

Содержание:

Введение

Согласно «Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года», развитие физической культуры и спорта является одним из приоритетных направлений социальной политики государства. При этом, спорт все больше становится важной отраслью экономики многих развитых стран. Физическая культура и спорт все чаще проникают во все сферы жизни людей, формируют отношения с государством, образуя специфическую сферу для ведения бизнеса. Физическая активность и спорт являются важнейшей сферой предпринимательской деятельности, которая обеспечивает, с одной стороны, занятость многих людей в отраслях спортивной индустрии, с другой стороны, указанные отрасли предпринимательства пополняют федеральные и местные бюджеты за счет налоговых поступлений, что позволяет государству решать социальные проблемы населения.

Динамика развития самого спорта и его видов все больше связана с экономикой, торговлей и профессиональной ориентацией участников спортивных мероприятий. В этой системе находятся значительные материальные и финансовые активы, расширяется сеть трудовых и управленческих ресурсов. Спортивная индустрия объединяет не только спортсменов, одновременно формируется традиционная коммерческая сфера деятельности и организация бизнеса, которая в свою очередь позволяет зарабатывать деньги в условиях конкуренции как в сфере национального, так и в сфере международного спорта. На сегодняшний день спортивно-оздоровительная индустрия является одним из самых интересных секторов предпринимательской деятельности со своими производителями и потребителями, ценами и услугами.

Развитие спорта как института рыночной экономики исследовали с разных точек зрения такие ученые как В. Андресс, Дж. Боург, М. Брукс, М.Гарднер, Дж. А. Годдард, К. Граттон, С. Добсон, Б. Муллин, С. Райе, Б. Рейдер, М. Томич, Х. Фишер, К. Хейнеманн, К. Хемпек, Г. Хогг, Ф. Шааф, Р. Ширд и др.

Цель написания курсовой работы – анализ деятельности спортивной организации.

Объект исследования: ФК ФШМ. Предмет исследования: организация управления ФК ФШМ

Методологической и теоретической основой исследования стали комплексный и системный подходы к исследованию данной проблемы, фундаментальные положения спортивного менеджмента и теории управления.

В процессе проведения исследования использовались общенаучные методы: анализ и синтез, обобщение, исторический и логический методы, индукция и дедукция, а также частно-научные приемы и методы: метод опроса, метод наблюдения, логический анализ.

Структура работы определена в соответствии с поставленными целями и задачами исследования. Курсовая работа состоит из введения, двух глав с подпунктами, заключения и списка использованной литературы.

Глава 1. Теоретические основы и сущность управления деятельностью спортивной организации

- 1.

Особенности и функции спортивного менеджмента

Спортивный менеджмент является популярной отраслью в управлении на сегодняшний день в связи со своей высокой доходностью. Его основная задача – руководство всевозможными спортивными организациями, такими как клубы, секции, федерации и проч., поэтому именно они и являются объектом пристального внимания спортивного менеджмента. Неверно думать, что достижение высоких спортивных результатов, а также улучшение самочувствия людей, практикующих подобную физическую активность, есть его конечная цель. Эффективное управление организациями, осуществляющими физкультурно-спортивную деятельность, их распространение, широкое внедрение в жизнь общества – вот к чему стремится спортивный менеджмент.

Спортивный менеджмент – такой вид отраслевого специального менеджмента, деятельность которого направлена на руководство физкультурно-спортивными объектами.

Ни одно серьезное предприятия не может обойтись без хорошего управленца, обладающего необходимыми знаниями и умениями в этой области, спортивные общества не исключение. Спортивный менеджер – это отличный эксперт, занимающий руководящие позиции в ФСО, не только имеющий опыт научного управления, но и способный применять его в своей специфической деятельности.

Таким образом, спортивный менеджмент – это специальная теория и практика руководства физкультурными и спортивными организациями в

рыночных условиях, это одна из отраслевых сфер управленческой деятельности в условиях рынка.

Определение показывает, что спортивный менеджмент полностью совпадает с принципами и задачами обычного менеджмента, однако имеет свою узкую направленность. Он координирует те вопросы и решает те проблемы, которыми не должен заниматься спортсмен, то есть все, что связано не с тренерской деятельностью, но имеющее непосредственное отношение к спорту.

Цели менеджмента напрямую зависят от типа организации. Целью менеджмента коммерческой организации физкультурно-спортивной направленности является обеспечение максимальной прибыльности организации. Целью некоммерческой организации — удовлетворение потребностей населения в физкультурно-спортивных услугах.

Функции спортивного менеджмента:

1. Подготовка и принятие управленческого решения (принятие различных нормативных актов: текущих и перспективных планов);
2. Организация (упорядочение организаций физкультурно-спортивной направленности в единую систему; материальное и трудовое обеспечение деятельности организации; разработка маркетинговой стратегии);
3. Мотивация (создание системы стимулов и санкций, материальной и моральной заинтересованности персонала спортивных организаций; пропаганда здорового образа жизни и повышение потребности населения в физкультурно-спортивных услугах);

4. Контроль (количественная и качественная оценка результатов деятельности организации);
5. Координация (бесперебойность и непрерывность процесса менеджмента в организации, в целях достижения согласованности всех звеньев спортивной организации).

