

## **Содержание:**

# **Введение**

Актуальность – хоккейный клуб «Ак Барс», базирующийся в Казани, - один из самых титулованных и знаменитых профессиональных клубов России. Основанный ещё в 1956 году, сегодня клуб по праву занимает ведущие места в хоккейных рейтингах, выступает в Континентальной хоккейной лиге, где дважды выигрывал главный трофей. «Ак Барс» - неоднократный чемпион России, обладатель Кубка Гагарина, Кубка Открытия, Кубка европейских чемпионов, Континентального кубка и множества других наград. Бывший главный тренер клуба - Зинэтула Билялетдинов – единоличный рекордсмен среди тренеров РФ по выигранным титулам. У клуба есть две молодёжных команды – ХК «Барс» и ХК «Ирбис», которые своим упорством и мастерской игрой в Высшей и Молодёжной хоккейных лигах поддерживают талантливую школу «старшего брата».

Цель работы – определить и проанализировать систему управления ХК «Ак барс»

Задачи курсовой работы

1. Изучить теоретические основы управления спортивными организациями
2. Проанализировать деятельность ХК «Ак барс»
3. Выявить сильные и слабые стороны

Объект курсовой работы - Хоккейный Клуб «АК барс»

Предмет курсовой - особенности управления ХК «Ак барс»

Хоккей – командная спортивная игра на льду, заключающаяся в противоборстве двух команд на коньках, которые, передавая шайбу клюшками, стремятся забросить её наибольшее количество раз в ворота соперника и не пропустить в свои. Побеждает команда, забросившая наибольшее количество шайб.

Главным заработком помимо финансовой помощи от спонсоров и акционеров является продажа билетов на спортивные мероприятия и клубной атрибутики

Именно после создания российской Суперлиги в 1996-м году начался золотой век хоккея в Татарстане. Был образован клуб под названием ХК «Ак Барс» в честь традиционного символа Татарстана — белого барса

В сезоне 1997/98 команда завоевала своё первое Чемпионство в России, набрав 75 очков. До этого сезона высшим достижением казанского клуба в чемпионате было лишь 7-е место в сезонах 1993/94, 1995/96. В следующем сезоне казанцы дебютировали в Евролиге. Соперниками в групповом этапе были немецкий «Маннгейм», британский «Скоттиш Иглз» и чешская команда «Литвинов». Неожиданно проиграв оба матча британцам, «Ак Барс» всё же смог выйти из группы, попав в 1/4 Финала на магнитогорский «Металлург». Судьба дуэли решилась в третьей игре, в которой казанцы проиграли по буллитам.

Сезон 1999/2000 окончился серебряными наградами из-за поражения в финальной серии московскому «Динамо». Команда из года в год набирала обороты и в сезоне 2000/01 казанцы вновь уверенно выиграли регулярный чемпионат, потерпев так же, как и три года назад, всего семь поражений и на три балла опередили «Авангард» и магнитогорский «Металлург», но в серии плей-офф уже на стадии четвертьфинала проиграли «Локомотиву».

«Ак Барсу» и на следующий сезон удалось оказаться на пьедестале. В матчах регулярного чемпионата теперь проводилось не 34 игры, как это было раньше, а 51. В этом чемпионате командой руководил первый чемпион Юрий Моисеев. Клуб набрал 101 балл и занял второе место в регулярном чемпионате. В серии плей-офф на стадии четвертьфинала было обыграно московское «Динамо» (счет в серии 3:0), в полуфинале казанской команде противостоял омский Авангард. В первых двух домашних матчах «Ак Барс» выигрывал (1:0, 4:3 буллиты), однако омичи на своей площадке возродили интригу, крупно выиграв в обеих встречах (5:3 и 3:0). В последней решающей игре обе команды забили по две шайбы, настала очередь буллитов. Казанцы отправились в финал, где их ждал прошлогодний обидчик ярославский «Локомотив». Серия была проиграна со счетом 0:3. «Ак Барс» второй раз в своей истории завоевал серебряные медали.

## **Глава 1. Теоретические основы спортивного менеджмента**

## 1.1 Понятие и сущность спортивного менеджмента

В последние годы в России наблюдается значительный рост интереса к спорту - как к профессиональному, так и к более массовому физкультурно-оздоровительному движению. Государство и частный бизнес выделяют большие средства на развитие спорта, однако далеко не всегда это приносит ожидаемый результат. Как следствие, некоторые владельцы спортивных клубов вынуждены распускать их по причине убыточности, а руководители государства вместе с многомиллионной армией болельщиков - сокрушаться и искать виновных в очередном провале российских спортсменов на Олимпийских играх, чемпионатах мира или Европы. В связи с этим, все чаще звучат слова о важности грамотного спортивного менеджмента, так как только профессионалы в данном вопросе способны эффективно управлять спортивными инвестициями. По этой причине со стороны различных спортивных организаций все больше растет интерес именно к таким специалистам.

