

Лекція 8 Фінансова діяльність спортивних клубів

План

1. Основы финансовой деятельности спортивных клубов

2. Джерела доходів спортивних клубів

1. Основы финансовой деятельности спортивных клубов

Спортивный клуб работает по смете, утверждаемой правлением СК.

В спортивном клубе распорядителем бюджета является председатель спортивной клуба.

Контроль за финансово-хозяйственной деятельностью спортивного клуба осуществляет ревизионная комиссия, которая избирается на общем собрании (конференции).

Один из основных и постоянных источников дохода профессиональных клубов является реализация членских билетов.

В данное время существует несколько подходов к этому вопросу:

1. Годовое членство – наиболее выгодное с точки зрения рентабельности работы клуба. На такой вид членства распространяются наибольшие льготы, и это решает задачу наполнения бюджета клуба средствами, необходимыми для усовершенствования материально-технической базы и развитие инфраструктуры клуба. Как разновидность, может осуществляться как оплата за полугодие.

2. Сезонное членство (разновидность годового) – связано с видами деятельности, которые зависят от сезонных возможностей проведения той или иной физкультурной, спортивной, оздоровительной деятельности. Характерно для туристических клубов, технических видов спорта.

3. Пролонгированное членство (ежемесячное продление абонементов) – Наиболее распространенный вид наполнения бюджета клуба. Средства, полученные таким образом, составляют фонд зарплаты работников клуба, идут на оплату налогов.

Членство может быть как индивидуальным, так и ассоциированным. Примером ассоциированного членства, на сегодняшний день, можно считать организацию профессиональных лиг по видам спорта, основа бюджета которых составляются из годовых взносов ее первичных организаций.

Еще одним источником дохода клуба, связанным непосредственно с членством в нем, мы можем считать проведение разного рода соревнований.

Посещаемость соревнований обуславливается многими факторами:

- количеством и демографическим составом населения в городе, где размещается команда;
- популярностью вида спорта;
- уровнем доходов населения и стоимостью билетов;
- наличием в командах звезд и суперзвезд;
- удобством и комфортностью мест на спортивных аренах;
- дополнительными услугами и др.

Посещаемость матчей *конкретной команды* в решающей мере зависит *от ее успехов в соревнованиях*.

Цены на билеты колеблются в очень большом диапазоне и зависят:

- от популярности команды,
- уровня комфорта того или иного спортивного сооружения,
- конкретного места и других факторов.

Огромное влияние на посещаемость соревнований оказывает широко распространенное мнение о *престижности спорта*.

- Многие *деловые разговоры начинаются с обмена мнениями о прошедших футбольных или баскетбольных матчах*.

- *Модным стало обсуждение и решение деловых вопросов в плавательных бассейнах, на теннисных кортах, за игрой в гольф, на трибунах и в ложах стадионов или дворцов спорта*.

Огромную роль в привлечении зрителей на соревнования играет *реклама и организация проведения самих соревнований*.

Важное значение в профессиональном спорте придается *работе со зрителями*, которых владельцы спортсооружений подразделяют на следующие категории:

- не посещающие соревнования,
- случайные,
- посещающие их несколько раз в год,
- частые посетители
- постоянные болельщики — держатели сезонных абонементов.

Для *привлечения* зрителя на стадион существуют различные *подходы*. Особое внимание уделяется первым трем категориям зрителей. Для этого используется *разнообразная реклама и небольшие концерты перед игрой*; организуются *встречи спортсменов*, обычно в школах; *владельцу билета, разыгранного по лотерее*, предоставляется право ввести мяч или шайбу в игру и т.д.

Много внимания уделяется *созданию комфортной атмосферы*:

- чистота,
- отличные и разнообразные услуги,
- доброе отношение обслуживающего персонала,
- продажа различных продуктов питания,
- напитков,
- сувениров и т.д.

Все это стимулирует зрителя прийти на стадион или во Дворец спорта.

2. Джерела доходів спортивних клубів

Анализируя этот источник доходов, следует учитывать такой фактор, как *рациональная практика формирования цены на билеты*, которая определяется не конкуренцией с другими командами лиги (хотя и учитывается уровень цен в других городах), а главным образом *конкуренцией с альтернативными источниками* заполнения досуга населения, включая и

другие виды профессионального спорта. Руководители и владельцы команд, дворцов спорта хорошо знают рынок развлечений в стране и понимают, что *высокие цены на билеты могут пагубно сказаться на доходах*. За последние 10 лет средняя цена билетов на игры профессиональных команд по футболу, бейсболу, баскетболу и хоккею *повысилась* приблизительно в 2 раза. Судя по посещаемости, пока эта цена еще удовлетворяет любителей спорта. По сравнению с театрами она в 2—3 раза ниже, что, несомненно, поддерживает высокую посещаемость игр профессиональных команд.