Также выделяют и отраслевые функции спортивного менеджмента.



(рисунок 2)

Каждая организация самостоятельно определяет приоритетные направления своей деятельности, что выражается в различных совокупностях вышеприведенных функций спортивного менеджмента.

В Российской Федерации деятельность в сфере физической культуры и спорта проводят более 95 тыс. физкультурно-спортивных организаций: специализированные государственные учреждения, общественные объединения и коммерческие организации.

Особенности функционирования физической культуры и спорта в рыночной

Спортивный менеджмент развивается и имеет несколько направлений, например, спортивный туризм, индустрия спортивных товаров, администрирование в области спорта, спортивная экономика.

Становление спортивного менеджмента происходит по трем основным направлениям:

1. использование опыта и профессиональных кадров спортивных деятелей советской эпохи;
2. привлечение руководителей из смежных сфер или абсолютно иных профессиональных групп;
3. подготовка новых кадров, на основе современной управленческой базы.

Однако стоит заметить, что спортивный менеджмент в России находится на начальном этапе своего развития, это подтверждается наличием, например, низкий уровень квалификации менеджеров, отсутствие социальной ответственности бизнеса, частая смена управленческих кадров, что в итоге не позволяет достичь поставленных целей.

Все это свидетельствует о необходимости дальнейшего изучения спортивного менеджмента как общественного института.

Становление рыночных отношений в России потребовало нового подхода в сфере управления. Изменения коснулись не только научно-методологических основ, но и практической направленности, которая выразилась в формировании экономических предпосылок становления института спортивного менеджмента в России.

- 1.

Виды спортивных организаций

Спортивная организация — организация, осуществляющая деятельность в области спорта, целью которой является подготовка спортсменов, проведение спортивных мероприятий, образование или другой вид деятельности, связанной со спортом .

Точной классификации спортивных организаций не существует, можно только условно разделить их виды по типу объединения или внутренней административно-организационной структуре. Но следует учесть, что схожие по внутренней организации, они могут иметь разные названия.

Первичные спортивные организации:

- Спортивные секции;

- Спортивные кружки;
- Спортивные клубы;
- Спортивные школы.

Спортивные объединения

На основе первичных организаций исторически складывались более крупные организации, призванные улучшить эффективность, организационно-методическое или коммерческое руководство.

- Спортивное общество;
- Спортивная ассоциация;
- Спортивная федерация;
- Спортивный союз;
- Спортивное объединение;
- Спортивная конфедерация;
- Спортивная лига;
- Спортивный комитет.

Основными задачами развития физической культуры и спорта в городе Москве являются:

- 1) обеспечение «ФШМ» одного доступа всех категорий и групп жителей города Москвы к занятиям физической культурой и спортом;
- 2) повышение престижа города Москвы как спортивной столицы Российской Федерации;
- 3) создание благоприятных условий для деятельности физкультурно-спортивных организаций;
- 4) пропаганда здорового образа жизни.

Основными направлениями развития физической культуры и спорта в городе Москве являются:

- 1) развитие детско-юношеского, молодежного, в том числе студенческого, массового спорта, спорта высших достижений и профессионального спорта;
- 2) физическое воспитание детей и молодежи в образовательных учреждениях города Москвы;
- 3) организация государственной поддержки в области физической культуры и спорта;
- 4) развитие физической культуры и спорта инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее - адаптивная физическая культура и адаптивный спорт), других групп жителей города Москвы, нуждающихся в повышенной социальной защите;
- 5) развитие спортивной инфраструктуры с учетом соблюдения требований по обеспечению беспрепятственного доступа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья к объектам спорта;
- 6) организация и проведение официальных физкультурных и спортивных мероприятий;
- 7) профессиональная подготовка, переподготовка и повышение квалификации специалистов в области физической культуры и спорта;
- 8) противодействие применению запрещенных в спорте средств (допинга) и (или) методов (далее - допинговые средства и (или) методы);
- 9) популяризация физической культуры и спорта;
- 10) развитие медицинского обеспечения физической культуры и спорта;
- 11) совершенствование правовых основ физической культуры и спорта;
- 12) стандартизация оказываемых в городе Москве физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг, содействие развитию систем добровольной сертификации в области физической культуры и спорта.

Применительно к крупным учреждениям и предприятиям, акционерным обществам в области спорта города Москвы можно говорить о двух кругах PR: внешнем и внутреннем. Задача внутреннего круга — гармония внутри производственного коллектива, предотвращение трудовых конфликтов. Помочь в решении этой задачи на предприятии призваны многотиражная газета и заводское радио. Проблема

внешнего круга — это создание и поддержание имиджа предприятия в глазах общественности. Здесь многое зависит от ответственного за связь с прессой, который предоставляет материалы для печати (журналисты могут использовать их при подготовке репортажей, корреспонденции, статей), отвечает на запросы средств массовой информации, следит за сообщениями печати, радио и телевидения, принимая меры к исправлению ошибок или выступая с опровержением. И редактор многотиражки и ответственный за связь с прессой в идеале должны работать под руководством заместителя генерального директора по общественным связям.

