

Инфраструктура – для успешного проведения спортивных мероприятий необходима соответствующая инфраструктура, которая может включать в себя спортивные залы, площадки, спортивный инвентарь и технику.

Мотивация и стимулирование – компания может стимулировать участие сотрудников в спортивных мероприятиях, предоставляя им различные привилегии и бонусы. Например, оплачивать занятия в спортивных клубах или компенсировать расходы на участие в турнирах.

Коммуникация и информационная поддержка – для успешного проведения спортивных мероприятий необходима хорошая коммуникация между участниками и организаторами. Компания может создавать информационные ресурсы и группы в социальных сетях, где сотрудники могут общаться, делиться опытом и получать информацию о предстоящих мероприятиях [4].

В целом, система корпоративного спорта включает в себя организационные, материальные, коммуникативные и мотивационные элементы, которые взаимодействуют меж

Список использованных источников

1. Ryskin, P. Self-identification features of professional athletes in modern Russia / P. Ryskin, M. Kocheryan, E. Davydova // Journal of Physical Education and Sport. – 2019. – Т. 19. – № 2. – С. 1118–1125.
2. Родионов, В. А. Роль корпоративного спорта в оздоровлении и повышении уровня физической активности трудящихся / В. А. Родионов, М. А. Родионова // Теория и практика физической культуры. – 2020. – № 1. – С. 90–91.
3. Кочерьян, М. А. Спорт как социальный институт, формирующий профессионалов: специфика социологического подхода / М. А. Кочерьян, А. И. Зверев, П. П. Рыскин // Управленец. – 2013. – № 1 (41). – С. 64–67.
4. Котова, Н. Г. Компонентная структура современного корпоративного спорта // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. – 2020. – № 5. – С. 6–8.

УДК 338

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Давыдова Е.В., ст. преп.

*ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
г. Екатеринбург, Российская Федерация*

Реферат. Актуальность исследования обусловлена необходимостью оценки эффективности внедрения программ развития корпоративного спорта. Целью исследования является оценка показателей, характеризующих воздействие корпоративного спорта на деятельность организации.

Ключевые слова: корпоративный спорт, эффективность, показатели.

Оценка удовлетворенности персонала является важным аспектом управления спортивной организацией. Ниже приведены некоторые методы оценки удовлетворенности персонала, которые могут быть полезны на практике.

Во-первых, одним из эффективных методов являются опросы персонала. Опросы могут быть проведены в форме анкет, в которых персонал может выразить свои мнения и оценки относительно различных аспектов работы, таких как рабочая среда, оплата труда, уровень профессионального роста и т. д. Опросы могут быть проведены с использованием онлайн-сервисов, чтобы сделать процесс более удобным и быстрым. Анализ обращений персонала может быть использован для выявления общих проблем, с которыми сталкиваются работники, и для оценки эффективности действий, принятых руководством для их решения. [1, 2].

Во-вторых, результативным методом являются фокус-группы. Фокус-группы являются малочисленными группами из 6–10 сотрудников, которые обсуждают определенные вопросы, связанные с работой. Они могут быть использованы для получения более

подробных мнений и идей от персонала. При проведении фокус-группы следует следующий порядок действий.

1. Необходимо определить группу людей, чьи мнения будут представлять интерес. После определения целевой аудитории, следует найти и пригласить участников фокус-группы. Количество участников может варьироваться, но обычно фокус-группы состоят из 6–10 человек. Участники должны быть представителями целевой аудитории, иметь определенный опыт или мнение по теме исследования.

2. Необходимо выбрать удобное место и время для проведения фокус-группы. Обычно это офис, конференц-зал или другое место, где участники могут комфортно общаться. Также следует составить план встречи, определить вопросы, которые будут обсуждаться.

Во время встречи, фасилитатор (ведущий фокус-группы) задает вопросы участникам и стимулирует дискуссию в рамках заранее определенных тем. Фасилитатор должен убедиться, что все участники имеют равные возможности высказаться и их мнения записываются.

3. После проведения фокус-группы следует анализировать результаты, определять общие тенденции, выделять наиболее интересные и полезные мнения и идеи.

В-третьих, возможно использование интервью. Интервью могут проводиться индивидуально или групповыми методами, чтобы получить более подробную информацию о мнениях и опыте персонала.

Наиболее трудоемким методом является четвертый метод – метод 360 градусов, который предполагает оценку работы сотрудника со стороны его коллег, подчиненных и руководителей, чтобы получить более полное представление об их профессиональной эффективности и личных качествах [3].

В-пятых возможно проведение анализа показателей производительности. Анализ показателей производительности может быть использован для оценки эффективности работы персонала и для выявления областей, где необходимы изменения и улучшения [4].

И шестой метод – оценка уходящих сотрудников может помочь в выявлении проблем, связанных с уровнем удовлетворенности и повышением текучести кадров.

Выбор метода оценки удовлетворенности персонала зависит от конкретной ситуации и возможностей спортивной организации.

Список использованных источников

1. Вашляева, И. В. Исследование мотивационных факторов к занятиям физической культуры и спортом студентов / И. В. Вашляева, Н. Н. Шуралева, И. С. Кудрявцев // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2022. – № 9 (211). – С. 53–56.
2. Шкерина, К. С. Проблема оценки результатов труда работников качественными методами оценки персонала // Экономика и социум. – 2020. – № 10 (77). – С. 929–935.
3. Кочерьян, М. А. Спорт как социальный институт, формирующий профессионалов: специфика социологического подхода / М. А. Кочерьян, А. И. Зверев, П. П. Рыскин // Управленец. – 2013. – № 1 (41). – С. 64–67.
4. Чмирева, Е. В. Методы оценки персонала – выбор метода оценки // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – 2015. – № 56. – С. 173–177.

УДК 338

ПРОДВИЖЕНИЕ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: НАПРАВЛЕНИЯ И МЕРОПРИЯТИЯ

Воловик Т.В., ст. преп.

*ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
г. Екатеринбург, Российская Федерация*

Реферат. *Статья посвящена направлениям позиционирования и продвижения спортивной организации. В результате исследования даются рекомендации относительно наиболее распространенных мероприятий.*

Ключевые слова: спорт, мероприятия, программа продвижения, позиционирование.

Мероприятия играют важную роль в продвижении спортивной организации. Ниже