Спортивный менеджмент - это теория и практика эффективного управления организациями физкультурно-спортивной направленности в современных рыночных условиях.

На сегодняшний день в средствах массовой информации все чаще мелькают имена не только известных спортсменов и тренеров, но и других, порой не менее важных, представителей спортивного мира, от деятельности которых в современном спорте зависит очень много.

Прежде всего, речь идет о генеральных топ-менеджерах (например, Руслан Олихвер - генеральный менеджер волейбольного клуба мужской сборной России и московского "Динамо"); агентах и спикерах по различным направлениям деятельности того или иного клуба или сборной; спортивных скаутах - человек, занимающийся сбором информации, наблюдением, разведкой и вербовкой для своего клуба (Андерс Хедберг - скаут НХЛ).

В сферу ответственности этих людей входит огромный объем работ - от поиска рекламных спонсоров и подписания контрактов с игроками до хозяйственных и бытовых вопросов.

Менеджеров подразделяют на три основные группы:

1. стратегический уровень - это руководители спортивных школ, спорткомплексов, президенты спортивных клубов и федераций и т.д.;
2. тактический уровень - руководители управлений, самостоятельных отделов и т.д.;
3. исполнительский уровень - тренеры, начальники команд, медицинский персонал и т.д.

От работы спортивного менеджмента напрямую зависит спортивный успех конкретного клуба, сборной команды и отдельного спортсмена. Помимо этого, от компетентности спортивного менеджмента зависит и конкретный финансовый доход спортивной организации. И здесь важнейшую роль играют менеджеры топ-уровня - верхушка спортивного менеджмента. От того, как они смогут организовать работу всей спортивной структуры организации и зависит ее конечный успех.

Спортивные менеджеры, являясь субъектом управленческой деятельности, выполняют в организации ряд своеобразных функций. Среди них выделяются три ключевые:

1. Принятие решений. Только профессиональный менеджер определяет направление развития организации на том или ином уровне, решает все вопросы, касающиеся распределения ресурсов, а также производит оперативные корректировки. Он принимает конечное решение о найме на работу того или иного сотрудника и несет всю полноту ответственности за его последствия.
2. Информационная функция. В данном случае спортивный менеджер накапливает информацию о внешней и внутренней среде спортивной организации, распространяет ее в виде нормативных установок, после чего разъясняет персоналу как ближайшие, так и перспективные цели организации.
3. Функция руководителя. Спортивный менеджер формирует отношения внутри и вне подконтрольной организации, мотивирует ее членов на достижение целей, координирует их усилия и выступающего в качестве официального представителя организации при взаимодействии с другими организациями.

Без качественного менеджмента в спорте частные организации просто не смогут элементарно выжить в условиях рынка, а государственные структуры просто не смогут грамотно готовить спортсменов к крупнейшим международным

соревнованиям.

## 1.2 Виды спортивных организаций

Для обеспечения учебного и тренировочного процессов, создания спортивного резерва и подготовки профессиональных спортсменов в стране создаются специальные учреждения. К ним относятся организации физкультурной и спортивной направленности и учреждения образовательного характера. Учебный и тренировочный процесс предполагает подготовку и проведение мероприятий, включая материальное обеспечение участников в период соревнований (питание, экипировка, медобслуживание). Подготовка проводится на основании типовых учебно-тренировочных программ, разработанных по результатам научно-прикладных исследований в области ФКиС. Также государственные организации осуществляют большинство управленческих функций. Ниже перечислены виды государственных ФСО. –

Государственные ФСО

Госорганы

Федеральные органы управления ФКиС

Минспорт

Росспорт

Органы управления ФКиС субъектов РФ

Спорткомитеты (краевые, областные, республиканские), различные министерства, департаменты, управления.

Муниципальные органы управления ФКиС

Спорткомитеты (городские, сельские), отделы администраций

Образовательные и научные учреждения в сфере ФКиС

Университеты, институты

Учреждения физкультурно-спортивного направления, осуществляющие дополнительную образовательную и подготовительную деятельность в сфере ФКиС, а также центры спортивной подготовки. Детские спортшколы, детско-юношеские спортшколы олимпийского резерва, УОР и т. п.

