

Содержание:

Введение

Конкурентоспособность в рыночной экономике является основным фактором коммерческого успеха предприятия. Она, в свое время, зависит от качества менеджмента и конкурентоспособности выпускаемой продукции либо оказываемых услуг, то есть от того, насколько она лучше аналогов, предлагаемых предприятиями-конкурентами.

Конкурентоспособность спортивной организации – это возможность успешно оперировать на конкретном рынке в определенный период времени с помощью реализации конкурентоспособных спортивных услуг. Так, всего несколько десятилетий назад научная теория конкурентоспособности практически отсутствовала. Перелом внесли работы современного американского экономиста Майкла Портера, и, прежде всего его концепция ценности услуг.

Управление коммерческой деятельностью базируется на принципах и методах управления. Каждое подразделение предприятия имеет определенную предназначенность и выполняет различные функции, то есть они обладают в той или иной степени автономностью. Вместе с тем их действия должны быть скоординированы и согласованы во времени, что обуславливает единство системы управления спортивной организацией. Важно обеспечение взаимодействия между коммерческой деятельностью и целями предприятия. Коммерческая деятельность формируется и изменяется в соответствии с интересами и потребностями спортивной индустрии. Следовательно, функции управления коммерцией в сфере спорта реализуются с учетом целей спортивной организации.

Актуальность темы курсовой работы заключается в том, что российский рынок всегда считался рынком рискованным, но, в то же время и одним из развивающихся в мире. В связи с общим ухудшением экономической ситуации и как следствие – снижением спроса и покупательской способности населения вполне предсказуемо, что одни компании сокращают свое присутствие, другие даже покидают российский рынок, а некоторые (небольшая часть) наоборот увеличивают объемы продаж. Данная ситуация не могла не коснуться спортивные коммерческие организации.

Цель курсовой работы – теоретический анализ коммерческой деятельности спортивной организации и разработка мер по ее улучшению на примере ООО «Анти Вэй» (воднолыжного клуба «ВоКлуб Калуга»).

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие **задачи**:

- раскрыть особенности организации и управления коммерческой деятельности спортивной организации,

проанализировать эффективность организации и управления коммерческой деятельностью ООО «Анти Вэй» (воднолыжного клуб «ВоКлуб Калуга»);

- предложить и экономически обосновать рекомендации по совершенствованию коммерческой деятельности ООО «Анти Вэй» (воднолыжного клуб «ВоКлуб Калуга»).

Объект исследования – ООО «Анти Вэй» основным видом деятельности которого является предоставление услуг в сфере Вейкбординга населению.

Предметом курсовой работы выступает коммерческая деятельность спортивной организации «ВоКлуб Калуга».

В процессе работы применялись следующие методы:

- теоретические – анализ литературы по теме работы, обобщение и классификация данных;
- эмпирические – вертикальный и горизонтальный анализ, коэффициентные методы анализа, графические методы анализа, математическая обработка данных.

В результате исследования были определены основные направления совершенствования коммерческой деятельности «ВоКлуб Калуга».

Информационной базой работы послужили нормативно-правовые документы Российской Федерации, научные работы отечественных и зарубежных ученых по вопросам управления предприятиями, статистическая информация, годовые отчеты, бухгалтерские регистры и первичные учетные документы ООО «Анти Вэй».

Глава 1. Теоретические аспекты анализа коммерческой деятельности предприятий спортивной индустрии

1.1 Понятия и содержание коммерческой деятельности спортивной организации

Спортивный менеджмент является популярной отраслью в управлении коммерческой деятельностью на сегодняшний день в связи со своей высокой доходностью. Его основная задача – руководство всевозможными спортивными организациями, такими как клубы, секции, федерации и проч., поэтому именно они и являются объектом пристального внимания спортивного менеджмента который направлен на коммерциализацию спортивного процесса. Неверно думать, что достижение высоких спортивных результатов, а также улучшение самочувствия людей, практикующих подобную физическую активность, есть его конечная цель. Эффективное управление коммерческой деятельностью спортивной организации, которая осуществляет физкультурно-спортивную деятельность, их распространение, широкое внедрение в жизнь общества – вот к чему стремится спортивный менеджмент [8, с. 45].

Спортивный менеджмент – такой вид отраслевого специального менеджмента, деятельность которого направлена на руководство и управление коммерческой деятельностью физкультурно-спортивными объектами. Ни одно серьезное предприятия не может обойтись без хорошего управленца, обладающего необходимыми знаниями и умениями в области управления коммерческой деятельностью, спортивные общества не исключение. [8, с. 55].

В дополнение к вышесказанному в работе указывается, что любая спортивная организация должна использовать все свои основные средства и ресурсы, предназначенные для продвижения спорта, поскольку это напрямую влияет на эффективность работы спортивного клуба, школы и секции.

Управление коммерческой деятельностью спортивной организации – это специальная теория и практика руководства физкультурными и спортивными организациями в рыночных условиях, это одна из отраслевых сфер управленческой деятельности в условиях рынка. Определение показывает, что управление

коммерческой деятельностью спортивной организации полностью совпадает с принципами и задачами обычного менеджмента, однако имеет свою узкую направленность. Управление коммерческой деятельностью спортивной организации координирует те вопросы и решает те проблемы, которыми не должен заниматься спортсмен, то есть все, что связано не с тренерской деятельностью, но имеющее непосредственное отношение к спортивному бизнесу.

