

Содержание:

Введение

В футбол играют более 270 миллионов человек во всем мире. Особенно его популярность зашкаливает в Европе. Конечно, мужской футбол привлекает больше внимания СМИ и фанатов, но женский тоже не остается в стороне. Широкий интерес обуславливает многомиллионные контракты рекламных спонсоров вроде Coca Cola, Qatar Airways, Pepsi, Nike, Puma и Adidas. Известные бренды подписывают соглашения с футбольными организациями, а также с ведущими футбольными клубами и национальными командами. Наверное, каждый человек хоть раз в жизни смотрел футбольный матч или даже присутствовал на игре. Но настоящими последователями футбола себя считают более 4 миллиардов человек в мире. Древние китайцы играли в футбол еще во втором веке, также он было популярен у римлян, греков и японцев. Сейчас футбол распространен в Штатах и европейских странах.

Актуальность исследования обусловлена тем, что на сегодняшний день футбол как социальное явление – это один из факторов развития общества в России. Но до сих пор значимость этого вида спорта для общества, для развития различных форм коллективного взаимодействия, создания социальных лифтов, института управления талантами, недостаточно оценена и признана. Недооценено и его влияние на формирование и управление потребительскими предпочтениями.

Целью Курсовой Работы является Анализ Деятельности спортивной организации на примере Футбольного Клуба Краснодар

Задачи Исследования:

1. Проанализировать Деятельность Футбольного Клуба Краснодар.
2. Изучить политику управлений организации.
- 3.

Предмет Исследования Анализ Деятельности Футбольного Клуба Краснодар

Объект Исследования Футбольный Клуб Краснодар

Методы Исследования - Анализ интернет источников, литература, статей, таблиц и т.д

Информационная База

Глава 1. Теоретические основы спортивного менеджмента

1.1. Понятие и сущность спортивного менеджмента

Современное общество уже невозможно представить без спорта и здорового образа жизни. Актуальность развития спортивного менеджмента определяется необходимостью рационального управления в физкультурно-спортивных организациях в целях получения ими максимальной прибыли, так как спорт стал одним из видов коммерческой деятельности.

Включение физкультурно-спортивных организаций в рыночные отношения обнаружило необходимость создания новой системы управления данной сферой услуг — спортивный менеджмент.

Спортивный менеджмент представляет собой систему методологических положений и мероприятий, направленных на эффективное управление физкультурно-спортивными организациями.

Спортивный менеджмент — это социальный процесс в отрасли спорта и физической культуры, направленный на эффективное управление спортивными организациями в современных условиях .

Основополагающей задачей спортивного менеджмента является создание условий для сохранения и улучшения физического и духовного здоровья граждан .

Управление физкультурно-спортивными организациями носит масштабный характер и включает различные цели. Поэтому, применение менеджмента позволяет систематизировать цели организации, выбрать наиболее значимые и предложить программу достижения конечной цели при оптимальном соотношении затрат, рисков и результата. Цели менеджмента напрямую зависят от типа

организации. Целью менеджмента коммерческой организации физкультурно-спортивной направленности является обеспечение максимальной прибыльности организации. Целью некоммерческой организации — удовлетворение потребностей населения в физкультурно-спортивных услугах.

Функции спортивного менеджмента:

Подготовка и принятие управленческого решения (принятие различных нормативных актов: текущих и перспективных планов);

Организация (упорядочение организаций физкультурно-спортивной направленности в единую систему; материальное и трудовое обеспечение деятельности организации; разработка маркетинговой стратегии);

Мотивация (создание системы стимулов и санкций, материальной и моральной заинтересованности персонала спортивных организаций; пропаганда здорового образа жизни и повышение потребности населения в физкультурно-спортивных услугах);

Контроль (количественная и качественная оценка результатов деятельности организации);

Координация (бесперебойность и непрерывность процесса менеджмента в организации, в целях достижения согласованности всех звеньев спортивной организации). Каждая организация самостоятельно определяет приоритетные направления своей деятельности, что выражается в различных совокупностях вышеприведенных функций спортивного менеджмента.

В Российской Федерации деятельность в сфере физической культуры и спорта проводят более 95 тыс. физкультурно-спортивных организаций: специализированные государственные учреждения, общественные объединения и коммерческие организации .

Особенности функционирования физической культуры и спорта в рыночной экономике:

1. рассмотрение спорта как сферы услуг, цель которой физическое воспитание населения;
2. децентрализация управления сферы спорта и физической культуры;
3. многообразие организационно-правовых форм спортивных организаций;
4. развитие профессионального спорта;

5. конкуренция спортивных организаций и свободное ценообразование на их услуги;
6. коммерческая направленность деятельности физкультурных и спортивных организаций .

Спортивный менеджмент развивается и имеет несколько направлений, например, спортивный туризм, индустрия спортивных товаров, администрирование в области спорта, спортивная экономика.

Становление спортивного менеджмента происходит по трем основным направлениям:

1. использование опыта и профессиональных кадров спортивных деятелей советской эпохи;
2. привлечение руководителей из смежных сфер или абсолютно иных профессиональных групп;
3. подготовка новых кадров, на основе современной управленческой базы.

Однако стоит заметить, что спортивный менеджмент в России находится на начальном этапе своего развития, это подтверждается наличием, например, низкий уровень квалификации менеджеров, отсутствие социальной ответственности бизнеса, частая смена управленческих кадров, что в итоге не позволяет достичь поставленных целей.

Все это свидетельствует о необходимости дальнейшего изучения спортивного менеджмента как общественного института.