В целях пропаганды и развития определенного вида(ов) спорта, проведения спортивных мероприятий и подготовки спортсменов создаются федерации общероссийского уровня. Организации, образованные на территории субъектов РФ, считаются региональными физкультурно-спортивными общественными организациями, а федерации, созданные на территориях городского округа, муниципалитетов или внутригородского муниципального образования Москвы и Санкт-Петербурга, являются местными спортивными федерациями. Обязанности общероссийских, местных и региональных спортивных федераций достаточно обширны. Они предполагают активную деятельность по организации, проведению, контролю, усовершенствованию спортивных направлений, за которые та или иная организация отвечает.

В настоящее время на территории России существует большое количество оздоровительных физкультурно-спортивных организаций. Спортивно-оздоровительные услуги оказываются в оздоровительных комплексах, тренажерных залах, центрах, студиях, клубах и подобных предприятиях. Успешная деятельность, безупречная репутация гарантирует организации стабильный поток клиентов. Направленность оздоровительных тренировок в основном сводится к общефизической подготовке в соответствии с возрастом и физическими данными учащихся, а также к закаливанию, плаванию, оздоровительному бегу и ходьбе. Подобные услуги приобретают популярность в фитнес-центрах. В частности, курс «здоровый позвоночник» вводится во многих фитнес-клубах, так как именно проблемы со спиной беспокоят сегодня каждого второго гражданина России.

Юридические и физические лица имеют право по месту жительства или работы, а также на базе различных спортивных объединений (школьных, студенческих и т. п.) создавать физкультурно-спортивные клубы, осуществляющие физкультурную, тренировочную, соревновательную и воспитательную деятельность. Их финансирование осуществляется за счет собственных средств и других источников, не запрещенных законом. Основным видом деятельности спортивных клубов является организация физкультурно-оздоровительной и спортивной работы

с различными группами граждан.

Спортивные клубы бывают разных типов:

- при общеобразовательных организациях;
- при образовательных организациях профессионального и высшего образования;
- при предприятиях, учреждениях, организациях;
- фитнес-клубы;
- клубы при учреждениях и организациях по месту жительства;
- детские, подростковые клубы;
- клубы при учреждениях и организациях адаптивной физкультуры и спорта.

Большая часть населения сегодня занимается в фитнес-клубах, которые есть во многих населенных пунктах. Данные заведения стали открываться в России после перестройки. Сейчас это популярный вид спортивно-оздоровительных платных услуг, позволяющий не только корректировать фигуру, но и добиваться значительных результатов в укреплении здоровья и поддержании хорошего самочувствия. Фитнес-индустрия предлагает широкий спектр услуг для разных групп населения. Эксперты отмечают, что темпы развития подобных услуг в мире уступают только высоким технологиям. Ключевые особенности фитнеса - это постоянное техническое совершенствование, обновление тренировочных программ и возможность индивидуального подхода к клиентам. Если сравнивать Россию с другими странами, то здесь уровень спортивной активности пока еще низкий. В России изначально фитнес-индустрия работала на премиум-класс, и только с 2005 года появились клубы среднего класса, что, безусловно, увеличило количество приверженцев спорта.

Государственная политика по развитию массовой физкультуры и спорта реализуется всеми субъектами Российской Федерации. Главная цель - привлечение населения к регулярным занятиям спортом и физкультурой. Организация физкультурно-массовой и спортивной работы проходит по всем направлениям и затрагивает различные группы населения. Используется соревновательная практика, различные смотры-конкурсы, учебно-тренировочные сборы, семинары, конференции, пропаганда ЗОЖ и так далее. Организация массовых физкультурно-спортивных мероприятий в субъектах способствует увеличению приверженцев ЗОЖ, особенно среди подрастающего поколения.

Спортивные услуги должны формировать идею ЗОЖ у граждан, являться экологичными и безопасными. Должны быть обеспечены комфортность, эстетичность, своевременность, зрелищность, информированность, социальная адресность предоставляемых услуг, а также этичность персонала. Формирование ЗОЖ предполагает распространение знаний о важности занятий, доступность спортивных услуг для населения, использование различных методик и видов мероприятий, направленных на укрепление и оздоровление организма, поддерживающих здоровье граждан, обучение и врачебную консультацию.

Социальная адресность предусматривает соответствие услуг ожиданиям, а главное – возможностям различных групп. Все спортивные услуги должны отвечать требованиям безопасности и не наносить ущерб жизни, здоровью и имуществу потребителей. Для этого должны быть учтены требования пожарной безопасности, норм санитарной гигиены, медицинского обслуживания и предупреждения травматизма. В спортивных сооружениях должны присутствовать необходимые показатели микроклимата, не должен быть превышен допустимый уровень содержания вредных веществ и шума. Существуют определенные требования к прилегающим территориям, к уборке этих территорий и внутренних помещений. Обслуживающий персонал обязан иметь необходимую спортивную и профессиональную квалификацию, обеспечивать безопасность потребителей, знать порядок действий во внештатных ситуациях, иметь навыки преподавательской и организационно-методической деятельности.