Общие и конкретные функции коммерческой деятельности спортивной организации

Для начала рассмотрим общие функции.

В коммерческой деятельности спортивной организации они выглядят как набор конкретных шагов, следующих в строгом порядке друг за другом и имеющих возобновляемый характер, аналогичный этапам управленческого цикла. На самом деле, общие функции очень универсальны и их можно встретить абсолютно в любой отрасли управления. Принято различать такие функции, как планирование, организацию, мотивацию, контроль и координацию. Любое движение субъекта управления с начального этапа дальше допустимо в том случае, когда у него есть четкое представление, как организован весь процесс в целом (то есть стратегический план развития), а также присутствует хорошая движущая сила. Немаловажна и обратная связь, которая достигается благодаря координирующей функции.

Она не только позволяет регулировать взаимодействие между остальными функциями, но и учитывает все изменения, произошедшие в подконтрольном объекте под влиянием субъекта управления [7, с. 65].

1. Планирование

На этом этапе руководства происходит конкретизация проектов компании на ближайшее будущее и то, как они могут быть реализованы (то есть все доступные ресурсы, начиная с материальных, заканчивая людскими). Итогом проведения различных расчетов, занесения результатов в сводные таблицы, построения графиков, указывающих способы реализации поставленных задач, должен стать план. В нем в обязательном порядке отражается следующая информация: миссия предприятия на ближайшее время, его ресурсы, за счет чего будут происходить все изменения, перечень мероприятий и список участников, а также сроки выполнения.

Принято выделять стратегическое и оперативное планирование. Перспектива развития объекта – вот тот базис, на котором строится стратегическое планирование. Оперативное планирование представляет собой конкретизацию деталей, отраженных в стратегическом планировании. На этом этапе определяются рынки сбыта услуг, их возможные объемы, обозначается круг потребителей, максимальный результат выполненных работ, а также все возможные ресурсы для достижения поставленных целей. Помимо всего прочего, разрабатываются различные программы, планы по соревнованиям, комплексы мероприятий и т. д.

1. Организация

На этом этапе генерируется состав организации с учетом снабжения ее всем необходимым: материальными и денежными ресурсами, а также людьми.

1. Мотивация

Это не только побуждение к активности работников спортивных организаций за счет материального или нравственного поощрения, но и стимуляция людей к занятию физической культурой, то есть способ повысить их заинтересованность в плане потребления спортивных услуг.

1. Контроль и учет

На данном этапе реализуется задача по оценке результативности выполняемого плана действий (дается характеристика всем принятым решениям, прогнозируется дальнейшее развитие организации) и подводится промежуточный итог.

5. Координация

Основная цель этапа – обеспечить максимально эффективное взаимодействие внутри организации и с внешними потребителями. Благодаря налаживанию рациональной коммуникации появляется возможность обеспечения непрерывности протекания всего процесса управления.

Таким образом, коммерческая деятельность – эта одна из самых важных областей деятельности человека, которая возникла в результате труда. Данная деятельность заключается в следующем – чтобы выполнить торговые и организационные мероприятия, которые направлены на продажу и покупку товаров и услуг с целью получения наибольшей прибыли. Вообще, коммерческая деятельность является неотъемлемой частью рынка потребителей. Она

осуществляет процессы, которые связаны с продажей услуг и товаров. Таким образом, при помощи этой деятельности, спрос потребителя осуществляется, прибыль от продажи осуществляется, и целевые рынки товаров развиваются. Чтобы закупить товар и донести его до потребителя, необходимо изучить рынок, установить связи с поставщиками, осуществить коммерческие сделки, заключить контракт и произвести товарно-денежный обмен.

Как и многие другие авторы, Панкратов Ф. Г. и Солдатова Н. Ф. считается, что огромную роль в коммерческой деятельности спортивной организации играет анализ рыночных процессов, которые характеризуются изменчивостью. Автор рассматривает объекты анализа как потребительский спрос, потребительские потребности клиентов спортивных организаций. В перечень необходимых коммерческих процессов также входит заключение договоров (контрактов) на оказание спортивных услуг, разработка и подача заявок и заказов на товары, организация учета и контроля за выполнением взятых на себя обязательств, различные формы коммерческих расчетов.

Основной целью коммерческой деятельности спортивной организации является получение прибыли. Однако эта цель не может быть достигнута без своевременной идентификации и удовлетворения клиентов. Это означает, что успех спортивной организации определяется не только достижением главной цели его коммерческой работы, но и его подцелью - удовлетворением потребительского спроса на спортивные услуги. С точки зрения целей и подцелей коммерческой деятельности спортивной организации, определяются его цели, обеспечивающие достижение целей и задач. Задачи коммерческой деятельности спортивной организации, как правило, предполагают организацию качественного сервиса и организацию продажи спортивных услуг населению.