Становление рыночных отношений в России потребовало нового подхода в сфере управления. Изменения коснулись не только научно-методологических основ, но и практической направленности, которая выразилась в формировании экономических предпосылок становления института спортивного менеджмента в России.[1]

1.2. Виды спортивных организаций

Классификация спортивных организаций:

- 1) Государственные спортивные организации: главная цель- обеспечение многолетний подготовки и увеличение занимающихся людей;

2) Общественные спортивные организации: главная цель- не имеет в качестве основной получение прибыли, а хотят продвигать определенные виды спорта(в профессиональном плане);

3) Коммерческие и некоммерческие спортивные организации: главная цель- получение прибыли. Стоит помнить, что коммерческие организации не получают помощь от государства.

Классификация спортивных организаций:

1) Государственные спортивные учреждения;

2) Спортивные федерации;

3) Спортивные клуб;

4) Спортивные лиги;

5) Физкультурно- спортивное общество;

6) Фитнес-клуб;

7) Спортивно- оздоровительный клуб.

Сейчас разберем поподробнее каждую спортивную организацию:

1. Государственное спортивное учреждение- это юридическое лицо, учредителем которого является государственный орган управления, основным видом деятельности которого является оказание спортивных услуг.

2. Спортивная федерация- общественная организация, которая создана на основе членства и целями которой являются развитие одного или нескольких видов спорта, их пропаганда, организация, а также проведение спортивных мероприятий и подготовка спортсменов-членов спортивных сборных команд.

Виды спортивных федераций:

- Международные спортивные федерации;

- Национальные спортивные федерации;

- Общероссийские спортивные федерации;

- Региональные спортивные федерации.

3. Спортивный клуб- является юридическими лицами, осуществляющими тренировочную, соревновательную, физкультурную и воспитательную деятельность. Является коммерческой организацией.

Виды спортивных клубов:

- Профессиональные спортивные клубы по игровым видам спорта;

- Профессиональные спортивные клубы по индивидуальным видам спорта.

4. Спортивная лига- юридическое лицо, которое создается в предусмотренных законодательством РФ организационно-правовых формах основными целями деятельности которого является организация и (или) проведение профессиональных соревнований.

5. Физкультурно-спортивное общество (ФСО)- юридическое лицо, создаваемое общественностью для развития спорта.

6. Фитнес- центры - являются физкультурно-спортивными организациями, целью деятельности которых является оказание гражданам услуг по физической подготовке и физическому развитию.

7. Спортивно-оздоровительный клуб- государственная или некоммерческая организация, оказывающая населению физкультурно- оздоровительные услуги за счет привлеченных или бюджетных средств.

Субъекты физической культуры и спорта в Российской Федерации

К субъектам физической культуры и спорта в Российской Федерации относятся:

1) физкультурно-спортивные организации, в том числе физкультурно-спортивные общества, спортивно-технические общества, спортивные клубы, центры спортивной подготовки, спортивные федерации, а также общественно-государственные организации, организующие соревнования по военно-прикладным и служебно-прикладным видам спорта;

2) образовательные учреждения, осуществляющие деятельность в области физической культуры и спорта;

3) оборонные спортивно-технические организации;

- 4) научные организации, осуществляющие исследования в области физической культуры и спорта;
- 5) Олимпийский комитет России;
- 6) Паралимпийский комитет России;
- 7) Сурдлимпийский комитет России;
- 8) Специальная олимпиада России;
- 9) федеральный орган исполнительной власти в области физической культуры и спорта, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, подведомственные этим органам организации;
- 10) федеральные органы исполнительной власти, осуществляющие руководство развитием военно-прикладных и служебно-прикладных видов спорта;
- 11) профессиональные союзы в области физической культуры и спорта;
- 12) граждане, занимающиеся физической культурой, спортсмены и их коллективы (спортивные команды), спортивные судьи, тренеры и иные специалисты в области физической культуры и спорта в соответствии с перечнем таких специалистов, утвержденным федеральным органом исполнительной власти в области физической культуры и спорта.

1.3 Особенности управления спортивными организациями

Перестройка системы экономической и социальной сферы с учетом рыночных отношений сказывается в положении и деятельности физкультурно-спортивных организаций. Действуя в условиях смешанной экономики и либерализации социальных отношений, физкультурно-спортивные организации заинтересованы сформировать у себя такую систему менеджмента, которая обеспечивает высокую эффективность деятельности, возможности развития, устойчивое положение на рынке. Самостоятельность физкультурно-спортивной организации в условиях рынка приводит к усложнению характера выполняемых организационно-управленческих работ, к интенсификации и увеличению объема деятельности руководящего персонала как непосредственно внутри организации, так и во

внешней среде.

Цель - генеральный императив действий, описывающий будущее состояние или процесс как объект, желаемый для достижения. Как правило, цель ставится не одна, а в группе с многими другими (система целей). Соответственно возникает проблема их взаимодействия на одном уровне (горизонтальные связи) и по иерархии (вертикальные).

спортивный менеджмент физкультурный управление

Нормативные требования к управлению

Важной задачей управления спортивной организацией является определение ее политики деятельности. Это совокупность всех нормативных требований и способов их осуществления.

Нормативные требования к управлению включают:

- принципы предпринимательской деятельности;
- основные цели, объекты, сферы деятельности;
- требования к ее организации.

Основные принципы предпринимательской деятельности:

- четкое представление смысла предпринимательской деятельности;
- отношение менеджеров к участникам предпринимательской деятельности (например, готовность нести ответственность за работников организации)
- отношение к окружающей среде
- готовность к риску.

