешняя среда ООО «ВФЛА»

2.1. Характеристика спортивной организации

Полное официальное наименование организации- Общероссийская общественная организация «Всероссийская федерация легкой атлетики», сокращенное название ВФЛА, в дальнейшем именуемая ВФЛА, является общероссийской общественной организацией, объединяющей на добровольной основе граждан, общественные объединения, содействующие реализации целей и задач ВФЛА.

ВФЛА осуществляет свою деятельность в соответствии с Конституцией Российской Федерации, законодательством Российской Федерации о некоммерческих организациях и общественных объединениях, законодательством Российской Федерации о физической культуре и спорте и принятыми в соответствии с ними иными федеральными законами и законами субъектов Российской Федерации, общепризнанными принципами и нормами международного права и настоящим Уставом.

Всероссийская федерация легкой атлетики (ВФЛА)-Создана в 1990 году, объединяет 76 федераций легкой атлетики субъектов Российской Федерации.

Федерация является коллективным членом Международной ассоциации легкоатлетических федераций (IAAF) и Европейской легкоатлетической ассоциации (ЕАА).

Таблица 1. Соревнования в которых участвует ВФЛА

№ Вид соревнования Занятое место(показанный результат)

2014 2015 2016 2017

1 Олимпийские игры 1 - - -

2 Чемпионат Мира 2 9 - 9

3 Чемпионат Европы 4 1 - -

Месторасположение данной организации- Адрес: 119992, г. Москва, Лужнецкая наб., 8, ком. 406, 408, 410, 412, 414, 416

Спортивные объекты ВФЛА

1. Легкоатлетические дорожки

Юг Спорт (ЮФЦСП) – организация тренировочных сборов

Город: Кисловодск

Округ: гора Малое Седло

Адрес: комплекс "Вершина 1240"

2. Легкоатлетические дорожки

Юг Спорт (ЮФЦСП)

Город: Сочи

Округ: Хостинский

Адрес: Курортный пр-т, 89/3

3. Легкоатлетический стадион

СК "Янтарь"

Город: Москва

Округ: СЗАО

Метро: Строгино

Адрес: ул. Маршала Катукова, д. 26

4. Легкоатлетический стадион

ОЦ им. братьев Знаменских

Город: Москва

Округ: ВАО

Метро: Сокольники

Адрес: ул. Стромынка, 4, стр. 1

5. Беговые дорожки

Спортивный комплекс МГАТХТ

Город: Москва

Округ: ЗАО

Метро: Юго-Западная

Адрес: Вернадского пр-т, д. 86

6. Легкоатлетический манеж

СК МГТУ им.Баумана

Город: Москва

Округ: ЦАО

Метро: Бауманская, Электрозаводская

Адрес: Госпитальная наб, 4/2

7. Легкоатлетическое ядро

Стадион "Спартак" им. Н.Н. Озерова

Город: Щелково

Округ: Московская область

Метро: Щелковская

Адрес: ул. Краснознаменная, д. 24

8. Легкоатлетический манеж

УСМ "Подмосковье"

Город: Щелково

Округ: Московская область

Метро: Щелковская

Адрес: ул. Краснознаменная, д. 24

9. Легкоатлетический манеж

СК "Москвич"

Город: Москва

Округ: ЮВАО

Метро: Текстильщики

Адрес: ул. Люблинская, д. 15

10. Легкоатлетический манеж

УСК "ЦСКА"

Город: Москва

Округ: САО

Метро: Аэропорт

Адрес: Ленинградский пр-т, д. 39а

11. Легкоатлетический манеж

РГУФК

Город: Москва

Округ: ВАО

Метро: Преображенская площадь

Адрес: Сиреневый б-р, д. 4

12. Легкоатлетический манеж

СОК "Файтер"

Город: Московский

Округ: Московская область

Метро: Юго-Западная

Адрес: мкр-н 1, д. 41а

13. Легкоатлетический центральный стадион

Город: Казань

Округ: Вахитовский

Метро: Кремлевская

Адрес: ул. Ташаяк, 2а

14. Легкоатлетический манеж

"Трудовые резервы"

Город: Москва

Округ: ВАО

Метро: Щелковская

Адрес: ул. 11-Парковая, д. 49

15. Легкоатлетический стадион

Город: Апатиты

Округ: Мурманская область

Адрес: ул. Фестивальная, 21

16. Легкоатлетический стадион

СК "Факел"

Город: Воронеж

Округ: Воронежская область

Адрес: ул. Маршака, д. 1а

Image not found or type unknown



Рисунок 1 - Структура управления ВФЛА

Компетенциями Конференции ВФЛА являются:

Утверждение Устава ВФЛА, внесение дополнений и изменений в Уставе или утверждение новой редакции с их последующей государственной регистрацией в установленном законом порядке;

Решения об утверждении Устава, изменений и дополнений к нему, о реорганизации и ликвидации ВФЛА, об избрании постоянного действующего коллегиального руководящего органа — Президиума ВФЛА, о досрочном прекращении полномочий Президента ВФЛА, членов Президиума ВФЛА и Председателя Контрольно-ревизионной комиссии ВФЛА принимаются не менее 2/3 голосов присутствующих делегатов;

Избрание Президента и вице-президентов, членов Президиума, членов Контрольно-ревизионной комиссии и досрочное прекращение их полномочий, доизбрание членов Президиума и Контрольно-ревизионной комиссии;

Определение основных направлений деятельности ВФЛА и утверждение программных документов по развитию лёгкой атлетики в Российской Федерации;

Определение принципов и источников формирования её имущества;

Принятие решения о реорганизации и ликвидации ВФЛА;

Привлечение к проверкам аудиторских организаций;

Рассмотрение любого иного вопроса деятельности ВФЛА и принятие по нему решения, обязательного для руководящих органов и членов ВФЛА;

Утверждение регламента, определяющего порядок избрания, передачи и отзыва полномочий у избираемых лиц, руководящих и контролирующих органов ВФЛА.

Президиум:

Избирает Первого вице-президента ВФЛА;

Принимает решение о дисквалификации спортсменов, тренеров, спортивных специалистов и судей, за исключением случаев, когда полномочия по дисквалификации указанных лиц отнесены к компетенции иных органов ВФЛА;

Ведёт Реестр членов ВФЛА;

Ведёт Реестр спортсменов-легкоатлетов;

Разрабатывает планы и программы проведения мероприятий по обеспечению выполнения решений Конференции;

Осуществляет контроль выполнения решений Конференции;

Утверждает годовой финансовый план, годовой отчёт и годовой баланс ВФЛА;

Утверждает повестку, сроки и место проведения Конференции ВФЛА;

Отчитывается о проделанной работе перед Конференцией;

Утверждает положения и состав общественных рабочих органов ВФЛА (комиссий и комитетов);

Принимает решение о создании и прекращении деятельности региональных отделений, утверждает протоколы о создании региональных отделений;

Принимает решения об участии и о формах участия в деятельности других общественных объединений;

Утверждает регламентирующие документы соревнований по лёгкой атлетике, календарный план российских и международных соревнований, проводимых на территории России;

Утверждает, по представлению Президента, кандидатуру Генерального секретаря;

Утверждает главного и старших тренеров, критерии отбора спортсменов для включения их в спортивные сборные команды Российской Федерации по лёгкой атлетике, а также их состав;

Рассматривает и принимает решения по вопросам:

- подготовки и выступления спортивных сборных команд Российской Федерации по лёгкой атлетике;

- проведения официальных спортивных мероприятий на территории России;

- оценки вклада тренеров и спортивных специалистов в подготовку

спортсменов и спортивных сборных команд Российской Федерации;

Утверждает символику ВФЛА;

Осуществляет права и обязанности юридического лица от имени ВФЛА;

Имеет право принимать решения по другим вопросам деятельности ВФЛА, не отнесённым к исключительной компетенции Конференции ВФЛА и Президента ВФЛА.

Президент ВФЛА:

Без доверенности представляет интересы ВФЛА в отношениях с государственными, общественными, международными и иными организациями;

Осуществляет руководство работой Президиума ВФЛА, возглавляет работу ВФЛА в целом;

Открывает заседания Конференции ВФЛА и председательствует на заседаниях Президиума ВФЛА и Бюро Президиума ВФЛА;

Распределяет обязанности между членами Президиума ВФЛА;
Представляет для избрания Президиуму ВФЛА кандидатуру Первого вице-президента ВФЛА;

Осуществляет контроль за выполнением решений Конференции ВФЛА,

Президиума ВФЛА и Бюро Президиума ВФЛА;

Руководит разработкой и реализацией программ деятельности ВФЛА;

Представляет для утверждения Президиумом ВФЛА кандидатуру

Генерального секретаря ВФЛА;

Представляет Конференции ВФЛА отчёт о деятельности Президиума ВФЛА;

Издаёт приказы, распоряжения, инструкции и другие акты по вопросам деятельности ВФЛА, подписывает протоколы заседаний Президиума ВФЛА и Бюро Президиума ВФЛА;