## **1.3 Особенности управления спортивными организациями**

Физкультурно-спортивной организации взаимодействует с внешней средой. для успешного функционирования организация должна приспосабливаться к изменениям, происходящим во внешней среде, так как любая организация является открытой системой и всегда зависит от внешней среды. с точки зрения системного подхода, организация как открытая система — это механизм преобразования входной информации или ресурсов в конечную продукцию (в соответствии со своими целями). ситуационный подход позволил разработать концепцию, согласно которой решение в любой ситуации определяется внешними и внутренними факторами и обстоятельствами. и для эффективного функционирования физкультурно-спортивной организации менеджеру для принятия управленческого решения необходимо провести анализ факторов

внешней среды (ближнего и дальнего окружения). внешняя среда организации внешняя среда любой организации подразделяется на ближнее и дальнее окружение. ближнее окружение включает потребителей, поставщиков, конкурентов, контактные аудитории. дальнее окружение включает следующие факторы (макросреда предприятия): правовой; государственно-политический; технологический; экономический; социальный; экологический; климатический. Ближнее окружение (микросреда предприятия) 1. Потребители — отдельные лица и организации, приобретающие товар для личного потребления или перепродажи, государственные и общественные организации, покупатели, находящиеся за пределами страны.

потребители физкультурно-спортивных товаров и услуг: 1) занимающиеся. Формы занятий: уроки физической культуры; спортивные секции; физкультурно-оздоровительные группы; команды по игровым видам спорта; учебнотренировочные группы; персональные тренировки. 2) зрители спортивных мероприятий. 3) спортивные болельщики. 4) спонсоры. 5) тренеры, инструкторы. 6) учителя, преподаватели физической культуры. 2. Конкуренты. анализ конкурентной ситуации в отрасли может быть проведен по следующей схеме: 1) общая характеристика отрасли. 2) классификация конкурентов. 3) анализ деятельности главного конкурента включает в себя ответ на следующие вопросы: цели и стратегия конкурента; характеристика продукта; гибкость структуры; организация логистики; возможности маркетинга; производственный потенциал; финансовые возможности; экономические показатели; уровень НИР; внедренческий потенциал; система управления; качество руководящих кадров; культура фирмы; система мотивации и контроля; ноу-хау; местоположение; сильные и слабые стороны конкурента. вероятность выхода на рынок новых конкурентов и продуктов заменителей определяется входными барьерами и потенциалом ответных мер существующих предприятий. входные барьеры включают размер затрат, необходимых новому конкуренту для вхождения в рынок, склонность покупателей к известной марке, уровень необходимых вложений в НИР, размер затрат, которые несет потребитель при смене поставщика, необходимость создания собственной сбытовой сети, преимущества старых конкурентов, недостижимые для новичков.

3. Поставщики физкультурно-спортивных товаров и услуг. поставщики — это отдельные организации и отдельные лица, которые осуществляют материально-техническое обеспечение производственной и научно-технической деятельности фирмы: 1) Физкультурно-спортивные организации. 2) Фирмы, реализующие спортивные товары. 3) спортсмены; 4) тренеры, инструкторы; 5) учителя,

преподаватели физической культуры. 4. Контактные аудитории. они могут оказывать существенное влияние на ситуацию в отрасли, изменяя имидж отрасли, ее привлекательность для развития и капитальных вложений через сМи. Дальнее окружение (факторы косвенного воздействия, макросреда) дальнее окружение определяет условия для деятельности любого предприятия отрасли. главное при анализе дальнего окружения — выявить основную тенденцию для данной отрасли. Анализ правовой среды предполагает изучение законов, определяющих деятельность в данном секторе экономики и их влияние на результат и привлекательность отрасли. При изучении государственно-политической среды выясняют приоритетные направления развития экономики страны и региона, интересы государства и политических лидеров. Чтобы успешно работать в длительной перспективе, любое предприятие должно владеть информацией о научных достижениях и технологиях, применяемых в отрасли, приспособливаться к технологическим изменениям и использовать эти изменения для получения преимуществ перед конкурентами. При анализе экономической среды выясняют темпы инфляции, уровень занятости населения, состояние экономики, систему налогообложения и степень их влияния на отрасль. Анализ социальной среды предполагает изучение структуры населения (возраст, профессиональные группы, уровень доходов

В современных социально-экономических условиях отлаженная система управления физкультурно-спортивными организациями различных организационно-правовых форм и форм собственности приобретает особую значимость. совершенствование этой деятельности тесно связано с использованием социальной информации, в частности с таким ее видом, как правовая. в последнее время в стране разработаны различные нормативные документы, регулирующие вопросы взаимодействия субъектов социальнорправовых отношений в отрасли «физическая культура и спорт». законодательные акты приняты как на федеральном уровне, например закон «о физической культуре и спорте в российской Федерации», так и на региональных. особое значение приобретают нормативные акты, принимаемые в самих физкультурноспортивных организациях.