Глава 2 Спортивная организация в целом

Спортивная организация — организация, осуществляющая деятельность в области спорта, целью которой является подготовка спортсменов, проведение спортивных мероприятий, образование или другой вид деятельности, связанной со спортом.

Термин «Спортивная организация» включает в себя определение широкого круга общественных и коммерческих структур, и юридическое толкование этого термина может различаться в разных странах. Например, определение «Физкультурно-спортивная организация» на территории Российской Федерации устанавливаются Федеральным законом от 29 апреля 1999 г. #80-ФЗ: «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»

2.1. Социальные функции спорта

Под функциями спорта понимают объективно присущие ему свойства воздействовать на человека и человеческие отношения, удовлетворять и развивать определенные потребности личности и общества.

Функции спорта можно условно подразделить на специфические (свойственные только ему как особому явлению действительности) и общие. К первым относят соревновательно-эталонную и эвристически-достиженческую функции. Ко вторым в настоящее время причисляют функции, имеющие социально-общественное значение, такие, как функция личностно-направленного воспитания, обучения и развития; оздоровительно-рекреативная функция; эмоционально-зрелищная функция; функция социальной интеграции и социализации личности; коммуникативная функция и экономическая функция.

Соревновательно-эталонная функция. Основу специфики спорта составляет собственно соревновательная деятельность, суть которой заключается в максимальном выявлении, унифицированном сравнении и объективной оценке определенных человеческих возможностей в процессе состязаний, ориентированных на победу или достижение высокого в личном плане спортивного результата или места в соревновании.

Фиксируемые в спорте рекорды и достижения, выполнение классификационных норм приобретают широкое признание и служат своеобразным показателем индивидуальных и общечеловеческих возможностей. В отличие от технических эталонов «спортивный эталон» исторически не остается неизменным, а все время прогрессирует, стимулируя тем самым мобилизацию усилий спортсмена на самосовершенствование. Эталонная функция наиболее ярко выражена в спорте высших достижений, однако в той или иной мере она свойственна и спорту в целом, в том числе массовому общедоступному через систему специально организованных соревнований.

Эвристически-достиженческая функция. Для спорта характерна творческая поисковая деятельность, сопряженная с познанием человеком своих возможностей, наряду с изысканием эффективных способов максимальной реализации и их увеличения. Эта функция наиболее полно выражена в спорте высших достижений, так как на пути к ним необходимо постоянно совершенствовать систему подготовки, искать новые средства, методы тренировки, новые образцы сложнейших элементов техники и тактических решений ведения спортивной борьбы.

Необходимо совершенствовать способности к полной мобилизации своих возможностей в соревнованиях и наиболее эффективно их использовать на разных этапах многолетней подготовки, чтобы подниматься все время на новый уровень мастерства. Подобно гигантской творческой лаборатории спорт проторяет, таким образом, пути к высотам человеческих достижений. Подтверждением этому могут служить слова лауреата Нобелевской премии Арчибальда Хилла о том, что наибольшее количество сконцентрированных физиологических данных содержится не в книгах по физиологии, а в мировых спортивных рекордах. К социально-общественным прежде всего относят функцию личностно-направленного воспитания, обучения и развития. Спорт представляет большие возможности не только для физического и спортивного совершенствования, но и для нравственного, эстетического, интеллектуального и трудового воспитания. Притягательная сила спорта, высокие требования к проявлению физических и психических сил представляют широкие возможности для личностно-направленного воспитания духовных черт и качеств человека. Существенно, однако, что конечный результат в достижении воспитательных целей зависит не только и не столько от самого спорта, сколько от социальной направленности всей системы воспитания и развития. Таким образом, воспитательные возможности спорта реализуются не сами по себе, а посредством системы воспитательно-направленных отношений, складывающихся в сфере спорта.

Так как спорт включен в социально-педагогическую систему, он является также действенным средством физического воспитания, а благодаря занятиям профессионально-прикладными видами спорта становится важнейшим компонентом в трудовой и военной деятельности. Большая роль отводится спорту и в работе со взрослым населением. Он является средством оздоровления, защиты от неблагоприятных последствий научно-технического прогресса с характерным для него резким уменьшением двигательной активности в трудовой деятельности и в быту. Спорт является одной из популярнейших форм организации здорового

досуга, отдыха и развлечений. Особенно это ярко проявляется в массовом спорте, где не ставится цели достижения высоких спортивных результатов.

Эмоционально-зрелищная функция раскрывается в том, что спорт (многие его виды) несет в себе эстетические свойства, проявляющиеся в гармонии физических и духовных качеств человека, граничит с искусством. Особенно в этом плане привлекательны сложно координированные виды спорта, такие, как спортивная и художественная гимнастика, фигурное катание, прыжки в воду и др. Красота человеческого тела, технически сложные и отточенные движения, праздничное настроение — все это привлекает истинных поклонников спорта. Популярность спорта как зрелища характеризуется эмоциональностью и остротой восприятия, затрагивающего личные и коллективные интересы множества людей, а также универсальностью «языка спорта», понятного практически каждому.

Почти для всех спорт интересен как эмоционально насыщенное зрелище. Современные технические средства коммуникаций, особенно телевидение, способствовали тому, что аудитория спортивных зрелищ, как никогда прежде, расширилась, а это увеличило влияние спорта на эмоциональный мир человечества.