Вначале закладывается фундамент: определяются конкретные задачи, пока, наконец, не будет достигнут конечный результат — цельный коммуникативный образ, дающий полное представление об общественном лице фирмы и всех ее возможностях. В соответствии с такой трактовкой можно построить шести - ступенчатую стратегию

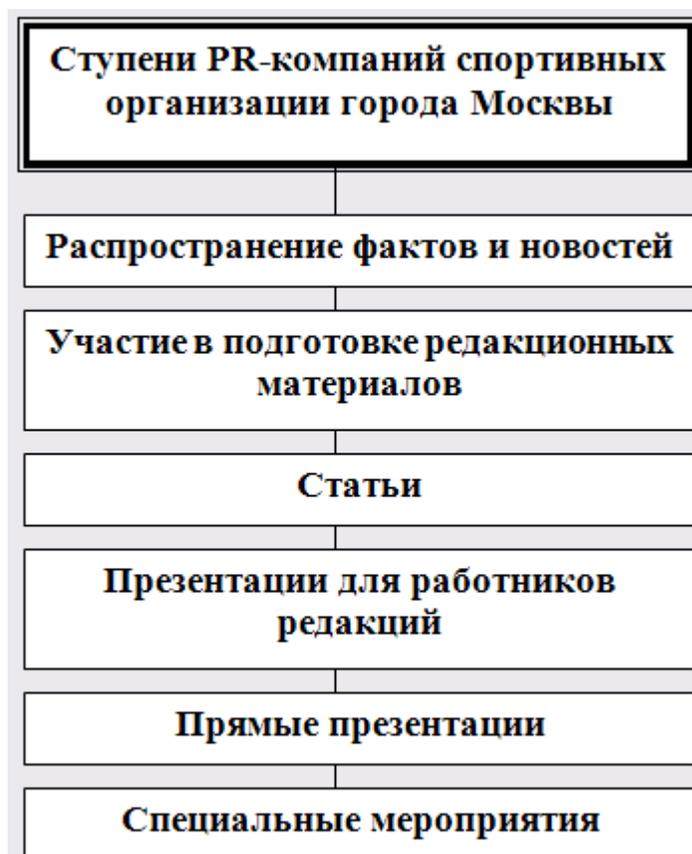


Рисунок 2. Основные ступени PR-компаний, осуществляемых спортивными организациями города Москвы

Ступень 1. Распространение фактов и новостей.

Постоянный поток пресс-релизов, содержащих информацию о товарах, их новых моделях, новых производственных процессах, расширении службы сбыта и т.д., распространяемых в границах всего рынка, — это своего рода пульс фирмы, свидетельство того, что она растет и развивается в ногу со временем. Пресс-релизы поступают в редакции. Там начинают узнавать материалы фирмы, привыкают к их стилю, оценивают качество — так зарождается благожелательное представление о правдивости руководителей фирмы, которое может перерасти в доверие и, в конце концов, в уважение. А это особенно важно с точки зрения восприятия более тонких и искусных методов организации общественного мнения, которые предстоит применить на последующих этапах.

Ступень 2. Участие в подготовке редакционных материалов.

Уже сам факт присутствия на рынке дает право на участие в подготовке обзорных статей, посвященных избранной сфере деятельности. Нужно только познакомиться с редакторами газет и проявить напористость. Поддерживая завязавшееся сотрудничество, можно добиться того, что редакции станут смотреть на представителей фирмы как на один из самых надежных и заслуживающих доверия источников информации.

Ступень 3. Статьи.

Статьи познакомят читателей с тем, как производить сравнительную оценку достоинств различных имеющихся на рынке товаров, помогут сформировать у рынка представление о компетентности, беспристрастности и честности фирмы. Описания случаев дадут возможность познакомить читателей с тем, как товар фирмы помог разрешить проблему. Публикации подобного рода — уникальный материал, который можно отпечатать отдельно повторным тиражом и распространять по всей территории рынка с помощью прямой почтовой рассылки, путем раздачи на выставках, презентациях, пресс-конференциях.

Ступень 4. Презентации для работников редакций.

В связи с созданием и запуском в производство новинки следует пригласить в фирму журналистов. Но презентация должна быть впечатляющей как по форме, так и по содержанию, иначе результаты окажутся неэффективными. Чтобы удовлетворить запросы представителей прессы и в целях экономии времени можно раздать заготовки статей, пресс-релизы, фотографии новых товаров.

Ступень 5. Прямые презентации.

Наконец, фирма вступает в непосредственный контакт с теми, кто оказывает влияние на принятие решений о закупках изделий. Важно определить реакцию потенциальных покупателей и внести необходимые коррективы в программу производства. По результатам прямой презентации может не появиться в прессе ни единого слова, но роль этой презентации весома, она — в убеждении приобрести товар "узкой", однако чрезвычайно ценной аудитории слушателей и зрителей — окажется огромной.

