

3. USA swimming. URL: [usaswimming.org](http://usaswimming.org) (date of request: 11.10.2019).

## МЕНЕДЖМЕНТ У СПОРТІ

*Євдокимова І.С., викладач*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Спортивний менеджмент як управління всіма спортивними процесами в контексті викликів глобального розвитку цивілізації та інформаційного суспільства включає аналіз теоретико-методологічних основ становлення в контексті тих гуманістичних вимірів, що приділяють увагу аналізу поведінки спортсменів, їх потреб, мотивації, відносин в спортивному колективі, а також соціальних взаємовідносин і групових спортивних процесів.

Сфера спортивного менеджменту включає:

- 1) рух спортивних відносин;
- 2) концепцію спортивного менеджменту;
- 3) науковий біхевіоризм, що вивчає поведінку спортсменів.

Концепція спортивного менеджменту зводиться до концентрації на проблемах світу спорту та спортивної людини, яка реалізує свої сутнісні спортивні сили в умовах спортивного середовища.

Загальна мета спортивного менеджменту – у забезпеченні ефективного функціонування фізкультурно-спортивних організацій в сучасних ринкових умовах України. Задача спортивного менеджменту – пізнання закономірностей функціонування соціального розвитку фізкультурно-спортивних явищ в суспільстві і вироблення цілеспрямованого ефективного управління всіма спортивними процесами в умовах глобального розвитку цивілізації.

Менеджмент в спорті, як особливий вид професійної діяльності управлінців в спортивній галузі, виникає в результаті поділу та кооперації їх праці. Причиною появи спортивних менеджерів стала ринкова економіка, пред'явила особливі вимоги до менеджерів в умовах економічної конкуренції.

Менеджер зобов'язаний керувати працівниками або робочою групою, колективом, організаціями, які функціонують у сфері економіки. Як досить самостійна професійна діяльність, спортивний менеджмент спрямований на досягнення головних цілей фізкультурно-спортивної організації. Робить він це через раціональне використання інформаційних, трудових і матеріальних ресурсів. Про роботу менеджера судять не по тому, що він робить, а по тому, як він спонукає до роботи інших людей. Менеджер – це найманий керівник. Сергій Кущенко, Алекс Фергюссон або Стів Айзерман теж є найманими управлінцями. Управлінська діяльність – один з найважливіших факторів функціонування і розвитку спорту. Історично так склалося, що управлінням в спорті займалися тренери, інструктори, методисти. Вони часто поєднували навчально-виховну роботу тренера з процесами управління клубом, спортивним товариством, спортивною федерацією, хоча їх посадові інструкції не передбачали виконання ними таких обов'язків.

Спортивна організація має певну внутрішню структуру, засновану на специфіці того чи іншого виду спорту. У ній є управління, департаменти, відділи, групи, команди. Іншими словами, в спортивній організації існують різні види управлінської діяльності. Разом з ними з'являється структура взаємин і підпорядкованості. Це означає, що менеджери бувають різних рівнів, і завдання вони вирішують різні.

Спортивні менеджери поділяються на три основні групи:

- стратегічний рівень (topmanager) – керівники олімпійських комітетів, директора спорткомплексів, президенти спортивних ліг, клубів, федерацій та ін;
- тактичний рівень (middlemanager) – керівники підрозділів, управлінь, спортивних відділів, департаментів і т.д.;
- виконавчий рівень (entrymanager) – адміністратори, тренери, психологи, начальники команд, медичний персонал і т.п.

Основні функції менеджерів можна описати так:

- спортивні менеджери працюють в органах управління олімпійським рухом на різних рівнях;
- спортивні менеджери займаються управлінням спортивними заходами: чемпіонат міста, області, республіки, Чемпіонати світу та Європи, Олімпійські ігри;
- спортивні менеджери керують власними спортивними бізнес-проектами, комерційними турнірами, спортивними фестивалями, масовими змаганнями;
- спортивні менеджери займаються організацією команди, підбором персоналу і атлетів, розробкою квиткових програм і різних стратегій для організації, роботою з уболівальниками і зі стейкхолдерами у зовнішньому середовищі.