Без болельщиков спорт перестал бы быть сколько-нибудь общезначимым социальным явлением. Сопереживая с теми, кто соревнуется на спортивной арене, болельщики отождествляют себя с кем-либо из них, как бы сами участвуют в спортивных баталиях, борьбе характеров, разрешении спортивных конфликтов на эмоционально-образном уровне, находят яркие примеры для подражания и поводы утвердиться в своей жизненной позиции.

[2]

2.1



Инициатором создания футбольного клуба «Краснодар» является российский бизнесмен Сергей Николаевич Галицкий.

В начале 2008 года ФК «Краснодар» успешно прошел процедуру лицензирования в РФС. 22 февраля 2008 года начальнику команды Нурбию Хакунову в Москве в офисе ПФЛ была вручена лицензия на участие ФК «Краснодар» в соревнованиях профессиональных коллективов Второго российского дивизиона. Этот день принято считать днем рождения клуба.

Для работы с командой был приглашен 38-летний московский специалист Владимир Волчек. Под его руководством «Краснодар», основу которого составляли молодые игроки, завершил первый круг Первенства России в зоне «Юг» Второго дивизиона на 5-м месте, набрав 30 очков.

В августе руководство клуба решило расторгнуть контракт с Владимиром Волчком. На тренерском мостике клуба его сменил тандем, состоящий из спортивного директора Сергея Вахрушева и начальника команды Нурбия Хакунова. Последний стал параллельно исполнять обязанности главного тренера ФК «Краснодар».

Во время летнего трансферного окна клуб укрепил состав несколькими футболистами, и под руководством обновленного тренерского штаба вышел на

новый качественный уровень игры. Мощный финишный рывок (9 побед в 10 последних матчах) позволил «Краснодару» обойти волгоградскую «Олимпию» и завершить турнир на третьем месте.

Таким образом, в свой дебютный сезон команда завоевала свои первые в истории награды – бронзовые. Кроме того, ФК «Краснодар» разделил первое место по количеству очков, набранных на выезде (34), с победителем турнира в зоне «Юг» – астраханским «Волгарем-Газпромом».

В январе 2009 года ряд клубов отказался от участия в турнире Первого дивизиона по финансовым причинам. ФК «Краснодар», как коллектив, занявший призовое место в одной из зон Второго дивизиона, получил от ПФЛ предложение занять вакантное место и принял его. Клуб прошел аттестацию с первой попытки и был допущен к участию в соревнованиях в Первом российском дивизионе.

В Первом дивизионе молодой клуб не затерялся. По ходу сезона-2009 «горожане» демонстрировали содержательный футбол. Обыграв в последнем туре претендовавшую на выход в Премьер-лигу владикавказскую «Аланию» со счетом 5:1, «Краснодар» замкнул первую десятку.

В декабре-2009 года на пост главного тренера ФК «Краснодар» был приглашен Сергей Ташуев. С приходом этого специалиста руководство клуба связывало надежды на продолжение прогресса команды и успешное выступление в сезоне-2010. По большей части эти надежды оправдались. «Краснодар» стал демонстрировать яркую, атакующую игру, много забивал, вышел на лидирующие позиции в дивизионе и завершил первый круг на втором месте.

Однако на второй части дистанции команда не смогла выдержать заданный темп. Во многом это было связано с различными околофутбольными факторами, которые обернулись для «горожан» необъективным судейством в ряде ключевых матчей. В итоге команда завершила сезон на 5-м месте и вышла в 1/8 финала Кубка России, что с учетом всех обстоятельств было признано шагом вперед.

По окончании сезона клуб и Сергей Ташуев по обоюдному согласию расторгли действующий контракт. Специалист, в короткий срок сумевший поставить игру команды, уже по ходу сезона имел предложения из клубов российской Премьер-лиги. «Краснодару» же нужен был главный тренер, который бы мог надолго связать с ним свою судьбу, и в течение нескольких лет выстраивать стратегию движения команды вперед. Понимая желание Ташуева продолжить работу на более высоком уровне, руководство ФК «Краснодар» не стало препятствовать ему в

этом.

28 декабря 2010 года клуб обрел нового главного тренера, подписав контракт по схеме 1,5 + 1 год с сербским специалистом Славолюбом Муслином, ранее уже работавшим в России с клубами Премьер-лиги «Локомотив» (Москва) и «Химки».

25 января 2011 года на заседании РФПЛ было принято решение о том, что ФК «Краснодар» войдет в состав российской Премьер-лиги, заменив там подмосковный «Сатурн», добровольно отказавшийся от участия в соревнованиях из-за финансовых проблем.

6 марта 2011 года, обыграв в дополнительное время со счетом 1:0 на выезде пермский «Амкар», «Краснодар» вышел в 1/4 финала Кубка страны, став первым в истории клубом из кубанской столицы, дошедшим до этой стадии турнира. [3]

Таблица 1. Лучшие Результаты ФК Краснодар

Сезон-2008 3-е место в зоне «Юг» Второго дивизиона

Сезон-2010 5-е место в Первом дивизионе

Сезон-
2013/2014 Финал Кубка России

Сезон-
2014/2015 3-е место в российской Премьер-лиге (бронзовые медали)

Сезон-
2015/2016 Выход в 1/8 финала Лиги Европы

Сезон-
2016/2017 Выход в 1/8 финала Лиги Европы

Сезон-
2018/2019 3-е место в российской Премьер-лиге (бронзовые медали), выход в 1/8 финала Лиги Европы

Сезон- 2019/2020 3-е место в российской Премьер-лиге (бронзовые медали), плей-офф квалификации Лиги чемпионов УЕФА, 3-е место в группе Лиги Европы

Спонсоры и Партнеры.