Ступень 6. Специальные мероприятия.

Когда полностью будут освоены и пройдены первые пять ступеней, единственным способом дальнейшего расширения контактов с ключевыми аудиториями рынка останется проведение специальных мероприятий, отвечающих интересам и запросам этих аудиторий: здесь и постоянно действующая экспозиция о последних достижениях фирмы, и участие в благотворительных акциях, и спонсорство. Наконец, исследование и оценка отношений на рынке. Последнее мероприятие не влияет на уровень сбыта товара, но зато помогает выработать более эффективные целевые установки и определить наиболее рациональные методы практической деятельности фирмы.

"Специалист по связям с общественностью должен уметь составлять информационные материалы в форме пресс-релиза (сообщение, содержащее новость — открытие выставки, представление нового продукта и т.д.), бэкграундера (текущая информация, например, о финансовых результатах работы фирмы), кейс-истории (рассказы об опыте решений проблем, свидетельства потребителей), факт-листа (сжатая характеристика события или должностного лица). Все эти документы, а также фотографии должны быть под рукой — в комплекте, называемом медиа-китом, или пресс-китом".

Пропагандистские материалы о фирме, ее товарах или услугах работники средств массовой информации могут готовить самостоятельно, используя пресс-релизы, годовые отчеты, материалы, полученные на пресс-конференциях или презентациях. И делать это, не взимая с фирмы какой-либо платы: в этом и есть особенность "паблик рилейшнз".

Управление физической культурой и спортом в городе Москве осуществляется Правительством Москвы, уполномоченным органом исполнительной власти города Москвы в области физической культуры и спорта и иными отраслевыми, функциональными и территориальными органами исполнительной власти города

Москвы в пределах полномочий, установленных нормативными правовыми актами города Москвы.

В ведомственном подчинении уполномоченного органа находятся государственные учреждения города Москвы (далее - учреждения) и государственные унитарные предприятия (далее - предприятия), осуществляющие деятельность в области физической культуры и спорта.

Учреждения и предприятия, указанные в части 2 настоящей статьи, в совокупности составляют городскую государственную систему физической культуры и спорта. Правительство Москвы определяет систему оплаты и стимулирования труда работников бюджетных учреждений городской государственной системы физической культуры и спорта.

Органы местного самоуправления внутригородских муниципальных образований в городе Москве участвуют в реализации государственных полномочий в области физической культуры и спорта в пределах полномочий города Москвы, переданных им законами города Москвы.

Обеспечение основных направлений развития физической культуры и спорта в городе Москве осуществляется путем утверждения и реализации городских программ развития физической культуры и спорта в городе Москве. Официальные городские физкультурные и спортивные мероприятия проводятся в соответствии с Единым календарным планом физкультурных и спортивных мероприятий города Москвы.

Единый календарный план физкультурных и спортивных мероприятий города Москвы формируется и утверждается уполномоченным органом до начала соответствующего календарного года по предложениям физкультурно-спортивных организаций.

Официальные городские физкультурные мероприятия и спортивные соревнования организуются и проводятся в соответствии с положениями (регламентами), утверждаемыми их организаторами.

Порядок утверждения положений (регламентов) об официальных городских физкультурных мероприятиях и спортивных соревнованиях, требования к их содержанию устанавливаются уполномоченным органом.

Статус и наименование чемпионата, кубка или первенства города Москвы могут иметь только официальные городские спортивные соревнования.

Порядок привлечения спортивных волонтеров к организации и проведению официальных городских физкультурных и спортивных мероприятий определяется Правительством Москвы.

Перечень межрегиональных, всероссийских и международных физкультурных и спортивных мероприятий, а также значимых массовых спортивно-зрелищных мероприятий, участие в организации и проведении которых принимают органы исполнительной власти города Москвы, ежегодно утверждается Мэром Москвы по предложению уполномоченного органа.

- 1.

Особенности управления спортивными организациями

Важной задачей управления спортивной организацией является определение ее политики деятельности. Это совокупность всех нормативных требований и способов их осуществления.

Нормативные требования к управлению включают:

- принципы предпринимательской деятельности;
- основные цели, объекты, сферы деятельности;
- требования к ее организации.

Основные принципы предпринимательской деятельности:

- четкое представление смысла предпринимательской деятельности;
- отношение менеджеров к участникам предпринимательской деятельности (например, готовность нести ответственность за работников организации)
- отношение к окружающей среде
- восприимчивость к НТП;

- готовность к риску.