Вправе делегировать часть своих полномочий по доверенности в порядке, установленном законодательством Российской Федерации;

Осуществляет в рамках действующего законодательства любые другие действия, необходимые для достижения целей и выполнения задач ВФЛА, за исключением тех, которые в соответствии с настоящим Уставом отнесены к исключительной компетенции Конференции ВФЛА и Президиума ВФЛА;

В случае добровольного сложения с себя полномочий Президента ВФЛА либо стойкой неспособности по состоянию здоровья осуществлять полномочия Президента ВФЛА, а также в случае иных причин, не позволяющих Президенту ВФЛА исполнять свои полномочия, до избрания Конференцией ВФЛА нового Президента ВФЛА полномочия Президента ВФЛА осуществляет Первый вице-президент ВФЛА.

4. Генеральный секретарь ВФЛА выполняет следующие функции:

Представляет интересы ВФЛА в международных организациях;

Организует исполнение решений Конференции ВФЛА и Президиума ВФЛА;

Подготавливает вопросы и оформляет материалы для Конференции ВФЛА, заседаний Президиума ВФЛА и Бюро Президиума ВФЛА;

Осуществляет ведение, оформление и подписание протоколов Конференций ВФЛА, заседаний Президиума ВФЛА и Бюро Президиума ВФЛА;

Организует связи между ВФЛА, российскими и иностранными организациями;

Осуществляет координацию деятельности общественных рабочих органов ВФЛА: комитетов и комиссий, советов и коллегий, клубов и ассоциаций;

Осуществляет координацию маркетинговой деятельности ВФЛА и организацию спортивных мероприятий;

Ведёт Реестр членов ВФЛА;

Осуществляет иные функции, отнесённые к его компетенции настоящим Уставом или иными локальными актами ВФЛА.

Контрольно-ревизионная комиссия ВФЛА:

Проводит ревизию финансово-хозяйственной и уставной деятельности ВФЛА;

Организует проверку финансово-хозяйственной и уставной деятельности ВФЛА не реже одного раза в год;

Члены Контрольно-ревизионной комиссии ВФЛА могут участвовать в заседаниях Президиума ВФЛА и Бюро Президиума ВФЛА;

Члены Контрольно-ревизионной комиссии ВФЛА не могут входить в состав Президиума ВФЛА и являться работниками ВФЛА;

Заседания Контрольно-ревизионной комиссии ВФЛА созываются её Председателем по мере необходимости, но не реже одного раза в год..

Деятельность членов Контрольно-ревизионной комиссии ВФЛА носит безвозмездный характер[1].

2.2. Анализ факторов прямого и косвенного воздействия спортивной организации

Изучение непосредственного окружения спортивной организации направлено на анализ состояния тех составляющих внешней среды, с которыми организация находится в непосредственном взаимодействии.

При этом важно подчеркнуть, что спортивная организация может оказывать существенное влияние на характер и содержание этого взаимодействия и тем самым активно участвовать в формировании дополнительных возможностей и в предотвращении угроз её дальнейшему существованию.

Рассмотрим более подробно окружение Всероссийской федерации по лёгкой атлетике.

Спонсоры ВФЛА:

1. С 2001 года Nike является генеральным спонсором Всероссийской федерации лёгкой атлетики и официальным экипировщиком сборной России. Компания была основана тренером по лёгкой атлетике Биллом Бауэрманом и бегуном на средние дистанции Филом Найтом в г. Орегон (США). Уже более 47 лет Nike поддерживает спорт по всему миру, создавая инновационную обувь и экипировку, которая помогает атлетам улучшать их результаты и вдохновляет на новые достижения.

2. Открытое акционерное общество «РЖД» осуществляет транспортное обслуживание в 77 из 85 субъектов Российской Федерации.

ОАО «Российские железные дороги» это современный транспортно-логистический комплекс, имеющий стратегическое значение для Российской Федерации. Компания является важнейшим связующим звеном в единой

экономической системе России и обеспечивает бесперебойную хозяйственную деятельность промышленных предприятий, а также является доступным транспортом для миллионов граждан.

Учредителем и единственным акционером ОАО «РЖД» является Российская Федерация. От имени Российской Федерации полномочия акционера осуществляет Правительство Российской Федерации.

Железнодорожный комплекс имеет особое стратегическое значение для России. Он является связующим звеном единой экономической системы, обеспечивает стабильную деятельность промышленных предприятий, своевременный подвоз жизненно важных грузов в самые отдаленные уголки страны, а также является самым доступным транспортом для миллионов граждан.