## **Глава 2. Анализ деятельности ХК «Ак барс»**

## 2.1 Общая характеристика спортивной организации

«Ак Барс» - российский профессиональный хоккейный клуб, выступающий в Континентальной хоккейной лиге. Клуб базируется в городе Казань (Татарстан). Был основан в 1956 году под названием «Машстрой», в 1958 году изменил название на «СК им. Урицкого» под которым выступал до 1990 года. С 1995 года носит название «Ак Барс». Трёхкратный обладатель Кубка Гагарина.

Домашняя площадка — «Татнефть-Арена», её общая вместимость 10 000 (8460 во время хоккейных матчей) зрителей.

Конечно, есть у «Ак Барса» и проблемы. К примеру, звуковое оборудование в «Татнефть-Арене» давно устарело. Да и сам ледовый дворец уже не отвечает современным требованиям. Постройка новой арены — дорогостоящее удовольствие, на которое спонсоры в ближайшие годы решатся едва ли. А вот трансформация «Татнефть-Арены», частичная реконструкция или оснащение лучшим оборудованием — шаг необходимый, особенно учитывая то, что совсем скоро в Татарстане пройдет Неделя звезд КХЛ и в Казань приедут болельщики со всей России.

Еще одна причина низкой посещаемости «Ак Барса» второй год — календарь. В прошлом сезоне на старте чемпионата «барсы» не сыграли в Казани ни с одним своим прямым конкурентом. Первая игра с приставкой «топ» состоялась в «Татнефть-Арене» аж во второй половине октября. В этом сезоне ситуация повторяется: в первой домашней серии помимо СКА у «Ак Барса» матчи с «Витязем», минским «Динамо», «Барысом». Затем идут игры с «Сибирью», «Куньлунем», «Амуром» и «Адмиралом». И только в середине октября в Казань приедут «Йокерит» и «Салават Юлаев».

Учитывая статус соперников, посещаемость «Ак Барса» не уступает прошлогодней. Для сравнения возьмем данные из протоколов КХЛ. На первую игру прошлого сезона «барсы» собрали чуть более 8 100 зрителей. В этом году они открылись при абсолютном аншлаге. Вторая и третья игры сезона в прошлом году выдались чуть более посещаемыми (4 640 против 4 601 и 5 026 против 4 671 соответственно). Впрочем, если выводить среднее значение, то в текущем сезоне «Ак Барс» после трех первых матчей идет даже с опережением - 6 054 болельщиков против 5 937.

Интересно посмотреть и на статистику противостояний с конкретными командами. Если в прошлом году матч со СКА посетили 8 159 болельщиков, то в этом - 8 890. На минское «Динамо» пришло практически на 300 человек меньше - 4 338 против 4 601 в этом сезоне. А вот матч с «Витязем» явно не в пользу «Ак Барса» - 6 634 и 4 671 человек. Впрочем, среднее значение все равно примерно одинаково - 6 377 и 6 054.

Можно было бы упрекнуть маркетинговую службу клуба, но надо признать: то, что «Ак Барс» делает для своих болельщиков, не делает ни один другой профессиональный клуб в Казани.

Отдельно стоит отметить, что такого количества детей, как на «Ак Барсе», вы не увидите ни на одной арене столицы. Добавим к этому мощный маркетинговый ход со стилем «Айда», который, что называется, зашел. «Айда на хоккей» используется буквально всеми — совсем недавно президент Татарстана Рустам Минниханов выложил в своем Instagram ролик со слоганом «Айда повторим», намекая на повторение «золотого дубля», который команда сделала в первых двух сезонах КХЛ. Для поддержания интереса болельщиков в прошлом сезоне «Ак Барс» проводил и различные акции с билетами, которые однозначно приносили плоды.

То есть сезон «Ак Барс» начинает в привычном для себя стиле — и команда, и болельщики только разогреваются. Более ясную картину мы увидим в октябре — именно тогда станет понятно, что из себя представляет нынешний «Ак Барс» и способен ли он собирать аншлаги.

