

Содержание:

ВВЕДЕНИЕ

Футбол – это развивающийся, динамичный, не стоящий на месте вид спорта, с более чем 4 миллиардами поклонников, это, безусловно, самый популярный вид спорта в мире. Доминирование футбола на планете настолько очевидно, что первое место ни для кого не является сюрпризом. Основное распространение футбол получил в Европе, где для многих он стал не просто игрой, а образом жизни. Чемпионат мира ФИФА является самым знаковым событием в этом виде спорта. Футбол также один из самых доступных видов спорта в мире, и вряд ли найдется такой человек, который ни разу в своей жизни не ударил по мячу. Новости футбола постоянно мелькают в заголовках крупнейших газет, особенно в Великобритании, Германии, Франции, Испании [1].

Я считаю, что **выбранная мною тема, актуальна**. Актуальна она тем, что люди, которые следят или только начинают следить за Футбольным Клубом Локомотив, изучив данную курсовую работу, найдут достаточно интересной, полезной и новой информации в одном месте, при этом не открывая множество сайтов, в надежде найти то, что им нужно.

Целью исследования является более детальное изучение дисциплины и оценка эффективности работы ФК Локомотив.

Задачи исследования:

1. Проанализировать деятельность Футбольного Клуба Локомотив;
2. Исследовать внутреннюю политику управления организацией;
3. Разработать план развития организации.

Объект исследования – Футбольный Клуб Локомотив.

Предмет исследования, есть развитие деятельности Футбольного Клуба Локомотив

Методы исследования – анализ интернет источников, литературы, статей, построение графиков, таблиц и т.п.

Информационная база:

- Интервью генерального директора ФК Локомотив;
- Интервью председателя совета директоров;
- Статьи журналистов;
- Пресс-конференции;
- Интервью тренерского состава.

Глава 1. Теоретические основы спортивного менеджмента

1.1. Понятие и сущность спортивного менеджмента

Современное общество уже невозможно представить без спорта и здорового образа жизни. Актуальность развития спортивного менеджмента определяется необходимостью рационального управления в физкультурно-спортивных организациях в целях получения ими максимальной прибыли, так как спорт стал одним из видов коммерческой деятельности [2].

Включение физкультурно-спортивных организаций в рыночные отношения обнаружило необходимость создания новой системы управления данной сферой услуг — спортивный менеджмент [2].

Спортивный менеджмент представляет собой систему методологических положений и мероприятий, направленных на эффективное управление физкультурно-спортивными организациями [2].

Спортивный менеджмент — это социальный процесс в отрасли спорта и физической культуры, направленный на эффективное управление спортивными организациями в современных условиях [2].

Основополагающей задачей спортивного менеджмента является создание условий для сохранения и улучшения физического и духовного здоровья граждан [3].

Управление физкультурно-спортивными организациями носит масштабный характер и включает различные цели. Поэтому, применение менеджмента

позволяет систематизировать цели организации, выбрать наиболее значимые и предложить программу достижения конечной цели при оптимальном соотношении затрат, рисков и результата [3].

Цели менеджмента напрямую зависят от типа организации. Целью менеджмента коммерческой организации физкультурно-спортивной направленности является обеспечение максимальной прибыльности организации. Целью некоммерческой организации — удовлетворение потребностей населения в физкультурно-спортивных услугах [3].

Функции спортивного менеджмента:

1. Подготовка и принятие управленческого решения (принятие различных нормативных актов: текущих и перспективных планов);
2. Организация (упорядочение организаций физкультурно-спортивной направленности в единую систему; материальное и трудовое обеспечение деятельности организации; разработка маркетинговой стратегии);
3. Мотивация (создание системы стимулов и санкций, материальной и моральной заинтересованности персонала спортивных организаций; пропаганда здорового образа жизни и повышение потребности населения в физкультурно-спортивных услугах);
4. Контроль (количественная и качественная оценка результатов деятельности организации);
5. Координация (бесперебойность и непрерывность процесса менеджмента в организации, в целях достижения согласованности всех звеньев спортивной организации) [3].

Также выделяют и отраслевые функции спортивного менеджмента (рис. 1).



Рисунок 1.

Отраслевые функции спортивного менеджмента [3].

Каждая организация самостоятельно определяет приоритетные направления своей деятельности, что выражается в различных совокупностях вышеприведенных функций спортивного менеджмента [3].

Становление спортивного менеджмента происходит по трем основным направлениям:

1. использование опыта и профессиональных кадров спортивных деятелей советской эпохи;
2. привлечение руководителей из смежных сфер или абсолютно иных профессиональных групп;
3. подготовка новых кадров, на основе современной управленческой базы [4].