1.2 Процесс управления коммерческой деятельностью спортивной организации

Эффективная деятельность спортивных организаций, стабильные показатели их работы и конкурентоспособность в современных экономических условиях во многом определяются уровнем управления. Управление в любой области человеческой деятельности основано на большом теоретическом и практическом фундаменте. Научные исследования показывают, что оно там успешней, где более руководитель обладает такими навыками

- изучения и учета структуры спортивных услуг, их специфики и закономерностей функционирования, а также трудового коллектива;
- анализа актуального состояния внутренних и внешних связей;
- использования, сочетания и варьирования активных методов организации рабочего процесса и человеческих ресурсов;
- применения способов прогнозирования и контроля результатов руководства.

Главные принципы спортивного менеджмента

1. Принцип научной обоснованности.

Из самого названия видно, что за основу в управленческой деятельности берется научный подход. То есть, прежде чем принимать какие-то решения или ставить задачи, спортивный менеджер обязан изучить весь доступный на данный момент научный материал по интересующему его вопросу и уже на основании этого действовать. Считается, что применение передовых знаний на практике значительно повысит итоговый результат работы ФСО. Этот принцип обязателен к исполнению для любого руководителя, но не является приоритетным.

1. Принцип системности.

Любая организация, в том числе и спортивная, представляет собой определенную систему, в структуре которой находятся взаимосвязанные элементы, контактирующие не только друг с другом, но и с внешними факторами. Спортивный менеджер, подвергая всестороннему анализу имеющиеся управленческие инструменты, должен так организовать работу, чтобы каждый член коллектива приносил максимум пользы, тогда и общий результат будет на высоте.

1. Принцип оптимального сочетания централизации и децентрализации в управлении.

Разграничение ответственности всегда актуально. В спортивной сфере иерархическая система управления многоступенчата: это федеральные органы власти, муниципальные и органы власти первичного звена (руководители клубов, спортшкол, секций и проч.). Следует различать централизованный и децентрализованный подход. Все решения, касающиеся спорта в целом, менеджер относит к централизованному подходу, все, что имеет отношение к деятельности конкретных ФСО, – децентрализованный подход. То есть федеральный центр весь спектр полномочий по принятию решений предоставляет муниципалитетам и

организациям, стоящим на более низкой ступени иерархической лестницы. В своей работе спортивный менеджер учитывает, как и каким образом можно сочетать единовластие и принятие совместного решения. Минусами централизации является отсутствие гибкости и надежности, а вот что касается децентрализации, здесь главным фактором выступает время: решения принимаются долго, так как в их обсуждении участвует большое количество людей.

4. Принцип материального и морального стимулирования. Наверное, как нигде более, в спортивной организации актуален принцип материального стимулирования. Даже людям, не имеющим никакого отношения к спорту, известно, что спортсмены получают различного рода материальные вознаграждения за удачные выступления (квартиры, машины, денежные выплаты), а также правительственные награды и звания. Это очень мощный мотиватор, способствующий достижению высоких результатов, в том числе и на мировой спортивной арене.

5. Принцип оптимизации.

Основной смысл данного принципа – достичь максимальных результатов за минимальный срок, используя как можно меньше ресурсов. Любой спортивный менеджер имеет в своем управленческом арсенале необходимые инструменты, помогающие реализовать это правило в работе. Заметим, что данный подход хорош в применении вместе с принципом научной обоснованности.

1. Принцип сочетания прав, обязанности и ответственности.

Этот принцип актуален для любого сотрудника ФСО, в том числе и для менеджера. В его основе лежит обязательное осуществление возложенных рабочих функций с четким выполнением поставленных задач и несением полной ответственности за полученный результат. Применение принципа к руководящему составу происходит более строго. Управленец не должен переносить ответственность на подчиненных или на коллег, он обязан строго соблюдать правило действовать на один уровень вверх или один уровень вниз и не шагать «через голову». Если спортивный менеджер является сторонником демократичного стиля руководства, то в организации могут появляться коллегиальные органы управления. 7. Принцип сочетания отраслевого и территориального управления. Правило обусловлено законодательством РФ. Согласно ст. 72 Конституции РФ о нахождении в совместном ведении РФ и субъектов Российской Федерации вопросов физической культуры и спорта отраслевое и территориальное управление находятся на одной

степени значимости.

8. Принцип правовой защищенности управленческих решений.

Принцип заключается в том, что всю свою работу спортивный менеджер должен соотносить с российским законодательством, которое гарантирует не только правовое обеспечение функционирования ФСО, но и осуществляет контроль за их деятельностью.

1.3 Информационные источники анализа эффективности коммерческой деятельности спортивной организации

В текущих обстоятельствах формирования экономики эффективность деятельности спортивной организации в основной массе формируется обоснованностью и оперативностью реализации управленческих решений. В их основании, как правило, находится глубокое всестороннее изучение. Основным условием в проведении высоко качественной аналитической деятельности является значимость и подлинность используемой информации. Подлинность, оперативность поступления и грамотное применение информации дает возможность руководству фирмы мобильно среагировать на разные изменения внешней и внутренней сферы хозяйствующего субъекта, вовремя принимать результативные административные решения [10, с. 100].