В последние годы все более сказывается конкуренция со стороны *других зрелищных форм организации досуга*. Руководители профессиональных лиг и команд, осознав это, стали прибегать к услугам специалистов в области маркетинга с целью поиска новых источников доходов.

Еще один из источников доходов, получаемых при организации соревнований – это *стартовые взносы*, которые утверждаются в Положении о соревнованиях и формируют *«призовой фонд»*.

Следующий источник доходов - продажа атрибутики клубов: значки, вымпелы, флажки, галстуки, косынки, шапочки, шарфы, буклеты.

Еще одним источником дохода клуба являются *поступления от спонсоров*. При нем необходимо учитывать ряд принципиальных положений.

1. Вряд ли спонсор передаст деньги, если не будет уверен в улучшении рекламы своей фирмы и своих товаров.

2. Отсутствие правового регулирования между большинством субъектов спортивной или спортивно-оздоровительной деятельности и средствами массовой информации (ТВ, радио, пресса).

На сегодняшний день, *экономическим законодательством Украины не принято для предпринимателей «Закон о спонсорской деятельности»*, который бы стимулировал экономически состоятельные структуры обращаться к субъектам спортивной или спортивно-оздоровительной деятельности для поиска решений о взаимовыгодном сотрудничестве. Достаточно отметить, что *деньги*, выделяемые на спонсорскую помощь,

проходят двойное налогообложение: первый раз – на предприятии, которое выделило средства, во второй раз – в структуре, которая получила спонсорскую помощь.

Вопросы для самоконтроля

Контроль за финансово-хозяйственной деятельностью спортивного клуба осуществляет:

- а) спортивный менеджер
- б) ревизионная комиссия**
- в) директор спортивного клуба

Какие разновидности членства в спортивном клубе существуют?

Один из основных и постоянных источников дохода профессиональных клубов является реализация членских билетов.

В данное время существует несколько подходов к этому вопросу:

1. Годовое членство – наиболее выгодное с точки зрения рентабельности работы клуба. На такой вид членства распространяются наибольшие льготы, и это решает задачу наполнения бюджета клуба средствами, необходимыми для усовершенствования материально-технической базы и развитие инфраструктуры клуба. Как разновидность, может осуществляться как оплата за полугодие.

2. Сезонное членство (разновидность годового) – связано с видами деятельности, которые зависят от сезонных возможностей проведения той или иной физкультурной, спортивной, оздоровительной деятельности. Характерно для туристических клубов, технических видов спорта.

3. Пролонгированное членство (ежемесячное продление абонемента) – Наиболее распространенный вид наполнения бюджета клуба. Средства, полученные таким образом, составляют фонд зарплаты работников клуба, идут на оплату налогов.

Членство может быть как индивидуальным, так и ассоциированным. Примером ассоциированного членства, на сегодняшний день, можно считать организацию профессиональных лиг по видам спорта, основа бюджета которых составляются из годовых взносов ее первичных организаций.

Чем обусловлена посещаемость соревнований и цена на билеты?

Посещаемость соревнований обуславливается многими факторами:

- количеством и демографическим составом населения в городе, где размещается команда;
- популярностью вида спорта;
- уровнем доходов населения и стоимостью билетов;

- наличием в командах звезд и суперзвезд;
- удобством и комфортностью мест на спортивных аренах;
- дополнительными услугами и др.

Посещаемость матчей *конкретной команды* в решающей мере зависит *от ее успехов в соревнованиях*.

Цены на билеты колеблются в очень большом диапазоне и зависят:

- от популярности команды,
- уровня комфорта того или иного спортивного сооружения,
- конкретного места и других факторов.

Огромное влияние на посещаемость соревнований оказывает широко распространенное мнение о *престижности спорта*.

- Многие *деловые разговоры начинаются с обмена мнениями о прошедших футбольных или баскетбольных матчах*.

- *Модным стало обсуждение и решение деловых вопросов в плавательных бассейнах, на теннисных кортах, за игрой в гольф, на трибунах и в ложах стадионов или дворцов спорта*.

Какой документ регламентирует размеры стартовых взносов для участия в соревнованиях для формирования призового фонда?

- а) Устав спортивного клуба
- б) Смета расходов на проведение соревнования
- в) Положение о соревновании**