Однако стоит заметить, что спортивный менеджмент в России находится на начальном этапе своего развития, это подтверждается наличием, например, низкий уровень квалификации менеджеров, отсутствие социальной ответственности бизнеса, частая смена управленческих кадров, что в итоге не позволяет достичь поставленных целей [4].

Все это свидетельствует о необходимости дальнейшего изучения спортивного менеджмента как общественного института [4].

Становление рыночных отношений в России потребовало нового подхода в сфере управления. Изменения коснулись не только научно-методологических основ, но и

практической направленности, которая выразилась в формировании экономических предпосылок становления института спортивного менеджмента в России [4].

1.2. Виды спортивных организаций

Спортивная организация — организация, осуществляющая деятельность в области спорта, целью которой является подготовка спортсменов, проведение спортивных мероприятий, образование или другой вид деятельности, связанной со спортом [5].

Термин «Спортивная организация» включает в себя определение широкого круга общественных и коммерческих структур, и юридическое толкование этого термина может различаться в разных странах. Например, определение «Физкультурно-спортивная организация» на территории Российской Федерации устанавливаются Федеральным законом от 29 апреля 1999 г. #80-ФЗ: «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» [5].

Физкультурно-спортивная организация - юридическое лицо независимо от его организационно-правовой формы, осуществляющее деятельность в области физической культуры и спорта в качестве основного вида деятельности. Положения настоящего Федерального закона, регулирующие деятельность физкультурно-спортивных организаций, применяются соответственно к индивидуальным предпринимателям, осуществляющим деятельность в области физической культуры и спорта в качестве основного вида деятельности [5].

Виды спортивных организаций

Точной классификации спортивных организаций не существует, можно только условно разделить их виды по типу объединения или внутренней административно-организационной структуре. Но следует учесть, что схожие по внутренней организации, они могут иметь разные названия. Первичными организациями физкультурно-спортивной направленности принято называть те из них, в которых непосредственно проводится учебно-тренировочная работа и различные формы физкультурно-оздоровительных занятий с населением разных социальных и демографических групп [5].

Первичные спортивные организации:

- Спортивные секции;

- Спортивные кружки;
- Спортивные клубы;
- Спортивные школы [5].

Спортивные объединения.

На основе первичных организаций исторически складывались более крупные организации, призванные улучшить эффективность, организационно-методическое или коммерческое руководство [5].

- Спортивное общество;
- Спортивная ассоциация;
- Спортивная федерация;
- Спортивный союз;
- Спортивное объединение;
- Спортивная конфедерация;
- Спортивная лига;
- Спортивный комитет [5].

1.3. Особенности управления спортивными организациями

Одной из главнейших задач, стоящих перед любой спортивной организацией или фирмой-производителем спортивных товаров, услуг и информации, является задача успешного ведения бизнеса. Как же обеспечить выполнение столь непростой и многогранной задачи в условиях конкурентного и динамично меняющегося рынка, при быстро меняющейся конъюнктуре и изменениях внутри спортивной организации [6]?

Как показывает многолетняя практика работы множества спортивных организаций и фирм, успешное ведение бизнеса возможно при выполнении набора определенных условий. Одним из важнейших таких условий является квалифицированное управление спортивной организацией на основе постоянного сбора и анализа информации о целевых рынках и потребителях с последующей корректировкой деятельности спортивной организации в части кадровой, сбытовой, рекламной и прочей политики. Подобный способ управления спортивной организацией называется маркетинг-менеджмент [6].

Эффективное управление бизнесом начинается с формулировки целей, которые должны быть достигнуты спортивной организацией в обозримом будущем. К наиболее распространенным целям относятся:

- минимум себестоимости производимых товаров и услуг;
- выживание фирмы в условиях конкурентной борьбы;
- максимум качества реализуемых товаров и услуг;
- максимум прибыли и товарооборота;
- рост объемов продаж;
- максимизация рыночной стоимости спортивной организации;
- максимальное запоминание бренда спортивной организации [6].

Критерии эффективности спортивной организации, представленные в перечне, весьма неоднородны по своему экономическому, психологическому и физкультурно-спортивному содержанию. Одни критерии взаимно дополняют друг друга, а некоторые конфликтуют между собой. Поэтому уже на стадии формирования целей спортивной организации следует их тщательно проанализировать и попытаться устранить возникающие противоречия. В случае указанного нами конфликта между максимизацией качества производимого продукта и минимизацией расходов, спортивной организации следует определиться с ценовой нишей, в которой она будет функционировать. Это поможет сгладить конфликт и точнее определиться с соотношением «цена-качество» [6].