Физическая культура и спорт являются одними из основных видов деятельности в современном обществе, проникшими во все сферы общественной жизни и все круги общественной жизни. Они включают в себя занятия различными физическими упражнениями, спортом в учебных заведениях, на производстве, по месту жительства, в местах отдыха и т.д. Руководители спортивных организаций, приводя в исполнение планы, организовывая, контролируя, продвигая, руководя, а также, исполняя другие свои функции, используют человеческие и финансовые ресурсы, реализуют цели спортивных организаций в процессе своей деятельности. Для достижения спортивно-воспитательной цели, тренировки спортсменов высшего уровня, улучшения физического состояния нации в целом, достижения отличных результатов в спортивной деятельности нельзя отходить от научного менеджмента физической культуры.

Научный менеджмент физической культуры - основные законы и научные методы проведения систематической исследовательской деятельности, направленной на изучение менеджмента физической культуры. Это одна из ветвей научного менеджмента, которая обладает качествами, как присущими обычному менеджменту, так и своими отличительными особенностями.

Научный менеджмент физической культуры - это комплексная наука. Менеджмент физической культуры опирается на другие системы знаний, основывается, развивается и регулируется с помощью: философии, физической культуры, маркетинга, математики, социологии, экономики, психологии, правоведения и других наук, что в комплексе позволяет обогатить и усовершенствовать знания о здоровом развитии человеческого организма.

Научный менеджмент физической культуры представляет собой сочетание науки и искусства. Он является наукой, т. к. имеет *признаки, характерные для науки*, а именно:

- объективность. Подчиняется правилу объективного отображения результатов исследований менеджерской деятельности при проведении спортивных мероприятий;

- *практичность*. Все теоретические знания в этой области проверяются на практике. Более того, целью менеджмента физической культуры является именно выявление практической пользы;

- *теоретическая систематичность*. На данный момент, менеджмент физической культуры представляет собой теоретическую систему, каждая из частей которой тесно взаимосвязана с остальными, а все они вместе складываются в логическую систему;

- *достоверность*. Основы и методы менеджмента физической культуры чисто практические и проверяются непосредственно на практике, после чего полученным результатам дается объективная оценка, и используются лишь достоверные данные.

Для достижения желаемых результатов в менеджменте физической культуры управляющий должен не только организовывать тренировки, гибко сочетать практические и теоретические знания, но и успешно исполнять организаторскую функцию. Лишь в этом случае он сможет с легкостью справиться с запутанной и постоянно меняющейся обстановкой.

Научный менеджмент физической культуры - это неточная наука. Те науки, при проведении в области которых экспериментов, в заданных условиях получается ожидаемый результат, называются точными, например, математика, химия, физика и др. Но с менеджментом физической культуры дело обстоит не совсем так: при одних и тех же условиях и вложении одинакового количества средств, результаты могут быть различными. Во многом это обуславливается влиянием факторов менеджмента физической культуры на конечный результат, так как многие факторы - непредсказуемы (например, курс государственной политики, обстановка в обществе, природная среда, соперники, фактор человеческой психологии, способы управления, организационная культура и др.), и каждый из них очень расплывчат, результат их неясен заранее.

В качестве примера можно привести чемпионат мира по футболу. Мы можем лишь примерно прогнозировать итог соревнования, основываясь на том, какая из команд является сильнее, а какая слабее, но не можем быть уверены ни в исходе отдельных матчей, ни в результате чемпионата в целом.

Система менеджмента физической культуры и спорта состоит из его цели, функций, субъекта, объекта, методов, и среды. Управляющие в сфере спортивного менеджмента делятся на управляющих высшего, среднего и базового уровней; а также на функциональных и общих менеджеров. Управляющие в сфере спорта должны иметь высокие идеологические и политические убеждения, глубокие знания, отличное знание психологии и выдающиеся способности.

Система менеджмента спорта - это устройство аппарата менеджмента физической культуры и спорта и совокупность спортивных управленческих учреждений.

Глава 2. Анализ деятельности и управления спортивной организацией на примере футбольного клуба "ФШМ"

2.1. Общая характеристика и история становления спортивной организации

«ФШМ» - Государственное бюджетное учреждение города Москвы Футбольный клуб «ФШМ» Департамента спорта и туризма города Москвы (*ГБУ ФК «ФШМ» Москомспорта*) — российская футбольная школа из Москвы выступающая в третьем дивизионе Москвы.

В 1954 году Всесоюзный комитет по делам физической культуры и спорта и Всесоюзный центральный совет профессиональных союзов по инициативе Секции футбола СССР приняли решение организовать Футбольные школы молодёжи (ФШМ) в Москве, Ленинграде, Минске, Тбилиси и Киеве. Планировалось, что школы будут воспитывать молодых футболистов высокого уровня с целью поднять уровень советского футбола. Основу московской ФШМ составили 29 игроков юношеской сборной Москвы, а возглавил её известный футболист и тренер Константин Бесков. В 1955 году школу пополнили 61 человек, отобранных в результате просмотра около 4 тысяч юных футболистов. В 1956 году ФШМ впервые приняла участие в первенстве Москвы, выставив пять команд двух возрастов. В первый год команды школы выступили посредственно, но в дальнейшем стали вошли в число лидеров столичного юношеского футбола. Так, команда юношей 1943 года рождения выигрывала чемпионат Москвы по меньшей мере три года подряд, с 1957 по 1959 год, а команда 1944 года рождения была победителем столичного первенства в 1958 и 1959 годах. К 1960 году число занимающихся выросло до 110 человек.