Таблица.2 Спонсоры и Партнёры ФК Краснодар

Winline- партнёр



Букмекерская Контора

Constell group-
Генеральный Партнёр
Клуба ФК Краснодар



**Компания специализирующая на
производстве кондитерских изделий**

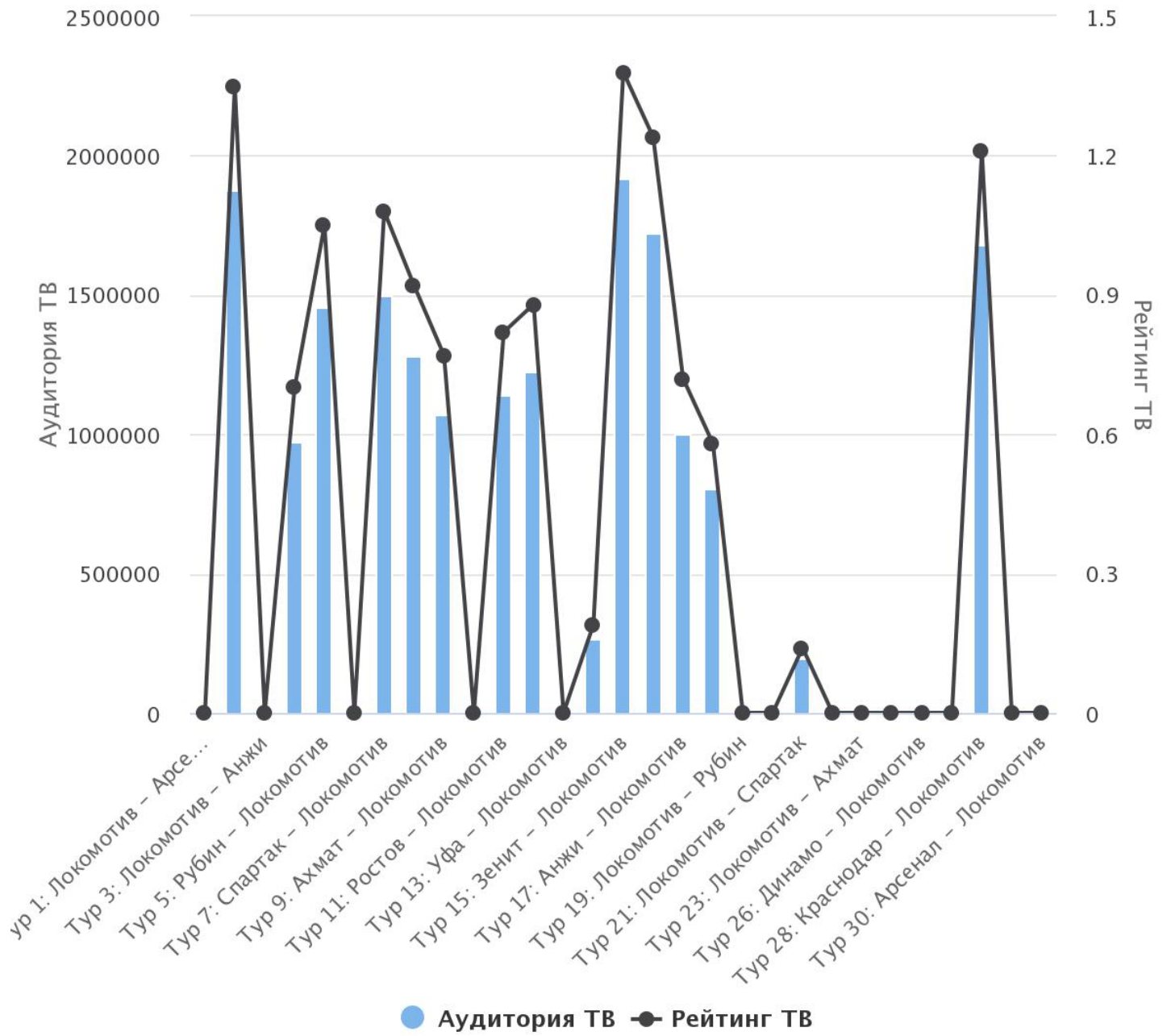
Puma-Технический
Спонсор



**Промышленная компания
специализирующаяся на выпуске спортивной
обуви, одежды, инвентаря и парфюмерии
под торговой маркой**

[4]

Рисунок 2. ТВ Рейтинг и Аудитория ФК Краснодара за сезон 2017-2018 [5]



