

Содержание:

ВВЕДЕНИЕ

В условиях коммерциализации экономики спорта, становления спортивной отрасли как экономической категории именно спортивные менеджеры решают основные задачи формирования инфраструктуры, соответствующей общепринятым мировым и европейским стандартам. Поэтому изучение темы анализ деятельности спортивного менеджмента на примере спортивной академии «ПФК "ЦСКА"», является как нельзя более актуальным на сегодняшний день.

В современной науке под "менеджментом" понимается процесс руководства или управления работником, рабочей группой, коллективом или различными организациями, действующими в условиях рыночной экономики.

Спортивный менеджмент - это самостоятельный вид профессиональной деятельности, направленный на достижение целей физкультурноспортивной организации, функционирующей в рыночной среде на основе рационального использования материальных, трудовых и информационных ресурсов. Иными словами, спортивный менеджмент - это теория и практика эффективного управления организациями спортивной индустрии в рыночных условиях. В последнее время появилось большое количество публикаций по спортивному менеджменту, степень его изученности достаточно высока. В частности, изучением деятельности спортивных организаций занимались такие авторы, как Алексеев С. В., Беспутчик В.Г., Артемьев В.П., Вапнярская О.И., Золотов М.И., Кузьмичева Е.В., Зуев В.Н.,

Логинов В.А., Куделко В.Э., Мудрик В.И., Лайтфуллин Г.Р., Громова О.Н., Переверзин И.И. и многие другие. Целью курсовой работы является анализ деятельности спортивной организации на примере спортивной академии «ПФК "ЦСКА"».

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

1. Раскрыть понятие и сущность спортивного менеджмента;
2. Определить виды спортивных организаций;
3. Рассмотреть особенности управления спортивными организациями;
4. Дать характеристику и провести анализ деятельности «ПФК

"ЦСКА"»;

1. Описать организационную структуру « ПФК "ЦСКА"»;

6.Анализировать конкурентов спортивной организации.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СПОРТИВНОГО КЛУБА

1.1. Понятие и сущность спортивного менеджмента

Слово «менеджмент» берет свое начало в Америке и дословно не переводится на русский язык. Оксфордский словарь английского языка дает более широкое определение менеджмента:

- ○ ■ административные и специальные навыки;
- власть и искусство управления;
- способ общения с людьми;
- руководящий орган и люди, которые его составляют.

Практика использования термина "менеджмент" как синонима русского слова "менеджмент" становится все более популярной среди российских специалистов. Действительно, термин "менеджмент" является синонимом слова "менеджмент", но не полностью. Значение слова "менеджмент" гораздо шире, так как оно употребляется по отношению к различным сферам человеческой деятельности. Поэтому зарубежные специалисты используют термин "менеджмент" применительно к теории и практике управления социально-экономическими процессами в условиях рыночной экономики.

В других зарубежных словарях менеджмент переводится на русский язык как совокупность принципов, методов, средств и форм управления производством с целью повышения его эффективности и рентабельности. В англоязычных странах

термин "менеджмент" используется достаточно широко и в различных значениях, чаще всего применительно к управлению социальноэкономическими процессами на уровне предприятия, функционирующего в рыночных условиях.

Иностраные специалисты по-разному относятся к другим процессам.

Следовательно, для обозначения правительства в неживой природе термин

"контроль" используется для обозначения государства или правительства - термины "правление" или "правление". Иногда к слову "менеджмент" добавляется слово "бизнес" ("business management"). При этом подчеркивается, что термин "менеджмент" относится к сфере социальноэкономической деятельности. Однако в последнее время в зарубежной литературе по менеджменту наметилась тенденция употреблять термин "менеджмент" в более широком смысле - по отношению к некоммерческим организациям и общественным объединениям.