Модель эффективной спортивной организации в самом общем виде можно представить в виде пирамиды [6].

В основании пирамиды находятся потребители или болельщики спортивной организации, которые составляют фундамент всего бизнеса. От надежности фундамента, как известно, зависит прочность и долговечность всей конструкции. Искомая надежность обеспечивается за счет удовлетворения потребностей и интересов болельщиков и клиентов, их доверия и доброжелательного отношения к спортивной организации [6].

Немаловажную роль для успешного бизнеса играют материальная база и финансовые ресурсы спортивной организации. Без этих важнейших составляющих вести дела чрезвычайно затруднительно, хотя на определенных этапах хозяйственной деятельности возможно. Не имея собственной материальной базы и достаточных денежных средств, спортивная организация вынуждена жить в долг,

что накладывает свой негативный отпечаток на всю ее работу. Наиболее вероятный итог данного режима функционирования спортивной организации - банкротство и уход с рынка [6].

Чтобы этого не произошло, спортивная организация должна располагать достаточным для беспрепятственного развития материальными и финансовыми активами, которые являются основой для проведения всех других бизнес - операций - рекламных акций, соревновательной и тренировочной деятельности, выплат зарплат и премиальных персоналу, осуществления трансфертной деятельности и прочего [6].

Еще выше в иерархии ценностей спортивной организации находятся кадры, которые являются основой для создания и приумножения финансовой, материальной и клиентской базы. Тезис «кадры решают все» всегда актуален и справедлив, поскольку именно профессиональные кадры, с высоким интеллектуальным потенциалом и профессиональными качествами составляют «ядро» спортивной организации, ее «человеческий капитал». От профессионализма, дисциплинированности, творчества, активности и культуры работников зависит, в конечном счете, будет ли бизнес спортивной организации успешным или ее ожидает банкротство. Особое значение данный фактор имеет в профессиональном спорте, где от подготовки и волевых качеств, от таланта спортсменов и тренеров зависит имидж организации, ее доходы, численность болельщиков, партнеров и клиентуры [6].

В головной части пирамиды спортивной организации располагаются менеджеры, то есть те лица, которые осуществляют управление бизнесом. Управление - это процесс планирования, прогнозирования, организации и контроля, необходимый для достижения целей спортивной организации. Излишне говорить, что работа менеджеров - это концентрированное выражение умственного труда, знаний и умений; от профессиональных качеств менеджеров благополучие спортивной организации зависит в наибольшей степени [6].

Эффективной организацией является та спортивная структура, которая сочетает в себе все указанные нами выше составляющие для успешной предпринимательской деятельности. Однако и это обстоятельство является хотя и необходимым, но не достаточным условием процветания бизнеса. Спортивная организация должна строить свою повседневную деятельность на основании долгосрочного и краткосрочного планирования, действовать в соответствии с изменяющимися условиями и конъюнктурой рынка, своевременно вносить коррективы в свою

ценовую, кадровую, финансовую и иную политику. Только гибкость, творчество, высокая адаптивность к внешней среде даст возможность избежать закоренелости в работе, своевременно вводить инновации в управленческую, организационную и маркетинговую деятельность спортивной организации [6].

Глава 2. Анализ деятельности ФК Локомотив

2.1. Общая характеристика спортивной организации

Футбольный Клуб Локомотив – российский футбольный клуб, выступающий в РПЛ (Российская Премьер Лига).



Рисунок 2. Логотип клуба.

История клуба. Датой основания клуба считается 23 июля 1922 года – именно в этот день команда Московско-Казанской Железной дороги «Казанка» провела свой первый матч против Измайловского клуба спорта.

За годы своего существования футбольная команда московского «Локомотива» завоевала немало регалий. В 1936 году «Локомотив» стал первым обладателем Кубка СССР. В 1957 году железнодорожники повторили свой успех. Спустя два года впервые в своей истории «Локомотив» завоевал серебряные медали чемпионата СССР.

Достижения. В российский период «Локомотив» выдвинулся в число сильнейших команд страны. Железнодорожники трижды (2002, 2004, 2017/2018) становились чемпионами России. Восемь раз (1996, 1997, 2000, 2001, 2007, 2015, 2017, 2019) команда побеждала в розыгрышах Кубка России. Дважды (1998 и 1999) «Локомотив» был полуфиналистом Кубка обладателей кубков.

