

# Въведение в спортния мениджмънт. Основни фактори за интензивното развитие на спорта и спортния мениджмънт в съвременното общество



I част

*Не живеем на остров, а в средата на модерно, разнообразно, дигитално общество. Ако искаме да поставим спорта в услуга на обществото, трябва да бъдем в непрестанен диалог с него, да си сътрудничим с това общество. Днешните общества се променят по-бързо от всякога и хората няма да чакат спортът да се промени.*

*Томас Бах Президент на МОК, 2014 г.*

# Основни фактори за интензивното развитие на спорта и спортния мениджмънт в съвременното общество

- Превръщането на спорта във важна социална сфера и икономически отрасъл, вследствие на растящите спортни нужди на хората и интензивно развитие на спортната индустрия.
- Развитието на потребителски ориентирана култура и влиянието на технологиите.
- Комерсализация и глобализация на спорта.
- Професионализация на съвременните сп. организации и въвеждане на пазарен стил на управление.
- Остра нужда от квалифицирани мениджърски кадри в различните сфери на спорта.
- Утвърждаване на спортния мениджър като професия в националния класификатор на професиите.
- Нарастващо финансиране на спорта от държавата, местните власти, фирмите, телевизиите и домакинствата.
- Потенциал за печалби и кариерно развитие в сферите на спортно-развлекателните услуги и на професионалния спорт.
- Нарастващ брой на нови дигитални медии и интернет, което води до ситуация на увеличено търсене за спортни програми и състезания.
- Новите социални медии и мобилните комуникационни технологии като нов тип среда и средство за социално общуване, в т.ч. за промотиране на спортното участие.
- Нарастващ брой на практикуваните нови спортове и свързаните с това възможности от предлагане на разнообразни услуги, състезания и спортни програми, вследствие на фактори като урбанизация, променящ се начин на живот, разполагаеми доходи, увеличено свободно време, продължителност на живота и др.

# Уникалните характеристики на спортния мениджмънт

- Спортните организации са едновременно производители и потребители на собствения си продукт.
- Наличие на спортни организации с различни цели и ориентация (задоволяване на социални потребности или правене на печалба) – предоставяне на услуги за членове, потребители и партньори; спечелване на състезания.
- Консерватизъм и относително трудно възприемане на нови технологии и иновации от страна на традиционните спортни организации.
- Необходимост от постигане на конкурентен баланс, нужда от сътрудничество при изграждане на таланти и солидарност при разпределение на приходите.
- Нужда от помиряване на дилемата м/у пазарна ориентация и агенти на социална промяна от страна на спортните организации.
- В повечето случаи пазарната размяна не се определя пряко от търсенето и предлагането, а от субективни решения на управителните органи на спортните организации и от самите привърженици.
- Спортът се радва на висока степен на потребителска лоялност спрямо определена марка спортен продукт (напр. отбор). За разлика от други бизнес ситуации поведението на потребителите не винаги се влияе от фактори като цена и качество, и няма да променят емоционалната си връзка с даден отбор/спортист, само защото е загубил няколко срещи.
- Ограниченост и сезонност на голяма част от предлаганите спортни услуги.

# Възможности за кариерна реализация в различните сектори на спортната индустрия

- Мениджъри на обществени спортни организации – клубове, федерации, асоциации
- Мениджъри на фитнес центрове и други частни спортни формирвания
- Мениджъри на професионални спортни клубове
- Мениджъри на спортни и развлекателни събития, вкл. комерсиални и шоу програми
- Мениджъри на професионални и аматьорски лиги
- Мениджъри (агенти) на спортисти, в т.ч. и в мениджърски агенции
- Мениджъри във фирми за спортни стоки
- Мениджъри в консултантски фирми в сферата на спортния мениджмънт и маркетинг
- Откриване на частен консултантски бизнес в сферата на спортния маркетинг и мениджмънта на спортни и развлекателни събития
- Мениджъри на спортни съоръжения
- Експерти в спортни дирекции и отдели