Спортивный менеджмент - один из видов отраслевого менеджмента,

связанный с управлением физкультурно-спортивными организациями. По отношению к этому подходу организация является ключевым понятием в спортивном менеджменте. С управленческой точки зрения физическая культура и спорт-это не просто "соответствующая физическая активность человека", а совокупность специальных средств и методов непосредственного развития физических возможностей человека, как это утверждается в теории физической культуры.

Общее и специальное управление имеет еще одну характерную черту.

Менеджмент связан с наличием в организации профессиональных лидеров, которых за рубежом называют менеджерами. Спортивный менеджер-это специалист, который, как правило, занимает руководящую должность в физкультурно-спортивной организации и владеет искусством научного менеджмента.

Искусство управления характеризуется особенностями умения спортивного менеджера применять общепринятые принципы, методы и технологии управления в своей конкретной управленческой деятельности.

Из-за сложности системы управления-это наука и искусство.

Менеджмент = опыт + искусство. Менеджер набирается опыта на практике. Следовательно, люди, управляющие бизнесом, - бизнесмены и любая другая организация, управляющая экономикой, - сильно отличаются друг от друга.

Бизнесмен - это человек, который «зарабатывает», его основная цель - получение высокого дохода, он владеет капиталом. Лидер обязан занимать постоянную должность, в его подчинении находятся люди, которыми он руководит. Сфера физической культуры и спорта является объектом социального управления, в который входит ряд организаций физической культуры и спорта: спортивные школы, спортивные клубы, спортивные стадионы, физкультурно-оздоровительные комплексы, спортивные федерации. Продуктом физкультурно-спортивных организаций являются спортивные сооружения, т. Е. Организованные формы физкультурноспортивных залов и программ спортивной подготовки, спортивных мероприятий и т. Д. Спортивный менеджмент - один из видов специализированного менеджмента, объектом управления которого являются спортивные организации. Спортивный менеджмент - теория и практика эффективного управления физкультурно-спортивными организациями в современных рыночных условиях. Каждой организации нужен профессиональный менеджер.

Менеджер в области физической культуры и спорта - это специалист, который, как правило, занимает руководящую позицию в организации физической и спортивной культуры и доминирует в искусстве научного менеджмента. Таким образом, менеджмент в области физической культуры и спорта - это особая теория и практика управления физкультурноспортивными организациями в рыночных условиях, это одна из отраслей управления, одно из направлений отрасли управленческой деятельности в условиях рыночная доля. Объектом управления спортом как самостоятельной науки является совокупность физкультурно-спортивных организаций страны, продуктом которых является производство физкультурно-спортивных услуг. Управление взаимоотношениями в процессе взаимодействия субъекта и объекта управления внутри спортивной организации и взаимодействие этих организаций с микро- и макросредой в процессе производства и распространения спортивных услуг являются темами спортивного менеджмента.

1.2. Виды спортивных организаций

Неотъемлемой частью любой организации физкультурно-спортивного направления являются люди, которые условно делятся на организаторов (руководителей) и исполнителей спорта. Работа спортивных менеджеров различного уровня заключается в управлении и контроле результатов, работе переводчика, тренеров, учителей и других сотрудников, а также информационном и педагогическом воздействии на тематику работы спортсменов и других участников группы.

Управление в спорте как один из видов социального управления отраслью осуществляется физкультурно-спортивными организациями. В российском законодательстве институт организации получил юридическое признание в понятии юридического лица. Кроме того, в соответствии с действующим законодательством, спортивные федерации, клубы, ассоциации, фонды и другие объединения граждан по развитию физической культуры и спорта признаются видами спорта. организации. Основная целевая функция этих организаций, объект их деятельности - производство физкультурно-спортивных услуг. К основным видам услуг относятся: организационные формы занятий физкультурой и спортом, фитнес-программы, спортивные достижения, консультации практикующих врачей, судейство спортивных соревнований и многое другое.