В 1960 году руководство советской Федерации футбола решило закрыть ФШМ, планируя создать аналогичные школы при командах мастеров. Родители занимающихся в московской ФШМ написали письмо в газету «Советская Россия», в

котором выступили против её закрытия. В результате федерация сохранила школу, хотя и сократило её финансирование. В 1964 году московская ФШМ была передана в административное подчинение властям города Москвы, что привело к прекращению финансирования из бюджета СССР, осложнившее работу школы. В 1970-х годах при ФШМ создан интернат для молодых футболистов из других регионов страны.

В 1979 году при ФШМ образована своя команда для участия в соревнованиях среди мастеров (профессионалов) во второй лиге первенства СССР. С тех пор команда школы практически постоянно играет в первенстве СССР, а затем России среди мастеров/профессионалов. В 1987 году Футбольная школа молодёжи была переименована в Экспериментальную школу высшего спортивного мастерства (ЭШВСМ). В 1990 году на базе школы образован футбольный клуб «Звезда», в 1992 году получивший название ТРАСКО. 3 февраля 2009 года ФШМ «Торпедо» преобразовано в Специализированную детско-юношескую спортивную школу олимпийского резерва (СДЮСШОР) «Юность Москвы-ФШМ», структурное подразделение Государственного бюджетного образовательного учреждения дополнительного образования детей спортивной направленности (ГБОУ ДОД СШ) Физкультурно-спортивного объединения (ФСО) «Юность Москвы» Москомспорта

История названий клуба

- 1954—1984 — Футбольная школа молодёжи (ФШМ).
- 1985—1986 — Спортивный клуб Футбольной школы молодёжи (СК ФШМ).
- 1987—1989 — Спортивный клуб Экспериментальной школы высшего спортивного мастерства (СК ЭШВСМ).
- 1990—1991 — «Звезда».
- 1992—1998 — ТРАСКО.
- 1999—2009 — ФШМ «Торпедо».
- 2009—2013 — «Юность Москвы» — ФШМ.
- с 2013 года — ФК ФШМ

27 февраля 2013 года в Единый государственный реестр юридических лиц внесена запись о государственной регистрации изменений, вносимых в учредительные документы юридического лица Государственное бюджетное учреждение города Москвы Футбольный клуб «ФШМ» Департамента физической культуры и спорта города Москвы (сокращенное наименование — ГБУ ФК «ФШМ» Москомспорта.

2.2. Организационная структура управления деятельностью ФК «ФШМ»

Ключевыми образованиями структур управления футбольного клуба Спартак являются элементы, связи (отношения), уровни и полномочия. Элементами организационной структуры управления могут быть как отдельные работники (руководители, специалисты, служащие), так и службы либо органы аппарата управления или структурного подразделения, в которых занято то или иное количество специалистов, выполняющих определенные функциональные обязанности. Существует два направления специализации элементов организационной структуры управления футбольного клуба. Первое, в зависимости от состава структурных подразделений вычлняются звенья структуры управления, осуществляющие маркетинг и менеджмент организации футбольного клуба, научно-техническое и научно-методическое обеспечение процесса подготовки футболистов, материально-техническое обеспечение и т.п. Второе, исходя из характера общих функций, выполняемых в процессе управления футбольным клубом, формируются органы, занимающиеся планированием, организацией учебно-тренировочной и соревновательной деятельности, управления производственной и коммерческой деятельностью, контролирующие процессы правовой защиты, охранной деятельности, перспективного развития и пр.

Отношения между элементами структуры управления поддерживаются благодаря связям, которые принято подразделять на горизонтальные и вертикальные. Первые носят характер согласования и являются одноуровневыми. Вторые - это отношения подчинения. Необходимость в них возникает при иерархичности построения системы управления, то есть при наличии различных уровней управления, на каждом из которых преследуются свои цели. При двухуровневой структуре создаются верхние звенья управления (администрация футбольного клуба) и низовые звенья управления (менеджеры, непосредственно руководящие персоналом).

Структурные образования управления футбольным клубом ФШМ имеют тесную внутреннюю взаимосвязь. Линейная система иерархии в производственном процессе (учебно-тренировочная и соревновательная деятельность) не обеспечивает оптимальной эффективности процесса управления вследствие отсутствия четких границ между сферами полномочий управленцев различных

уровней, которые напрямую не подчинены друг другу. В этом случае, возрастает роль директора футбольного клуба как координатора и непосредственного управленца оперативными процессами учебно-тренировочной работы и соревновательной деятельности.

Рисунок 2.2. Функциональные взаимосвязи в системе управления футбольным клубом ФШМ

Рисунок 2.3. Обобщенная система управления футбольным клубом ФШМ

В наиболее общем виде управление может быть определено как упорядочение системы, т.е. приведение ее в соответствие с объективной закономерностью, действующей в данной сфере – профессиональном футболе.

