

УДК 796.01:005

ББК 75.4

П 65

Рецензенты:

кандидат педагогических наук, доктор социологических наук, профессор,

Ю.А. Фомин (ФГБОУ ВО МГАФК)

кандидат педагогических наук, доцент Ю.Н. Юрьев (ОКР)

П 65 Починкин, А.В. Спортивный менеджмент как наука и руководство к практической деятельности: монография / А.В. Починкин, Т.Г. Фомиченко. – Малаховка: МГАФК, 2018. – 388 с.

ISBN 978-5-00063-030-3

Предлагаемая читателю монография не только дополняет труды других авторов, но и содержит принципиально новый материал, касающийся актуальных проблем современного спортивного менеджмента. В ней рассматриваются основы построения структуры современной спортивной организации, раскрывается содержание функций менеджмента, методов управления и руководства коллективом, особенности менеджмента в отдельных звеньях спортивного движения страны, менеджмент спортивного мероприятия, управленческие аспекты международного спортивного и олимпийского движений, инновационные направления спортивного менеджмента, а также многие другие вопросы, связанные с особенностями успешной деятельности спортивного менеджера и руководителя.

Монография адресована специалистам физической культуры и спорта, преподавателям, слушателям ФПК, аспирантам, студентам высших и средних физкультурных учебных заведений, а также тем читателям, кому интересны вопросы и проблемы спортивного менеджмента.

УДК 796.01:005

ББК 75.4

*Утверждено на заседании научно-методического совета МГАФК
в качестве монографии*

ISBN 978-5-00063-030-3

© Починкин А.В., Фомиченко Т.Г., 2018.

© ФГБОУ ВО «Московская государственная академия физической культуры», 2018.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	10
ГЛАВА I. ВВЕДЕНИЕ В МЕНЕДЖМЕНТ.....	12
1.1. Определение менеджмента.....	12
1.2. Специфика управленческого труда.....	13
1.3. Развитие управления, школы и подходы менеджмента.....	17
1.3.1. Школы управления.....	18
1.3.2. Вклад различных школ в науку управления	23
1.3.3. Современные концепции и подходы управления.....	23
1.4. Научный подход в управлении.....	25
1.5. Становление и современное состояние системы подготовки спортивных менеджеров в России.....	26
ГЛАВА II. СПОРТИВНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ОБЪЕКТ МЕНЕДЖМЕНТА.....	30
2.1. Понятие организация.....	30
2.2. Менеджер в спортивной организации.....	37
2.2.1. Профессиональные стандарты руководителя физкультурно- спортивной организации, тренера и спортсмена.....	40
2.3. Взаимодействие человека и организации.....	44
2.4. Классификация организаций системы физической культуры и спорта.....	45
ГЛАВА III. МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ.....	53
3.1. Определение и классификация методов управления.....	53
3.2. Социально-психологические методы управления.....	53
3.2.1. Конфликт как поле деятельности спортивного менеджера.....	55
3.3. Организационно-распорядительные методы управления.....	57
3.4. Правовые методы управления.....	58
3.5. Экономические методы управления.....	58
3.5.1. Управленческое обследование спортивной организации.....	59
3.5.2. Финансовый анализ деятельности спортивной организации.....	59
3.6. Основные методы изучения конкурентоспособности и качества услуг спортивной организации.....	62
3.6.1. SWOT-анализ сильных и слабых сторон, появляющихся возможностей и угроз для спортивной фирмы.....	63
3.6.2. Изучение конкурентов в спортивном бизнесе при помощи концепции «4Р».....	64
3.6.3. Методы определения качества услуг спортивных организаций.....	64
3.7. Методология выбора методов управления.....	65
ГЛАВА IV. ФУНКЦИИ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА.....	67

4.1. Планирование как функция менеджмента.....	67
4.1.1. Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года.....	67
4.1.2. Программно-целевое планирование в сфере физической культуры и спорта.....	71
4.1.2.1. Важнейшие целевые показатели и индикаторы Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта на 2016-2020 гг.».....	75
4.1.3. Стратегическое планирование деятельности спортивной организации.....	76
4.1.4. Бизнес планирование в спортивном менеджменте.....	82
4.1.5. Методика составления плана спортивной работы (календаря).....	88
4.1.6. Индивидуальное перспективное планирование подготовки спортсмена.....	89
4.1.7. Принципы отбора кандидатов в состав сборных команд России для участия в международных соревнованиях и Олимпийских играх.....	89
4.2. Организация как функция управления.....	91
4.2.1. Варианты организационных структур.....	93
4.2.2. Взаимоотношение управленческих полномочий.....	96
4.2.3. Штабные полномочия.....	97
4.2.4. Организация работы с персоналом в спортивных организациях.....	99
4.3. Мотивация как функция управления.....	101
4.3.1. Содержательные теории мотивации.....	104
4.3.2. Процессуальные теории мотивации.....	105
4.3.3. Современная практика повышения мотивации персонала.....	107
4.3.4. Мотивация профессиональных спортсменов.....	111
4.3.4.1. Мотивация спортсменов-участников Олимпийских игр.....	111
4.3.4.2. Мотивация спортсменов-участников коммерческих международных соревнований.....	114
4.4. Контроль как функция менеджмента.....	115
4.4.1. Общая характеристика процесса контроля.....	116
4.4.2. Виды контроля.....	119
4.4.3. Требования к контролю.....	122
4.4.4. Критерии качества спортивных товаров и услуг.....	122
4.4.5. Система контроля в сфере физической культуры и спорта на государственном уровне.....	122
4.4.6. Основные формы отчета спортивных организаций.....	125
ГЛАВА V. ТЕХНОЛОГИЯ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА.....	132