Чемпионат СССР 2 место - 1959

1 место - 2002, 2004, 2017/18

Чемпионат
России

2 место - 1995, 1999, 2000, 2001, 2018/19, 2019/20

3 место - 1994, 1998, 2005, 2006, 2013/14

Кубок СССР

Обладатель кубка - 1936, 1957

Финалист - 1990

Кубок России

Обладатель кубка - 1995/96, 1996/97, 1999/00, 2000/01, 2006/07,
2014/15, 2016/17, 2018/19

Финалист - 1997/98

Суперкубок
России

2003, 2005, 2019

Кубок
содружества

2005

Еврокубки

1/2 финала кубка кубков – 1997/98, 1998/99

Таблица 1. Достижения ФК Локомотив [7].

Исходя из этой таблицы, можно сказать, что ФК Локомотив, достаточно титулованный клуб. Как в советское время, так и в наше время он является одним из лидеров нашей страны, который борется за результат, дабы усилить свое положение, среди конкурентов.

Результаты.

Сезон	Чемпионат					
	Чемпионат России	Кубок России	Лига Чемпионов	Лига Европы	Суперкубок России	Кубок Париматч Премьер
2015/16	6 место	1/8 стадия	-	1/16 стадия	2 место	-
2016/17	Результат 8 место	1 место	-	-	-	-
2017/18	1 место	1/16 стадия	-	1/8 стадия	2 место	-
2018/19	2 место	1 место	Не вышли из группы	-	2 место	2 место
2019/20	2 место	1/16 стадия	Не вышли из группы	-	1 место	2 место

Таблица 2. Результаты ФК Локомотив за последние 5 лет [7].

Судя по результатам таблицы, я могу сделать выводы, что Локомотив выступает, достаточно, стабильно. Если говорить про нынешней сезон, то такого сказать нельзя, так как они сейчас находятся на 8 месте и также не смогли выйти из группы Лиги Чемпионов, хоть и показывали хорошую игру.

Спонсоры и партнеры.

Рисунок 3. Спонсор ФК Локомотив [7].

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ СПОНСОР ФК «ЛОКОМОТИВ»

ОАО «РЖД»

Открытое акционерное общество «Российские железные дороги» является одной из самых крупных в мире железнодорожных компаний с огромными объемами грузовых и пассажирских перевозок, обладающей высокими финансовыми рейтингами, квалифицированными специалистами во всех областях железнодорожного транспорта, большой научно-технической базой, проектными и строительными мощностями, значительным опытом международного сотрудничества [7].

Рисунок 4. Партнер ФК Локомотив [7].

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ ПАРТНЁР

adidas

adidas — это мировой лидер в области производства и продажи спортивной экипировки, в которой работают более 55 000 сотрудников по всему миру. Продукция продаётся под двумя основными торговыми марками, adidas и Reebok, объём продаж между ними соотносится 90% к 10%. Концерн adidas имеет две собственные фабрики, одну в Германии и одну в США. Почти вся продукция производится 130 независимыми компаниями-партнёрами, с общим количеством более 289 фабрик [7].

Собственная розничная сеть adidas в СНГ насчитывает более 800 магазинов. Центральный офис компании находится в Москве, весь персонал adidas в СНГ насчитывает более 10 000 сотрудников, большая часть из которых — это

сотрудники собственной розничной сети [7].

Партнерами adidas являются сборная России по футболу, Real Madrid, Bayern Munich, Juventus, Manchester United, Arsenal London и многие другие топ - клуб [7].



Рисунок 5. Партнер ФК Локомотив [7].

ПАРТНЁР

Акционерное общество «Федеральная грузовая компания» (АО «ФГК»)

Акционерное общество «Федеральная грузовая компания» – один из крупнейших грузовых железнодорожных операторов в России. АО «ФГК» входит в тройку лидеров рейтинга операторов INFOLine RAIL RUSSIA TOP.

Основным видом деятельности Компании является предоставление подвижного состава под перевозки грузов, а также оказание транспортно-экспедиционных услуг. Вагонный парк в оперировании АО «ФГК» насчитывает 136 тыс. единиц подвижного состава (по состоянию на 01.04.2018) [7].

На полигоне российских железных дорог работают 7 филиалов и 8 агентств транспортного обслуживания АО «ФГК», а также представительства в Москве и Республике Казахстан. Миссией Компании является гарантированное и качественное обеспечение подвижным составом грузоотправителей на пространстве колеи 1520 [7].

Генеральный директор, председатель правления: Алексей Роменович Тайчер [7].

РЖД Логистика



Рисунок 6. Партнер ФК Локомотив [7].

ПАРТНЁР

РЖД Логистика

Акционерное общество «РЖД Логистика» создано 19 ноября 2010 года в рамках развития логистического направления бизнеса холдинга ОАО «РЖД». Компания обеспечивает высокотехнологичный и надежный сервис перевозки, хранения и экспедирования груза по всему миру, занимается организацией цепей поставок, комплексным логистическим обслуживанием промышленных предприятий, а также перевозками мелких партий груза. «РЖД Логистика» представлена в России 33 филиалами и обособленными подразделениями, пятью дочерними обществами и совместными предприятиями за рубежом. В периметре Компании работает около 1000 человек [7].



Рисунок 7. Партнер ФК Локомотив [7].

ПАРТНЁР

АО «НИИАС»

Научно-исследовательский и проектно-конструкторский институт информатизации, автоматизации и связи на железнодорожном транспорте (АО «НИИАС» — дочернее общество ОАО «РЖД») является ведущим отраслевым институтом. Занимается

разработкой и внедрением интеллектуальных систем управления, систем безопасности движения, геоинформационных технологий, интервального регулирования, построением «Цифровой железной дороги», систем транспортной и кибер- безопасности, геоинформационных и спутниковых технологий [7].



Рисунок 8. Партнер ФК Локомотив [7].

ПАРТНЁР

Акционерное общество «Вагонная ремонтная компания-2»

Акционерное общество «Вагонная ремонтная компания-2» является крупнейшим вагоноремонтным предприятием, и в настоящее время по праву занимает одно из лидирующих положений среди отечественных компаний аналогичного профиля [7].

Основным направлением работы АО «ВРК-2» является оказание ремонтных услуг с целью выполнения основной миссии Компании – обеспечение железнодорожных грузовых перевозок полностью исправным подвижным составом [7].

Являясь дочерней компанией ОАО «РЖД», АО «ВРК-2» соответствует единым высоким стандартам обеспечения безопасности движения поездов, действующим внутри всего холдинга «Российские железные дороги» [7].



Рисунок 9. Партнер ФК Локомотив [7].

ПАРТНЁР

АО «ОТЛК ЕРА»

АО «ОТЛК ЕРА» — ведущий оператор транзитных контейнерных грузов на колее 1520 мм. Создано 2 апреля 2018 г. путем реорганизации АО «ОТЛК» и является его правопреемником в части операционной деятельности. АО «ОТЛК ЕРА» успешно развивает курсирование регулярных контейнерных поездов на железнодорожной инфраструктуре Республики Казахстан, Российской Федерации и Республики Беларусь в коридоре Китай — Европа — Китай [7].



Рисунок 10. Партнер ФК Локомотив [7].

ПАРТНЁР

АО «ВРК-1»

АО «ВРК-1» создано в соответствии с Программой структурной реформы на железнодорожном транспорте в июле 2011 года на базе предприятий, входивших в Центральную дирекцию по ремонту грузовых вагонов – филиала ОАО «РЖД». Компания АО «ВРК-1» является преемником и продолжателем многолетних традиций и опыта в сфере ремонта и обслуживания грузовых вагонов. Уникальная по структуре и сетевому охвату компания обеспечивает ремонт любых видов грузовых вагонов, в том числе, инновационных вагонов нового поколения [7].



Рисунок 11. Партнер ФК Локомотив [7].

ПАРТНЁР

АО «ИЭРТ»

Акционерное общество «Институт экономики и развития транспорта» (АО «ИЭРТ») является дочерним обществом ОАО «РЖД», уполномоченным на проведение научных исследований и разработок в области экономики и стратегического развития железнодорожного транспорта [7].

Институтом накоплен бесценный опыт, имеется сильная методологическая база и обширная база данных по сфере деятельности, наработаны прочные деловые связи, в том числе и с партнерами в смежных отраслях экономики, а также с исследовательскими центрами в области макроэкономики, социологических исследований и др. [7].

Основу АО «ИЭРТ» составляет штат грамотных и высококвалифицированных специалистов, преемственность традиций, передача опыта молодому поколению, саморазвитие и самосовершенствование в стремительно изменяющихся условиях [7].



Рисунок 12. Партнер ФК Локомотив [7].

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЁР

Sport24.ru

Sport24.ru – российское спортивное интернет-издание, основанное в 2018 году. Sport24 – это команда профессионалов, которая оперативно освещает передовые спортивные новости, предлагает читателям свежие статьи на интересующие их вопросы, делится откровенными интервью и публикует актуальные фото и видео самых ярких моментов российского и мирового спорта. Летом 2019 года Sport24 стал лидером спортивного авторского контента в YouTube. По итогам 2019 года занимает 1-е место по цитируемости среди спортивных СМИ России [7].



Торговый дом РЖД

Рисунок 13. Партнер ФК Локомотив [7].

ПАРТНЁР

АО «Торговый дом РЖД»

Акционерное общество «Торговый дом РЖД» поставляет «Российским железным дорогам» современную и качественную продукцию для обеспечения перевозок и роста безопасности движения на сети. Задача АО «ТД РЖД» — максимально эффективно работать в доверенных бизнес-направлениях, наращивать компетенции, оптимизировать процессы и повышать качество услуг в интересах холдинга «РЖД». Компания поставляет материально-технические ресурсы широкому кругу компаний железнодорожной отрасли, как входящих в холдинг «РЖД», так и независимых. АО «ТД РЖД» осуществляет поставки подвижного состава в рамках корпоративного заказа ОАО «РЖД» и его дочерних обществ. Компания сотрудничает с крупнейшими российскими производителями подвижного состава. За АО «ТД РЖД» закреплен функционал по реализации непригодного для дальнейшей эксплуатации подвижного состава (грузовых вагонов) и организации оборота бывших в употреблении материалов внутри холдинга «РЖД» [7].

ТТК.

ТрансТелеКом

Рисунок 14. Партнер ФК Локомотив [7].

ПАРТНЁР

Компания ТрансТелеКом

Компания ТрансТелеКом – провайдер цифровых сервисов. Основной акционер ТТК – ОАО «РЖД», владеет 99,99% акций Компании [7].

ТТК является одним из основных поставщиков магистральных услуг связи для операторов и крупнейших корпораций России, оказывает услуги широкополосного доступа в Интернет, телевидения и телефонии для конечных пользователей [7].

Компания активно вовлечена в процессы цифровой трансформации ОАО «РЖД» и транспортно-логистической сферы в целом. ТТК эксплуатирует одну из крупнейших в России волоконно-оптических линий связи протяженностью более 78 000 км и пропускной способностью более 4,8 Тбит/с [7].



Рисунок 15. Партнер ФК Локомотив [7].

У ФК Локомотив много партнеров и спонсоров, поэтому тут я представил основных.

Финансирование.

Как говорит сам Василий Александрович Кикнадзе, процентное соотношение финансирования ФК Локомотив, представляет собой такой вид:

ТВ	3%
Собственный заработок (билеты, рыночные контракты и так далее)	9%
Лига Чемпионов	20%
РЖД	Более 60%

Таблица 3. Процентное соотношение финансирования ФК Локомотив [8].

image not found or type unknown



График 1. Выручка ФК Локомотив [9].

Выручка - 6,1 млрд руб. (+ 888 млн руб.)

image not found or type unknown



График 2. Прибыль ФК Локомотив [9].

Прибыль - -133 млн руб. (+ 33 млн руб.)

image not found or type unknown



График 3. Стоимость ФК Локомотив [9].

Стоимость - 1,5 млрд руб. (- 133 млн руб.)

Госзакупки:

В роли: Поставщика

ОАО "РЖД" – 2 контракта на 6 825 000 руб.

АО "ФПК" – 1 контракт на 3 773 830 руб.

Префектура Восточного Административного округа Города Москвы – 4 контракта на 1 227 100 руб.

В роли: Заказчика

Топ-5 поставщиков:

ООО "Финресурс-Маркетинг" – 6 контрактов на 69 147 600 руб.

ООО "Инноспорт и Право" – 1 контракт на 7 250 708 руб.

ИП Главацкий А. Н. – 1 контракт на 4 500 000 руб.

ООО "Минипактрейд" – 1 контракт на 3 910 000 руб.

ООО "СО Карт" – 1 контракт на 1 963 800 руб.

Всего 8 поставщиков

Всего 84 контракта.

Организация АО "ФК "Локомотив" являлась поставщиком в 7 государственных контрактах на сумму 11 825 930 руб. и выступала заказчиком в 77 государственных контрактах на сумму 1 163 136 574 руб. [9].

2.2. Организационная структура ФК Локомотив

Так как ФК Локомотив является закрытым акционерным обществом, то в интернете я не смог найти их организационную структуру. Но изучив организационные структуры ФК Zenit, ФК ЦСКА, ФК Краснодар, я могу сделать вывод, что организационная структура клуба выглядит, примерно, так:

Попечительный совет

Или

Совет директоров

Совет директоров

Президент

Совет директоров

PR-отдел

Генеральный директор

Финансовый директор

Главный тренер

Спортивный директор

Коммерческий директор

Директор по развитию и безопасности

Бухгалтерия

Тренерский штаб

Скауты

Отдел продаж

Служба безопасности

Юридический отдел

Команда

Спортшкола

Маркетинговый отдел

Схема 1. Организационная структура футбольного клуба.

Управленческая составляющая ФК Локомотив содержит основные представления и все должностные лица чётко расставлены под свои основные задачи управления теми или иными аспектами организации.

До 23 декабря 2020 года исполняющий обязанности генерального директора ФК Локомотив был Василий Кикнадзе, начиная с 23 декабря 2020 года он ушел с этой и должности и был назначен Владимир Леонченко. Также был смнен председатель совета директоров, был обновлен состав совета директоров.

2.3. Анализ конкурентов спортивной организации

Конкурентами футбольного клуба Локомотив являются футбольные клубы Zenit, ЦСКА, Краснодар, но одним из самых главных конкурентов, в последнее время, является ФК Спартак.

Для начала рассмотрим основные сравнительные показатели:

№ Показатель

Локомотив

Спартак

1	Кол-во партнеров и спонсоров	20	23
2	Кол-во зрителей	120 256 за 18 матчей* [10]	182 284 за 19 матчей [10]
3	Кол-во выигранных трофеев	17	37
4	Позиция в чемпионате	8	3
5	Бюджет	Примерно 5 млрд. руб	8,6 млрд. руб

*учитываются только матчи, на которые были допущены зрители

Помимо этого, я сравнил социальные сети (далее соц. сети) этих двух футбольных клубов:

№ Соц. сеть	Локомотив	Спартак
1 Вконтакте	396 076 подписчиков	1 174 272 подписчиков
2 Facebook	73 097 подписчиков	720 631 подписчиков
3 Twitter	295 119 подписчиков	611 065 подписчиков
4 Instagram	296 226 подписчиков	523 390 подписчиков

5	YouTube	100 000 подписчиков	268 000 подписчиков
6	Суммарное кол-во просмотров на YouTube	24 906 273 просмотра	70 625 775 просмотров

Таблица 4. Данные из социальных сетей.

Все данные были взяты с официальных страничек, 31.12.2020 года. Исходя из этих данных можно сказать, что у Спартака в соц. сетях подписчиков больше и во много раз. Также я могу сделать вывод, что за Спартак болеет больше людей, нежели за Локомотив, именно с этим связана такая разница в цифрах, но если говорить про оформление и ведение этих соц. сетей, то находятся они на, одинаково, высоком уровне.

Подводя итог сравнения этих двух топ-клубов РПЛ, хочется сказать, что Спартак более популярный и титулованный клуб, нежели Локомотив. Как я и говорил ранее за Спартаком следит больше людей и это приносит клубу больше денег и популярности. Если честно, то я долгое время не знал, с кем сравнить ФК Локомотив, так как их давний соперник Торпедо сейчас играет во втором по силе дивизионе страны и вряд ли смог бы навязать борьбу Локомотиву, но в свете последних лет можно сказать, что Спартак стал одним из самых принципиальных соперников в РПЛ для Локомотива, поэтому это сравнение было более актуальным.

И последнее о чем хотелось поговорить – это **SWOT-анализ**.

Сильные стороны организации (внутренние факторы)

- ФК Локомотив - известный футбольный клуб.
- Хорошо развитые социальные сети.
- Большая армия болельщиков команды в Москве и других городах России и СНГ.
- Высококвалифицированные доктора в команде.
- Наличие двух стадионов, соответствующих стандартам УЕФА. При этом основной стадион является одним из лучших футбольных стадионов России.
- Одна из самых лучших инфраструктур в России, среди ФК.
- Хорошо продуманная ценовая политика билетов и абонементов.
- Большая финансовая поддержка со стороны компании РЖД.

- Стратегия, направленная на самокупаемость клуба.
- Одна из самых сильных ДЮСШ в России.

Слабые стороны (внутренние факторы)

- Слабая селекция.
- В последнее время, команда не демонстрирует свой прежний уровень и не достигает требуемого спонсорами и болельщиками результата.
- Уровень Чемпионата России не позволяет приобретать звёздных игроков мирового уровня из топ-чемпионатов и, в случае прогресса своих игроков, удерживать их.
- Нехватка высококвалифицированных спортивных менеджеров в руководстве клуба, вследствие чего порой принимаются необдуманные и неэффективные решения в управлении клубом.
- Слабая тренерская позиция.

Возможности развития

- Смена руководства на квалифицированных спортивных менеджеров.
- Стажировка менеджеров ФК Локомотив в топ-клубах, сильных чемпионатов.
- Поддержка руководством тренерского состава.
- Индивидуальная психологическая работа с игроками клуба.
- Аренда игроков топ-уровня.

Возможные угрозы

- Вследствие популярности клуба, СМИ довольно часто оказывает давление на него.
- Из-за пандемии, клуб потерял огромное кол-во денежных средств.
- Также, из-за пандемии, на игры клуба могли ходить ограниченное кол-во людей.
- В связи с невыразительными результатами клуба, финансовая поддержка РЖД может быть сокращена.
- На фоне последних результатов клуба, ведущие игроки могут задуматься о смене клуба.

Мои рекомендации. Я считаю, что клубу необходимо пересмотреть свою трансферную философию, не гнаться за игроками в возрасте, а за молодыми и перспективными, которые перерастут в игроков топ-уровня, через несколько лет, что будет полезно для клуба, с точки зрения, узнаваемости и привлечения новой

аудитории. Также я считаю, что ФК Локомотив должен пересмотреть, как он играет в Еврокубках и родном чемпионате. Потому что выступление в нынешнем сезоне РПЛ оставляет желать лучшего, так как за последние несколько лет они занимают лидирующие позиции. Если рассматривать выступления в этом сезоне РПЛ, то это провал, в первую очередь, с точки зрения их статуса. Команда идет на восьмом месте после 19 туров, в то время, как их прямые конкуренты, занимают лидирующие позиции чемпионата. Но это не конец и можно изменить ситуацию в положительную сторону. К моим рекомендациям можно было бы отнести смену генерального директора, но данная процедура уже произошла. И последнее, что я хотел бы порекомендовать игрокам и руководителям ФК Локомотив – это психологической стойкости, так как невыдающиеся выступления клуба и смена генерального директора, могут сильно повлиять на это, в том числе, из-за давления, оказываемого на клуб, со стороны СМИ, что может привести к необдуманным действиям, как игроков, так и руководства.

Заключение

Подводя итоги своей курсовой работы, хотелось сказать, что я проанализировал все аспекты работы ФК Локомотив и четко для себя понял, как все работает в нем. Я изучил их историю, разобрался в том, как крутятся деньги в этом футбольном клубе. Также было интересно изучить их организационную структуру, но по итогу я не смог четко в этом разобраться от первого источника, так как Локомотив является закрытым акционерным обществом, у которого этой информации нет на просторах интернета. В том числе, решил сравнить конкурента, которым стал ФК Спартак. Как я говорил раньше, я выбрал Спартак, потому что за последние несколько лет у этого клуба имеется спортивная конкуренция с Локомотивом. Ну и в конце концов, я смог составить SWOT-анализ, который четко показал сильные и слабые стороны организации, возможности развития и возможные угрозы. Исходя из этого я составил перечень рекомендаций, которые, по-моему, мнению, помогут ФК Локомотив в их развитии и дальнейшему функционированию, в положительную сторону. Данная курсовая работа была написана лично мной и мне это доставило кучу положительных эмоций и огромное количество новой информации, которая в дальнейшем мне поможет в изучении дисциплины.

Список используемой информации

1. ВВ - <https://bookmakersbase.com/25-samyh-populyarnyh-vidov-sporta/> - Электронный ресурс. (Режим доступа 14. 12. 2020 г.);
2. Гриценко Н.А. Спортивный менеджмент: понятие, роль, состояние в России [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2013/thesis/s026/s026-008.pdf> (Режим доступа - 14. 12. 2020 г.);
3. Дыленова И.И. Становление спортивного менеджмента как социального института в условиях современного общества [Электронный ресурс]: Вестник Бурятского государственного университета, №13. - 2011 г. // Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-sportivnogo-menedzhmenta-kak-sotsialnogo-instituta-v-usloviyah-sovremennogo-obschestva> (Режим доступа - 14. 12. 2020 г.);
4. Novainfo - <https://novainfo.ru/article/14006> - Электронный ресурс. (Режим доступа - 14. 12. 2020 г.);
5. АКАДЕМИК - <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1335783> - Электронный ресурс. (Режим доступа - 14.12. 2020 г.);
6. allbest - https://otherreferats.allbest.ru/management/00563874_0.html - Электронный ресурс. (Режим доступа - 14. 12. 202 г.);
7. Официальный сайт ФК Локомотив - <https://www.fclm.ru> - Электронный ресурс. (Режим доступа - 14.12.2020 г.);
8. Sports.ru - <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/golovin/2783515.html> - Электронный ресурс. (Режим доступа - 14.12.2020 г.)
9. rusprofile - <https://www.rusprofile.ru/id/1000504> - Электронный ресурс. (Режим доступа - 14.12.2020 г.);
10. Тинькофф российская премьер лига - <https://premierliga.ru/tournaments/championship/> - Электронный ресурс. (Режим доступа 31.12.2020 г.).