

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СПОРТИВНИХ ФЕДЕРАЦІЙ З НЕОЛІМПІЙСЬКИХ ВИДІВ СПОРТУ

Позаяк спорт є сферою громадською діяльності, громадські організації відіграють важливу роль у його управлінні. Одним видом таких організацій є спортивні федерації, діяльність яких характеризується низкою специфічних особливостей, що відрізняють їх від організацій іншого типу. Оскільки сфера спорту є специфічною системою, що регулюється одночасно з державного та суспільного центрів, спортивні федерації вимушені взаємодіяти в своїй діяльності з численними зацікавленими сторонами, що мають власні специфічні особливості та характеристики, пов'язані зі статусом, формою власності, та системою управління.

Прагнення федерацій до підвищення ефективності в досягненні статутних цілей з розвитку певних видів спорту, їх пропаганди та популяризації, необхідність формування іміджу і довіри до діяльності федерацій на національному та міжнародному рівні з боку зацікавлених сторін та стейкхолдерів, важлива роль комунікацій у підготовці і проведення спортивних заходів, зокрема, з залученням глядачів на змагання, актуальність організації пропаганди та популяризації спорту і здорового способу життя зумовлюють необхідність більш глибокого осмислення цих питань з метою розв'язання задачі щодо формування системи комунікацій даних організацій.

Для вирішення науково-практичних завдань та досягнення мети дослідження передбачається використання таких методів: аналіз спеціальної літератури та офіційних документів, організаційне обстеження (SWOT-, PESTEL-, стейкхолдер-аналіз), соціологічне опитування (анкетування та опитування), системний аналіз, порівняння та співставлення, методи моделювання та математичної статистики.

Дослідження передбачає на основі застосування системного підходу до аналізу важливих факторів розвитку спортивних одноборств визначити основні положення і науково обґрунтувати модель комунікативної політики громадської організації «Запорізька міська федерація ушу». Дослідження буде проводитися на базі Національного університету «Запорізька політехніка» із залученням фахівців та матеріалів федерацій ушу, зокрема ГО «Запорізька міська федерація

ушу». Дослідження складається з чотирьох етапів: перший етап передбачає збір емпіричних даних – аналіз літературних джерел і офіційних документів; формування наукової гіпотези, методології та визначення інструментарію дослідження, проведення соціологічних опитувань, анкетування; організація спостереження; вивчення діяльності спортивних федерацій та їх комунікацій; другий етап – обробка і аналіз отриманої інформації; третій етап – пошук шляхів оптимізації діяльності комунікативної діяльності спортивної федерації; розробка планування організації і розвитку спортивної федерації; розробка документів планування «Комплекс комунікацій в діяльності спортивної федерації», четвертий етап – апробація технології планування комплексу комунікацій в діяльності спортивної федерації, впровадження результатів дослідження у практичну діяльність ГО «Запорізька міська федерація ушу».

Схема комунікативних взаємодій у діяльності спортивних федерацій залежить від адміністративно-територіальної одиниці, до якої вони належать, тобто від чисельності населення, ієрархії адміністративно-територіального ланки державного устрою України. Характер цих взаємодій також відрізняється від характеру взаємодій центрів вищих рівнів ієрархії, адже самі адміністративно-територіальні одиниці мають власні особливості. Узагальнена модель комунікативних взаємодій для міської спортивної федерації передбачає наявність зв'язків з органами місцевого самоврядування та управління, контролюючими органами, представниками медіа та громадськості, партнерами, спонсорами, інвесторами та меценатами, закладами охорони здоров'я, споживачами спортивних послуг, зовнішніми спортивними організаціями, комерційними структурами та підприємцями (переважно у питаннях забезпечення окремих спортивних заходів).

Запропонована модель комунікативної політики та комплекс заходів з вдосконалення комунікативної діяльності ГО «Запорізька міська федерація ушу» допоможе вирішенню низки організаційних завдань, пов'язаних з пропагандою і популяризацією ушу, як сучасного виду спорту, підвищенням його медійної популярності, формуванням позитивного іміджу, підвищенням комерційної привабливості виду спорту. Результати дослідження можуть бути використані вищими навчальними закладами фізичного виховання та спорту України, які забезпечують підготовку та підвищення кваліфікації фахівців з управління спортом, та зі спортивного менеджменту та маркетингу.