Важность информационных данных в отношении анализа коммерческой деятельности отмечается многими учеными, в связи с этим нужно выделить, то, что изучению его сущности уделяется значительное внимание. Г.В. Болт характеризуют информационное обеспечение исследование коммерческой деятельности как комплекс информативных ресурсов и методов их организации, которые необходимы и пригодны при реализации аналитических процедур, которые обеспечивают финансовую сторону деятельности фирмы [8, с.38].

Г.Г. Иванов в описании информационного обеспечения исследования коммерческой деятельности также характеризует его как комплекс информативных ресурсов и методов их организации, но уделяет внимание на роль в принятии управленческих решений [6, с. 78].

И.А. Богдановская и Г.Г. Виноградов пишут, что эффективность информационного обеспечения изучения коммерческой деятельности опирается на определенные принципы, такие как [4, с.99]:

- определение информативных потребностей и методов их наиболее полного удовлетворения;
- объективное отображение хозяйственных операций в учете и отчетности;
- единство данных, которые получены из различных источников;
- выявление дублирований в первичных информационных данных;
- оперативность информации;
- выделение более информативных аналитических показателей при раскрытии первичной информации;
- возможное ограничение размера и усиления степени использования первичной информации;
- выработку программ применения и анализа первичной информации для принятия финансовых и инвестиционных решений.

Целостность и особенность информации, которая применяется в анализе, характеризуют результативность проведения оценки коммерческой деятельности спортивной организации. При использовании экспресс-метода при проведении анализа коммерческой деятельности, который предполагает изучение только бухгалтерской (финансовой) отчетности, сокращаются возможности анализа, и уменьшается его результативность. Подобное оказывает отрицательное влияние на то, что выявляются неизученные факторы, весьма значимые для объективной оценки финансового состояния и финансовых результатов организации спортивной индустрии. Зачастую они объединены с общеотраслевой принадлежностью спортивной организации либо с состоянием внешних факторов, а также с кругом других значимых условий, например таких как финансовая стратегия собственников и руководителей спортивного клуба. Если не учитывать эти факторы, то увеличивается риск ошибиться в оценке коммерческой деятельности спортивной организации [11, с. 93]. В текущих условиях, оценка коммерческой деятельности фирмы занимает одно из ведущих мест при формировании стратегии развития организации. Ученые в сфере экономики уделяют достаточное внимание исследованию информационного обеспечения анализа коммерческой деятельности.

Детально характеризует информационное обеспечение аналитической информации Ф.П. Половцева [12, с. 107]. Систематизировав научные публикации автора была сформирована таблица 1.

Таблица 1

Источники информации для анализа коммерческой деятельности спортивной организации согласно Ф.П. Половцева

Виды источников

**информации для анализа
коммерческой
деятельности**

**Источники информации для анализа
коммерческой деятельности**

Учетные	Бухгалтерский учет и отчетность, управленческий учет и отчетность, налоговый учет и отчетность, статистический учет и отчетность, выборочные учетные данные
Внеучетные	Материалы внешнего и внутреннего аудита, материалы проверок налоговых органов, опубликованные в печати материалы

Все источники информационного обеспечения коммерческой деятельности спортивной организации можно также подразделить на первичные (то есть собранные именно для данной задачи впервые) и вторичные (уже имеющиеся и собранные для других целей).

Первичные источники информации коммерческой деятельности включают в себя:

- Наблюдение, которое характеризуется целенаправленностью и планомерностью и проводится непосредственно в зоне нахождения предмета исследования.
- Эксперимент, который характеризуется воздействием на исследуемый процесс. Этот метод предполагает создание двух групп (обычной и экспериментальной). Группам создаются разные условия, а затем проводится сравнительный анализ полученных результатов. Этот метод может дать наиболее точные данные.
- Внутренняя отчетность, которая дает информацию о деятельности компании, товарных запасах, движении продукции, объемах продаж, выручках, затратной части на рекламу. Эта информация помогает проанализировать

прибыльность конкретных групп товаров, каналов сбыта и так далее.

- Источники коммерческой информации - это и наблюдение за внешней средой. Сюда входят законодательные проекты, изменения в экономике страны, доходах потребителей, конкурентных товарах, изменениях в технологии производства [7, с. 88].

Выводы по главе 1

1) Коммерческая деятельность спортивной организации представляет собой комплекс операций, обеспечивающих куплю-продажу спортивных услуг и вместе с торговыми процессами представляющих собой торговлю в широком смысле слова;

2) Управление коммерческой деятельностью спортивной организации является составной частью управления, которая имеет основную творческую деятельность высшего руководства, направленную на поиск таких решений, которые помогут спортивной организации выжить в динамично меняющейся среде в условиях жесткой конкуренции.

Глава 2. Анализ коммерческой деятельности ООО «Анти Вэй» (воднолыжного клуба «ВоКлуб Калуга»)

2.1 Общая характеристика деятельности ООО «Анти Вэй» (воднолыжного клуба «ВоКлуб Калуга»)

ООО «Анти Вэй» (воднолыжный клуб «ВоКлуб Калуга») - это современный воднолыжный-клуб, предоставляющий своим клиентам заняться такими видами спорта как вейкбординг, вейкскейтинг и водные лыжи. Услуги «ВоКлуб Калуга» представлены на самом высоком уровне, в соответствии с мировыми стандартами и передовыми спортивными - технологиями.