Типы организаций спортивной направленности, выделяемые по функциональному назначению :

1. Спортивные клубы как один из видов общественных объединений физкультурно-спортивной направленности, которые могут создаваться на предприятиях и в учреждениях различных форм собственности, в различных типах образовательных учреждений, а также на территориальной основе.
2. Спортивные детско-юношеские школы (ДЮСШ) и клубы физической культуры, в состав которых входят учреждения дополнительного образования, занимаются спортивным оздоровлением. Как правило, это спортивные школы, государственные и муниципальные. В принципе, могут создаваться и неправительственные организации, созданные физическими и юридическими лицами, в том числе иностранными.
1. Физкультурно-оздоровительные центры, функционирующие как коммерческие организации физкультурно-спортивной направленности в различных организационно-правовых формах.

1. Профессиональные спортивные клубы, которые функционируют и создаются в различных организационно-правовых формах, характерных для коммерческих организаций.
2. Стадионы и спортивные комплексы, имеющие статус юридического лица и находящиеся на самостоятельном балансе.
3. Кафедры физического воспитания вузов и других структурных подразделений образовательных учреждений
4. Негосударственные образовательные учреждения ФКиС.
5. Высшие и средние учебные заведения в ФК.
6. Олимпийский комитет России. X. Фонды.
7. Спортивные федерации, союзы и ассоциации.
8. Государственный комитет по физической культуре и туризму.

1.3. Особенности управления спортивными организациями

Сущность и содержание управленческой работы в сфере физической культуры и спорта могут быть распространены только с учетом особенностей данной отрасли, поэтому меры по повышению ее эффективности связаны как с общими проблемами управленческой работы, так и с вытекающими из нее характеристиками деятельности этих компаний. Содержание работы руководителя спортивной школы и ее особенности заключаются в том, что физическая культура и спорт являются объектом социального управления; существует междисциплинарный характер деятельности; есть многофункциональность производства

Социальная сфера: совокупность отраслей, предприятий, организаций, которые напрямую связаны и определяют уровень жизни людей, их благосостояние и их потребности. Организации в области физической культуры и спорта выполняют определенные функции, связанные с удовлетворением конкретных потребностей. Продукция производства в этом секторе уступает место зрелому здравоохранению и услугам, которые в настоящее время удовлетворяют разнообразные потребности людей в физическом воспитании и спорте. В области физической культуры и спорта услуги - это главное решение усилий. Основные услуги, производимые и требуемые в области физической культуры и спорта, - это социальные и культурные услуги с рядом специфических характеристик:

1. Неосвязаемость. Социально-культурные услуги невозможно осязать.

2. Неотделимость социально-культурной услуги от ее источника.
3. Непостоянство качества. Качество социально-культурных услуг широко варьируется в зависимости от места, времени и других факторов, связанных с их оказанием.
4. Несохранимость. Социальные и культурные услуги не могут храниться во времени, накапливаться для последующей реализации.

Служение - это не вещь, а процесс, деятельность. В то же время производство и потребление происходят одновременно во времени и пространстве. Эти особенности социокультурных услуг как основного продукта физической культуры и спорта требуют от их производителей и продавцов применения специальных подходов, позволяющих им эффективно организовать производство и реализацию этого продукта. Специфика индустрии физической культуры и спорта заключается в следующем - рынок может удовлетворять потребности только в данный момент и нет возможности создавать резервы и резервы, за исключением рынка спортивных товаров; - удовлетворяет специфические потребности общества в спортивных зрелищах и спортивной деятельности; - имеет высокую имиджевую направленность и подвержен изменениям в соответствии с модными тенденциями; - часто приобретает чрезмерную политизированность.; - с развитием общества она приобретает высокую социальную значимость как инструмент укрепления здоровья нации, пропаганды здорового образа жизни, борьбы с антиобщественными явлениями.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ “ПФК ЦСКА”

2.1. Общая характеристика спортивной организации

Начало истории ЦСКА

Официальный день рождения армейского спортивного клуба-29 апреля 1923 года.