Открытое акционерное общество «Российские железные дороги» входит в мировую тройку лидеров железнодорожных компаний.

3. Компания «Бамард» — спонсор Всероссийской федерации лёгкой атлетики. «Бамард» работает на рынке строительства спортивных объектов с 1997 года. За это время был накоплен уникальный опыт в области проектирования, строительства стадионов и реконструкции различных типов спортивных сооружений. Проекты компании были неоднократно отмечены благодарностями спортивных федераций, комитетов и клубов России.

Информационные партнёры ВФЛА:

1. ТАСС – государственное информационное агентство России, неотъемлемая часть мировой медийной системы. Основано в 1904 году. Свыше тысячи сотрудников более чем в 60 зарубежных и 70 региональных центрах обеспечивают работу ТАСС в режиме реального времени. ТАСС производит линейку разнообразных информационных и аудио-визуальных продуктов и сервисов на общественно-политическую, экономическую, международную, научную, культурную, спортивную и другие тематики на русском и английском языках. ТАСС является активным и авторитетным членом мировых и региональных медийных организаций и поддерживает партнерские отношения с более чем 60 информационными агентствами мира.

2. «**Чемпионат**» — российский спортивный интернет-портал, публикующий новости, результаты матчей, интервью и аналитические материалы, ведущий

онлайн-трансляции, размещающий фото- и видеоматериалы.

Ежемесячная посещаемость сайта — более 15 миллионов уникальных посетителей, которые просматривают более 150 миллионов страниц.

3. Агентство спортивных новостей «Р-Спорт» входит в структуру МИА «Россия сегодня», лидирующей российской медиакомпании с 70-летней историей, и освещает важнейшие спортивные события в мире футбола, хоккея, баскетбола, лёгкой атлетики и других видов. Информацию агентства отличают эксклюзивность, достоверность и оперативность. Основой работы агентства является производство эксклюзивного информационного и мультимедийного контента.

Благотворительный фонд поддержки лёгкой атлетики:

Благотворительный фонд – некоммерческая организация, учреждённая Всероссийской федерацией лёгкой атлетики. Целью Фонда является поддержка и финансирование программ и проектов, направленных на развитие лёгкой атлетики в Российской Федерации, а также благотворительная поддержка российских и зарубежных организаций физической культуры, спорта, образования, здравоохранения и других общественно полезных направлений[1].

На данный момент ВФЛА практически перестала существовать. Неэффективная система управления ВФЛА, элементы коррупции, недопустимо большое количество положительных допинг-проб российских атлетов и, как следствие – снижение спортивных показателей спортсменов – членов сборных команд России. Череда допинговых скандалов и неэффективная система управления и работы привели к временному исключению ВФЛА из семьи IAAF. Финансовое обеспечение Федерации складывается из государственных субсидий, спонсорских поступлений и членских взносов.

У организации почти не осталось денег на фоне потери спонсорства из-за допинговых скандалов и отстранения российских легкоатлетов от международных соревнований[13].

Производитель спортивной одежды и обуви американская компания Nike почти прекратила сотрудничество с ВФЛА. Nike практически ушёл из спонсорства федерации, осталось только 30% финансирования, и этих денег хватит только на содержание офиса и жизнедеятельность аппарата.

На производителя спортивной одежды и обуви приходилось до 80% ежегодного финансирования федерации. Сотрудничеству легкоатлетов с Nike более 15 лет.

Nike оказывал не только финансовую поддержку, но еще и одевал сборную команды, а это примерно 700 комплектов униформы для спортсменов всех возрастов. Экипировали сборную не только для выступлений на чемпионатах мира, Европы, но и для тренировочного процесса[11].

Всероссийская федерация легкой атлетики отвечает за проведение российских чемпионатов, правда, обычно получает на это деньги из российского бюджета. А вот средства на выполнение остальных задач приходили от спонсоров. Это и популяризация легкой атлетики, повышение квалификации тренеров и спортсменов, поощрение отдельных атлетов, поддержка бегового и ветеранского движений. Проблема еще в том, что сама по себе легкая атлетика — не очень коммерчески привлекательный вид спорта. В нем заинтересованы немногие. Легкая атлетика сложно коммерциализируема. Если уходят даже те единичные спонсоры, которые были, это, безусловно, большая проблема. [2].