Рисунок 2.4. Иерархическая система управления футбольным клубом

Важной стороной процессов управления сложными динамическими системами является принцип обратной связи, согласно которому успешное управление может осуществляться только в том случае, если администрация футбольного клуба (управляющий объект) будет получать информацию об эффекте, достигнутом тем или иным его действием на структурные подразделения и службы футбольного клуба (управляемый объект).

2.3. Направления совершенствования деятельности спортивного клуба

Для дальнейшей разработки и усовершенствованием нужно обеспечить подход, при котором на первый план выдвинуты конкретные цели и соответствующие их достижению педагогические и производственные процессы, протекающие в системе при реализации задач управления.

Целью управления процессом функционирования футбольного клуба ФШМ является оптимизация поведения персонала, управленцев различного уровня и специализации, целесообразное развитие их профессиональных качеств, обеспечивающее оптимальное функционирование производственной деятельности.

Объектом управления в процессе функционирования футбольного клуба является кадровый состав персонала футбольного клуба, включая управленцев

(менеджеров) различного уровня и производственной специализации, которые являются следствием применяющихся средств и методов управления, всего комплекса воздействий в системе производственной деятельности футбольного клуба.

Управление футбольным клубом осуществляется администрацией (президент и профильные директора футбольного клуба) и предусматривает три группы операций:

- сбор информации о состоянии производственной деятельности футбольного клуба – процессе многолетней подготовки футболистов, эффективности соревновательной деятельности футболистов и команд, материально-техническом обеспечении учебно-тренировочной и соревновательной деятельности, правовом обеспечении и юридическом сопровождении деятельности футбольного клуба;
- анализ этой информации на основе сопоставления фактических и заданных параметров, разработка путей планирования и коррекции характеристик производственной деятельности футбольного клуба в направлении, обеспечивающем достижение заданного эффекта – функционирования рациональной системы подготовки и успешной соревновательной деятельности спортсменов футбольного клуба;
- принятие и реализация решений путем разработки и внедрения целей и задач, планов и программ, средств и методов, обеспечивающих достижение заданного эффекта производственной деятельности футбольного клуба.

Учет и контроль являются завершающими функциями в управленческом цикле футбольного клуба. Основной характеристикой учета являются получение, обработка, систематизация и анализ информации, отражающей процесс деятельности организации. Цель учета – создание и накопление баз данных для принятия оптимальных управленческих решений. Контроль как функция управления используется для определения и оценки эффективности процесса функционирования футбольного клуба, степени достижения поставленной цели или планового задания.

Заключение

Предпринимательская деятельность в сфере спортивно-оздоровительных услуг является новым направлением в экономике и здравоохранении России и вследствие этого данная отрасль недостаточно развита.

На эффективность управления футбольным клубом оказывают влияние следующие факторы:

1) эмоциональная уравновешенность администрации и персонала, устойчивость структуры поведения, что создает оптимальный психологический климат, способствует формированию у персонала чувства уверенности в себе и позволяет формировать перспективные цели и задачи. Неустойчивая структура поведения управленцев футбольного клуба заставляет персонал все время менять стереотипы поведения, что приводит к излишней напряженности и снижает эффективность работы;

2) адекватность социально-психологических установок управленца по отношению к подчиненным, что способствует объективной оценке их профессиональных и личностных качеств. Неадекватность установок руководителя приводит к необъективной оценке деятельности персонала футбольного клуба и снижает эффективность работы.

3) соответствие стиля руководства уровню организации персонала футбольного клуба. Персонал с высоким уровнем сознательности и организованности лучше воспринимает демократический тип руководства. Для слабо организованного персонала лучше подходит стиль управления близкий по характеристикам к авторитарному.

Перспективы дальнейших исследований базируются на необходимости углубленного изучения организационной структуры управления футбольным клубом с целью дальнейшего совершенствования учебно-тренировочной работы и достижения высоких спортивных результатов.

Список использованной литературы

1. Алексеев, С.В. Спортивный менеджмент. Регулирование организации и проведения физкультурных и спортивных мероприятий: Учебник. / С.В. Алексеев. — М.: Советский спорт, 2015. — 687 с.

