

Лекція 5. МЕТА ТА МІСІЇ РОБОТИ СПОРТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

План

1. Мета роботи спортивного клубу
2. Місії спортивних організацій

1. Мета роботи спортивного клубу

ЦЕЛЬ И МИССИЯ СПОРТИВНЫХ И ФИЗКУЛЬТУРНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Важнейшим аспектом менеджмента спортивного клуба являются вопросы *целеполагания и определения ее миссии*. Ведь именно от миссии и целей организации будет зависеть *направление деятельности организации* в целом и, конечно, все процессы организации.

Известно, что *цели организации – это получение желаемого результата, которого должна добиться организация*.

Фрагментация общей цели на несколько составляющих характеризует крупномасштабную управленческую деятельность.

Подобное разделение можно обозначить термином «*Дерево целей*».

Создание дерева целей спортивной организации помогает:

1. систематизировать порядок движения к конечной цели,
2. рассчитать нужное количество задач, которые необходимо решить на пути к ее достижению.



Схема 5. Цель и миссия

Все организации имеют свои цели.

Государственные бюджетные организации больше беспокоятся о *качестве оказанных услуг* и о *правильных расходах, удовлетворении спортивных интересов различных категорий населения.*

Целью *коммерческой* организации является получение *прибыли.*

Если финансирования недостаточно, то и *бюджетные организации* ставят *дополнительные цели по привлечению внебюджетных средств.*

Каждый раз, когда организация достигает одних целей, надо уже формулировать другие. В имеющиеся планы вносят необходимые поправки.

Цели спортивного клуба формируются с точки зрения двойственности его структуры. Рассмотрим данное положение на схеме

Итак, спортивный клуб может выступать в качестве как общественной, так и спортивной организации.

Как общественная организация спортивный клуб:

/принимает участие в создании общественной инфраструктуры

/соблюдение законодательства

/воспитание сильной, волевой, активной личности

/формирование интереса к ЗОЖ

Как спортивная организация:

/Подготовка к соревнованиям, занятие определенного места на соревнованиях

/подготовка спортивного резерва

/проведение научных исследований в области спорта



2. Місії спортивних організацій

Итак, мы рассмотрим процесс формирования миссии.

Миссия – это предназначение организации. Это сформулированная философия и смысл работы организации.

«Миссия компании - это смысл ее существования помимо зарабатывания денег. Миссия - это дело, которому вы служите».

Как правило, миссия формулируется в одно или два предложения и дает понимание, *зачем данная организация нужна в мире, какой вклад она делает в мир*. Зачем вообще нужна эта организация, для чего ее создали и на что направлена деятельность. Сформулировав миссию, можно существенно упростить свою работу как руководителя.

Специалистам сферы физической культуры и спорта, очень легко придумать и создать красивую миссию.

Поскольку мы занимаемся очень важным и нужным делом - прививаем здоровые привычки, укрепляем здоровье, помогаем найти людям свой уникальный путь в мир физкультуры и спорта.

Но вместе с тем, каждая компания хочет создать красивую неповторимую миссию. У некоторых это получается с большим трудом, а у некоторых – легко и просто. И именно у тех организаций, которые относятся

к физкультуре и спорту, миссия, как правило, очень красивая, важная и говорящая. Это и понятно, ведь мы вместе делаем очень полезное и важное дело.

Например, миссия Адидас Adidas – Важны пожелания спортсменов и удовлетворение их потребностей, чтобы создать лучшую качественную обувь и стать брендом №1.

Или миссия компании «Пума» - «Быть самым быстрым спортивным брендом в мире. Благодаря нашему бесконечному стремлению развивать спорт мы всегда быстрее- это больше, чем быстро, это больше, чем победа любой ценой. Это значит превращать сложности в возможности. Играть. Устанавливать свои правила. Доверять инстинктам. И побеждать».

Компания Найк: Nike владеет истиной, и она не ограничивается одними кроссовками, истина заключается в том, куда эти продукты тебя приведут.

Миссия компании Спортмастер: Мы делаем спорт доступным! Развивать успешный и эффективный бизнес, предлагая Клиентам оптимальный ассортимент качественных товаров для спорта и активного отдыха при оптимальном уровне сервиса. Способствовать оздоровлению населения в странах нашего присутствия, продвигая ценности здорового образа жизни, спорта и активного отдыха, улучшая качество жизни наших клиентов.

И еще несколько примеров наиболее удачных формулировок миссий самых успешных компаний в мире:

Гугл Google – сделать легко доступной пользователям информацию по всему миру.

Фейсбук Facebook – Объединить людей, помочь каждому легко находить общение с другими людьми, делиться своими переживаниями, идеями, мыслями.

Ютуб YouTube – Обеспечение самого легкого и удобного доступа к видео-роликам и создать возможность для людей показывать друг другу различные видео.

Важно не просто сформулировать миссию и спрятать ее, важно опубликовать ее. Донести таким способом до всех сотрудников своей организации и до всех людей, которые соприкасаются с этой организацией

После того как миссия грамотно донесена до людей, все понимают, ради чего они работают, зачем создана организация.

И не нужно будет каждому объяснять, потому что все и так понятно.

Разработка миссии – дело серьезное, поэтому необходимо провести работу в несколько этапов.

Необходимо, чтобы топ-менеджмент в организации действительно понимал, зачем и для чего нужна миссия. Только после этого можно начинать разработку миссии.

Я рекомендую сначала собрать специальные совещания, посвященные только этому вопросу, довести до всего высшего руководства свои мысли по разработке миссии.

На этом же совещании необходимо создать рабочую группу, которая будет вырабатывать миссию организации. И назначить руководителя этой рабочей группы. Рекомендую помимо руководителей отделов и высшего руководства компании в эту рабочую группу добавить независимого консультанта, который сможет посмотреть со стороны на процессы и на весь бизнес в целом. Желательно, чтобы консультант был именно экспертом по стратегическому развитию и планированию.

На втором этапе необходимо, чтобы эта рабочая группа приступила к работе и провела анализ факторов организации, которые могут как-то влиять на эту миссию. И уже после анализа рабочая группа должна разработать саму миссию, т. е. основные положения, которые организация хочет донести миру. Рабочая группа подает эти предложения руководителю организации (генеральному директору, владельцу компании, директору), и тогда руководитель организации утверждает эти основные положения.

Следующий шаг - *оставить время на обсуждение*, снова собрать расширенное совещание и обсудить предложенные варианты миссии. Можно провести голосование, чтобы все топовые руководители были согласны с этой миссией.

Как правило, результатом должна стать сформированная звучная и красивая миссия. Важно, чтобы она действительно смогла доносить смысл даже до тех, кто не знаком с деятельностью данной компании.

Далее необходимо начинать *внедрять эту миссию* и доводить ее до всех сотрудников организации и до контрагентов, партнеров и клиентов. *Обязательно создается сайт, выпускаются буклеты, в которых как можно чаще упоминается данная миссия.*