В этот день состоялся первый спортивный праздник - футбольный матч между воинами-спортсменами на первенство столицы. Москвичи впервые увидели команду с ранее неизвестной спортивной эмблемой ОППВэкспериментально-

демонстрационной военно-спортивной площадкой Всевобуча. Она была образована при Центральном управлении военной подготовки рабочих на базе дореволюционного "общества любителей лыж", располагалась в парке Сокольники в Москве и стала первой Центральной спортивной организацией Красной Армии.

С помощью волонтеров база, расположенная в центре парка "Сокольники", была огорожена, отремонтированы и расширены трибуны стадиона, подготовлена беговая дорожка длиной 350 метров, приведены в порядок сектора для метания и прыжков, несколько детских площадок. Недалеко от главного входа в парк находилась лыжная база.

Через пять лет, в феврале 1928 года, ОППВ вошел в состав Центрального Дома Красной Армии как Отдел физической культуры и спорта. Спустя тридцать лет по приказу военного ведомства страны был создан Центральный спортивный клуб Министерства обороны. Свое знакомое и известное название клуб приобрел в 1960 году-именно тогда он был переименован в Центральный спортивный клуб армии. Несмотря на долгую, четырех-декадную историю названия, День рождения ЦСКА отмечается 29 апреля 1923 года-в день первой игры воиновспортсменов.

Сегодня в ЦСКА состоят спортсмены из 126 городов России. Развивается 72 вида спорта.

Армейский спортивный клуб обретает название ЦСКА

Несколько десятилетий армейцы выступали под разными эмблемами: ОППВ (Опытно-показательная площадка всеобуча), ЦДКА (Центральный Дом Красной армии), ЦДСА (после переименования Красной армии в Советскую), ЦСК МО.

Центральный спортивный клуб Министерства обороны был переименован в «Центральный Спортивный Клуб Армии»

За это время они установили всесоюзные и мировые рекорды – в тяжелой атлетике, стрельбе, плавании. В годы Великой Отечественной войны из лучших спортсменов страны формировались специальные команды лыжников, снайперов и разведчиков. В 1952 году представители ЦДСА триумфально выступили на первых Олимпийских играх за сборную СССР в Хельсинки.

Наконец, в 1960 году Центральный спортивный клуб Министерства обороны был переименован решением ведомства в Центральный спортивный клуб армии (ЦСКА), успехами которого сейчас наслаждаются сотни тысяч болельщиков.

К концу 60-х годов все виды Вооруженных Сил СССР включились в подготовку спортсменов к высшим достижениям в спорте. На всеармейских чемпионатах и спартакиадах шел постоянный отбор талантливой молодежи. Тренерской работой в родном клубе занялись прославленные спортсмены-армейцы, чьи имена знала вся страна. Результат не заставил себя ждать: представители ЦСКА неизменно входили в сборные страны по большинству олимпийских видов спорта.

Попасть в ЦСКА стало престижно, ведь каждый понимал – это прямой путь в сборную, к вершинам спортивной карьеры.

Характеристика титулов ПФК «ЦСКА»:

Кубок СССР – 5(1945, 1948, 1951, 1955, 1991)

Чемпион СССР – 7(1946-48, 1950-51, 1970, 1991)

Кубок России – 7(2002, 2005, 2006, 2008, 2009, 2011, 2013)

Чемпион России – 6(2003, 2005, 2006, 2013, 2014, 2016)

Суперкубок России – 7(2004, 2006, 2007, 2009, 2013, 2014, 2018) Кубок УЕФА – 1(2005)

Статистика

Рассмотрим бюджет, расходы и доходы клуба на примере сезона 20/21

Бюджет: 4.3 млрд. рублей

В основном затраты ушли на трансферы

Затраты составили: 2.7 млрд. рублей (трансферы)

Но расходы также уходят в зарплаты игрокам, тренерам и персоналу.

