

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 1

Тематичні напрямки: традиції та новації у предметному полі спеціальних та галузевих соціологій; соціологічне забезпечення управлінської діяльності; практики соціального діалогу в Україні

Баканичев Денис

аспірант 017 фізична культура і спорт,
Національний університет фізичного виховання та спорту України

РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ СПОРТИВНОЇ ФЕДЕРАЦІЇ

Вступ. В Україні комунікації в менеджменті загалом та комунікації спортивних організацій зокрема вивчені недостатньо, оскільки дослідження в даній сфері почалися відносно нещодавно.

Спортивні федерації – важливий елемент національного та міжнародного спорту. Вони не лише управляють видами спорту, організують змагання у відповідності з єдиними правилами, але і забезпечують популяризацію, розвиток масовості відповідних спортивних дисциплін.

Діяльність спортивних федерацій має свої особливості, які роблять їх несхожими на організації іншого типу. Крім цього, сфера спорту є специфічною системою, яка регулюється з двох центрів - державного і суспільного, а самі Українські спортивні федерації здійснюють взаємодію з численними зацікавленими сторонами. Перелічені аспекти потребують більш глибокого осмислення з метою розв'язання задачі з формування та управління системою комунікацій даних організацій.

Мета дослідження: Визначити роль комунікацій у діяльності спортивної федерації.

Методи дослідження: Аналіз літературних джерел, анкетування, спостереження.

Результати дослідження та їх обговорення. Аналіз літературних джерел дозволив визначити, що система зовнішніх комунікацій спортивних федерацій та організацій загалом має складну структуру. Комунікаційний менеджмент є одним з інструментів який забезпечує комплексне вивчення і практичну діяльність, спрямовану на досягнення ефективної комунікації як у середині спортивних організацій, так і між організацією та її зовнішнім середовищем. Об'єктами комунікаційного менеджменту є клієнти і споживачі, персонал спортивної організації, інвестори та акціонери, органи влади і структури місцевого самоврядування, комуни.

Система зовнішніх комунікацій спортивних федерацій має складну структуру і спрямована на отримання інформації про зовнішнє середовище, а також на повідомлення споживачам і партнерам про стан справ в організації і формування у них позитивного сприйняття її діяльності.

У виявленому нами зовнішньому середовищі спортивної федерації ми прагнемо виділити ті організації та об'єкти, які будуть корисні для організації, принесуть їй дохід і популярність, або ж, навпаки, небезпечні і від них слід захищатися.

Стратегія спортивної федерації повинна бути спрямована на посилення та створення внутрішніх і зовнішніх компетенцій, а також розвиток своїх динамічних здібностей. На думку провідних фахівців, саме розвиток зовнішніх комунікацій спортивних організацій зробили зі спорту феномен не тільки нашого часу, але і майбутнього.

Дослідження дозволило виявити, що зовнішні комунікації мають істотну кореляцію з діловими комунікаціями всередині колективу спортивної федерації. Організація в практиці сучасного менеджменту являє собою відкриту систему, активно взаємодіє із зовнішнім оточенням. Ефективні організації досягають балансу, як у внутрішньому середовищі, так і у зовнішньому. І досягнення такого балансу досягається за допомогою ефективного управління системою зовнішніх комунікацій в спортивних організаціях.

Дослідження комунікацій у спортивній федерації були проведені на базі федерації з веслування на човнах «Дракон». При визначенні основних комунікаційних каналів у комунікаціях федерації з веслування на човнах «Дракон», було визначено, що спеціалісти федерації у спілкуванні між собою, а також переговорах з іншими організаціями проводять більше половини робочого часу. Було з'ясовано, що більшість працівників федерації відчують високий рівень комунікабельності, що впливає на досягнення спільних цілей.

На думку респондентів, щодо факторів які заважають покращенню зовнішніх комунікацій федерації, відповіді працівників федерації розділилися. Найбільшу кількість відповідей було віддано такому варіанту як недостовірність та пошкодження інформації- 50%, а фактори недостатня кількість інформації, недостатня кількість знань та відсутність довіри мають однакову кількість відповідей – по 20%,

Сучасні засоби комунікації активно використовуються в процесі передачі та отриманні інформації між організаціями. Найбільш використовуваною формою передачі інформації являється мобільний телефон – 60%. Також часто застосовується форма передачі інформації – усне спілкування особисто – 15% та письмове повідомлення – 15%.

Нами було вивчено питання щодо факторів покращення зовнішніх комунікацій між організаціями. Дослідження показало, що більшість респондентів вважають, що дружні відносини (20%) в колективі найбільше впливають на покращення комунікації, також, чітке

виконання завдань – 40% відповідей, чіткі завдання керівника – 20%, та колективні зустрічі та подорожі – 20%.

Висновки. Підсумовуючи наше дослідження, потрібно зазначити, що в федерації з веслування на човнах «Дракон», високий рівень комунікабельності, що й підвищує ефективність співпраці з іншими організаціями і роботу федерації загалом. Що до визначення ролі комунікацій у спортивній федерації ми вважаємо що саме у ній, серед усіх спортивних організацій, комунікації мають свій найбільший прояв, на нашу думку це обумовлено специфікою задач які вирішує федерація.

Бондаренко Вероніка

студентка 4 курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім В.Гетьмана», Україна*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ

Публічний простір є одним з ключових елементів відтворень урбаністичного способу життя і демократичної міської влади. Багаточисельність існуючих методів та ідей щодо проблеми усвідомлення значення міста та соціокультурного підходу до його вивчення піднімає питання про вимогу розглянути походження, етапи та звичай експериментів щодо соціокультурного розвитку міста [4].

На сьогодні у вітчизняній історіографії соціокультурний підхід здобув вагомої популярності. Але, дуже часто соціокультурний підхід лише проголошується, а експерименти обмежуються кордонами, в кращому випадку, політичної чи соціальної, або ж описової історії, простим використанням посилань та їх більш чи менш успішним тлумаченням.

Важливою сферою розгляду є історичний аспект поняття «публічний простір». В античній Греції демократія порівнюється з містом, адже є спільнотою вільних громадян та простором для їх існування. Публічні простори давньої Греції - місця, в яких поєднувалась торгівля і політика. Основною метою цих просторів були безмежні соціальні кооперування і як результат - підтримка політичної рівноваги та обмін думками, що обмежували доступ чиновникам захопити владу [1]. Також Арістотель порівнює міста-держави із соціумом в