## МЕНИДЖМЪНТ – особености

- След промените у нас от края на 1989 г. и с навлизането на принципите на пазарната икономика, думата „мениджмънт” придоби масова популярност във всички сфери на държавната администрация, бизнеса и неправителствения сектор, вкл. и в спорта.
- Някои считат, че мениджмънтът се свързва основно с бизнес, правене на печалба, ефективност, пазарно мислене, прилагане на бизнес модели и логика в спорта или просто, че така е модерно.
- **НО...** социалната природа на спорта, трудно предвидимото човешко поведение, различните ценности, разбирания, интереси, властови отношения, субективните и силно индивидуални преживявания раждат много „нелогични” парадокси и предизвикателства, които не се срещат в други познати ни ситуации в бизнеса.
- Поради това, в много случаи буквално взети и приложени в спорта бизнес модели, стратегии и практики не работят, ако не бъдат пригодени към „нелогичните” ситуации, с които е изпълнена спортната практика.

## Дефиниране на мениджмънта

### Процес на социални взаимодействия, знания и способности:

- да се планира и използват интелигентно ресурсите за постигане на набелязаните цели;
- да се подбират, организират и координират възможно най-подходящите хора;
- да се контролират процеси и дейности;
- да се решават навреме възникнали проблеми;
- да се правят гъвкави промени и приспособяване към динамично променящи се социални, икономически, политически, технологични и конкурентни условия.



## МЕНИДЖМЪНТ – особености

- **Мениджмънтът** е свързан и със създаване и поддържане на подходящи условия (социална среда, правила, съоръжения, техническо осигуряване, мотивация, възможности, маркетинг) за участие в различни спортни и двигателни дейности, от които се раждат индивидуални и колективни ползи – отношения, умения, усъвършенстване, реализация, удовлетворение, признание, положителни преживявания.
- На различните нива и сфери на спорта, и в различните видове спортни организации, обемът и характерът на мениджмънта е различен, но същността на извършваните дейности е една – осъществяване на управление както над отделни хора и човешки групи, така и над материални и нематериални ресурси (легитимност, доверие, финанси, оборудване, екипировка, съоръжения, места, технологии, знания, информация, време) за постигане на **определени цели**.

## Традиционен срещу **мотивиращ** тип мениджмънт

- **Традиционният или технократичен** тип мениджмънт се разглежда като съвкупност от специализирани умения за прилагане на серия от универсални управленски принципи и методи, без оглед на спецификите на хората и комплексната обкръжаваща среда.
- Да управляваш в случая означава да вземаш решения, да разпределяш ресурси и да правиш прогнози и сметки.
- Следва идеологията на пазарните отношения чрез прилагане на бизнес модели и технологии.
  
- **Мотивиращият или въвличащ** тип мениджмънт е насочен към извличане на потенциала и енергията, която съществува естествено в хората.
- Този тип мениджмънт и съпътстващите го идеи и практики имат недвусмислена ориентация към развитието на хората и общностите, отчитайки културните различия и въздействието на социално-икономическите и политическите условия.
- Акцентът е върху това как начинът и стилът, по който управляваме, повлиява реалния живот на хората.



# Мениджмънта като информационен процес през призмата на системния анализ

## II част

*Огромният поток от информация ни помага точно толкова, колкото ни и вреди. Отговорността за това да си информиран правилно е наша, да калкулираш изкривяванията на източниците. Ако не успяваш да отсееш информацията, то трябва да се довериш на някой, който си проверявал многократно. Човек трябва да си проверява източниците, да засича информацията от повече от едно място. В днешно време информацията е оръжие, тя обаче е и средство за оцеляване.*

При мениджмънта на някакъв процес, бизнес, организация или събитие е необходимо да се определи:

- **Накъде** трябва да се върви / какво искаме да постигнем (определяне на цел/и);
- **Какво** трябва да се прави (планиране и вземане на решения);
- **Как** да се постигнат целите (избор на стратегия; създаване на подходяща структура за реализацията ѝ; отделяне на необходимите ресурси; създаване на условия, чрез подходяща организация и координиране на хора, действия, ресурси; осъществяване на наблюдение и контрол, за да сме сигурни, че няма отклонения от поставените цели);
- **Какво** да се очаква като краен резултат. Тези резултати могат да се различават от очакваните. Тогава трябва да се внесат поправки и в “накъде да се върви”, и в “какво да се прави”, и в “какво ще се получи”, за да постигнем поставените цели.