2. Алексеев, С.В. Спортивный менеджмент. Регулирование организации и проведения физкультурных и спортивных мероприятий: Учебник. / С.В. Алексеев. — М.: ЮНИТИ, 2016. — 687 с.
3. Алексеев, С.В. Спортивный менеджмент. Регулирование организации и проведения физкультурных и спортивных мероприятий. Учебник. / С.В. Алексеев. — М.: Советский спорт, 2015. — 687 с.
4. Анализ эффективности использования рабочей силы / Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учебное пособие / Под общ. Ред. Л.Л. Ермолович Мн. - 2014. - 465 с. - ISBN 5-188-04022-2.
5. Ансофф, И. Стратегическое управление [Текст]: учебное пособие Сокр. пер. англ. / И.Ансофф - М. : Экономика, 2013. - 519 с. - ISBN 978-5-238-02321-5.
6. Анцупов, А.Я. Социально-психологическая оценка персонала: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Управление персоналом», «Менеджмент организации», «Психология» / А.Я. Анцупов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. — 391 с.
7. Басовский, Л. Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст]: учебное пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 366 с. - ISBN 978-5-390-00143-3.
8. Бланк, И.А. Менеджмент [Текст]: учебный курс / И.А. Бланк. Киев: Ника-Центр Эльга, 2015. — 680 с. - ISBN 5-9487-00899-2.
9. Вдовин, С.М. Система менеджмента качества организации: Учебное пособие / С.М. Вдовин, Т.А. Салимова, Л.И. Бирюкова. — М.: ИНФРА-М, 2012. — 299 с.
10. Веснин В.Р. Основы менеджмента. — М.: Проспект, 2016. — 320 с.
11. Воловская, Н.М. Экономика и социология труда [Текст]: учебное пособие / Н.М. Воловская. — М.: ИНФРА-М, 2014.- 204 с. - ISBN 978-5-9273-1527-7
12. Десслер, Гари. Управление персоналом [Текст]: учебное пособие / под ред. Р.И. Шленова. — М.: Издательство «БИНОМ», 2014. — 432 с.
13. Дьякова О.В. Разработка системы показателей оценки эффективности управления // Научное обозрение. — 2013. — № 2. — С. 284 — 291.
14. Евграфова Л.Е. Факторы, влияющие на эффективность менеджмента компании // Актуальные вопросы экономических наук. — 2013. — № 35. — С. 153 — 158.
15. Егоршин, А.П. Управление персоналом [Текст]: учебное пособие / А.П. Егоршин. - Н. Новгород: НИМБ, 2014. - 720 с. - ISBN 5-9487-00899-2.
16. Ермасова, Н.Б. Риск-менеджмент организации: Учебно-практическое пособие / Н.Б. Ермасова. — М.: Дашков и К, 2013. — 380 с.
17. Ермасова, Н.Б. Риск-менеджмент организации: Учебно-практическое пособие / Н.Б. Ермасова. — М.: ИТК Дашков и К, 2014. — 380 с.

18. Зайцев, Н. Л. Экономика организации [Текст]: учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. / Н. Л. Зайцев. – М.: Издательство «Экзамен», 2014. – 624 с. – ISBN 978-5-390-00143-3.
19. Колосова, Р.П., Роцин С.Ю. Экономика труда: от НОТ к теории социально – трудовых отношений [Текст] / Р.П. Колосова, С.Ю. Роцин // ВМУ: сер.6.экономика. – 2014.- №6.- С. 12-14 – ISBN 978-5-9273-1527-7
20. Лукичева, Л.И. Менеджмент организации: теория и практика: Учебник для бакалавров / Л.И. Лукичева, Е.В. Егорычева; Под ред. Ю.П. Анискин. — М.: Омега-Л, 2012. — 488 с.
21. Мамаева, Л.Н. Менеджмент организации. Введение в специальность / Л.Н. Мамаева. — М.: КноРус, 2013. — 232 с.
22. Махмутова, А. Непрерывное образование и качество трудовой жизни молодежи [Текст] / А. Махмутова // Человек и труд. — 2014. — № 1. — С. 53-55 – ISBN 978-5-390-00143-3.
23. Менеджмент организации: учебное пособие / Под ред. З.М. Румянцевой. — М.: ИНФРА-М, 2015. — 432 с.
24. Мордовин, С.К. Управление человеческими ресурсами: модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 16 [Текст]: учебное пособие / С.К.Мордовин. — М.: ИНФРА-М, 2013. — 360 с. – ISBN 978-5-238-02321-5.
25. Московская, П.М. Возьмите управление персоналом в свои руки [Текст] / П.М. Московская // Управление персоналом. — №3. — 2014.- С.42-43. — ISBN 455-5-480- 01323-3.
26. Назарова В.В., Бирюкова Д.С. Стоимостные методы оценки эффективности менеджмента компании // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. — 2014. — № 3. — С. 393 — 414.
27. Никулина, Н.Н. Финансовый менеджмент организации. Теория и практика: Учебное пособие / Н.Н. Никулина, Д.В. Суходоев, Эриашвили . — М.: ЮНИТИ, 2013. — 511 с.
28. Никулина, Н.Н. Финансовый менеджмент организации. Теория и практика. Учеб. пособие. Гриф УМЦ „Профессиональный учебник“. / Н.Н. Никулина, Д.В. Суходоев, Эриашвили. — М.: ЮНИТИ, 2013. — 511 с.
29. Никулина, Н.Н. Финансовый менеджмент страховой организации: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям (080105) «Финансы и кредит», (080109) «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / Н.Н. Никулина, С.В. Березина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. — 431 с.
30. Переверзин, И.И. Менеджмент спортивной организации. Учебное пособие. Гриф УМО. / И.И. Переверзин. — М.: Советский спорт, 2016. — 464 с.