Главный тренер Дмитрий Квартальнов известен своей любовью к работе с молодежью. Этим он довольно успешно занимался в ЦСКА, а в "Локомотиве" ему так и вовсе удалось создать самую молодую команду в КХЛ, которая была весьма конкурентоспособной на фоне остальных клубов. Конечно, можно говорить, что Дмитрию Вячеславовичу повезло с тем, что ему попалось достаточно сильное поколение ярославских игроков, выигравшее в прошлом году Кубок Харламова, но ведь этих парней нужно еще было ввести во взрослый хоккей и влить в коллектив. И у Квартальнова это получилось. В Казани же в этом плане ему будет сложнее. Молодежь у "Ак Барса" есть в достаточном количестве. Некоторые ребята, например, Владислав Кара, заиграли в основе еще при Билялетдинове. Но вот результаты казанской "молодежки" не радовали никогда. "Ирбис" ни разу не пробивался дальше четвертьфинала Кубка Харламова, а в прошлом году он и вовсе не попал в плей-офф МХЛ. Из нынешнего состава команды на себя обращает внимание ее лучший бомбардир Айрат Вильданов, который в 60 матчах

регулярного чемпионата забросил 19 шайб и отдал 24 результативные передачи. Вполне возможно, что его и кого-нибудь еще из "Ирбиса" мы увидим на летних сборах с основной командой.

Как и Билялетдинов, новый главный тренер казанцев всегда старается добиться от своей команды идеального выполнения тренерского задания, что роднит их. Помимо этого, он известен как сторонник "вертикального" хоккея. Несколько лет назад в обиход вошло выражение "рельсы Квартальнова". Впрочем, в "Локомотиве" он немного отошел от этой тактики, позволив своим форвардам играть в более комбинационный хоккей. Иными словами, можно предположить, что в следующем сезоне казанский коллектив будет чуть более нацеленным на игру в атаке.

Также Квартальнов хорошо умеет выстраивать физическую подготовку команды с тем, чтобы вывести ее на пик формы в нужный момент. Это же отлично делал и Билялетдинов до прошлого сезона. В этом году "Ак Барс" предстал во всей красе в середине регулярного чемпионата, а в его концовке сник. И даже та работа, которую Зинэтула Хайдарович проделал в февральской паузе на Евротур, не помогла его команде снова обрести хорошие кондиции. Отчасти из-за этого казанцы и вылетели в первом раунде, проиграв всухую "Авангарду" со счетом 0-4.

Помимо всего прочего, Квартальнов является приверженцем жесткого и силового хоккея. При нем мы вряд ли увидим "Ак Барс", играющий в прокат. Скорее наоборот, доставаться от ребят из Казани будет всем и вся. К тому же, Дмитрий Вячеславович - прекрасный мотиватор. Квартальнов - из того рода тренеров, которые каждую игру целиком пропускают через себя, буквально сгорая на работе. И это отношение к делу он отлично передает своим игрокам. А казанским коллегам теперь уж точно не будет скучно - пресс-конференции у наставника часто бывают довольно веселыми и забойными.

С 2016 года бренд Viatti выступает постоянным спонсором матчей как головного хоккейного клуба «Ак Барс», так и ХК «Барс» и ХК «Ирбис» во всех хоккейных лигах. Вместе с игроками команд Viatti регулярно радуется и болельщиков хоккейного спорта – в социальных сетях и на самих играх проводятся розыгрыши и конкурсы для всех любителей хоккея. Совместными усилиями Viatti и команды клуба поддерживают развитие спорта в родном Татарстане, собственным примером доказывая, что региональные команды могут достигать по-настоящему мировых высот.

Шины Viatti производятся на российском предприятии по производству шин "Нижнекамскитальяно-немецко-российские шины, т.к. оборудование закуплено в Германии, производитель идейный основатель фирмы из Италии.

Международная платежная система

Российская нефтяная компания



Страховая компания



Нефтеперерабатывающее предприятие



Безалкогольный  
сильногазированный напиток

pepsi

#### Достижения Хоккейного клуба «Ак Барс»

- Чемпион РСФСР 1962 и 1976 годов.
- Обладатель Кубка Европейских чемпионов 2007 года.
- Обладатель Кубка Гагарина КХЛ в 2009, 2010 годах.
- Обладатель Континентального Кубка (2008 год), Бронзовый призер Континентального кубка (1999 год).
- Чемпион (1998, 2006, 2009, 2010 года), серебряный призер (2000, 2002, 2007 года) и бронзовый призер (2004 год) чемпионатов России.

«Ак Барс» Дмитрия Квартальнова не устаёт радовать казанских болельщиков. Клуб из столицы Татарстана уверенно идёт в лидерах КХЛ и пока обходится без спадов, которые за три месяца регулярки не миновали другие клубы нашей лиги. Даже действующий чемпион ЦСКА, приучивший в последние годы к своей неувядающей мощи, прошёл через отрезок из четырёх поражений, чего с «армейцами» ещё не случилось в эпоху спонсорства «Роснефти».