Воднолыжный клуб «ВоКлуб Калуга» расположен по адресу: Калужская область, город Калуга, на территории Ячненского водохранилища. Клуб начал свою деятельность в июне 2017 года.

Миссия воднолыжного клуба «ВоКлуб Калуга» заключается в желании сделать доступными водные лыжи для всех слоев населения.

Воднолыжного клуб «ВоКлуб Калуга» имеет удобное расположение на территории Ячненского водохранилища, популярного места отдыха для жителей Калужской области. Местонахождение клуба позволяет клиентам добираться до него как на собственном автомобиле с возможностью бесплатной парковки около клуба, так и с помощью общественного транспорта – маршрутными такси.

Организационно-правовая форма ООО «Анти Вэй» - общество с ограниченной ответственностью. Основной вид деятельности воднолыжного - клуба «ВоКлуб Калуга» является предоставление услуг населению по вейкбордингу, вейкстейтингу и водным лыжам.

Создатели воднолыжного - клуба «ВоКлуб Калуга» имеют большой и многолетний опыт как в области вейкбординга, так и в сфере бизнеса, что дает уверенность в том, что клуб движется в ногу со временем, и вместе с тем все, что он предлагает - проверено и результативно.

Услуги, предлагаемые ООО «Анти Вэй» соответствуют высоким стандартам вейкборд-индустрии, постоянно обогащаются программы инновационными технологиями и разработками.

Инструкторы ООО «Анти Вэй» - профессионалы своего дела, сертифицированные специалисты в своей области, за плечами которых личные победы в спортивной жизни и опыт работы в сфере вейкборда и водных лыж.

Кольцевая канатная дорога Rixen Big Circle (Кольцо) – установка на территории ВоКлуба, позволяющая средствами электротяги осуществлять катание клиентов ВоКлуба по поверхности воды. Состоит из 5 опор, и позволяет одновременно катать до 9 человек на скорости до 60км/ч.

Реверсивная канатная дорога Rixen Little Bro (Реверс) - установка на территории ВоКлуба, позволяющая средствами электротяги осуществлять катание клиентов ВоКлуба по поверхности воды. Состоит из 2х опор, позволяет одновременно катать 1 человека, на скорости до 52км/ч.

«ВоКлуб Калуга» предоставляет следующие услуги своим клиентам:

- Возможность покататься на водных лыжах;
- Персональные тренировки по водным лыжам;

- Тренировки детей от 7 лет.

В воднолыжном - клубе «ВоКлуб Калуга» представлен широкий спектр различных абонементов.

Так у посетителей «ВоКлуб Калуга» есть возможность купить абонементы на одну неделю, который предоставляет право клиенту кататься на кольцевой лебедке в течении рабочего времени клуба. Так же у клиентов воднолыжного - клуба «ВоКлуб Калуга» при желании есть шанс купить абонемент на один месяц, а так же время когда длится сезон, чаще всего сезон длится в районе пяти месяцев

К тому же, потенциальным клиентам воднолыжного -клуба «ВоКлуб Калуга» предлагается посетить его по гостевой карте – первое занятие либо групповая тренировка совершенно бесплатно.

2.2 Организационная структура организации ООО «Анти Вэй»

ООО «Анти Вэй» обладает линейно организационной структурой с функциональной моделью формирования линейных структурных подразделений, то есть линейно – функциональную систему управления. Линейно- функциональная система управления предприятием – это форма управления, с комбинацией линейного и функционального управления, которое помогает совмещать централизованное и децентрализованное управление.

Структура компании носит линейно-функциональный характер.

В целом организационная структура ООО «Анти Вэй» обладает следующими преимуществами:

- высокая централизация стратегических решений и децентрализацией оперативных;
- преобладающее применение инструментов – координации с технической поддержкой;
- относительно большая самостоятельность руководителей отделов;
- организация директивных связей по линейному – принципу;
- быстрая реакция на изменения рынка;

- освобождение высших руководителей фирмы от необходимости принятия оперативных и рутинных решений;
- снижение числа конфликтных ситуаций вследствие однородности целей в отделах.

Возглавляет воднолыжного - клуб директор. Он организует деятельность всего коллектива, несет полную ответственность за состояние клуба и его деятельность. В его непосредственном подчинении находятся старший администратор, главный инструктор и бухгалтер.

Главный инструктор руководит непосредственно основной деятельностью клуба, т.е. спортивной. Ему подчиняются тренеры и инструкторы:

- Инструкторы детской группы;
- Инструкторы групповых программ;
- Инструкторы водных лыж;
- Инструкторы по вейкбордингу;
- Инструкторы по вейкстейтингу.

Инструкторы и тренеры клуба должны знать основы физиологии, психологии и основы составления программ тренировок по водным видам спорта. В их обязанности входит проведение тренировок, оказание сервисных услуг, консультирование клиентов по вопросам катания на водных лыжах и вейкбордингу, проведение тренировок в группе, проведение персональных тренировок.

Сервисным отделом руководит старший администратор, ему подчиняются работники всех вспомогательных служб: администраторы, бармены, спасатели.

