

Содержание:

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день, как всем известно, Российский футбол находится на стадии подъема, и не маловажную роль в этом играют ведущие Российские Клубы, одним из которых является Футбольный Клуб Спартак Москва. Как всем известно, ФК Спартак Москва, является девятикратным чемпионом России, двенадцати кратным чемпионом СССР, трехкратным обладателем Кубка страны, шестикратным чемпионом Кубка СНГ, а так-же не однократный участник международных турниров.

Данный клуб является постоянным поставщиком игроков в сборную России, которая, как известно, попала на Чемпионат Европы 2008, и очень большую роль в этом сыграли игроки ФК Спартак, такие как: Павлюченко, Быстров, а так-же молодой защитник Роман Шишкин. После основания Премьер-Лиги России, каждый клуб, победивший в 5 Чемпионатах страны, имеет право разместить над своей эмблемой, золотую звезду. ФК Спартак Москва, не хватает лишь одной победы в Лиге страны, чтобы разместить и преодолеть вторую звезду, над эмблемой своего клуба.

Темой моего проекта, является история и вклад в развитие Российского Футбола, Футбольного Клуба Спартак Москва.

Актуальность этого проекта заключается в том, что любой футбольный клуб, Спорт-Школа, изучив и переняв опыт работы в ФК "Спартак" сможет достичь высоких результатов. Выделить великих футболистов прославивших клуб и страну.

Социальной значимостью, является пропаганда футбола среди болельщиков.

Целью исследования является анализ деятельности спортивной организации на примере футбольного клуба «Спартак».

Исходя из целей задачи сводятся к следующим:

- изучить теоретические аспекты футбольного менеджмента;
- исследовать виды спортивных организаций;

— изучить особенности управления спортивной организацией;

— проанализировать деятельность ФК «Спартак»;

Исследование проведено на основании формально-логического метода, системно-функционального, корреляционно-регрессионного и других общих и специальных научных методов.

Базой исследования послужили работы отечественных специалистов, исследовавших названные выше вопросы в рамках институциональной теории развития экономики ФКиС, а также материалы периодической печати и научных конференций.

Информационную основу исследования составили материалы, опубликованные российскими и зарубежными физкультурно-спортивными организациями на официальных сайтах, Интернет-ресурсы различных рейтинговых агентств, ассоциаций и форумов.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Понятие и сущность спортивного менеджмента

Успех любого вида спорта зависит от трех факторов - организации, управления и поддержки спонсоров и болельщиков. Но если выбирать из них наиболее важный, то необходимо отметить управление. Принимая во внимание роль спорта и спортивного менеджмента в современном мире, я хотел бы обсудить феномен "Спортивный менеджмент" в данной статье, и сосредоточить свое внимание на определении термина «спортивный менеджмент», его истории и проблемах развития спортивного управления в России.

Спортивный менеджмент существует уже достаточно длительный период времени, и всегда сопровождает спортивную деятельность, словно его неотъемлемая часть. Естественно, спортивный менеджмент за всю историю своего развития имел разные формы и значительно отличался от понятия спортивного менеджмента, определенного в настоящее время, но данный вид деятельности известен с древних времен^[1].

В настоящее время направление «спортивный менеджмент» становится все более актуальным потому, что, как и многие другие явления в современном мире, спорт имеет непосредственное отношение к бизнесу, и, следовательно, нуждается в эффективном управлении. В то же время управление спортом в России является не только частью бизнеса. Так же как и сам спорт, спортивный менеджмент является социальным явлением, и в него вовлечены не только профессионалы, для которых спорт является основным источником дохода и сферой деятельности, но также существует огромная категория любителей, для которых спорт является хобби, а спортивный менеджмент повышает эффективность их занятий.

В мировой практике выделяются различные подходы к управлению в сфере физической культуры и спорта.

Некоторые бизнесмены в сфере спорта говорят «понятие управления физической культурой и спортом как комплекс конкретных форм и методов сознательной деятельности, который направлен на обеспечение эффективного функционирования и планового развития физической культуры и спорта в условиях полного удовлетворения потребностей россиян в физическом совершенствовании».

Спортивный менеджмент – иными словами, менеджмент в спорте – это теория и практика (знания, умения, навыки) эффективного управления организациями спортивной отрасли и организациями межотраслевых комплексов предприятий.

Поэтому понятие «управление в физической культуре и спорте» призвано характеризовать специфическую деятельность человека в трех основных сферах: неживой природе, живой природе и социальной жизни, – а понятие «управление физической культурой и спортом» целесообразно использовать, рассматривая физическую культуру и спорт как отрасль народного хозяйства, иными словами – как одну из областей социальной жизни. Таким образом, понятие «менеджмент в физической культуре и спорте», стоит применять для обозначения «внутрифирменного»^[2] управления деятельностью разнообразных и разнохарактерных физкультурно-спортивных организаций в условиях формирования и развития рыночных отношений.

Государственное управление развитием социальной сферы, в том числе физической культурой и спортом, исследователи рассматривают как деятельность органов и учреждений всех ветвей государственной власти, направленную на определение целей развития, разработку и осуществление регулирующих,

организуемых и координируемых влияний на все сферы общества для удовлетворения потребностей граждан и достижение поставленных общественных целей развития. В зависимости от уровня субъекта управления различают федеральное, региональное и муниципальное управление.

Государственное управление в сфере спорта – это деятельность, реализуемая в интересах поддержания должного общественного здоровья и обеспечения демографической безопасности, социально-культурной интеграции, обеспечения досуга и нравственно-интеллектуального, физического и эстетического совершенствования граждан, повышения их трудоспособности, социальной активности.

Она представляет собой систему комплексов государственного управленческого воздействия в отношении управляемых объектов – различных сегментов общественных отношений в сфере спорта – посредством законодательно определённых инструментов. Также принято считать, что государственное управление в сфере спорта – организованная определённым образом управленческая деятельность, воздействующая на общественные отношения в сфере спорта государственно-властным путем, которая осуществляется органами государственной власти с помощью нормативного правового регулирования, а также различных форм администрирования. Невозможно определить превосходство одного подхода к понятию перед другим. Важно отметить, что складывая должным образом все понятия в единое целое, можно создать эффективную стратегию государственного управления в сфере спорта.

Анализируя различные определения, данные когда-либо термину «спортивный менеджмент», можно дать обобщенное определение.

Я бы предпочёл, определить данный термин следующим образом: "Спортивный менеджмент - это целенаправленный процесс в отрасли спорта и физической культуры, направленный на эффективное управление организациями спортивной отрасли в рыночных условиях». Такое определение дает, вероятно, наиболее краткое и емкое определение спортивного менеджмента и его основные характеристики, которые позволяют понять суть этого явления. Естественно, могут быть другие взгляды на управление спортом, но очевидно, что любая спортивная организация стремится достичь поставленных перед собой целей, что может быть осуществлено только при условии наличия грамотного управления.

Что касается России, то грамотное управление спортивной отраслью в современных рыночных условиях, является крайне актуальным, так как в ближайшем будущем РФ продемонстрирует все свои возможности и примет у себя спортсменов со всего мира на 12 зимних Олимпийских играх и 11 Паралимпийских зимних играх в 2014 г., а затем в 2018 г. пройдет Чемпионат FIFA. Для всей страны значимость этих событий очень велика, потому как, несомненно, окажет влияние на экономическую, политическую и социальную сферы жизни и деятельности людей в нашей стране. Кроме колоссального уровня подготовки к таким масштабным мероприятиям необходимо приложить еще максимум усилий для их организации, для чего необходимо четкое руководство и, конечно же, грамотные спортивные менеджеры.

Увы, в настоящее время уровень спортивного менеджмента в России оставляет желать лучшего. Главной проблемой в нашей стране является даже не количество и качество спортивных объектов, а отсутствие должного управления ими. Похожей точки зрения придерживается вице-президент по стратегическому развитию федерации кёрлинга России Андрей Созин. Он уверен, что проблема отсутствия грамотных профессиональных менеджеров невероятно велика, и, более того, образование в этом направлении практически отсутствует.

Созин считает, что спортом в нашей стране управляют бывшие спортсмены, которые в своё время не обучались в ВУЗа, но им не всегда хватает своего профессионального опыта и знаний для воспитания следующего поколения спортсменов. Они зачастую совмещали учебно-воспитательную работу тренера с процессами управления клубом, спортивным обществом, спортивной федерацией, хотя их должностные инструкции не предусматривали выполнение ими таких обязанностей. Поэтому отечественные спортивные управленцы не так эффективны в нашей стране. А управленческая деятельность — является одним из важнейших факторов функционирования и развития спорта[3].

Таким образом, с сожалением пока приходится констатировать, что рыночный механизм спроса и предложения специалистов спортивного менеджмента в нашей стране еще не сформирован, ориентации на результат у нынешних управленцев отсутствует, основные функции менеджмента не работают на должном уровне, решительность и заинтересованность со стороны государства по данному вопросу на удивление очень слабое[4].

Оптимизма добавляет лишь внедрение профессиональных стандартов работников спортивной отрасли и процедуры обязательной аттестации специалистов.

Возможно, в будущем это позволит, с одной стороны, провести инвентаризацию управленческих кадров в отрасли, а с другой, выявить приоритеты управленческих специальностей в общем перечне должностей спортивного менеджмента.

Безусловно, работа по этой проблеме должна вестись поэтапно и возможно уже в ближайшем будущем можно будет увидеть некоторые изменения, связанные с такой интересной, азартной и полезной сферой деятельности.

Разумеется, будущее российского спортивного менеджмента находится в руках нового поколения, которые должны сочетать в себе как управленческие знания, навыки и умения, так и быть признанными и титулованными спортсменами, но на данный момент, к сожалению, таких людей в России единицы, но всё же приходит новое поколение, чтоб покорять эти вершины и зарабатывать неплохие деньги.

Виды спортивных организаций

В сфере ФКиС используется большое количество разнообразных физкультурно-спортивных организаций. Порядок образования, регистрации, реорганизации и ликвидации определяется Федеральным законом «Об общественных объединениях» с учетом особенностей, предусмотренных законом «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» , Гражданским кодексом РФ, Федеральным законом «О некоммерческих организациях» и рядом других нормативных актов[5].

Основные задачи, функции, структура, вопросы членства, избрание органов управления, выбор хозяйственной деятельности и финансирования, социальной защиты спортсменов и работников физической культуры и спорта, учреждение своей символики предусматриваются уставами физкультурно-спортивных объединений.

Все многообразие организаций подразделяется на виды, исходя из определенных критериев.

По формам собственности физкультурно-спортивные организации могут быть:

- государственными;
- региональными;
- муниципальными;
- частными.

По отношению физкультурно-спортивной организации к прибыли организации подразделяются на:

коммерческие - юридические лица, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности;

некоммерческие - юридические лица, не имеющие извлечение прибыли в качестве цели своей деятельности и не распределяющие полученную прибыль между участниками.

В Федеральном законе «О некоммерческих организациях» установлено, что некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан.

В нашей стране действует Общероссийский классификатор организационно-правовых форм (ОКОПФ), введенный с 01.01.2013 г. Этот документ разработан на основе российского законодательства и предназначен для классификации, систематизации, структурирования и идентификации организационно-правовых форм. Согласно ОКОПФ, код организационно-правовой формой понимается способ закрепления (формирования) и использования организацией имущества и вытекающие из этого ее правовое положение и цели предпринимательской деятельности[6].

По организационно-правовым формам организации могут быть:

- полный перечень организационно-правовых форм коммерческих организаций определен в хозяйственные товарищества (полное товарищество, коммандитное товарищество) и общества (АО, ООО, ОДО), производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия;
- некоммерческие организации могут создаваться в форме общественных или религиозных организаций (объединений), некоммерческих партнерств, учреждений, автономных некоммерческих организаций, социальных, благотворительных и иных фондов, ассоциаций и союзов, а также в других формах, предусмотренных федеральными законами.

По численности работников организации делятся на малые, средние и большие.

Особенности управления спортивными организациями

Процесс управления делится на тех, кто управляет, которых принято называть субъектами управления, а тех, кем управляют и то, чем управляют, называют объектами управления.

В сфере физической культуры и спорта, прежде всего, мы управляем конкретными физкультурно-спортивными организациями различного назначения и величины:

- оздоровительными (оздоровительные центры, комбинаты, группы);
- спортивными (ДЮСШ, ШВСМ, ЦСП, спортивные клубы, команды);
- учебными (университеты, факультеты физической культуры и спорта, институты переподготовки);
- учебно-спортивными (училища олимпийского резерва);
- спортивными сооружениями (бассейны, спортивные залы, секции).

В системе управления физической культуры и спорта в качестве субъектов выступают, в первую очередь, государственные органы, а также иные органы государственного и общественного управления.

В качестве объектов – физкультурно-спортивные организации различного уровня и характера.

Организации характеризуются наличием^[7]:

- 1) целей, которые определяют то, ради чего они создаются;
- 2) членов группы, которые выполняют задания сознательно, работают вместе;
- 3) руководителя, который наделен специальными полномочиями для руководства. Тот, кто дает задания.

Чтобы участвовать в гражданских правоотношениях, они наделены статусом юридических лиц. Спортивная организация как юридическое лицо характеризуется организационным единством, обособленным имуществом, самостоятельной ответственностью, правом выступать в гражданских правоотношениях от

собственного имени.

Физкультурно-спортивная организация, независимо от ее вида и направления работы, характеризуется общими составляющими: внутренней средой, внешней средой, коммуникациями.

Внутренняя среда организации говорит о том, что это такие внутренние переменные, на изменение состояния которых должно быть направлено управленческое воздействие руководителя. Более того, руководитель активно формирует внутренние переменные, подбирая их таким образом, чтобы они взаимодействовали с максимальной эффективностью. К внутренним переменным организации относятся:

- ресурсы организации – это то, чем располагает организация для осуществления своей деятельности и то, без чего эта деятельность не может быть эффективной;
- финансовые ресурсы – необходимое количество финансовых средств, которые обеспечивают выплату заработной платы, покупку инвентаря, оборудования и т.д.;
- материально-технические ресурсы спортивной организации включают спортивные базы, инвентарь, оборудование, тренажеры, технические средства;
- людские ресурсы характеризуют круг детей, подростков, взрослых, которые потенциально могут стать физкультурниками и спортсменами и могут быть вовлечены в сферу деятельности физкультурно-спортивной организации;
- кадровые ресурсы характеризуют наличие квалифицированного управленческого, тренерского, медицинского, технического и другого персонала;
- ресурсы организации – это то, чем располагает организация для осуществления своей деятельности и то, без чего эта деятельность не может быть эффективной;
- финансовые ресурсы – необходимое количество финансовых средств, которые обеспечивают выплату заработной платы, покупку инвентаря, оборудования и т.д.;
- материально-технические ресурсы спортивной организации включают спортивные базы, инвентарь, оборудование, тренажеры, технические средства;
- людские ресурсы характеризуют круг детей, подростков, взрослых, которые потенциально могут стать физкультурниками и спортсменами и могут быть вовлечены в сферу деятельности физкультурно-спортивной организации;

- кадровые ресурсы характеризуют наличие квалифицированного управленческого, тренерского, медицинского, технического и другого персонала;
- технологические ресурсы определяют наличие и степень использования технологий (методик) для проведения качественного и эффективного учебно-тренировочного, воспитательного, соревновательного и других процессов;
- информационные ресурсы показывают степень доступа организации к информации и качество ее использования в профессиональной деятельности;
- временные ресурсы показывают наличие времени, необходимого для достижения поставленных целей.
- технологические ресурсы определяют наличие и степень использования технологий (методик) для проведения качественного и эффективного учебно-тренировочного, воспитательного, соревновательного и других процессов;
- информационные ресурсы показывают степень доступа организации к информации и качество ее использования в профессиональной деятельности;
- временные ресурсы показывают наличие времени, необходимого для достижения поставленных целей.

Ресурсное обеспечение деятельности организации, относится к сфере деятельности руководителя организации и должно быть одним из приоритетов его профессиональной деятельности.

Цели организации – это конечное состояние или желаемый результат, которого стремится достичь группа, осуществляя совместную деятельность. Любая организация имеет уровневую структуру целей. Это значит, что для достижения основной стратегической цели организации необходимо предварительно достичь промежуточных целей.

Задачи организации – это предписанная работа, которая должна быть выполнена заранее установленным способом и в оговоренные сроки. С формальной точки зрения задачи предписываются не работнику, а его должности[8].

Структура организации – это взаимоотношения подразделений и уровней управления, выполняющих конкретную работу для организации в целом. Конкретные работы называют функциональными обязанностями.

Законодательство. Организации должны соблюдать законы своей страны и требования государственного управления, которые выражаются в налоговой, ценовой, кредитно-финансовой политике и др. (можно говорить о неопределенности, запутанности сегодняшнего правового поля, одно требование вступают противоречия с другим)[\[9\]](#).

Потребители. Выживание организации зависит от способности находить потребителя и удовлетворять его запросы. Потребителя определяют почти все (какие товары и услуги, по какой цене для них предпочтительнее).

Конкуренты. Если не удовлетворять запросы потребителей столь же эффективно, как это делают конкуренты, то предприятие может разориться.

Поставщики являются примером воздействия среды на деятельность организации.

Социальные установки, жизненные ценности и традиции той культурной среды, где функционирует организация и должны считываться в деятельности организации.

Экономические условия. Руководство должно предвидеть изменения состояния экономика в стране и мире, уметь оценить степень влияния этих изменений на деятельность организации (снижение налогов способствует стимулированию бизнеса).

Коммуникации. Все, что делают руководители, направлено на обеспечение достижения целей организации, требует эффективного обмена информацией. Если люди, работающие в организации, не смогут обмениваться информацией, то они не сумеют работать вместе и достигнуть высокого результата. Как установлено, руководитель тратит от 50 до 90% своего времени на коммуникации, в результате которых обменивается информацией как внутри, так и вне организации.

ГЛАВА 2 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФУТБОЛЬНОЙ КОМАНДЫ «СПАРТАК»

2.1. Общая характеристика спортивной организации

«СПАРТАК» - российский профессиональный футбольный клуб из Москвы, один из самых популярных футбольных клубов страны. Основан 18 апреля 1922 года.

Самый титулованный футбольный клуб России. 12-кратный чемпион СССР, 10-кратный чемпион России, 10-кратный обладатель Кубка СССР, 3-кратный обладатель Кубка России, обладатель Суперкубка России, 6-кратный обладатель Кубка Содружества, полуфиналист трёх главных клубных европейских турниров (Кубка европейских чемпионов, Кубка обладателей кубков и Кубка УЕФА). С советских времён распространено клише «Спартак» — народная команда». Фарм-клуб «Спартака» — «Спартак-2» — выступает в Футбольной национальной лиге.

Создал этот легендарный клуб Николай Старостин, он тогда ещё не подозревал что команда добьётся таких высот. 1992 года была полностью сформирована команда «Спартак», тогда она ещё называлась «Красная пресня», и вот Старостин решается заключить контракт с союзом пищевых производителей. Команда переезжает из своего стадиона на стадион «Томский», так Старостин заключил с ними выгодный договор. Команда постепенно набирала популярность у болельщиков и на каждый матч приходили всё новые и новые фанаты.

На то время наш вождь как мы его все называем, был всего лишь тренером этой команды. 12 апреля 1935 года команда сыграла свой первый профессиональный на то время матч, после чего была переименована в «Спартак», в том матче команда выиграла у «Трёхгорка» со счётом 7:1 на игре присутствовало более 5000 человек .

Несмотря на то, что некоторое время клуб может функционировать, немного отклонившись от присвоенного атрибута, цель любой профессиональной команды - выстроить такую игру, чтобы этому атрибуту соответствовать. «Спартак» не был чемпионом 10 лет, но очень часто оставался в шаге от верхней строчки пьедестала, показывая во многих матчах поистине чемпионскую игру. Это и позволяет атрибуту существовать дальше. Поэтому болельщики «Спартака» никогда не примут тренера, который показывает закрытый, нечемпионский, скучный футбол, не отвечающий их требованиям.

Цвета «Спартака»

Название клуба в честь предводителя народного восстания было идеологически выдержанным в советское время, к тому же имело под собой героическую подоплеку. Эти античные отклики вполне актуальны и сейчас. Название прекрасно вписывается в выбранное клубом позиционирование и присвоенный атрибут. Раз

уж клуб - истинный чемпион, побеждающий в каждом матче, который можно сравнить со сражением, с битвой, в которой враг должен быть повержен, то и название, восходящее к имени раба-гладиатора, подходит как нельзя лучше. Воин, глава восстания рабов, завоеватель – эти характеристики переносятся и на команду. Фанаты довольно часто используют военные и античные образы во время перформанса на футбольных матчах, существует фанатская группировка «гладиаторы», взявшая в качестве символа шлем античного Спартака. Сам клуб тоже не упускает возможности использовать образ воина в рекламных материалах, на различной атрибутике и фирменной продукции типа карт болельщика и абонементов, а в период с 1992 по 1997 года существовали две неофициальные эмблемы футбольного клуба, на одной из которых был изображен профиль все того же Спартака-гладиатора. В продукции часто используют лавровые венки, как античный символ триумфа.

Классические цвета команды – красный и белый. Если обратиться к психологии цвета, то можно понять, что эти цвета как нельзя лучше подходят клубу, носящему такое героическое имя. Белый цвет издавна считается символом чистоты и светлости. Это полнота, единство, открытость, самоотдача, неограниченная свобода для возможностей. Вторым цветом – красный. Этот цвет олицетворяет могущество, прорыв, волю к победе. Он, прежде всего, ассоциируется с кровью. Красный цвет «червлень» является одним из пяти основных финифтей (эмалей) используемых в геральдической расцветке [Психология цвета, 2011]. На знамени красный цвет будет символизировать борьбу, бунт, революцию [Медведев, 2003]. Таким образом, красно-белое сочетание, в котором части дополняют и уравновешивают друг друга, символ яростной борьбы до последнего, участия в войне, где все средства хороши, прекрасно подходит для команды-чемпиона, которая должна на каждый матч выходить, как на поле боя, с одной только целью – победить.

Рассмотрим теперь сам логотип «Спартака». Логотип отвечает многим требуемым параметрам: он легко запоминается и воспроизводится, он универсален и лаконичен. К тому же ромб, является симметричной геометрической фигурой, которую легко воспринимать человеческому глазу. Направление полосы на фоне выбрано случайно - с точки зрения «матрицы эмоций» А. Лебедева [Лебедев, 2007, с.243] направление «вверх-вправо» является самым «позитивным» из всех восьми возможных. К тому же это направление рассматривается как движение вперед, «в будущее», что также настраивает на правильный лад, на стремление к новым победам. А буква «С» и весь ромб легко вписываются в прямоугольник,

построенный по принципу идеальных пропорций «золотого сечения», что тоже облегчает восприятие. Буква «С» находится в центре, что уравнивает композицию. Желтая звездочка, символ 5-ти побед в чемпионате России, – уникальное в настоящее явление для российских футбольных клубов, поэтому «чемпион по традиции» «Спартак» в этой практике первый и единственный, самый титулованный клуб России, что тоже является знаком привлечения внимания.

История эмблемы клуба

1935-1939 1949-1997 2013-н.в.





Рис. 1. История развития эмблемы фк «Спартак»



Титульные и технические спонсоры Спонсоры фк «Спартак»

Годы	Производители формы	Годы	Спонсоры
		1935-1987	Без спонсора
1976—1987	Adidas	1987	Ocrim
		1988-1989	Danieli
1989	Erima	1989-1990	JINDO

	1990-1993 UNIPAC
	1994 OLBI
1989-2002 Adidas	1995-1997 Уренгойгазпром
	1997-1998 AKAI
	1999 Без спонсоров
	2000-2002 Лукойл
2003-2004 Umbro	2003-2004 Лукойл
2005-н.в. NIKE	2005-н.в. Лукойл

Болельщики «Спартака»

Армия болельщиков «Спартака» является самой многочисленной среди российских клубов и уж точно самой большой среди болельщиков московских. В этом и его преимущество, и проблема. Дабы не потерять существующую аудиторию, но более того, увеличить ее, необходимо постоянно «дотягиваться» и «покрывать» все сегменты. В условиях территориальной протяженности нашей страны задача оказывается очень сложной, хотя облегчает ее то, что основной процент болельщиков все равно находится в Москве.

Исторически сложилось так, что первым отечественным фан-движением стало спартаковское. А раз так, то, вспоминая историю, мы время от времени будем употреблять это значимое слово - «первый». Да не обидятся на меня фанаты других команд, но истина дороже: когда они еще не совсем четко представляли себе, что такое «шиза» и «выезд», сначала в Москве, а затем и за ее пределами всюду раздавалось: «В Союзе нет еще пока команды лучше «Спартака»!»

Я расскажу про болельщиков (фанатов) «Спартака» всё что знаю сам, но в краткости. Самые увлечённые болельщики во всём мире конечно же у «Спартака», никто с этим поспорить не сможет.

Каждый, который был на матче у этого клуба (не важно за кого он болел) скажет, что самые шумные и преданные фанаты это мы. На каждом матче который проводится, очень атмосферно. Всё завешано разно-цветными баннерами, и вы можете сказать, что на каждом стадионе вы можете такое наблюдать, я отвечу нет. Значит вы не разу не были на матчах у «Спартак».!!! И вы не видели того, что видел я.

Давайте разберём что такое «шиза»[\[10\]](#). Это своего рода кричалки и песни родного клуба. Со временем они утихли, и больше никому не интересно написать к примеру песню про свой любимы клуб. Я расспросил одного очень старого болельщика, и попросил его рассказать что же, это всё таки такое.

Цитирую:

«Правда, сейчас и у “красно-белых наметился некий кризис жанра: вот уже на протяжении двух сезонов у нас нет новых хитов. Это, мягко говоря, разочаровывает. Что же получается: если кто-то прекращает что-то придумывать, то процесс останавливается? Может быть, молодежь, которая приходит в спартаковский фанатизм, и тормозит его развитие? Может быть, она не может исполнять наши песни так, как это делало старое поколение? Вероятно, новички не обладают ни опытом, ни знаниями, ни даже элементарным слухом».

Все знают, что посещение матчей любимой команды, которые проводятся на поле соперника, - святая обязанность любого фаната. Игроки отправляются на выезд - следом за ними едут верные поклонники.

Сегодня никого не удивишь тем, что “red-blue warriors” организуют более чем двухтысячный выезд в Нижний Новгород, а объединенная группировка “спартачей” всех стилей и направлений заполняет Раменское, причем назвать точное число приезжих весьма проблематично (очевидно, не менее 6 тысяч).

Но это реалии наших дней. Лет двадцать назад такого не было - все только зарождалось, “все было впервые и вновь...”

2.2. Организационная структура футбольной команды «Спартак»

Я всегда считал, что те, кто работает в футболе, являются привилегированными. Им платят за работу, которую они любят и которую им нравится выполнять.

Когда люди обсуждают трансферы, рыночную стоимость игроков и причины, по которым вы покупаете или продаёте того или иного футболиста, легко заметить, что многие не видят истинного положения вещей. Ситуация может быть слишком сложной и запутанной для фанатов. И в этой статье я постараюсь изложить свой взгляд на подобные проблемы, опираясь на личные факты из статьи.

Самое первое, что нужно установить, когда приходишь в клуб, – это его цели и имеющиеся для достижения этой самой цели ресурсы. Важно, особенно если вы работаете в чужой стране, тщательно проанализировать клубную структуру.

Правила, турнирная таблица, состав, работники клуба и их полномочия, контракты футболистов, окружающая среда, культура, традиции клуба... Знание всего этого очень важно для принятия правильных решений. По крайней мере, тех, что зависят от вас.

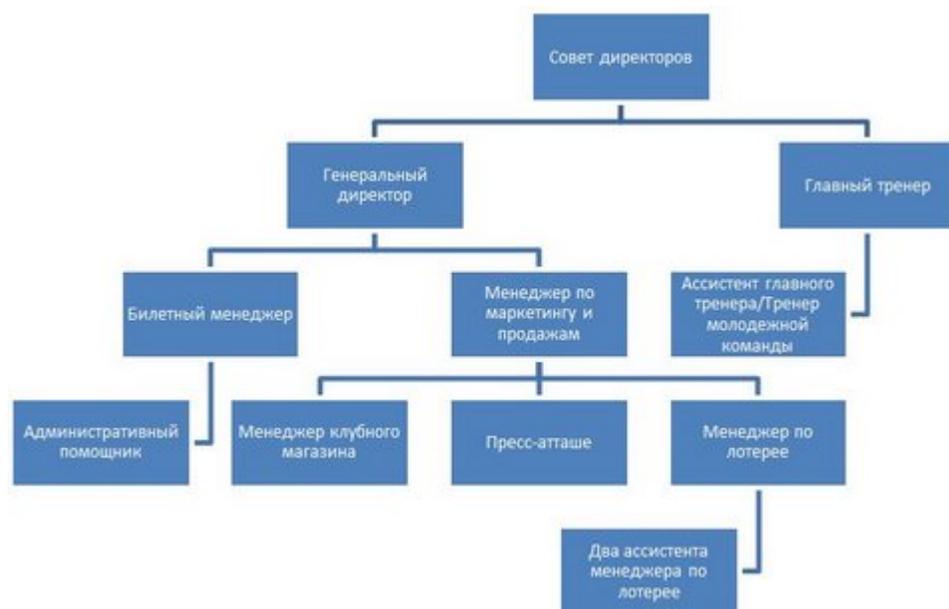


Рис. 2. Иерархическая система управления клубом

Структурные образования управления профессиональным футбольным клубом имеют тесную внутреннюю взаимосвязь. Линейная система иерархии в производственном процессе (учебно-тренировочная и соревновательная деятельность) не обеспечивает оптимальной эффективности процесса управления вследствие отсутствия четких границ между сферами полномочий управленцев

различных уровней, которые напрямую не подчинены друг другу. В этом случае, возрастает роль президента профессионального футбольного клуба как координатора и непосредственного управленца оперативными процессами учебно-тренировочной работы и соревновательной деятельности.

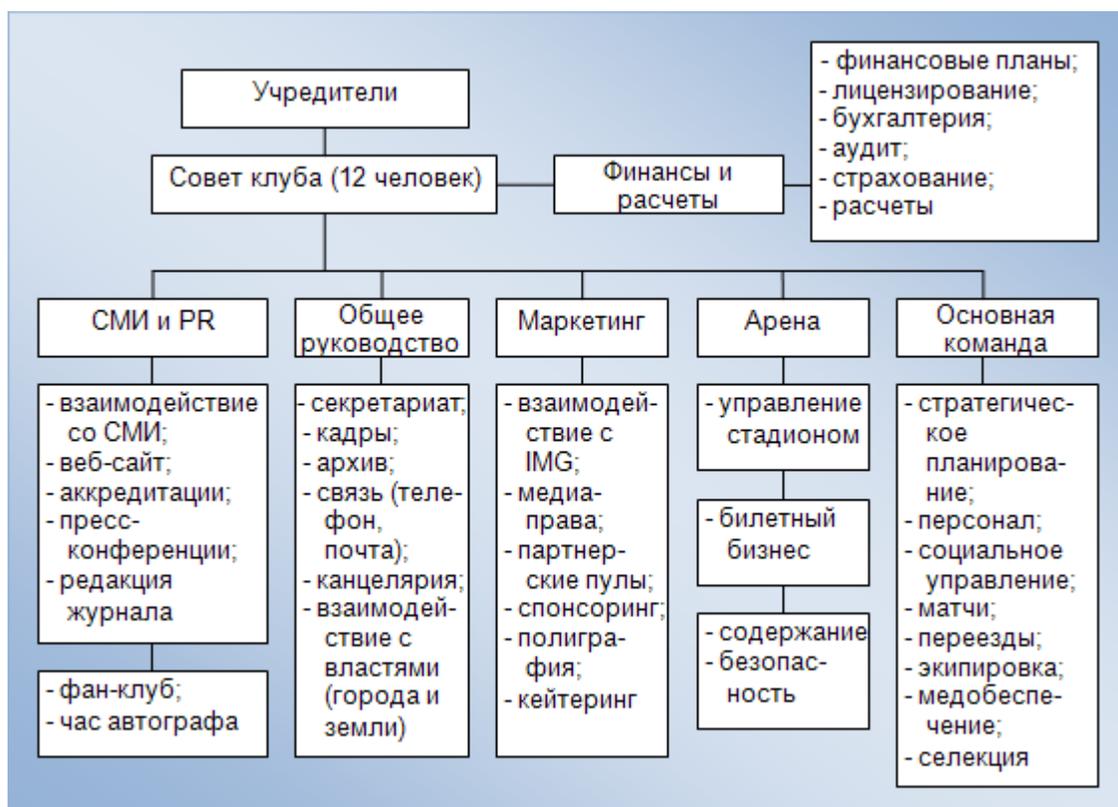


Рис.3. Общая система управления профессиональным клубом

В наиболее общем виде управление может быть определено как упорядочение системы, т.е. приведение ее в соответствие с объективной закономерностью, действующей в данной сфере – профессиональном футболе.

Важной стороной процессов управления сложными динамическими системами является принцип обратной связи, согласно которому успешное управление может осуществляться только в том случае, если администрация профессионального футбольного клуба (управляющий объект) будет получать информацию об эффекте, достигнутом тем или иным его действием на структурные подразделения и службы профессионального футбольного клуба (управляемый объект).

Для рационального управления процессом функционирования профессионального футбольного клуба, его дальнейшей разработкой и усовершенствованием нужно обеспечить подход, при котором на первый план выдвинуты конкретные цели и соответствующие их достижению педагогические и производственные процессы,

протекающие в системе при реализации задач управления.

Целью управления процессом функционирования профессионального футбольного клуба является оптимизация поведения персонала, управленцев различного уровня и специализации, целесообразное развитие их профессиональных качеств, обеспечивающее оптимальное функционирование производственной деятельности.

Объектом управления в процессе функционирования профессионального футбольного клуба является кадровый состав персонала профессионального футбольного клуба, включая управленцев (менеджеров) различного уровня и производственной специализации, которые являются следствием применяющихся средств и методов управления, всего комплекса воздействий в системе производственной деятельности профессионального футбольного клуба.

Управление профессиональным футбольным клубом осуществляется администрацией (президент и профильные директора профессионального футбольного клуба) и предусматривает три группы операций:

- сбор информации о состоянии производственной деятельности профессионального футбольного клуба
- анализ этой информации на основе сопоставления фактических и заданных параметров
- принятие и реализация решений путем разработки и внедрения целей и задач.

Учет и контроль являются завершающими функциями в управленческом цикле профессионального футбольного клуба. Основной характеристикой учета являются получение, обработка, систематизация и анализ информации, отражающей процесс деятельности организации. Цель учета – создание и накопление баз данных для принятия оптимальных управленческих решений. Контроль как функция управления используется для определения и оценки эффективности процесса функционирования профессионального футбольного клуба, степени достижения поставленной цели или планового задания.

2.3 Анализ конкурентов спортивной организации

Значительных соперников у фк «Спартак» я думаю нет, но я приведу парочку клубов которые могут дать отпор этой команде;

1. ПФК ЦСКА
2. Zenit
3. Локомотив
4. Ростов

Сильные стороны у соперников в том, что у них хорошие в данный момент тренера и тактики. На данный момент в РПЛ на 1 месте держится Zenit, но я считаю что он скоро покинет это место. На смену ему придёт Локомотив, ведь он не так уж и далеко оторвался от него.

Спартаковцы, после очередной паузы в чемпионате страны, начинают подготовку к матчу против «Ахмата», находясь на пятом месте в турнирной таблице. Но все основные конкуренты за чемпионский титул и прочие места на пьедестале в принципе рядом. Только «Zenit» по-прежнему расположился далековато, имея преимущество со «Спартаком» в восемь очков. Это не критическая разница, но сокращать ее надо. Что же касается остальных команд – основных конкурентов «Спартаку», то они, что называется, все на расстоянии вытянутой руки. На три очка ушел вперед ЦСКА, с которым играть уже 6 апреля, на два очка впереди – «Локомотив» и «Краснодар». С ними спартаковцы провели уже оба матча.

Кстати, если посмотреть на некоторые цифры выступления спартаковцев после прихода в команду нового главного тренера Олега Кононова, то они дают некоторую любопытную пищу для размышления. Кононов дебютировал с красно-белыми 25 ноября прошлого года в матче с самарскими «Крыльями Советов». Тогда спартаковцы победили – 3:1 и с той поры, проведя шесть встреч в чемпионате, не потерпели ни одного поражения. То есть, до зимнего перерыва «Спартак» одержал три победы подряд. После него, красно-белые несколько сбавили ход, но тоже никому не уступали. Они сделали две ничьи – с «Краснодаром» и «Zenитом» и одержали победу над «Динамо». Итого в чемпионате у спартаковцев с новым тренером получается весьма неплохая серия из шести игр без поражений. И в них набрано 14 очков. За эти же шесть туров ЦСКА набрал 13 очков, «Zenит» и «Локомотив» – по 10 и «Краснодар» – 9. И все они проигрывали по одному – два раза.

Впрочем, есть и другие цифры. После зимней паузы больше всех очков из этой группы команд набрали «Zenит» и «Локомотив» – по 7. У ЦСКА – 6, у «Спартака» – 5,

у «Краснодара» только 2. Но, как я уже упоминал, спартаковцы в этот период дважды встречались с прямыми конкурентами – «Зенитом» и «Краснодаром». Тем не менее, ближайшие матчи покажут, насколько спартаковцы готовы претендовать на призовые места. Кроме ЦСКА, соперников, которые были бы выше в турнирной таблице, у «Спартака» не осталось. Но это не повод говорить о том, что дальше будет только легче. Мы прекрасно знаем, что красно-белые могут испытывать наибольшие трудности как раз с теми, кто находится гораздо ниже в таблице, и, тем не менее, дает спартаковцам серьезный бой. Вспомним тот же «Урал», с которым играть 4 мая на своем поле. Ведь именно от него Олег Кононов в «Спартаке» потерпел первое поражение, которое, к сожалению, выбило команду из нынешнего розыгрыша Кубка страны.

Так что теперь остается направить все силы на чемпионат, подводить к ближайшим матчам тех, кто долго лечился и стараться не терять на продолжительное время других основных игроков. В оставшихся десяти турах легко не будет никому[\[11\]](#).



РОССИЙСКАЯ
ПРЕМЬЕР-ЛИГА

#РПЛ

	КОМАНДА	И	РМ	О
1	 Зенит	18	11	37
2	 Краснодар	18	18	34
3	 ЦСКА	18	13	30
4	 Спартак	18	5	29
5	 Локомотив	18	6	29
6	 Рубин	18	4	28
7	 Ростов	18	3	25
8	 Ахмат	18	-3	23
9	 Арсенал	18	0	23
10	 Динамо	18	4	23
11	 Урал	18	-11	22
12	 Оренбург	17	1	22
13	 Крылья Советов	17	-12	18
14	 Анжи	18	-15	18
15	 Уфа	18	-7	16
16	 Енисей	18	-17	11

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представленная работа посвящена анализу деятельности спортивной организации, а именно футбольного клуба «Спартак».

В ходе исследования были изучены теоретические аспекты изучаемой проблемы, что позволило сделать ряд выводов:

Менеджмент - это система целесообразной организации управления производственной деятельностью, направленная на достижение запланированных результатов...