Щоб розвивати бізнес спорту шляхом утримання конкурентної переваги у своїй діяльності менеджер повинен вдаватися до адекватних стратегічних і оперативних змін, на засадах комплексного підходу до формування конкурентних переваг того чи іншого виду спортивної діяльності:

- 1) застосування комплексного, системного та інноваційного підходів до розвитку спортивної організації;
- 2) забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки та спортивного менеджменту;
- 3) застосування новітніх методів управління (функціонально-вартісний аналіз, моделювання і прогнозування, оптимізація і економічне обґрунтування спортивних рішень, програмно-цільове планування). Конкурентні переваги у світі спорту не є вічними, вони завойовуються та утримуються тільки завдяки постійному вдосконаленню свого виду спорту.

Мистецтво спортивного менеджменту як управління всіма спортивними процесами в контексті викликів глобалізації та інформаційного суспільства характеризується особливостями вміння того чи іншого спортивного менеджера застосовувати загальноприйняті управлінські принципи, методи, технологію управління у своїй конкретній управлінській діяльності.

### Література:

1. Спортивный менеджмент. URL: [kak-bog.ru/sportivnyy-menedzhment](http://kak-bog.ru/sportivnyy-menedzhment) (дата обращения: 17.10.2019).
2. Менеджмент спорта. URL: [orelgiet.ru/public/MENEDZhMENT\\_SPORТА](http://orelgiet.ru/public/MENEDZhMENT_SPORТА) (дата обращения: 17.10.2019).
3. Что такое «спортивный менеджмент»? URL: [sm.econ.msu.ru/about/education](http://sm.econ.msu.ru/about/education) (дата обращения: 17.10.2019).
4. MDPU Repository. URL: [eprints.mdpu.org.ua/id/eprint](http://eprints.mdpu.org.ua/id/eprint) (date of request: 17.10.2019).

## БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК В ПРОФЕСІЙНОМУ СПОРТІ

*Зайцев С.С.*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Цілком очевидним є той факт, що спорт сьогодні – це не тільки здоровий спосіб життя, а й великі гроші – величезні капіталовкладення, витончений маркетинг і сотні тисяч людей, залучені в індустрію спорту.

За визначенням, професійний спорт – це комерційно-спортивна діяльність, що передбачає економічну ефективність і високу інформаційно-розважальну цінність спортивно-видовищних заходів.

Кожна виграна гра – це багатомільйонні доходи від прав на рекламу і телемовлення, високий попит на квитки і, звичайно ж, збільшення «вартості» гравців. Чи можна враховувати людини як товарно-матеріальні запаси або обладнання? Якщо дотримуватися консервативних поглядів і слідувати морально-етичним нормам, то, звичайно, не можна. Але тоді як же бути мільйонними статками і витратами, які виникають в результаті діяльності команд? Чи не виникають же вони по чистій випадковості, і кожен знає, що всьому є своє пояснення. Перемогу в спорті визначають талант, кмітливість і вправність, і всі ці риси притаманні лише людині.

Темою оцінки людських ресурсів на даний момент зацікавлені багато видних теоретики бухгалтерського обліку. До того ж, з недавнього часу ряд досліджень по темі капіталізації людини зійшлися на думці, що «людина найбільш істотний актив і трудові ресурси найбільш значимий критерій конкурентної переваги підприємства» [1]. Проблема як теоретична, так і прикладна: людські ресурси можуть продаватися, а значить повинні мати вартісну оцінку. Іншими словами, найбільш суттєві розбіжності викликає наступне питання: чи є людські ресурси активами і чи можуть вони взагалі включатися в баланс підприємства. Але спочатку ми повинні розглянути, якими характеристиками повинен володіти об'єкт, щоб кваліфікуватися як актив. Відповідно за фундаментальними принципами бухгалтерського обліку, «активи – це контрольовані підприємством економічні ресурси, вартість яких може бути об'єктивно виміряна і використання яких ймовірно принесе в майбутньому прибуток» [2].