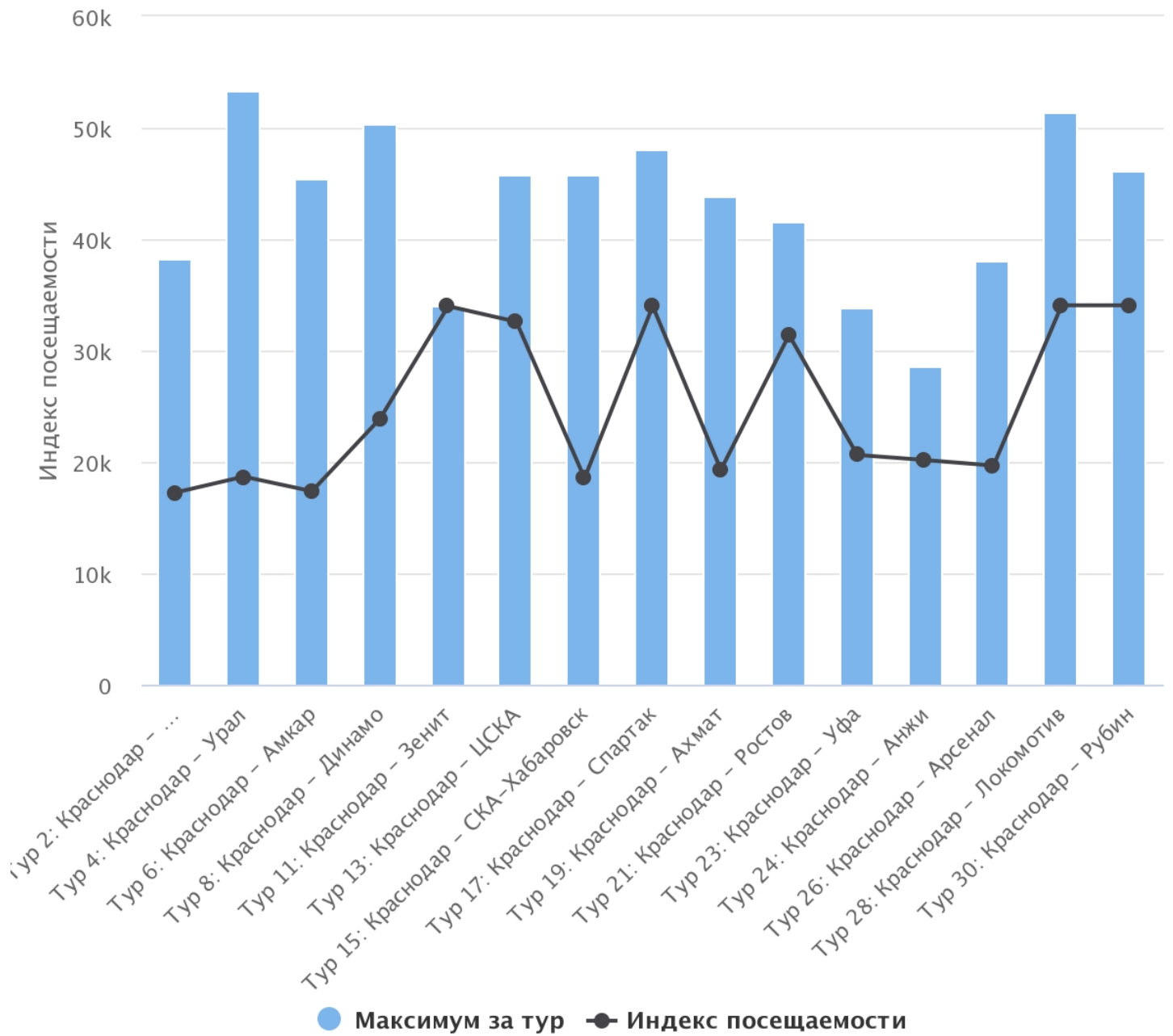


Рисунок.3 Посещаемость ФК КРАСНОДАР в сезоне 2017/2018[6]

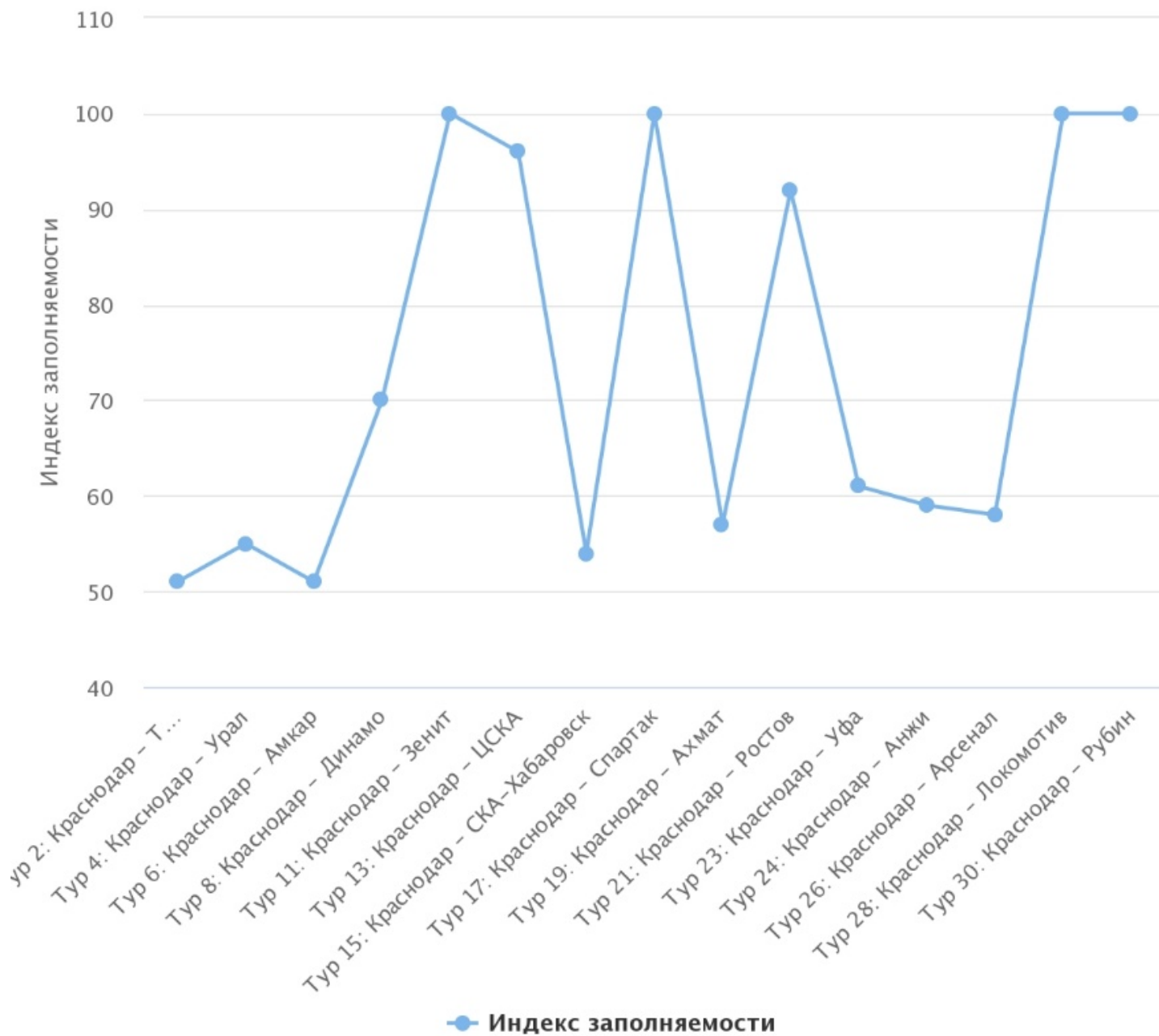


Рисунок 4. Индекс Заполняемости.

Индекс отображает процент заполняемости арены, без учета мест, которые не могут быть реализованы. Реальная заполняемость арен несколько отличается от принятой обычно в статистике. Стадионы имеют секторы, закрытые к продаже болельщикам хозяев поля, согласно регламенту проведения соревнований. И иногда размеры этих секторов отличаются от требуемого по регламенту.

Глава 2.2 Организационная структура «ФК Краснодар»

Изучив организационные структуры ФК Zenit, ФК Spartak ФК Lokomotiv я могу сделать вывод что организационная структура клуба выглядит примерно вот так.

Попечительский совет или Совета директоров

Президент Клуба

PR- Отдел

Генеральный Директор

Юридический отдел

Команда

Спортивная школа

Маркетинговый отдел

Тренерский штаб

Главный тренер

Скауты

Спортивный директор

Коммерческий директор

Отдел продаж

Финансовый директор

Служба безопасности

Директор по развитию и безопасности

Бухгалтерия

Сергей Николаевич Галицкий

Президент

Владимир Леонидович Хашиг

Генеральный директор

Нурбий Хасамбиевич Хакунов

Технический директор

Арам Ардашевич Фундукян

Коммерческий директор, директор Академии

Руслан Геннадьевич Квадзба

Юрисконсульт.

Тренерский Штаб.

Мурад Олегович Мусаев

Главный тренер.

Старший тренер

Артур Оленин.

Старший тренер по технике

Игорь Захаряк.

Тренер вратарей

Алексей Поправкин.

Тренер по физике. подготовке

Джон Филлипс.

2.3 Анализ конкурентов спортивной организации.

СТОИМОСТЬ БИЛЕТОВ. СЕЗОН 2020/21

КАТЕГОРИЯ	РПЛ И КР* ЗЕНИТ, ЦСКА, СПАРТАК, ЛОКОМОТИВ	
VIP 1	2500	4500
VIP 2	2500	4500
Бизнес 1	1300	3300
Бизнес 2	1200	3000
Стандарт 1 <i>Запад</i>	1200	2000
Стандарт 1 <i>Восток</i>	900	1500
Стандарт 2 <i>Запад</i>	800	1300
Стандарт 2 <i>Восток</i>	700	1300
Стандарт 3 <i>Запад</i>	500	900
Стандарт 3 <i>Восток</i>	500	900
Стандарт 4 <i>Запад</i>	400	700
Стандарт 4 <i>Восток</i>	400	700
Стандарт 5	300	600
Гостевой сектор	—	—

О канале

Официальный канал ФК «Краснодар»

Дата регистрации: 19 апр. 2012 г.

fckrasnodar.ru

[Twitter](#)

[VK](#)

[Facebook](#)

[Instagram](#)

[OK](#)

29 016 660 просмотров

Количество подписчиков и просмотров на YOU TUBE канале ФК Краснодар.

Культура фанатов и наличие

перфомонса. Да, у «Краснодара» есть настоящие фанаты, хотя Сергей Галицкий обычно придерживается своей цитаты, что люди должны смотреть футбол, а не поджигать стадионы. Для анализа и сравнения возьмем ФК «Локомотив»
Но для начала сделаем SWOT-анализ ФК Краснодар

Сильные стороны

1. Наличие на стадионе инфраструктуры позволяющий оказывать более высокий сервис болельщикам.
2. Высокая популярность футбола в стране и городе
3. Одна из самых сильных академий в России
4. Хорошо продуманная ценовая билетная политика для болельщиков

Слабые стороны

1. Относительно слабая селекция на протяжении нескольких сезонов позиция нападающего и защитника остаётся проблемной
3. Уровень Чемпионата России не позволяет приобретать звёздных игроков мирового уровня из чемпионатов топ-уровня и, в случае прогресса доморощенных игроков, удерживать их.