Российская национальная антидопинговая организация, целью которой является выявление и предупреждение нарушения антидопинговых правил на территории Российской Федерации. РУСАДА действует в соответствии с Кодексом Всемирного антидопингового агентства и Международной Конвенцией о борьбе с допингом в спорте, принятой Генеральной конференцией ООН по вопросам образования, науки и культуры 19 октября 2005 года. РУСАДА создана в январе 2008 года по инициативе Федерального агентства по физической культуре и спорту.[14]

Взаимодействие РУСАДА и ВФЛА:

Основными направлениями деятельности РУСАДА являются планирование тестирования, отбор проб с целью допинг-контроля, расследование возможных случаев нарушения антидопинговых правил и обработка результатов, а также реализация образовательных программ, проведение информационных кампаний и популяризация идеалов здорового и честного спорта.

Всемирное антидопинговое агентство (WADA) подтвердило восстановление статуса Российского антидопингового агентства (РУСАДА). Соответствующее решение было принято на заседании исполкома WADA

РУСАДА совместно с Всероссийской федерацией легкой атлетики (ВФЛА) подписала программу о мерах по предотвращению нарушений антидопинговых правил в легкой атлетике на территории России.

Программа состоит из 38 пунктов, ключевыми являются образование, расследования, поддержка инспекторов допинг-контроля во время их работы и так далее. В программе зафиксировано положение о том, что к 2019-2020 годам ни один спортсмен или представитель обслуживающего персонала не будет допущен к участию в соревнованиях до тех пор, пока не сдаст онлайн экзамен по антидопинговой программе ВФЛА.

Они также должны пройти онлайн тестирование на сайте РУСАДА. В 2018 году эти требования предъявляются к спортсменам до 18 лет.[15]

Заключение

Анализ внешней среды - это очень сложный процесс, требующий влиятельного отслеживания в среде процессов, оценки факторов и установление связей между факторами и теми сильными и слабыми сторонами, а также возможностями и угрозами, которые заключены во внешней среде.

Все факторы внешней среды находятся в состоянии сильного взаимовлияния. Изменение одного из факторов обязательно приводит к тому, что происходит изменение других факторов. Поэтому их изучение и анализ должны вестись не по отдельности, а системно с отслеживанием не только собственно изменения одного фактора, но и с условием того, как эти изменения скажутся на других факторах. Также степень воздействия отдельных факторов на различные организации различна. В частности, степень влияния проявляется по-разному в зависимости от размера организации и отраслей принадлежности. Кроме этого, организация должна составить список тех внешних факторов, которые являются потенциальными посетителями угроз для организации. Также необходимо иметь список тех внешних факторов, изменения в которых могут открыть дополнительные возможности для организации. Для того чтобы организация могла результативно изучать состояние факторов, должна быть создана специальная система отслеживания внешней среды. Данная система должна осуществлять как проведение специальных наблюдений, связанных с какими то особыми событиями, так и проведение регулярных наблюдений за состоянием важных для организации внешних факторов. Очевидно, что, не зная среды, организация не сможет существовать. Организация изучает среду, чтобы обеспечить себе успешное

продвижение к своим целям.

Список литературы

- 1.Официальный сайт ВФЛА-<http://www.rusathletics.com>
2. Боева Н. «Сбежать с тонущего корабля»,год издания: 2016 -
<https://www.kommersant.ru/doc/3134193>
3. Галкин В.В. «Рождение» болельщика: маркетинговый аспект, год издания: 2017 -
<http://vadim-galkin.ru>
4. Говоров А. «Допинговая «Санта-Барбара». Кажется, это не закончится никогда»,год издания:2018-
www.championat.com
5. Документ «ПРОГРАММА ДЕЙСТВИЙ ВСЕРОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ЛЕГКОЙ АЛТЕТИКИ НА ПЕРИОД ДО 2020 ГОДА»,год издания:2016
6. Зубарев Ю.А. «Менеджмент и маркетинг в сфере физической культуры и спорта», год издания: 2014
7. Леднев В.А. «Конкуренция в спорте: Новые тренды и закономерности развития»,год издания: 2012
8. Федеральный закон "О физической культуре и спорте в Российской Федерации" от 04.12.2007 N 329-ФЗ (последняя редакция)
9. Шапкин И.Н. «Менеджмент», год издания: 2013
- 10.<http://bookwu.net>
11. <https://www.championat.com> - «Nike практически прекратил спонсорство ВФЛА», год издания: 2016
- 12.<https://www.testfirm.ru>
- 13.<https://www.gazeta.ru>

14. <https://tass.ru/info/5586835>

15. <http://rusada.ru>

Приложения

1. Соревнования в которых участвует ВФЛА (таблица №1)

2. Структура управления ВФЛА(рисунок №1)