Доходы: 45млн. рублей(трансферы)

Однако в основной бюджет также идут доходы с ТВ, призовые деньги, реклама и спонсоры, продажа билетов и юношеская футбольная школа.

Также у клуба есть домашний стадион, на который уходит часть бюджета – «ВЭБ Арена»

Таблица 1 - Технические характеристики стадиона ФК ЦСКА

Площадь отведенных участков	8,7 га
Площадь доотводимых участков	1,1 га
Вместимость стадиона	30 000 мест
Общая площадь комплекса	174 100 кв. метров
Общая площадь стадиона	78 000 кв. метров
Общая площадь гостиниц и административных помещений	70 000 кв. метров
Общая площадь многоуровневых парковок	26 100 кв. метров
Вместимость автостоянок	1400 машиномест

Спонсорами «ЦСКА» В 2020 году являются: ВЭБ, Россети, Wildberries, Hyundai, «Фонбет», Joma, Икс-холдинг, «Аэрофлот», ПСБ и «Тинькофф»

Коммерциализация спорта – это процесс вовлечения предпринимательской деятельности в сферу спорта и использования спорта для получения прибыли.

Влияние рыночных механизмов на спортивную деятельность, связанное с ее коммерциализацией, сразу же привлекло внимание специалистов. Спортивные организации всех уровней стали принимать участие в различных видах маркетинговых исследований для того, чтобы, во-первых, не отставать от происходящего на спортивном рынке, а во-вторых, подготовиться к неизбежным изменениям в деятельности.

В настоящее время существует достаточно устойчивое мнение экспертов о том, что спорт высших достижений уже не может существовать как некоммерческий. Это сложный вопрос, тем более что не все согласны с такой позицией. Так, Исследования, проведенные В. Н. Платоновым и С. И. Гуськовым (1994, 2002), свидетельствуют о наличии различных подходов к оценке проблемы коммерциализации олимпийских видов спорта.

Первый подход-это взгляд на эту проблему с учетом текущих изменений, происходящих в мировом спорте и в спорте отдельных стран. В нем преобладают прагматические оценки происходящего. Коммерциализация рассматривается как "необходимое зло", способствующее развитию спорта, но признается, что этот процесс должен контролироваться спортивными организациями, а не коммерсантами.

Сторонники второго подхода предлагают оценивать процесс коммерциализации спорта не только с точки зрения финансовой помощи ему, но и с точки зрения влияния на саму природу спорта и его ценности. Они считают, что коммерциализация спорта приводит к сдвигу ценностных ориентаций, поскольку ценность спортивной деятельности уже начинает измеряться не тем, что человек занимается спортом и демонстрирует в нем определенные достижения, а тем количеством денег, которое эта деятельность может принести. Коммерциализация сводит на нет воспитательные функции спорта, а без них спорт и олимпийское движение перестают быть тем значимым социальным явлением, которым они все еще являются.

Коммерциализация часто приводит к трансформации отдельных видов спорта, к изменению правил соревнований. Это не всегда хорошо для спорта. И сам спорт, и оргкомитеты крупных международных соревнований, в том числе Олимпийских игр, становятся зависимыми от внешних источников финансирования (прежде всего от коммерческого телевидения).

В этих условиях происходит дискриминация некоторых видов спорта, которые не пользуются вниманием телевидения, рекламодателей и спонсоров, предпочитающих наиболее зрелищные виды спорта. Высокие доходы победителям крупнейших конкурсов в этих видах обеспечивают спонсоры, заинтересованные в эффективной рекламе своей продукции. В то же время существует разделение спорта на "бедных" и "богатых".

Подобные явления приводят к разнообразным негативным последствиям для самого спорта. Например, нельзя не видеть проявляющейся уже сейчас потери интереса детей и молодежи к тем видам спорта, которые обделены вниманием телевидения, прессы и не позволяют даже спортсменам высшей квалификации получать существенные доходы от занятий спортом.