Возможности

1. Стажировка менеджеров ФК Краснодар в топ-клубах западных чемпионатов
2. Индивидуальная психологическая работа с игроками клуба

Угрозы

1. Вследствие популярности клуба, СМИ довольно часто оказывает давление на него, вызывает нервозность среди игроков и тренерского штаба.
2. На фоне последних результатов клуба, ведущие игроки могут покинуть команду.

Далее рассмотрим ФК «Локомотив»

Сильные стороны

- 1.ФК Локомотив - известный футбольный клуб, имеющий давние традиции
2. Большая армия болельщиков команды в Москве и других городах России и СНГ.
- 3.Высококвалифицированные футболисты и тренера в команде.
- 4.Наличие двух стадионов, соответствующих стандартам УЕФА. При этом основной стадион является лучшим футбольным стадионом России.
- 5.Весомая финансовая поддержка в лице компании РЖД.

Слабые стороны

1. Относительно слабая селекция (на протяжении нескольких сезонов позиция правого бровочника, плеймейкера и нападающего остаётся проблемной)
2. Последние годы команда не демонстрирует свой прежний уровень и не достигает требуемого спонсорами и болельщиками результата
3. Уровень Чемпионата России не позволяет приобретать звёздных игроков мирового уровня из чемпионатов топ-уровня и, в случае прогресса доморощенных игроков, удерживать их.
4. Нехватка высококвалифицированных спортивных менеджеров в руководстве клуба, вследствие чего порой принимаются необдуманные и неэффективные решения в управлении клубом.

Возможности

1. Смена руководства на квалифицированных спортивных менеджеров.
3. Поддержка руководством тренерского состава.

Угрозы

1. Вследствие популярности клуба, СМИ довольно часто оказывает давление на него, вызывает нервозность среди игроков и тренерского штаба.
2. В связи с прошедшим кризисом и невыразительными результатами клуба, финансовая поддержка РЖД может быть сокращена.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Перед нами стояла задача провести анализ деятельности спортивной организации на примере спортивного клуба «ФК Краснодар» в современных условиях. На сегодняшний день спортивный менеджмент имеет более обширные задачи, в том числе, чтобы спортивные объекты не пустовали – организация дополнительных платных услуг, соревнований международного и российского уровня.

Никакая спортивная организация не может существовать без менеджмента. В любой физкультурно-спортивной организации ее сотрудники взаимодействуют друг с другом. Например, директор спортивной школы руководит деятельностью ее трудового коллектива. Заведующий учебной частью школы организует и контролирует деятельность ее тренерско-преподавательского состава, а каждый старший тренер координирует работу тренеров соответствующих учебно-тренировочных групп и отделений. Президент спортивной федерации руководит 44 деятельностью этой федерации, директор стадиона руководит его персоналом. Переход к рыночным отношениям в сфере физической культуры и спорта сделал необходимым сбор информации, ее анализ и осмысление по таким основным направлениям, как спортивный менеджмент, спортивный маркетинг, спортивное предпринимательство.

За прошедшее десятилетие в развитии теории и практики управления спортивным менеджментом произошли значительные изменения. Как их результат, следует констатировать, что на сегодняшний день одной из основных задач является совершенствование высшего профессионального образования в сфере спортивного менеджмента. Это необходимо осуществлять на основе использования новых информационных технологий, повышения творческой активности студентов в образовательном процессе и расширения самостоятельной работы. Также важны эффективный педагогический контроль и хорошая организация научно-методического обеспечения учебного процесса. Все это повысит конкурентоспособность специалистов физической культуры, спорта и туризма, и, в

свою очередь, создаст необходимые условия для подготовки квалифицированного персонала спортивных клубов.

Для большинства российских клубов характерна в достаточной степени аномальная структура, где около 80% доходной части бюджета составляют деньги спонсоров и рекламодателей. На данный момент времени сравнительно малое число российских клубов премьер-лиги отличаются более близкой к оптимальному структурой доходов. Отметим, что получение доходов от продажи прав на трансляции в размере 40% от общей суммы дохода для российских клубов любого ранга на данный момент является невозможным в силу неразвитости медийного рынка в РФ.

Россия была отмечена международным спортивным сообществом, которое доверило проводить в стране ряд крупных международных спортивных мероприятий. Для их организации была проделана титаническая работа: строительство, а затем управление спортивными объектами, встреча и размещение иностранных болельщиков, организация церемоний и стартов на высочайшем уровне, подготовка личного и тренерского состава, развитие спортивной медицины.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 4 декабря 2007 г. N 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» / Режим доступа:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/
2. Золотов М.И., Кузьмичева Е.В. Менеджмент в сфере физической культуры, спорта и рекреации. Итоги 13-го Конгресса Европейской ассоциации спортивного менеджмента – EASM. // Теория и практика физической культуры. – 2016.
3. Переверзин И. И. Менеджмент спортивной организации : учеб. Пособие. 3-е изд., перераб. И доп. / И. И. Переверзин. М. : Физкультура и спорт, 2006. 464 с.
4. Починкин А. В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта : учеб. Пособие. 2-е изд., доп и перераб. / А. В. Починкин. М. : Сов. Спорт, 2010. 264 с.
5. Черкашин В.П. Теоретико-методические аспекты практики спорта. Учеб. Пособие. «Издательство «Спорт», 2016. 343 с.
6. Маркетинговый чемпионат РПЛ
7. Transfermarkt.ru

8. Обожина Д.А. Управление физкультурно-спортивной организацией. М-во образования и науки Рос.Федерации, Урал. Федер. Ун-т. Екатеринбург: Изд-во Урал. Ун-та, 2017.— 76с.