5.1. Управленческое решение - центральное звено менеджмента.....	132
5.1.1. Классификация управленческих решений.....	132
5.1.2. Технология принятия рационального решения.....	134
5.1.3. Особенности принятия и реализации управленческого решения.....	136
5.1.4. Моделирование как подход науки управления к принятию решений.....	137
5.1.5. Модельные характеристики спортсменов как ориентиры работы тренера.....	138
5.2. Коммуникации в спортивных организациях.....	140
5.2.1. Интернет как современное средство коммуникаций в сфере спортивного менеджмента.....	144
5.2.2. Организация магазина спортивной продукции в сети интернет.....	145
5.2.3. Правовые основы, режим налогообложения, предпочитаемые организационно-правовые формы дистанционной торговли.....	148
5.3. Реклама в спорте.....	149
5.3.1. Реклама спортивных соревнований.....	153
5.4. Технологии паблик рилейшнз в пропаганде физической культуры и спорта.....	154
5.4.1. Основные направления паблик рилейшнз в олимпийском спорте.....	157
5.4.2. Основные направления паблик рилейшнз в профессиональном спорте.....	159
5.4.3. Маркетинговые коммуникации профессиональных клубов футбольной Премьер-лиги России.....	160
5.5. Антикризисное управление спортивной коммерческой организацией в условиях общенационального кризиса.....	162
5.6. Содержание делопроизводства в деятельности спортивной организации.....	166
5.7. Кадровый менеджмент.....	169
ГЛАВА VI. ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В ОТДЕЛЬНЫХ ЗВЕНЬЯХ СПОРТИВНОГО ДВИЖЕНИЯ СТРАНЫ.....	172
6.1. Становление современной системы управления физической культурой и спортом после распада СССР.....	172
6.2. Современная система управления физической культурой и спортом в Российской Федерации.....	174
6.2.1. Характеристика отдельных подсистем отрасли.....	175
6.3. Менеджмент в системе спортивных государственных организаций.....	177
6.3.1. Менеджмент в государственных спортивных организациях на	

федеральном уровне.....	177
6.3.2. Функции Министерства спорта РФ	182
6.4. Менеджмент в государственных спортивных организациях на региональном уровне.....	187
6.4.1. Менеджмент физической культуры и спорта на региональном уровне в России.....	187
6.4.2. Полномочия органов исполнительной власти в области физической культуры и спорта субъектов Российской Федерации..	191
6.5. Менеджмент физической культуры и спорта на муниципальном уровне.....	193
6.5.1. Экспериментальные аспекты спортивного менеджмента на государственном уровне в регионах и муниципалитетах России.....	197
6.6. Менеджмент в общественных спортивных организациях.....	200
6.6.1. Особенности менеджмента ОКР.....	200
6.6.1.1. Роль ОКР в организации подготовки и участия российских спортсменов в Олимпийских играх.....	207
6.6.1.2. Деятельность ОКР по решению уставных задач, не связанных с участием сборных команд России в Олимпийских играх.....	209
6.6.2. Особенности менеджмента в общероссийских спортивных федерациях по видам спорта.....	211
6.6.3. Особенности менеджмента студенческого спорта.....	219
6.6.4. Особенности менеджмента национальных и неолимпийских видов спорта России.....	222
6.6.5. Особенности менеджмента ДОСААФ.....	225
6.6.6. Менеджмент спортивных клубов.....	227
6.7. Менеджмент коммерческих спортивных организаций.....	234
6.7.1. Основные направления деятельности спортивных коммерческих организаций.....	235
6.7.2. Менеджмент фитнес клубов.....	236
6.7.3. Особенности менеджмента фитнес клубов в условиях экономических кризисов.....	246
6.8. Менеджмент профессионального спорта.....	249
6.8.1. Участие легионеров в российском профессиональном спорте.	255
6.8.2. Управление организационно-финансовой деятельностью субъекта российского профессионального спорта.....	258
6.8.3. Особенности корпоративного управления в российском профессиональном спорте.....	261
ГЛАВА VII. МЕНЕДЖМЕНТ ПОДГОТОВКИ СПОРТИВНОГО РЕЗЕРВА.....	264