Термин "менеджмент" стал использоваться в России в начале формирования рыночных отношений. Он заимствован из английского языка и имеет несколько значений. "Менеджмент"- может обозначать как эффективное использование ресурсов, таких как капитал, здания, материалы и труд для достижения поставленных целей с наибольшей эффективностью, так и способ, манеру общения с людьми, власть и искусство управления.

Довольно часто менеджмент трактуется как управление в конкретной организации, как внутрифирменное управление.

Спортивный менеджмент - это практика и теория рационального управления физкультурно-спортивными организациями.

За последние годы произошли значительные экономические изменения в спорте и спортивной индустрии: качественно изменены отношения собственности в системе спортивных организаций и их инфраструктуре, деятельность многих спортивных клубов, команд и федераций поставлена на рыночную основу.

Учитывая произошедшие перемены, вполне понятно, что реконструировать сложившуюся систему экономических отношений в спорте, усовершенствовать параметры ее деятельности, могут только высококвалифицированные специалисты в области физической культуры и спорта. Подготовить таких специалистов невозможно без знаний современной экономики спорта и предпринимательства, так как именно эти сферы являются основополагающими для развития физкультуры и спорта в целом. Таким специалистом в спортивной организации, действующей в рыночных условиях является спортивный менеджер. Отдельные элементы управленческой деятельности в определенной мере присущи всем категориям работников физической культуры и спорта: тренерам, преподавателям, учителям физической культуры, инструкторам и т. д. В этом можно убедиться, проанализировав должностные обязанности различных категорий физкультурно-спортивных работников, предусмотренные тарифно-квалификационными характеристиками.

Государство и различные коммерческие организации вкладывают значительные средства в развитие физической культуры спорта, что свидетельствует о возросшем интересе к физической культуре и спорту в России. На сегодняшний

день актуальными являются задачи управления и организации деятельности в области физической культуры и спорта. Значимой и деятельной фигурой в сфере физической культуры и спорта стал сегодня спортивный менеджер.

Ежедневно спортивному менеджеру физкультурно-спортивных организаций приходится решать множество вопросов: как организовать физкультурно-спортивное мероприятие, найти спонсоров, привлечь зрителей.

Важно отметить, что современный спорт невозможно представить обособленным, изолированным и функционирующим вне экономических отношений. В реальных условиях спорт базируется на кооперации, связывающей его и сопряженные с ним сферы деятельности. Основопологающей задачей спортивного менеджмента в стране является создание условий для сохранения и улучшения физического и духовного здоровья граждан.

Проанализировав текущее состояние профессионального футбола, можно сделать вывод о необходимости сокращения государственного присутствия в нем и развития механизмов рыночного функционирования профессионального спорта.

Важнейшим инструментом управления профессиональным футболом должна стать процедура лицензирования клубов. Необходимо создать механизмы содействия реализации принципа финансового Fair Play, основанные на четких критериях и санкциях за их невыполнение. Возможно, в ближайшие годы эти критерии должны быть мягче для того, чтобы быть достижимыми в текущих условиях, однако иметь строгий контроль за их соблюдением и в перспективе стимулировать клубы к достижению точки безубыточности.

ФК «Спартак» заметно улучшается для своих болельщиков, это очень полезно и для граждан и конечно же для клуба. Я считаю что в скором времени Спартак наконец опять займёт первое место в РПЛ. И тогда уже можно будет точно сказать что Спартак чемпион!!!

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кисмерешкин В.Г., Рожков И.Я. От Брендинга к бренд-билдингу. – М.: Гелла-принт, 2004. – 320 с.
2. Моисейкин А. П. Модернизация законодательства в сфере физической культуры и спорта: целесообразность и обоснованность // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. – 2012. – №. 8. – С. 44.
3. Алтухов С.В. Государственное управление и рыночное саморегулирование экономики профессионального спорта в РФ // Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2007. С. 11
4. Сильцин С. И. и др. Профессиональный спорт //К.: Олимпийская литература. – 2006. — 382 с.
5. Явленин И: принципы позиционирования профессионального спортивного клуба – статья из «Аргументы и факты» стр. 7 спорт-колонка

8.06.2012

1. Ивинский Д.В., Новиков С.В. Правовые основы Физической культуры и спорта.
2. «Искусство спортивного менеджмента.» - М.: Советский спорт, 2004.

Митькин В.А.

1. Кулматов О.М.; О фанатах Спартак

Аргументы и факты «Это не Спартак сильный, а соперники слабые»

1. Chelladurai P. Sport Management: Defining the Field // European Journal for Sport Management. 1994. [↑](#)
2. Алтухов, С. В. Ивент-менеджмент в спорте. Управление спортивными мероприятиями: уч. методич. Пособие / С. В. Алтухов. М.: Советский спорт, 2013. 208 с. [↑](#)
3. Веселов А. Дорого, но сердито// Эксперт — 2013. — № 6. — с. 11—15. [↑](#)
4. Переверзин И.И. : «Искусство спортивного менеджмента.» - М.: Советский спорт, 2004. [↑](#)

5. Федеральный закон от 29 апреля 1999 г. N 80-ФЗ "О физической культуре и спорте в Российской Федерации". [↑](#)
6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 18.07.2019) [↑](#)
7. Перевезин И.И, Суслов Ф.П. (2002) О структуре современного спорта высших достижений и социально-правовом статусе спортсменов-профессионалов, с. 58. [↑](#)
8. Алтухов С.В. Государственное управление и рыночное саморегулирование экономики профессионального спорта в РФ // Автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2007. С. 11 [↑](#)
9. Гуськов С. И. и др. Профессиональный спорт //К.: Олимпийская литература. – 2000. — 391 с [↑](#)
10. Шиза- это термин означающий неистовую поддержку своей команды болельщиками , словарь фаната футбола. [↑](#)
11. Статья Александра Владыкина «Спартак и конкуренты»
Новости Спартака ст. 34 [↑](#)