# Същност и приложение на **системния анализ**

- Мениджмънта се състои от всички онези действия, които се предприемат, за да се преодолее различието между настоящо и желано състояние – да се постигне определена **цел**.
- Базира се на способността за сдобиване, генериране, обработка и използване на информацията за постигане на целите.
- Всяка целенасочена дейност, каквато е и **управлението**, се състои от различни процеси, събития, решения, създаване на условия, ресурси и взаимодействия, които се реализират в определена последователност.
- От тази гледна точка управлението представлява процес, който се осъществява в определени **структури и специфична обкръжаваща среда**.
- Организираният порядък на елементите в една система дава нейния постоянен облик и се нарича **структура**.
- Целенасочената дейност, която се извършва в рамките на една структура се нарича **функция**. Между структура и функция има диалектичска връзка.
- Взаимодействия и протичане на информация по **права и обратна връзка** между субекта и обекта на управление.

## Връзката субект – обект на управление



*Взаимодействие и партньорство  
за постигане на целите и  
желаните резултати*

## Спортът през погледа на системния анализ

- Спортът, като система от социален тип, може да се сравни с организъм, съставен от взаимосвързани и взаимодействащи си елементи, която приема различни форми за постигане на целите и разчита на външната си среда, като източник на ресурси.
- За да има процес на управление в социалните системи, е необходимо да са налице следните условия:
  1. Да има поне два елемента в системата, т.е. субект и обект на управление. Чрез вземането на мениджърски решения субектът оказва целенасочено въздействие върху обекта, а той от своя страна проявява целенасочено изменение в поведението.
  2. Да съществува цел или проблемна ситуация – т.е. несъответствие между желаното и фактическото състояние.
  3. Да има алтернативи при формулиране на управленското решение (въздействието) за реализиране на поставената цел.
  4. Да съществуват критерии, по които може да се прецени, кое е най-подходящото решение в дадена ситуация за постигане на целта.

Когато възприемаме нещо като система, разграничаваме две ключови понятия:

- **Обект** следствие на чието съществуване и действия се появяват различни за решаване ситуации.
- **Субект**, който поради определени интереси, разкрива тези проблеми и предприема поредица от действия за решаването им, т.е. за постигане на цели.
- Субектът и обектът на управление са съставени от градивни елементи, които си взаимодействат и на практика функционират като система.

# Видове управленски функции

- **Целеполагане** – стратегическа функция, която представлява процес на формиране на желания резултат (бъдещо състояние, цел). Поставя началото на управленския процес.
- **Прогнозиране** – научно предвиждане с помощта на научни методи, чрез което се опознава по индиректен път бъдещото състояние и развитие на даден процес, организация или явление.
- **Моделиране** – освен като функция се разглежда и като научен метод, чрез който се създават и впоследствие използват модели и сценарии с определена структура и функции, служещи за вземане и реализация на ефективни мениджърски решения.
- **Вземане на решение** – основна управленска функция, свързана с избор на възможно най-подходящата алтернатива (насока за действие) за постигане на определена цел (или решаване на проблемна ситуация).
- **Планиране** – процес на ефективно определяне във времето на последователност от дейности, ресурси и отговорности за постигане на определена цел или комплекс от цели.

# Видове управленски функции

- **Програмиране** – функция, оптимизираща планирането, в чиято същност стои подреждането на отделни стъпки (дейности) във времето, чрез които се постига съответната цел.
- **Организация** – създаване на всички необходими условия за реализиране на поредица от управленски решения (дейности) за постигане на целта. Освен като функция организацията може да се разглежда и като структура.
- **Координация** – съгласуване на условия, участници и дейности по пътя към реализирането на целта.
- **Контрол** – изразява обратната връзка в управленския цикъл; представлява съвкупност от управленски действия, подпомагащи постигането на целта, чрез съпоставка на съществуващите (фактическите) с желаните резултати.
- **Регулиране** – прилагане на действия, чрез които се противодейства на нежелани отклонения в поведението на обекта по пътя към целта.