7.1. Зарождение, становление и развитие отечественной системы подготовки спортивного резерва.....	264
7.2. СДЮСШОР и УОР как основные субъекты подготовки спортивного резерва.....	266
7.3. Федеральные стандарты спортивной подготовки.....	268
7.4. Модернизация существующей системы подготовки спортивного резерва.....	269
7.5. Деятельность Федерального центра спортивного резерва.....	271
7.6. Планирование и учет работы в ДЮСШ.....	272
7.7. Организация деятельности ДЮСШ.....	273
7.8. Организация предпринимательской деятельности образовательных учреждений в сфере физической культуры.....	276
ГЛАВА VIII. МЕНЕДЖМЕНТ СПОРТИВНОГО МЕРОПРИЯТИЯ...	279
8.1. Классификация спортивных соревнований.....	279
8.2. Единый календарный план межрегиональных, всероссийских и международных физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий как основа менеджмента спортивных соревнований...	281
8.3. Организация спортивного мероприятия. Характеристика и последовательность основных управленческих действий.....	284
8.4. Менеджмент безопасности проведения спортивных соревнований.....	289
8.4.1. Правовые основы безопасности спортивных мероприятий в странах Европы	292
8.4.2. Правовые основы безопасности спортивных мероприятий в России	293
8.5. Методика составления положения по виду спорта.....	297
8.6. Коммерческий эффект крупных спортивных соревнований.....	298
8.7. Экономические основы менеджмента Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России.....	300
8.8. Управленческая деятельность Оргкомитета «Россия-2018».....	302
ГЛАВА IX. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕНЕДЖМЕНТА ПО ВНЕДРЕНИЮ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОГО КОМПЛЕКСА ГТО.....	303
9.1. Предыстория введения комплекса ГТО.....	303
9.2. Принципиальные отличия ГТО-2014.....	304
9.3. Экономический базис ГТО.....	306
9.4. Управление внедрением комплекса ГТО на федеральном уровне	307
9.4.1. Управление внедрением комплекса ГТО на региональном и муниципальном уровнях.....	311
9.4.2. Этапы внедрения комплекса ГТО.....	312

ГЛАВА X. УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕЖДУНАРОДНОГО СПОРТИВНОГО И ОЛИМПИЙСКОГО ДВИЖЕНИЙ.....	314
10.1. Организация международного спортивного движения.....	314
10.1.1. Борьба с применением допинга в международном спорте.....	319
10.1.2. Организация адаптивного спорта как части международного спортивного движения.....	320
10.1.3. Паралимпийские игры – как ядро инвалидного спорта.....	322
10.2. Классификация международных спортивных объединений.....	323
10.3. Особенности менеджмента в международных спортивных федерациях по видам спорта.....	325
10.4. Менеджмент международного спортивного соревнования... ..	329
10.5. Основные этапы и процедуры подготовки, организации и проведения Олимпийских и Паралимпийских игр Менеджмент международного спортивного соревнования.....	333
10.6. Участие представителей России в менеджменте международным спортивным движением.....	336
10.7. Коммерциализация как базис реформирования основ олимпийского спорта.....	338
10.8. Перспективы развития менеджмента мирового спорта, обусловленные коммерциализацией.....	342
10.9. Стратегический менеджмент мирового олимпийского спорта как инструмент решения проблем развития.....	344
10.9.1. Стратегическое развитие олимпийского спорта под руководством разных президентов МОК.....	344
ГЛАВА XI. ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА.....	352
11.1. Инновационные технологии организации спортивных соревнований.....	352
11.2. Спортивная аналитика.....	353
11.2.1. Зарождение профессии спортивного аналитика.....	353
11.2.2. Специфика профессии спортивного аналитика.....	355
11.2.3. Компетенции спортивного аналитика.....	356
11.3. Менеджмент молодежного спорта (на примере хоккея).....	357
11.4. Инновации зарубежного футбольного маркетинга.....	360
11.5. Спортивное агентирование.....	361
11.5.1. Основные направления деятельности и условия получения лицензии спортивного агента.....	363
11.5.2. Развитие спортивного агентирования в международном и российском футболе.....	365
11.5.3. Спортивное агентирование в российском хоккее.....	367

11.6. Брендирование спортивной организации.....	369
11.6.1.Формирование и продвижение бренда спортивной организации.....	371
11.6.2. Алгоритм создания спортивного бренда.....	372
10.6.3. Специфика спортивного брендинга.....	373
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	376
Глоссарий основных терминов, используемых в современном спортивном менеджменте.....	384