Впрочем, стоит ли удивляться бодрому ходу «Ак Барса»? Не самое серьёзное отношение к регулярке в Казани ушло вместе с Зинэтулой Билялетдиновым, а у Дмитрия Квартальнова подход к гладкому турниру принципиально иной. Этот тренер-максималист всегда давит на газ, в какой бы команде он ни работал, и он всегда хочет побеждать. Реакция «Ак Барса» на домашнее сухое поражение от «Сочи» очень показательна. Тренер так накрутил своих подопечных, что в начале следующей игры казанцы буквально растоптали крепкое московское «Динамо». И есть ощущение, что такая участь бы постигла любую команду КХЛ на месте бело-голубых. Квартальнов, наверное, больше всех тренеров в лиге ненавидит проигрывать в отдельно взятом матче.

Квартальнов в «Ак Барсе» остаётся верен своей философии, но всё равно в этом сезоне тренер открывает новые грани своего таланта. Всё-таки одно дело, когда в регулярке был непобедим его ЦСКА, с мощнейшим составом и неограниченными возможностями ротации

Состав у казанцев крепкий, но не более того. Болельщики «Ак Барса» в межсезонье были далеки от оптимистичных прогнозов, сопоставляя список потерь и приобретений. Но сейчас эти ребята, скажем красиво, разрывают КХЛ. И это целиком и полностью заслуга главного тренера. В этом сезоне Дмитрий Квартальнов чётко даёт понять, что он лучший тренер КХЛ по развитию игроков. Каким-то образом ему удаётся найти подход и к молодым хоккеистам, и к ветеранам. К русским и иностранцам. И к хоккеистам с любым амплуа.

В атаке у Дмитрия Вячеславовича ожили Галиев с Петровым, здорово вписывается ветеран Зарипов, сумасшедший прогресс показывает Артём Галимов, и даже Никита Дыняк в команде Квартальнова получает шанс дебютировать в КХЛ лучше, чем Панарин с Капризовым. Список игроков, которые показывают свой лучший хоккей в нынешнем «Ак Барсе», можно продолжать ещё долго, и я абсолютно уверен, что без Квартальнова казанцы с этим составом и близко бы не показывали таких высоких результатов.

В КХЛ и чемпионатах России – новый рекорд по продолжительности сухой серии. Его установил 24-летний вратарь «Ак Барса» Тимур Билялов, который оставлял свои ворота в неприкосновенности на протяжении 316 минут 9 секунд. Больше пяти часов, за которые он оформил четыре полноценных шотаута.

## **2.2 Организационная структура ХК «Ак Барс»**

ХК «Ак Барс» осуществляет свою деятельность непосредственно по месту своего нахождения.

Органами управления и контроля общества являются: конференция, правление, председатель и контрольно-ревизионная комиссия. Должности в органах управления и контроля могут замещаться только гражданами Российской Федерации.

**Президент клуба**

**Главный тренер**

**Генеральный**

**Функциональные службы клуба:**

**-Реклама**

**-Финансы**

-Работа с персоналом

**Игроки**

**Совет директоров**

Структура ХК «Ак барс»

Игорь Смирнов - технический директор ХК «Ак барс», рассказал , какие службы хоккейного клуба отвечают за проведение матча на Татнефть Арене, о функциях стюардов и полиции, и грозит ли нарушителям порядка на матче запрет на посещение хоккейной арены.

- Какая из служб хоккейного клуба отвечает за проведение матча на Татнефть арене?

- В принципе за проведение матча отвечает весь хоккейный клуб. В нашем случае – это, в первую очередь, Департамент административно-технического обеспечения и безопасности, который наряду со службой безопасности включает в себя все административные и инженерные службы. Но, тем не менее, при подготовке задействуются и другие службы: коммерческая, билетная, службы по связям с общественностью и работе с VIP-клиентами.

– Сколько сотрудников инженерных служб находится на стадионе во время игры? И за что они отвечают?

– Инженерные службы во время хоккея отвечают за все наши слаботочные системы: связь, звуковое оповещение, звуковое сопровождение матча и интернет, которым, в частности, пользуются журналисты в ложе прессы. Во время матча за работой всей этой техники следят три человека. Отдельное подразделение обеспечивает работу систем теле- и видеонаблюдения, куда входит и система, которой пользуются наша служба безопасности и органы внутренних дел, табло, электронный рекламный периметр и все телевизионные станции и телевизоры на арене. В составе этой группы на матч вызывается 3-4 инженера. По звуковому сопровождению мы сейчас привлекаем подрядные организации, которые также присылают своих специалистов. Обязанности довольно четко разделены, и держать в штате людей, которые обслуживают оборудование, которое включается только на время игры, смысла нет. Приглашенным инженерам достаточно проверить готовность техники за 1-2 часа до начала матча.