Ещё одна проблема заключается в том, что коммерциализация спорта и основополагающий принцип бизнеса – получение доходов – увеличивают количество соревнований, объединенных в длинные серии стартов и вынуждающих сильнейших спортсменов не пропускать эти старты из-за значительных материальных вознаграждений, получаемых по итогам выступлений во всей серии.

Наряду с этим основным требованием стало стремление к максимально возможному результату в соревнованиях. Эта черта спорта ныне постоянно обостряется из-за роста моральных и, особенно, материальных стимулов, связанных с необходимостью демонстрации рекордных результатов и достижением побед в серии различных соревнований.

Но на примере ЦСКА, коммерциализация клубу не пошла на пользу последние годы команда не демонстрирует свой прежний уровень и не достигает требуемого спонсорами и болельщиками результата, из чего можно сделать вывод, что сейчас руководству клуба нужен коммерческий результат, отсюда выходит еще одна причина: нехватка высококвалифицированных спортивных менеджеров в руководстве клуба, вследствие чего порой принимаются необдуманные и неэффективные решения в управлении клубом.

2.2. Организационная структура ПФК «ЦСКА»

Организационная структура ПФК «ЦСКА» состоит из «Руководящего состава» и «Административного состава»

Президент клуба

Помощник

президента

Руководитель
билетного отдела

Руководитель
рекламно
-
коммерческого
отдела

Начальник
международного
движения

Руководитель отдела
по работе с
болельщиками

Главный редактор
CSKA TV

Генеральный
директор

Коммерческий
директор

Исполнительный

директор

Директор по связям с

общественностью

Финансовый

директор

Директор стадиона

ЦСКА

Руководство клуба

Гинер Евгений Леннорович Президент клуба

Бабаев Роман Юрьевич

Генеральный директор клуба

Зарубьян Андрей Георгиевич

Коммерческий директор клуба

Егоров Дмитрий Борисович

Исполнительный директор клуба

Аксенов Сергей Павлович

Директор по связям с общественностью и информационной политике

Яковлева Ирина Михайловна Финансовый директор

Кедрин Илья Сергеевич

Заместитель генерального директора по правовым вопросам

Кононов Дмитрий Александрович

Директор стадиона

Поворин Анатолий Николаевич

Заместитель генерального директора по безопасности

Дюков Максим Владиславович

Руководитель селекционного отдела

Юрин Владимир Александрович

Заместитель генерального директора по развитию

Березуцкий Василий Владимирович

Заместитель генерального директора по спортивным вопросам , тренер

Березуцкий Алексей Владимирович

Заместитель генерального директора по спортивным вопросам

Тренерский штаб ПФК ЦСКА

Ганчаренко Виктор Михайлович

Главный тренер ПФК ЦСКА

Овчинников Сергей Иванович Старший тренер

Онопко Виктор Савельевич

Тренер

Ермакович Александр Владимирович

Тренер

Зубик Руслан Константинович

Помощник тренера

Якунчиков Сергей Павлович

Начальник команды

Райланд Морганс

Тренер по физподготовке

Концепция развития ФК "ЦСКА" основана на том, что оптимальный путь по достижению наших целей, заключается в эффективной реализации портфеля

проектов, направленных на создание дополнительных ценностей для болельщиков, любителей спорта

Для целей эффективной реализации проектов ФК "ЦСКА" применяет общепринятые стандарты проектного менеджмента

В соответствии со стандартами применительно к каждому проекту определяются:

- Цели проекта
- Сроки исполнения и его ресурсоемкость
- Структура управления проектом
- Система контроля и отчетности проекта

Типовая структура управления отдельно взятым проектом ФК "ЦСКА" представлена следующими органами:

- Спонсор проекта - финансирование, стратегический контроль проекта
- Проектный офис - операционный контроль исполнения портфеля проектов
- Менеджер проекта - текущий контроль за ходом проекта, исполнение
- Исполнители проекта