Администратор клуба несет прямую ответственность за работу исполнителей. Принимает оперативные решения, связанные с выполнением заданий и оптимизацией использования выделенных для этого ресурсов. Передает информацию сверху вниз и снизу вверх, поддерживает внутренние и внешние контакты.

Финансовой деятельностью клуба руководит бухгалтер, в подчинении которого находятся кассир.

В обязанности бухгалтера входят :

1. Ведение плана счетов бухгалтерского учета;

2. Составление форм бухгалтерского учета;
3. Организацию первичного учета;
4. Порядок проведения инвентаризации имущества, документооборот.

Организационная структура предприятия ООО «Анти Вэй» представлена в виде Рисунка 1.

Директор

Главный инструктор

Бухгалтер

Старший администратор

Инструкторы детской группы

Кассир

Администратор

Инструкторы групповых программ

Бармен

Инструкторы водных лыж

Спасатели

Инструкторы по вейкбордингу

Инструкторы по вейкскейтингу

Рисунок 1. Организационная структура деятельности ООО «Анти Вэй»

Рассмотрев метод управления в воднолыжного - клуба «ВоКлуб Калуга», важно отметить, что стиль управления руководителя оказался демократичным, которому свойственны следующие отличительные черты:

- Полномочия распределяется между сотрудниками (каждый сотрудник имеет четкие функциональные обязанности, а так же знает свои права)

- Дифференцированный подход к людям. Ответственность делится между сотрудниками организации (учитывается вклад каждого сотрудника в достижении общего результата)
- Руководитель поддерживает теплые отношения с сотрудниками.

В воднолыжном - клубе «ВоКлуб Калуга» на сегодняшний день трудоустроены 12 человек, что обусловлено действующим штатным расписанием организации.

Проанализировав организационную структуру воднолыжного - клуба «ВоКлуб Калуга», можно сказать, что она является линейно-функциональной. При линейно-функциональной структуре управления всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий фитнес-клуб. Ему при разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ, планов помогают функциональные звенья.

2.3 Анализ организации коммерческой деятельности в ООО «Анти Вэй»

В воднолыжном - клубе «ВоКлуб Калуга» представлен широкий спектр различных абонементов. Так организация предоставляет своим посетителям возможность прокатиться один раз на водных лыжах с инструктором в целях продемонстрировать возможности вейкбортинга. Клиенты, которые уже проявляют интерес к представленным водным видам спорта, могут приобрести абонемент на один месяц, а также абонементы без каких-либо ограничений количества посещений в течение шести месяцев. Последние из озвученных абонементов имеют возможность заморозки на некоторое время, в течение которого клиент не имеет возможности посещать воднолыжном - клубе «ВоКлуб Калуга». Месячный безлимит можно замораживать на неделю, трехмесячный до трех недель.

К тому же, потенциальным клиентам воднолыжного - клуба «ВоКлуб Калуга» предлагается посетить его по гостевой карте - первое занятие по водным лыжам либо групповая тренировка по вейкборту предоставляется бесплатно.

Ценовое соотношение услуг однолыжного - клуба «ВоКлуб Калуга» представлено в виде таблицы 2.

Таблица 2

Цены на услуги вейкборт - клуба «ВоКлуб Калуга» за 2016-2018 год.

Вид услуг	Цены (руб)		
	2016г	2017г	2018г
	1	2	3
Вейкбординг			
Разовое занятие	400	400	450
Абонемент на неделю	4500	5000	5000
Абонемент на месяц	13000	14000	15000
Абонемент безлимит на три месяца	25000	28000	28000
Абонемент безлимит на шесть месяцев	35000	40000	40000
Персональное занятие (руб)	1000	1500	1500
Персональное занятие (7 посещений)	8000	10000	10000
Персональное занятие (10 посещений)	11000	13000	13000
Групповая тренировка по водным лыжам			
Разовое посещение	200	200	200

Абонемент на неделю	1200	1300	1300
Абонемент безлимит на месяц	2700	2800	2800
Абонемент безлимит на три месяца	4500	5000	5000
Вейкскейтинг			
Разовое посещение	300	300	300
Абонемент на неделю	2000	2000	2000
Абонемент безлимит на месяц	5000	5500	5500
Абонемент безлимит на три месяца	6500	7000	7000

В Таблице 2 отображены цены на основные услуги воднолыжного - клуба «ВоКлуб Калуга» и групповых тренировок, используемые в клубе , клиентам предоставлен широкий вариативный ряд как долгосрочных, так и краткосрочных и разовых абонементов. За три года работы воднолыжного - клуба «ВоКлуб Калуга» цены лишь незначительно выросли в 2017 году по сравнению с 2016 годом, а в 2018 году они остались практически неизменны по сравнению с 2017 годом.

Таблица 3

Объем реализованных абонементов вейкборт - клуба «ВоКлуб Калуга» за 2016-2018 год.

Реализация (шт)

Название абонемента

2016г 2017г 2018г

1	2	3	4
Вейкбординг (разовое занятие)	106	110	112
Вейкбординг (Абонемент на неделю)	248	283	275
Вейкбординг (Абонемент на месяц)	243	280	306

Продолжение таблицы 3

1	2	3	4
Вейкбординг (абонемент безлимит на три месяца)	153	168	15
Вейкбординг (абонемент безлимит на шесть месяца)	140	165	180
Вейкбординг (персональное занятие разовое)	100	106	106
Персональное занятие (7 посещений)	129	140	131
Персональное занятие (10 посещений)	138	170	160
Групповая тренировка (разовое посещение)	230	240	259
Абонемент безлимит на месяц	133	145	147
Абонемент безлимит на три месяца	112	132	145
Групповая тренировка по водным лыжам	212	222	219

Таблица 3 наглядно показывает сокращение объема реализованных абонементов в воднолыжного - клубе «ВоКлуб Калуга» с 2016 по 2018 год.

Так же на территории воднолыжного - клуба «ВоКлуб Калуга» расположен спортивный – бар.

Богатый выбор свежевыжатых соков, фрукты и полезные низкокалорийные блюда в спортивном - баре наверняка придутся по вкусу любителям здорового питания и поддержат в тонусе после приятных водных процедур. Также в баре представлено разнообразие спортивного питания, такие как изотонические напитки, для более продуктивного тренинга и протеиновые коктейли, прием которых после тренировки поможет более эффективному анаболизму и приросту мышечной массы, а также энергетические, витаминные напитки. Далее необходимо провести динамику основных финансовых результатов в таблице 4.

На основании таблицы с представленным ассортиментом услуг воднолыжном - клубе «ВоКлуб Калуга», можно сделать вывод, что наибольшей популярностью среди потребителей услуг пользуются абонементы на занятия по вейкбордингу и вейкскейтингу. В 2019 году спрос на данные абонементы сократился, также меньшим спросом стали пользоваться услуги предоставляет расположенный на территории воднолыжного - клуба бар, что является тревожным знаком, так как ведь многие клиенты воднолыжного - клуба «ВоКлуб Калуга» предпочитали ранее после тренировки засесть большой компанией за молочным тонизирующим коктейлем.

Маркетинговые решения, принятые руководством ООО «Анти Вэй» (воднолыжного клуб «ВоКлуб Калуга») в процессе управления коммерческой деятельности в 2018 году выглядели следующим образом:

1)Размещение рекламной информации в прессе.

В 2018 году особенно активным средством распространения рекламной информации о деятельности вейкборт клуба «ВоКлуб Калуга» являлась местная газета «Городской вестник Калуга», которая ориентирована на местное население города.

Данная газета выходит в трёхцветном варианте и распространяется бесплатно по почтовым ящикам местных жителей города Калуга. Рекламный модуль вейкборт клуба «ВоКлуб Калуга» представляет собой размер 9,5 см x 6 см.

2)Размещение рекламы на щите.

В 2018 году по решению руководства организации реклама была размещена на рекламном щите размером 3м x 6м в 150 метрах от организации. Данный щит содержал информационные материалы об основном виде деятельности, а так же название и адрес вейкборт клуба «ВоКлуб Калуга».

3) Распространение рекламной информации непосредственно на территории вейкборт клуба «ВоКлуб Калуга»

Реклама на конкретном месте осуществления сделки купли-продажи, она включает в себя:

- Витринные стикера;
- Дизайн интерьера с логотипом клуба.

4)Размещение рекламы в социальных сетях.

Воднолыжный клуб «ВоКлуб Калуга» осуществляет активную деятельность в различных социальных сетях, таких как «Вконтакте» и «Инстаграм», где клуб размещает актуальную информацию об ассортименте услуг, бонусных и скидочных программах. Все маркетинговые решения принятые руководством воднолыжного клуба «ВоКлуб Калуга» направлены на популяризацию вейтбординга в России.

5) Продажи в клубе происходит по схеме:

5.1 Потенциальный клиент узнаёт про клуб в интернете или от друзей.

5.2 Приезжает на место покупает абонемент или разовое катание.

Так же если клиент приехал из Москвы, клуб предоставляет ему скидку в отеле.

Выводы по главе 2

1) ООО «Анти Вэй» (воднолыжный клуб «ВоКлуб Калуга») - это современный воднолыжный -клуб, предоставляющий своим клиентам заняться такими видами спорта как вейкбординг, вейкскейтинг и водные лыжи.

2) Возглавляет клуб директор. Он организует деятельность всего коллектива, несет полную ответственность за состояние фирмы и ее деятельность.

3) За три года работы в-клуб цены лишь незначительно выросли в 2017 году по сравнению с 2016 годом, а в 2018 году они остались практически неизменны по сравнению с 2017 годом.

Заключение

В результате проведенной работы были изучены теоретические аспекты организации, анализа и оценки эффективности коммерческой деятельности, раскрыты понятие и сущность коммерческой деятельности в спортивных организациях.

Коммерческая деятельность – неотъемлемое условие рынка спортивных услуг, сферы коммерческого предпринимательства, где происходит обмен денег на спортивные услуги и услуги на деньги. Под ней следует понимать процессы, связанные с куплей и продажей услуг, удовлетворением спроса покупателей, развитием целевых рынков спортивных услуг, минимизацией издержек обращения и получением прибыли. Главной целью любой коммерческой организации является получение прибыли. В конечном итоге, осуществление любых коммерческих операций в идеале должно привести к получению фирмой положительного финансового результата.

Объектом исследования было выбрана организация ООО «Анти Вэй» (веоднолыжного клуба «ВоКлуб Калуга») - это современный воднолыжный -клуб, предоставляющий своим клиентам заняться такими видами спорта как вейкбординг, вейкскейтинг и водные лыжи.

Услуги «ВоКлуб Калуга» представлены на самом высоком уровне, в соответствии с мировыми стандартами и передовыми спортивными - технологиями.

Воднолыжный клуб «ВоКлуб Калуга» расположен по адресу: Калужская область, город Калуга, на территории Ячненского водохранилища. Клуб начал свою деятельность в июне 2017 года.

Миссия воднолыжного клуба «ВоКлуб Калуга» заключается в желании сделать доступными водные лыжи для всех слоев населения.

Воднолыжный клуб «ВоКлуб Калуга» имеет удобное расположение на территории Ячненского водохранилища, популярного места отдыха для жителей Калужской области. Местонахождение клуба позволяет клиентам добираться до него как на собственном автомобиле с возможностью бесплатной парковки около клуба, так и с помощью общественного транспорта – маршрутными такси.

Основные показатели рентабельности демонстрировали в 2018 году динамику снижения на основании чего можно сделать вывод о сокращении эффективности управления финансовым состоянием в организации.

За три года работы клуба цены лишь незначительно выросли в 2017 году по сравнению с 2016 годом, а в 2018 году они остались практически неизменны по сравнению с 2017 годом.

Список использованных источников

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ) // «Собрание законодательства РФ», 14.04.2017, N 15, ст. 1691 [Электронный ресурс] // «Консультант Плюс» – законодательство РФ: кодексы, законы, указы, постановления Правительства РФ, нормативные акты. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. – Загл. с экрана.
2. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 06.04.2017) [Электронный ресурс] // «Консультант Плюс» – законодательство РФ: кодексы, законы, указы, постановления Правительства РФ, нормативные акты. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. – Загл. с экрана.
3. Постановление Правительства РФ от 19 января 1998 г. № 55 «Правила продажи отдельных видов товаров» (с изменениями и дополнениями)
4. Абчук В.А. Азбука маркетинга / В.А. Абичук - СПб.: Питер, 2014. - 396 с.
5. Амблер Т. Менеджмент спортивной организации / пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского / Т. Амблер. - СПб.: Питер, 2015. - 400 с.
6. Аникеев С.Н. Методики разработки коммерческой деятельности спортивных организаций / С.Н. Аникеев - М.: МГИМО 2018. - 473 с.
7. Астринский Д., Наноян В. Экономический анализ финансового положения предприятия / Д. Астринский, В. Наноян - Экономист, 2016. - 418 с.

8. Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций / Л.Е. Басовский - М.: Юнити, 2015. - 351 с.
9. Берджерс Д.Ф., Штайнхофф Д. Основы управления малым бизнесом / Д.Ф. Берджерс, Д. Штайнхофф - М.: Астрель, 2017. - 532 с.
10. Виханский О.С. Стратегическое управление / О.С. Виханский - М., 2017. - 306 с.
11. Воронов А. А. Оценка и менеджмент конкурентоспособности спортивных организаций / А. А. Воронов. - Краснодар, 2016. - 346 с.
12. Галкин С. Бизнес в интернете / С. Галкин - М.: Изд-во Центр. - 2016. - с. 425 .
13. Голубков, Е.П. Основы маркетинга: Учебник. М.: Издательство «Финпресс», 2016. - 656 с
14. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер - СПб.: Питер, 2016. - 814 с.
15. Котлер Ф. Основы маркетинга /Ф. Котлер - М.: Издательский дом "Вильямс", 2016. - 656 с.
16. Кузнецов Б. Т. Спорт и маркетинг : учеб.пособие / Б. Т. Кузнецов.- М. :Юнити-Дана, 2016. - 415 с.
17. Каплина С.А. Организация коммерческой деятельности спортивной организации Издание 2-е Ростов-на-Дону: Изд-во «Феникс»,2015.-448с
18. Климченя Л.С. Спортивный маркетинг: Учеб.пособие. Мн.: Выш. шк. - 2016. -с. 191.
19. Колодник Д., Подольский Д. Розничная торговля. Как удвоить продажи. СПб., - 2016. - с. 121.
20. Котлер Ф. Маркетинговые инструменты: Анализ, планирование, внедрение, контроль. - СПб.: Питер Ком, 2014. - 896с 8. Крючков, М.Ю. Перспективы внедрения электронной коммерции в России / М.Ю. Крючков. - М.: Экспресс, 2016. -с. 236.
21. МорозовЮ.В. Основы маркетинга. Учебное пособие. Издательство: Дашков и Ко; 2015. - 390 с.
22. Муромкина И. Особенности использования методов маркетинга на предприятиях торговли // Маркетинг. - 2017. - № 4.
23. Маковеева В.В. Управление маркетингом. Курс лекций / В.В. Маковеева - Томск: НИ ТГУ,2017. - 150 с.
24. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Спортивный менеджмент. / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова - М., 2017. - 436 с.
25. Матанцев А.Н. Эффективность рекламы / А.Н. Матанцев - М.: Финпресс, 2017.- 413 с.