– Что собой представляет служба безопасности «Ак барса»?

– В штате службы безопасности у нас четыре человека, включая директора клуба по безопасности. В целом основная функция службы – организаторская. Дело в том, что на Татнефть арене присутствуют сотрудники охрannого предприятия, которое работает с клубом по договору, а во время матчей к обеспечению безопасности также подключаются распорядители. Раньше их называли «стюардами», это слово до сих пор считается общепринятым, но с этого года КХЛ внесла в регламент именно понятие «распорядитель». Кроме того, на арене, разумеется, присутствуют и сотрудники МВД. Каждый из участников во время хоккейного матча выполняет свои, четко определенные, функции.

– В чем заключаются функции службы безопасности во время игры?

– Сотрудники службы безопасности клуба сами, конечно, ничего не охраняют. Они готовят необходимый пакет документов, выдают инструкции по обеспечению хоккея другим службам. И кроме того, именно они обеспечивают взаимодействие с полицией, как при подготовке игры, так и при ее проведении. Директор по безопасности или его заместитель во время матча отвечает за координацию работы абсолютно всех служб стадиона. Один из сотрудников службы также выезжает на игры основной и молодежной команды «Ак барса» в другие города. В общем, круг задач достаточно разносторонний, но в целом – это организация,

управление и контроль.

## 2.3 Анализ конкурентов спортивной организации ХК «Ак барс»

Таблица восточной конференции Континентальной Хоккейной Лиги



### **Сильные стороны.**

1. ХК Ак барс –самый титулованный клуб КХЛ.
2. Высокая, относительно других клубов посещаемость.
3. Большая армия болельщиков команды в Казани и других городах России и СНГ.
4. Высококвалифицированные хоккеисты и тренера в команде.
5. Наличие одного из самых больших и хорошо оснащенных в России и Европе ледовых дворцов спорта.
6. Хорошо продуманная ценовая билетная политика.
7. Весомая финансовая поддержка в лице компании Татнефть.
8. Стратегия, направленная на самокупаемость клуба.

### **Слабые стороны.**

1. Относительно слабая молодежная команда ( ХК «Ирбис» ).
2. Уровень КХЛ не позволяет приобретать звёздных игроков мирового уровня из НХЛ и, в случае прогресса доморощенных игроков, удерживать их.
3. Нехватка высококвалифицированных спортивных менеджеров в руководстве клуба, вследствие чего порой принимаются необдуманные и неэффективные решения в управлении клубом.

### **Угрозы.**

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

### **Возможности.**

1. Смена руководства на квалифицированных спортивных менеджеров.
2. Стажировка менеджеров ХК «Ак барс» в топ-клубах НХЛ.

3. Поддержка руководством тренерского состава.

## **Заключение**

В данной курсовой работе проведен анализ деятельности Хоккейного клуба «АК Барс». Изучены основы управления спортивной организацией. Выявлены сильные и слабые стороны организации. Была показана организационная структура клуба. Так же был проведен анализ конкурентов спортивной организации.

Цель поставленная в начале работы была достигнута, задачи выполнены.

## **Список литературы**

1. <https://www.ak-bars.ru>
2. <https://sport.business-gazeta.ru/article/244550> - интервью
3. [https://allhockey.ru/article/show/353239Disciplina\\_i\\_strast\\_Kakim\\_budet\\_Ak\\_Bars\\_v\\_novom\\_seasone](https://allhockey.ru/article/show/353239Disciplina_i_strast_Kakim_budet_Ak_Bars_v_novom_seasone)
4. <https://biograf.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1583971/biograf.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/33050>
5. Искусство спортивного менеджмента. Переверзин И. И.
6. Спортивный менеджмент: принципы и применение. Николсон Мэттью, Хойя Рассел, Смит Аарон, Стюарт Боб
7. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта. Степанова О. Н.
8. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1335783>
9. [https://ozlib.com/837758/sport/vidy\\_fizkulturno\\_sportivnyh\\_organizatsiy](https://ozlib.com/837758/sport/vidy_fizkulturno_sportivnyh_organizatsiy)
10. [https://kartaslov.ru/книги/Конова\\_Т\\_А\\_Менеджмент\\_спортивных\\_и\\_физкультурно-оздоровительных/8](https://kartaslov.ru/книги/Конова_Т_А_Менеджмент_спортивных_и_физкультурно-оздоровительных/8)
11. <https://www.championat.com/tags/129-khk-ak-bars/>

12. [https://allhockey.ru/team/show/38-ak\\_bars](https://allhockey.ru/team/show/38-ak_bars)

13. Хоккей. Родоначальники и новички. Тарасов Анатолий Владимирович

14. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта