

УДК 070:796

Карнаух А. С.

аспірант кафедри журналістики та української філології Інституту журналістики і масової комунікації Класичного приватного університету, м. Запоріжжя, Україна

АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА РОЗВИТКУ СПОРТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Стаття присвячена дослідженню особливостей функціонування та розвитку спортивних комунікацій в Україні. За допомогою використання методології PEST-аналізу автором було виявлено та досліджено фактори, які впливають на розвиток спортивних комунікацій. Систематизовано чинники впливу на економічні, соціальні, технологічні та політико-правові, проаналізовано, які саме фактори можуть створити можливості для розвитку спортивних комунікацій, а на які необхідно звернути особливу увагу через можливі загрози. Визначення цих чинників дозволить мінімізувати вплив загроз зовнішнього середовища та створити умови для застосування виявлених можливостей. Виокремлення автором у статті чинників соціально-культурного, політико-правового, економічного та технологічного характеру дозволить досягнути поставлених цілей у спортивних комунікаціях та налагодити стабільний зв'язок між усіма учасниками спортивної індустрії. Це дає змогу розробити сценарії розвитку спортивних комунікацій, урахувавши наявні ресурси та беручи до уваги сучасні тенденції.

Найбільший вплив на розвиток спортивних комунікацій мають чинники економічного, політичного, соціального та технологічного характеру. Виявлені групи факторів свідчать про те, що вплив чинників у кожній групі має істотне значення для розвитку системи спортивних комунікацій: позитивний вестиме до нового рівня розвитку; негативний створюватиме перепони для стабільного функціонування системи спортивних комунікацій та гальмуватиме розвиток. Проведений PEST-аналіз дозволив визначити складники стратегії розвитку спортивних комунікацій в Україні. Отримані результати методичного підходу можна буде використати для застосування SWOT-аналізу спортивних комунікацій під час визначення загроз та можливостей. За тему подальших наукових розробок плануємо детальний аналіз та розробку превентивних заходів щодо мінімізації або ліквідації їх негативного впливу.

Ключові слова: спортивні комунікації, чинники впливу, стратегія розвитку, PEST-аналіз, можливості, загрози.

Karnaukh A. S.

graduate student of the Chair of Journalism and Ukrainian Philology
Institute of Journalism and Mass Communication Classical Private University,
Zaporizhia, Ukraine

EXTERNAL ENVIRONMENTAL ANALYSIS OF SPORTS COMMUNICATIONS DEVELOPMENT

The article is devoted to the study of the peculiarities of the functioning and development of sports communications in Ukraine. With the PEST methodology the factors influencing the development of sports communications were identified and investigated. As a result of the study, the factors influencing economic, social, technological, political and legal factors were systematized, it was analyzed which factors could create opportunities for the development of sports communications, and for which it is necessary to pay special attention due to their possibility of creating threats. Identifying these factors will minimize the impact of threats. Determining these factors will minimize the impact of threats of external environment and create conditions for the application of the identified opportunities. The author's selection in the article of factors of socio-cultural, politico-legal, economic and technological character will allow to reach the set of goals in sports communications and establish a stable connection between all participants of the sports industry. This allows to implement scenarios for the development of sports communications, taking into account available resources and existing trends.

Economic, political, social and technological factors have the greatest influence on the development of sports communications. The identified groups of factors indicate that the influence of factors in each group is essential for the development of the sports communications system: a positive one will lead to a new level of development; negative will create obstacles for the stable functioning of the sports communications system and hinder development. The PEST analysis made it possible to identify the components of the sports communications development strategy in Ukraine. The results of the methodological approach can be used to apply SWOT analysis of sports communications in identifying threats and opportunities. On the subject of further scientific developments, we plan a detailed analysis and development of preventive measures to minimize or eliminate their negative impact

Keywords: sports communication, factors of influence, development strategy, PEST-analysis, opportunities, threats.

Постановка проблеми. Спорт стрімко розвивається та функціонує під впливом багатьох факторів. Учасники спортивної індустрії постійно комунікують між собою, використовуючи різні медіа.

Спортивні комунікації є своєрідною ланкою між споживачами спортивної продукції та спортивними закладами, організаціями й компаніями, а також виконують кілька важливих з-поміж усіх функцій: соціальну та економічну. Зокрема, дозволяють компаніям вчасно отримувати прибуток (фінансовий складник спортивних комунікацій) та одночасно мотивують громадян до занять професійним або масовим спортом, спонукають до здорового та спортивного життя (соціальне конструювання спортивної індустрії).

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Багато українських та зарубіжних науковців досліджували теоретичні та практичні аспекти становлення та розвитку комунікацій у спорті, зокрема: В. Андрефф, А. Белих, Д. Болховер, К. Бреді, А. Бродериг, Н. Візітей, С. Гуськова, А. Гусев, Дж. Грунінг, В. Жолдак, В. Зверєва, А. Зільберт, Б. Зільберт, А. Ігнатєва, В. Перція, Д. Пиктон, К. Сняткова, Дж. Сіммона, М. Сіммонз, Ю. Мічуда, В. Черепанова та ін. Як вітчизняна, так і світова спортивна індустрія постійно зазнають змін, впливів, соціальних, економічних, політичних тощо. Аналіз таких впливів, які можуть у короткостроковій та довгостроковій перспективі створити додаткові можливості або загрози, украй важливий. Вважаємо за доцільне детально дослідити спортивні комунікації в контексті факторів зовнішнього середовища, оскільки ця сфера досі є малодослідженою, потребує теоретичного вивчення, обґрунтування, а також дослідження характеру впливу економічних, соціальних, технологічних та політико-правових чинників у контексті спортивних комунікацій.

Мета статті — визначити чинники впливу зовнішнього середовища в системі спортивних комунікацій в Україні.

Результати дослідження. Як і будь-яка інша галузь, спортивна неможлива без комунікації, адже саме вона налагоджує зв'язок між усіма учасниками спортивної галузі, зокрема споживачами спортивної продукції (глядачами, відвідувачами спортивних заходів, людьми, які зацікавлені в результатах спортивних подій, потенційними спортсменами та прихильниками здорового й активного спортивного життя) та спортивними організаціями, клубами й іншими компаніями, які виробляють і постачають товари та послуги, пов'язані зі спортом.

Специфіка спортивної індустрії передбачає використання спортивних комунікацій для сповіщення потенційної та наявної аудиторії [2]. Чинники соціально-культурного, політико-правового, економічного та технологічного характеру дозволяють досягнути поставлених

комунікаційних цілей, налагодженого стабільного зв'язку між усіма учасниками спортивної індустрії. Водночас певні чинники можуть стати перепоною на шляху розвитку та функціонування спортивних комунікацій, унеможливити або ускладнити передачу коректних повідомлень між учасниками системи спортивних комунікацій [5]. Необхідно враховувати, які саме фактори чинять вплив, який характер цього впливу, напрям та важливість для всієї системи в цілому. Визначення цих чинників дозволить мінімізувати вплив загроз зовнішнього середовища та створити умови для застосування виявлених можливостей [4]. За рахунок такого аналізу можна буде сприяти позитивним зрушенням у розвитку спортивних комунікацій та запобігти негативним наслідкам або зменшити ризик для системи в цілому.

Виявити чинники впливу можна, застосувавши методологічний підхід — PEST-аналіз. Він дозволить виділити та оцінити фактори зовнішнього середовища. За рахунок PEST-аналізу можна не лише наблизитися до вирішення проблемних питань розвитку, а й сформуувати об'єктивну картину стану спортивних комунікацій, оцінити оптимальні шляхи та перспективи розвитку системи спортивних комунікацій з урахуванням виділених чинників, які дозволять визначити наявні загрози та можливості соціально-культурного, політико-правового, економічного та технологічного характеру.

Визначення факторів зовнішнього середовища створить умови для того, щоб спортивні комунікації у своєму розвитку вийшли на новий рівень [1]. А виокремлення загроз дозволить уникнути багатьох перешкод, які створюють перепони для стабільного функціонування системи спортивних комунікацій та гальмують розвиток. Проведення PEST-аналізу дозволить визначити складники стратегії розвитку спортивних комунікацій в Україні.

PEST-аналіз — це інструмент, який потрібно застосовувати при стратегічному плануванні, а результати можна використовувати зі щорічним оновленням даних. Таким чином, можна буде врахувати всі ризики й розробити шляхи їх мінімізації. [5].

PEST-аналіз — це абревіатура таких чинників: політичні (P), економічні (E), соціально-культурні (S) і технологічні (T). Розглянемо кожен групу факторів детально.

1. Політичні чинники (P) — фактори, які розглядають політико-правову сферу зовнішнього середовища системи [5]. При проведенні методологічного підходу необхідно звернути увагу на зміни у сфері

законодавства та рівень політичної стабільності. Потрібно визначити, яким саме чином зміни в правовому полі та тенденції на політичній арені вплинуть на розвиток і функціонування системи. Необхідно також звернути увагу на рівень корупції в країні та вплив цього чинника на систему.

2. Економічні чинники (E) — фактори, які характеризують економічну систему. Аналізуючи економічний складник зовнішнього середовища спортивних комунікацій, потрібно зосередити увагу на визначенні тих показників, які характеризують стан національної економіки: рівень інфляції, динаміка розвитку економіки, рівень безробіття, зміна курсів валют, дохід на душу населення тощо [5].

3. Соціально-культурні чинники (S) — фактори, які характеризують соціальну й культурну сферу зовнішнього середовища. Необхідно врахувати такі показники, як особливості менталітету, рівень освіченості населення, демографічний склад населення, мотивація до ведення здорового та активного способу життя, наявність кваліфікованих кадрів [5].

4. Технологічні (T) — фактори, які характеризують рівень технологічного прогресу в країні та застосування технологій у цілому. Під час дослідження цієї групи чинників необхідно звернути увагу на те, які технологічні зміни відбуваються у сфері спортивних комунікацій, чи застосовуються інновації та новітні технології, який характер впливу цих факторів [5].

Застосувавши методологічний підхід, ми виділили такі категорії PEST-факторів впливу зовнішнього середовища спортивних комунікацій:

1. Політичні фактори:

1. Недостатній рівень правової захищеності спортивних організацій на державному рівні.
2. Помірна стабільність влади і політичного правління.
3. Наявність високого рівня бюрократизації в країні у сфері спорту.
4. Декларативний характер реформування спортивної галузі.
5. Високий рівень корупції.
6. Зміни в нормативних актах, які регламентують спортивну галузь.
7. Співробітництво спортивних федерацій та асоціацій з адміністраціями та міністерствами.
8. Участь українських спортсменів у міжнародних заходах спортивного характеру.

9. Брак на державному рівні механізмів, які будуть спонукати розвиток спортивних комунікацій.
10. Воєнний конфлікт на Сході України та проведення АТО.
11. Застосування вертикальної системи управління у спорті, яка неефективна в сучасних умовах.

II. Економічні фактори:

1. Високий рівень інфляції.
2. Зростання цін на товари широкого вжитку та комунальні послуги.
3. Значні витрати на заняття професійним та масовим спортом.
4. Зростання рівня безробіття серед працездатного населення.
5. Зниження ділової активності.
6. Недостатній рівень інвестування в галузь спорту.
7. Значна диференціація в рівнях заробітної плати серед регіонів.
8. Знецінення національної валюти.
9. Недостатній рівень оплати праці в галузі спорту.
10. Залежність розвитку спорту від бюджетного фінансування.
11. Залучення спонсорів до фінансування спортивних заходів.

III. Соціальні фактори:

1. Низькі темпи приросту населення.
2. Високий ступінь міграції працездатного населення.
3. Несформованість громадянського суспільства.
4. Низький рівень спортивної культури.
5. Диференціація населення за регіонами.
6. Брак педагогічного досвіду в тренерів.
7. Непрофесійна поведінка під час проведення спортивних заходів.
8. Скандали, пов'язані з прийманням допінгів під час змагань.
9. Зниження інтересу до спортивних медіа.
10. Заміна фізичного навантаження іншими видами діяльності.
11. Стимулювання зростання попиту на оздоровчі та спортивні послуги і продукцію.
12. Організація та проведення спортивних фестивалів.
13. Брак почуття патріотизму в деяких спортсменів та інших громадян України.
14. Недостатня популяризація спорту спортивними медіа.

IV. Технологічні фактори:

1. Недостатній рівень розвитку інновацій в галузі спорту.
2. Розвиток нових медіа.

3. Низький рівень витрат на проведення досліджень у спортивній сфері.
4. Недостатньо злагоджена система законодавчого регулювання з питань технологічного забезпечення спорту.
5. Конкурентна боротьба за аудиторію між традиційними ЗМІ та новими медіа.
6. Високий рівень проникнення мобільних пристроїв та інтернету в систему спортивних комунікацій.
7. Доступність використання сучасних технологій у системі спортивних комунікацій.

Висновки. Найбільший вплив на розвиток спортивних комунікацій мають чинники економічного, політичного, соціального та технологічного характеру. Виявлені групи факторів свідчать про те, що вплив чинників у кожній групі має істотне значення для розвитку системи спортивних комунікацій: позитивний вестиме до нового рівня розвитку; негативний створюватиме перепони для стабільного функціонування системи спортивних комунікацій та гальмуватиме розвиток.

Проведений PEST-аналіз дозволив визначити складники стратегії розвитку спортивних комунікацій в Україні. Отримані результати методичного підходу можна буде використати для застосування SWOT-аналізу спортивних комунікацій під час визначення загроз та можливостей.

За тему подальших наукових розробок плануємо детальний аналіз та розробку превентивних заходів щодо мінімізації або ліквідації їх негативного впливу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Зінюк А. В.* Спорт як складова іміджу країни // Соціальні зміни та культура ідентичність : збірник тез доповідей учасників Міжнародної наукової конференції студентів та аспірантів та молодих науковців. Одеса : ОНУ імені І. І. Мечнікова, 2011. С. 104–107.
2. *Серєда Н.* Значення маркетингових комунікацій при роботі зі споживачем дитячо-юнацьких спортивних шкіл // Вісн. Чернігів. нац. пед. ун-ту імені Т. Г. Шевченка [Текст]. Чернігів : ЧНПУ, 2015. Вип. 129. Т. II. С. 52–55.

3. *Садовник О.* Модель іміджу українського спорту, сформована на основі інформаційних повідомлень засобів масової комунікації // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. журналістика. 2006. Вип. 28. 11. С. 306–310.
4. *Бродская Н. П.* Спорт больших достижений как пространство для формирования национального имиджа страны // Национальные интересы и имидж России. М. : АСТ, 2006. С. 53–61.
5. *Коробкова Н. А.* PEST-анализ как инструмент оценки влияния внешней среды на реализацию потенциала территории // Мир науки: научный интернет-журнал. 2014. Вып. 3. С. 1–9.

REFERENCES

1. *Zinjuk, A. V.* (2011), «Sports as a component of the image of the country», *Sotsialni zminy ta kultura identychnist: zbirnyk tez dopovidey uchasnykiv Mizhnarodnoyi naukovoyi konferentsiyi studentiv ta aspirantiv ta molodykh naukovtsiv*, Odessa, pp. 104–107.
2. *Sereda, N. V.* (2015), «Value of marketing communications when working with consumer of children's and youth sports schools», *Visnyk Chernihivskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni T. H. Shevchenka*, Chernigov, pp. 52–55.
3. *Sadovnik, O.* (2006), «The model of the image of Ukrainian sports, formed on the basis of mass media communication», *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya zhurnalistyka*, Lviv, Vol. 28, pp. 306–310.
4. *Brodskaya, N. P.* (2006), «Sports of great achievements as a space for the formation of the national image of the country», *Natsional'nyye interesy i imidzh Rossii*, Moskva, pp. 53–61.
5. *Korobkova, N. A.* (2014), «PEST-analysis as a tool for assessing the impact of the environment on the realization of the potential of a territory», *Mir nauki: nauchnyy internet-zhurnal*, Vol. 3, pp. 1–9.

Стаття надійшла до редакції 16.11.2018.

Received 16.11.2018.