Рассмотрим как выполняется несколько ролей:

Должность президента клуба мы рассмотрим, изучим в отрывке интервью

Евгения Ленноровича Гиннера от 25.08.2003:

«Президент футбольного клуба – явление для нашей спортивной жизни сравнительно новое. Ещё лет 10–15 назад само слово “президент” в нашем лексиконе имело некий налет чужеродности – видимо, плохо сочетаясь с

привычным тогда для нас свойским обращением “товарищ” и гораздо лучше соответствуя элегантно-почтительному обращению “господин”, совсем недавно вернувшемуся в нашу речь.

- **Господин президент, - обращаюсь я к президенту одного из популярнейших клубов ЦСКА Евгению Ленноровичу Гинеру. - Сегодня институт президентства прочно утвердился во всех сферах нашей жизни - от самой высокой политики до экономики и спорта. Однако многие любители спорта не очень хорошо осведомлены о том, каков же спектор деятельности именно футбольных президентов. Ясно, что в своих клубах они самые большие начальники и непременно богатые люди - это их объединяет. Всё остальное - отличает: далеко не все умны, не каждый хорошо разбирается в футболе, далеко не все заработали капиталы честным трудом и для многих футбол - временная остановка на длинном и трудном пути бизнесмена. Так или иначе, все вы, президенты клубов, решили посвятить определенную часть своей жизни служению футболу. В чем вы видите цель и смысл своей деятельности?**
- Начну с того, что слово “президент” имеет латинские корни и переводится как “сидящий, находящийся во главе, впереди”. Президент - безусловно лидер, человек, который лучше других видит перспективы развития, думает о будущем, умеет вести за собой людей вперед, к успеху, к новым достижениям. Но напомним, что когда-то в древности название этой должности имело и ещё одно значение - “защита”, “стража”. Так вот, как президент, я считаю себя обязанным стоять на страже интересов клуба, создавать футболистам, тренерам максимально благоприятные условия для хорошей игры, для прогресса. С другой стороны, так же, как президент страны является гарантом соблюдения её конституции, так и президент футбольного клуба должен быть гарантом того, что клуб станет жить по футбольным законам, не нарушая как зафиксированные на бумаге правила, установленные РФС, УЕФА, ФИФА, так и неписанные, но не менее значимые законы спортивной чести.
- **Раньше во главе клубов стояли начальники команд, председатели спортивных обществ, решавшие во многом сходные задачи. Что же, по сути, изменилось? Или дело только в перемене названия?**
- Начнем с того, что появление должности президента - это в определенной степени дань традициям, сложившимся в мировом футболе. Именно президенты возглавляют крупнейшие клубы - и “Реал”, и “Лацио”, и

“Манчестер”... В клубе может быть и председатель, и начальник команды, и, допустим, генеральный директор – каждый занимается своим кругом проблем, но президент – лицо особое, и дело тут, конечно, не в его важном титуле. Главное – то, что современный клуб во всем мире, а теперь и у нас (в отличие от прежних, советских времен) – это коммерческая организация, акционерное общество, деятельность которого контролирует Совет директоров. Президент, избранный акционерами, является членом Совета и отстаивает перед держателями акций нужды клуба, интересы футболистов. Мы должны понимать: сегодня в футбол пришел бизнес, и чтобы вывести наши команды на классный – европейский, мировой – уровень необходимо вкладывать в них большие деньги.»

Генеральный директор - Осуществляет общее руководство административнохозяйственной и экономической деятельностью спортивного клуба. Составляет планы спортивной и финансово-хозяйственной деятельности клуба с применением социально-экономических условий. Организует работу спортивного клуба и всего персонала, а именно: организует и осуществляет контроль за подготовкой сборных команд и спортсменов, за организацией тренировочного процесса; контролирует эффективное использование и техническое состояние спортивного инвентаря, эксплуатацию имеющихся спортивных сооружений; согласовывает в случае и в порядке, установленном законодательством, условия и сроки перехода спортсменов из клуба в другие спортивные организации, и наоборот. представляет в [наименование уполномоченного органа] документы для присвоения спортивных разрядов и званий, тренерских категорий спортсменам и тренерам; организует работу по подготовке, переподготовке, повышению квалификации персонала спортивного клуба, общественных инструкторов.

2.3. Анализ конкурентов спортивной организации Для анализа и сравнения возьмем ФК «Локомотив»

Но для начала сделаем SWOT-анализ «ЦСКА»

Сильные стороны

1. ПФК ЦСКА - известный футбольный клуб, имеющий давние традиции.

2. Высокая, относительно других видов спорта, популярность футбола в стране.
3. Большая армия болельщиков команды в Москве и других городах России и СНГ.
4. Высококвалифицированные футболисты и тренера в команде.
5. Хорошо продуманная ценовая билетная политика
6. Весомая финансовая поддержка в лице компании Россети
7. Стратегия, направленная на самокупаемость клуба
8. Одна из самых сильных ДЮСШ в России

Слабые стороны

1. Относительно слабая селекция
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.
2. Стажировка менеджеров ПФК ЦСКА в топ-клубах западных чемпионатов
3. Поддержка руководством тренерского состава.
4. 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. В связи с прошедшим кризисом и невыразительными результатами клуба, финансовая поддержка может быть сокращена
3. 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.

1. Высокая, относительно других видов спорта, популярность футбола в стране.

1. Большая армия болельщиков команды в Москве и других городах России и СНГ.

1. Высококвалифицированные футболисты и тренеры в команде.

1. Наличие двух стадионов, соответствующих стандартам УЕФА. При этом основной стадион является лучшим футбольным стадионом России.

1. Самая лучшая инфраструктура в России среди ФК.

1. Хорошо продуманная ценовая билетная политика

1. Весомая финансовая поддержка в лице компании РЖД

1. Стратегия, направленная на самоокупаемость клуба

1. Одна из самых сильных ДЮСШ в России

Слабые стороны

1. Относительно слабая селекция (на протяжении нескольких сезонов позиция правого бровочника, плеймейкера и нападающего остаётся проблемной)

1. Последние годы команда не демонстрирует свой прежний уровень и не достигает требуемого спонсорами и болельщиками результата

1. Уровень Чемпионата России не позволяет приобретать звёздных игроков мирового уровня из чемпионатов топ-уровня и, в случае прогресса доморощенных игроков, удерживать их.
1. 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.
1. Стажировка менеджеров ФК Локомотив в топ-клубах западных чемпионатов
1. Поддержка руководством тренерского состава.
1. 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.
1. В связи с прошедшим кризисом и невыразительными результатами клуба, финансовая поддержка РЖД может быть сокращена
1. На фоне последних результатов клуба, ведущие игроки могут покинуть команду.

ИТОГ:

Исходя из проделанных SWOT-анализов, можно понять, что у ПФК "ЦСКА" и ФК "Локомотив" спортивное и коммерческое соперничество на одном уровне.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Перед нами стояла задача провести анализ деятельности спортивной организации на примере спортивного клуба "ПФР "ЦСКА" в современных условиях. Спортивный менеджмент в современных условиях это грамотно спланированный процесс управления спортивными объектами, соревнованиями, эффективное управление организациями физкультурно спортивной направленности в условиях рыночных отношений. 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/

1. Алексеев С. В. Спортивный менеджмент. Регулирование организации и проведения физкультурных и спортивных мероприятий : учебник / С. В. Алексеев. М. : ЮНИТИ, 2016. 687 с.
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. 6. Черкашин В.П. Теоретико-методические аспекты практики спорта. Учеб. пособие. «Издательство «Спорт», 2016. 343 с.
5. CSKA.RU
6. transfermarkt.ru
7. 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.