

## Содержание:

# ВВЕДЕНИЕ

Спорт и физическая культура функционируют в современной России форме множества разнообразных физкультурных и спортивных организаций. Это прежде всего клубы профессионального спорта, как, например, футбольный и хоккейный клубы "Спартак" и "Динамо", клубы для любительского, рабочего спорта, как, например, спортивные клубы "Москвич" или "ЗИЛ" и т. н. Всем, кто интересуется физической культурой и спортом, и даже тем, кто далек от них, хорошо знакомы названия и таких спортивных организаций, как детско-юношеская спортивная школа, фитнес-клуб, физкультурно-оздоровительный центр, спортивный комплекс, плавательный бассейн, федерация хоккея, российский футбольный союз и т.д.

История хоккея является одной из самых оспариваемых среди всех видов спорта. Традиционно местом рождения хоккея считается Монреаль (Канада) (хотя более свежие исследования указывают на первенство Кингстона, Онтарио или Уиндсора, Новая Шотландия). Однако ещё на некоторых голландских картинах XVI века изображено множество людей, играющих на замёрзшем канале в похожую на хоккей игру. Но, несмотря на это, родиной современного хоккея считается всё-таки Канада.

Когда в 1763 году Великобритания отвоевала у Франции Канаду, солдаты привезли с собой на эту землю хоккей на траве. Поскольку канадские зимы очень суровые и длинные, то в этой местности всегда приветствовались зимние виды спорта. Прикрепляя резак для сыра к своим ботинкам англо- и франкоговорящие канадцы играли в эту игру на замерзших реках, озёрах и прочих водоёмах. В Новой Шотландии и Виргинии существуют старинные картины, на которых изображены люди, играющие в хоккей.

Днем рождения хоккея в России и в СССР в целом считается 22 декабря 1946 года, когда в Москве, Ленинграде, Риге, Каунасе и Архангельске были сыграны первые матчи первого чемпионата СССР по хоккею с шайбой.

В 1954 году советские хоккеисты дебютировали на чемпионатах мира и сразу же заняли ведущее положение в мировом хоккее. Уже первая встреча с канадцами закончилась победой советских спортсменов — 7:3. Эта победа

принесла сборной СССР первый титул чемпиона мира. С 1954 по 1991 годы сборная СССР 22 раза выигрывала «золото» чемпионатов мира и 7 раз побеждала на зимних Олимпийских играх. [10]

**Объектом исследования** является деятельность Федерации Хоккея Московской области.

**Цель исследования** – заключается в изучении теоретических основ спортивного менеджмента.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

1. Определить основные виды спортивных федераций.
2. Определить особенности управления спортивной федерации.
3. Привести анализ конкурентов спортивной федерации.
4. Предложить ФХМО рекомендации.

**Предметом** исследования является анализ деятельности Федерации Хоккея Московской области

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы. В первой главе рассмотрены теоретические основы спортивного менеджмента, виды спортивных федераций и особенности управления спортивной федерации. Во второй главе дана характеристика ФХМО, организационная структура ФХМО, приведен анализ конкурентов ФХМО[11, 12]

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

### **1.1. Понятие и сущность спортивного менеджмента**

Слово "менеджмент" (management) американского происхождения и на русский язык дословно не переводится. Оксфордский фундаментальный словарь английского языка дает более широкое толкование термина менеджмент:

- административные навыки и умения особого рода;

- власть и искусство управления;
- способ, манера обращения с людьми;
- орган управления и люди, его составляющие.

Среди российских специалистов все более утверждается практика использовать термин "менеджмент" как синоним русскою слова "управление". Действительно, термин "менеджмент" синоним слова "управление", но не полностью. Смысл слова "управление" значительно шире, так как оно употребляется применительно к различным сферам человеческой деятельности. Поэтому зарубежные специалисты термин "менеджмент" употребляют применительно к теории и практике управления социально-экономическими процессами в условиях рынка, рыночной экономики.

"Словаре иностранных слов" менеджмент переводится на русский язык как совокупность принципов, методов, средств и форм управления производством с целью повышения его эффективности и прибыльности. В англоязычных странах термин "менеджмент" употребляется довольно свободно и в различных значениях, по чаще всего применительно к управлению социально-экономическими процессами на уровне фирмы, действующей в рыночных условиях.

Для обозначения других процессов зарубежные профессионалы используют иные термины. Так, для обозначения управления в неживой природе употребляется термин "control", для государственного или общественно управления - термины "government administration" или "public administration". Иногда к слову "management" добавляется слово "business" ("business management"). Это подчеркивает принадлежность термина "менеджмент" к социально-экономической сфере деятельности. Однако в последнее время в зарубежной литературе по управлению наметилась тенденция употреблять термин "менеджмент" в более широкой трактовке - применительно и к непредпринимательским организациям и общественным объединениям.

В государственной практике и теории менеджмента основой построения социальных систем управления являются объективные факторы общественного развития. Дело в том, что объективные экономические и социально-культурные процессы, происходящие в любой стране, на определенной стадии своего развития институционализируются, т.е. закрепляются в виде формальных, юридически оформленных организаций. Их группируют в отрасли производства и социальной сферы. Это является объективной основой разработки наряду с общей теорией

менеджмента еще и специальных теорий, которые отражают специфические закономерности функционирования соответствующих отраслей в конкретных исторических условиях.

Спортивный менеджмент - один из видов отраслевого специального менеджмента, который имеет дело с управлением организациями физкультурно-спортивной направленности. В связи с таким подходом организация является ключевым понятием спортивного менеджмента. С позиций менеджмента физическая культура и спорт - это не только "целесообразная двигательная деятельность человека", не только совокупность специальных средств и методов направленного развития физической дееспособности людей, как утверждается в теории физической культуры.

Физическую культуру и спорт в качестве объекта социального управления не только правомерно, но и необходимо рассматривать как определенное множество физкультурно-спортивных организаций - спортивных школ, спортивных клубов, спортивных команд по видам спорта (футболу, хоккею, баскетболу, волейболу и др.), стадионов, спортивно-оздоровительных центров, спортивных федераций и т.п. Следует отметить, что в современной России физкультурно-спортивную работу проводят 100 тыс. различного вида физкультурных и спортивных организаций, в которых трудятся более 241,8 тыс. специалистов - тренеров, преподавателей, учителей физической культуры, инструкторов-методистов и других категорий работников, а также более полумиллиона рабочих и технического персонала. Продукт их трудовой деятельности - это физкультурно-спортивные услуги, то есть организованные формы занятий физическими упражнениями и спортом, программы спортивной тренировки и физкультурно-оздоровительных занятий, спортивные зрелища и т.п. Таким образом, организация - ключевое понятие спортивного менеджмента.

Общий и специальный менеджмент имеет еще одно характерное свойство. Менеджмент связан с наличием в организации профессиональных руководителей, которых за рубежом называют менеджерами. Спортивный менеджер - это специалист, занимающий, как правило, руководящую должность в физкультурно-спортивной организации и владеющий искусством научного управления.

Искусство менеджмента характеризуется особенностями умения того или иного спортивного менеджера применять общепринятые принципы, методы и технологию управления в своей конкретной управленческой деятельности. Подведем некоторые итоги.

Таким образом, спортивный менеджмент - это специальная теория и практика управления физкультурными и спортивными организациями в рыночных условиях, это один из отраслевых видов менеджмента, одна из отраслевых сфер управленческой деятельности в условиях рынка.

Объектом спортивного менеджмента как самостоятельной науки является совокупность физкультурно-спортивных организаций страны, продуктом деятельности которых являются физкультурно-спортивные услуги.

Предмет спортивного менеджмента - управленческие отношения, складывающиеся в процессе взаимодействия субъекта и объекта управления внутри организаций физкультурно-спортивной направленности и взаимодействия этих организаций с внешней средой в процессе производства и распространения физкультурно-спортивных услуг.

Следует также отметить, что специалисты выделяют несколько функциональных разновидностей менеджмента: стратегический менеджмент, финансовый менеджмент, персонал-менеджмент, проектный менеджмент, инновационный менеджмент, маркетинговый подход в спортивном менеджменте и др.

Задача спортивного менеджмента как учебной дисциплины - обеспечение целостного представления об отраслевой системе управления, о принципах, закономерностях и технологии управления в организациях отрасли физической культуры и спорта в современных рыночных условиях России.

Учитывая складывающуюся традицию, в дальнейшем мы будем употреблять термин "спортивный менеджмент" в том же значении, что и давно известное словосочетание "управление физической культурой и спортом".

## **1.2. Виды спортивных организаций**

Спортивная (физкультурно-спортивная) организация - юридическое лицо независимо от его организационно-правовой формы, осуществляющее деятельность в области физической культуры и спорта в качестве основного вида деятельности .

Типы организаций, выделяемые по форме собственности:

Каждое общество формирует свою систему управления, в зависимости от социально-экономического и политического устройства. Административно-командное управление предполагает жесткую вертикаль и зависимость нижестоящих органов от вышестоящих. В странах рыночной экономики функционируют системы управления, основанные на предпринимательском поведении, для которых характерна высокая степень независимости и возможности для проявления творческой инициативы. Поэтому спортивный менеджмент теснейшим образом связан с различными формами собственности на учебно-спортивную материально-техническую базу и владение спортивными организациями. Собственность как экономическая категория представляет собой совокупность производственных отношений, которые обусловлены отношением людей к средствам труда и продукту труда. В России признается частная, государственная, муниципальная и иная форма собственности. Экономические отношения собственности проявляются через различные формы управления ФКиС (физическая культура и спорт), так как на основе различных форм собственности создаются различные виды спортивных организаций. В этом смысле можно выделить три вида управления ФКиС или подсистемы.

- Первая подсистема - это государственное управление ФКиС. Госкомитет по ФК и туризму - центральное звено государственными управлениями;
- Вторая подсистема - менеджмент в общественных объединениях, федерациях по видам спорта, спортивных клубах и т.п.;
- Третья подсистема - менеджмент в предпринимательских организациях физкультурно-спортивной направленности.

Вышеприведенная классификация является наиболее общей для организаций физкультурно-спортивной направленности. Она составляет базисную систему для спортивного менеджмента, определяет его структуру и содержание, а так же особенности механизма управления организациями.

Спортивные организации могут быть коммерческими организациями, некоммерческими организациями и создаваться в различных организационно-правовых законодательством формах, предусмотренных законодательствах .

1. Коммерческие организации - юридические лица, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели деятельности.

К ним относятся:

- Хозяйственные товарищества;

- хозяйственные общества (общества с ограниченной ответственностью);
- публичное, закрытое общество (ОАО, ЗАО);
- производственные кооперативы;
- государственные и муниципальные унитарные предприятия.

1. Некоммерческие организации – не ставят своей целью извлечение прибыли в качестве главной цели и не распределяют прибыль между участниками:
  - потребительские кооперативы;
  - общественные и религиозные организации;
  - фонды;
  - учреждения;
  - ассоциации и союзы (объединения юридических лиц);
  - некоммерческие партнерства.

Стратегия развития спортивной организации формируется с учетом следующих видов спортивных организаций:

1. Спортивные федерации – в данном случае формируется стратегия развития вида спорта на долгосрочный период;
2. Профессиональные спортивные лиги – разрабатывают стратегию развития с учетом основного продукта – спортивно-зрелищных мероприятий (чемпионатов, турниров, кубков);
3. Спортивные клубы – стратегия развития спортивных клубов в наибольшей степени соответствует общим подходам стратегического менеджмента;
4. Детско-юношеские спортивные школы – стратегия развития детского спорта учитывает вовлеченность муниципальных и региональных органов исполнительной власти в детский спорт;
5. Физкультурно-оздоровительные центры и фитнес-клубы, которые также функционируют как коммерческие организации физкультурно-спортивной направленности в различных организационно-правовых формах;
6. Стадионы и спортивные комплексы, имеющие статус юридического лица и находящиеся на самостоятельном балансе;
7. Государственные комитеты по ФК, спорту и туризму;
8. Региональные центры спортивной подготовки, имеющие статус государственного учреждения;
9. Олимпийский комитет России (ОКР);
10. Учреждения высшего и среднего профессионального физкультурного образования;

## 11. Кафедры физического воспитания вузов и другие структурные подразделения образовательных учреждений .

Спортивная федерация – общественная организация, которая создана на основе членства и целями которой являются развитие одного или нескольких видов спорта, их пропаганда, организация, а также проведение спортивных мероприятий и подготовка спортсменов - членов спортивных сборных команд.

Различают следующие уровни спортивных федераций по масштабу их деятельности:

- Местные спортивные федерации, действующие в рамках района, муниципалитета;
- Региональные спортивные федерации, развивающие вид спорта на территории субъекта России (области, края, республики и т.д.)
- Общероссийские (всероссийские) спортивные федерации, ответственные за развитие вида спорта на территории всей России.

Общероссийская спортивная федерация – общественная организация, которая создана на основе членства, получила государственную аккредитацию (выдаваемую Министерством спорта России) и целями которой являются развитие одного или нескольких видов спорта на территории Российской Федерации, их пропаганда, организация, проведение спортивных мероприятий и подготовка спортсменов - членов спортивных сборных команд Российской Федерации.

Региональная спортивная федерация – региональная общественная организация, являющаяся членом общероссийской спортивной федерации, которая получила государственную аккредитацию (выдаваемую Общероссийской спортивной федерацией), целями которой является развитие одного или нескольких видов спорта на территории региона России, их пропаганда, организация, проведение спортивных мероприятий и подготовка спортсменов – членов спортивных сборных команд субъекта Российской Федерации .

Спортивные клубы:

1. Спортивные клубы являются юридическими лицами, осуществляющими тренировочную, соревновательную, физкультурную и воспитательную деятельность.



2. Спортивные клубы независимо от их организационно-правовых форм создаются и осуществляют свою деятельность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

3. Спортивные клубы могут создаваться юридическими и физическими лицами в виде физкультурно-спортивных клубов по месту жительства, работы, школьных спортивных клубов, студенческих спортивных клубов, профессиональных спортивных клубов и иных спортивных клубов.

4. Спортивным клубам могут оказывать содействие федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления посредством:

1) строительства, реконструкции, ремонта спортивных сооружений и иных объектов спорта;

2) передачи в безвозмездное пользование или долгосрочную аренду на льготных условиях помещений, зданий, сооружений, являющихся собственностью Российской Федерации или субъектов Российской Федерации либо муниципальной собственностью;

3) обеспечения спортивным инвентарем и оборудованием;

4) оказания иной поддержки в порядке и в случаях, которые установлены нормативными правовыми актами федеральных органов исполнительной власти, нормативными правовыми актами органов государственной власти субъектов Российской Федерации или муниципальными правовыми актами.

5. Спортивные клубы осуществляют свою деятельность за счет собственных средств и иных не запрещенных законодательством Российской Федерации источников.

6. Правовое положение школьных спортивных клубов и студенческих спортивных клубов, порядок их деятельности определяются в соответствии со статьей 28 настоящего Федерального закона.

### **1.3. Особенности управления спортивными организациями**

Спортивные менеджеры, являясь субъектом осуществления управленческой деятельности, выполняют в организации ряд разнообразных функций. В общем виде можно выделить три ключевые функции:

1. Функция принятия решения, выражающаяся в том, что менеджер определяет направление деятельности организации, решает вопросы распределения ресурсов, осуществляет текущие корректировки. Право принятия управленческих решений имеет только менеджер, но он же и несет ответственность за последствия принятых решений;
2. Информационная функция состоит в том, что менеджер собирает информацию о внутренней и внешней среде физкультурно-спортивной организации, в которой он работает, распространяет эту информацию в виде фактов и нормативных установок и, наконец, разъясняет персоналу политику, ближайшие и перспективные цели организации;
3. Менеджер выступает в качестве руководителя физкультурно-спортивной организации, формирующего отношения внутри и вне организации, мотивирующего членов физкультурно-спортивной организации на достижение целей, координирующего их усилия и, наконец, выступающего в качестве представителя организации во взаимодействии с другими организациями.

Спортивным клубам могут оказывать содействие федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления посредством:

- 1) строительства, реконструкции, ремонта спортивных сооружений и иных объектов спорта;
- 2) передачи в безвозмездное пользование или долгосрочную аренду на льготных условиях помещений, зданий, сооружений, являющихся собственностью Российской Федерации или субъектов Российской Федерации либо муниципальной собственностью;
- 3) обеспечения спортивным инвентарем и оборудованием;
- 4) оказания иной поддержки в порядке и в случаях, которые установлены нормативными правовыми актами федеральных органов исполнительной власти, нормативными правовыми актами органов государственной власти субъектов Российской Федерации или муниципальными правовыми актами.

Спортивные клубы осуществляют свою деятельность за счет собственных средств и иных не запрещенных законодательством Российской Федерации источников, таким образом, источниками дохода клубов являются:

1. Доходы от участия в спортивных мероприятиях, в том числе от продажи прав телетрансляций, рекламных мест, призовые фонды;
2. Доходы от спонсорских и рекламных договоров;
3. Продажи билетов на спортивные соревнования;
4. Продажи атрибутики, экипировки;
5. Поступлений от проводимых лекций, выставок, лотерей, аукционов, курсов повышения квалификации и профессиональной переподготовки;
6. Доходов от иной предпринимательской деятельности.

Управление спортивной организацией можно рассматривать как процесс последовательно сменяющихся, логически следующих друг за другом действий, носящих повторяющийся, циклический характер. Такие действия субъекта управления, соответствующие последовательно сменяющимся стадиям управленческого цикла, получили название общих функций менеджмента. В их составе выделяют: планирование, организацию, мотивацию, контроль и координацию.

Общие функции, раскрывая технологию социального управления, универсальны, так как характеризуют любой процесс управления независимо от его отраслевой специфики и размера управляемой организации. Выделяемые по признаку временной цикличности функции получили название общих (основных) функций менеджмента.

Таким образом, общие функции спортивного менеджмента - это обособившиеся в процессе общественного разделения труда специализированные виды деятельности, выражающие направления или стадии целенаправленного воздействия субъекта управления на управляемый объект.

Рассмотрим содержание каждой из указанных функций менеджмента:

1. Планирование - это процесс определения целей организации и поиск наиболее эффективных методов и средств их достижения в условиях действия ограничений по ресурсам и времени.
2. Организация - вторая функция менеджмента. Ее задачей является формирование структуры организации, а также обеспечение ее всем необходимым

для нормальной работы - персоналом, помещениями, денежными средствами, материалами, оборудованием и т.п.

3. Мотивация - стадия управления, предусматривающая создание стимулов и санкций, материальной и моральной заинтересованности с целью активизации персонала спортивных организации к эффективной работе. В спортивном менеджменте мотивация включает, по нашему мнению, также деятельность, имеющую цель активизировать интерес населения к занятиям различными видами спорта и физическими упражнениями, к потреблению физкультурно-спортивных услуг.

4. Контроль и учет - это стадия управления, задачей которой является оценка качества выполнения принятых решений, количественная оценка результатов работы физкультурно-спортивной организации, а также оперативный учет проводимой в организации работы.

5. Координация - стадия процесса управления, обеспечивающая его непрерывность и бесперебойность. Главная задача координации - достижение согласованности в работе всех звеньев организации путем установления рациональных связей между ними, а также с общественностью.

Функции, выделяемые по содержанию управляемого воздействия на управляемый объект, принято называть конкретными (специфическими или отраслевыми) функциями менеджмента. Конкретные (отраслевые) функции спортивного менеджера раскрывают содержание управления в отрасли физической культуры и спорта как особой социально-педагогической системе. Приведем в качестве примера систему управления футбольного клуба «Real». Схема управления футбольным клубом «Реал». Футбольный клуб «Real» не является акционерным обществом. Больше того, юридически он зарегистрирован как некоммерческая организация. Таким образом, у Real, в отличие от большинства других профессиональных футбольных клубов, нет владельца. Управление Реалом осуществляется членами клуба, которые раз в четыре года выбирают президента. Их число – 80 тысяч – равно количеству мест на нашем стадионе. Избранный президент назначает совет директоров, каждый из 15 членов которого возглавляет 15 имеющихся в структуре клуба департаментов. Совместно с президентом эти люди осуществляют исполнительную власть и решают все стоящие перед клубом вопросы. Параллельно существует и другая структура – Генеральная Ассамблея членов клуба, которая, собирается раз в году, оценивает деятельность президента и членов совета директоров и, в случае признания ее неудовлетворительной,

может инициировать досрочные выборы.

Президент, согласно уставу «Real», не имеет права даже взять банковский кредит. Помимо этого, члены клуба имеют право встречаться с администрацией Real и высказывать свою точку зрения по поводу ее деятельности. Таким образом, Real, как, впрочем, и Barcelona, где действует схожая модель управления, является в прямом смысле слова «народным клубом». В этом заключается и его преимущество, поскольку коллегиальное руководство в значительной мере исключает возможность принятия необдуманных решений. Но в этом же, в отсутствии богатого хозяина, способного разрешить финансовые проблемы клуба в случае их возникновения, «закрывать» их за счет собственных средств. У Chelsea, скажем, есть Abramovich, готовый ради победы в Лиге Чемпионов, вытащить из собственного кармана столько денег, сколько для этого потребуется, и, судя по всему, не особенно расстраивающийся по поводу того, что его клуб является убыточным предприятием. У нас такого человека нет. Президент, согласно уставу Real, не имеет права даже взять банковский кредит, не спросив на это разрешения большинства членов клуба, причем представить себе ситуацию, при которой это разрешение было бы получено. Иными словами: Real, в отличие от многих других клубов, может рассчитывать только на себя, только на те деньги, которые сам и заработает. Исходя из этой данности, выстроена программа стратегического планирования клуба, принятая пять лет назад вскоре после того, как Real с трудом преодолел ситуацию, грозившую ему банкротством.

Real стремится к соблюдению баланса между доходами. Еще один немаловажный момент, обеспечивающий клубу экономическую стабильность, заключается в том, что администрация «Real» стремится к соблюдению баланса, примерного равенства между доходами, поступающими из отдельных источников. В Италии, например, некоторые топ-клубы формируют до 80 процентов доходной части бюджета за счет продажи прав на телевизионные трансляции своих игр.

В настоящий момент структура доходов «Real» распределяется следующим образом: продажа прав на телетрансляции – 32 процента, доходы от эксплуатации стадиона (абонементы, билеты, организация питания, в том числе ресторанного, в дни матчей, сдача стадиона в аренду для проведения на ней концертов, шоу и различных корпоративных мероприятий, выручка от продажи билетов в находящийся на Santiago Bernabeu клубный музей) – 32 процента, и, наконец, всевозможные маркетинговые программы (поступления от рекламы, спонсорства, мерчендайзинга и пр.) – еще 32 процента»

Итак, мы видим, что все общие и конкретные функции спортивного менеджера действуют в единстве, образуя определенный организационно-технологический процесс, ведь если менеджмент даст сбой на одном из этих направлений, то клуб попадет в полосу застоя.

Система функций менеджера в спортивной организации - это комплекс взаимосвязанных во времени и пространстве видов управленческой деятельности, осуществляемых персоналом физкультурно-спортивной организации.

## **2. Анализ спортивной деятельности федерации хоккея московской области**

### **2.1. Общая характеристика спортивной организации**

Общественная организация «Федерация хоккея Московской области, в является общественным «Федерация» дальнейшее именуемая объединением, созданным гражданами для развития и популяризации хоккея в Московской области, защиты общих интересов и достижения уставных целей Федерации. Полное наименование Федерации на русском языке: Общественная организация «Федерация хоккея Московской области». Сокращенное наименование Федерации на русском языке: Наименование ФХМО Федерации на английском языке: Public organization "The Ice Hockey Federation of Moscow Region"

Федерация является основанным на членстве общественным объединением, не имеющим своей целью извлечение прибыли. Деятельность Федерации основывается на принципах добровольности равноправия, самоуправления, гласности и законности Федерация признает принципы цели и задачи Олимпийского движения, осуществляет свою деятельность в тесном взаимодействии с Федерацией хоккея России (далее ФХР), Олимпийским комитетом России и Министерством физической культуры, спорта работы с молодежью Московской области. Федерация является членом ФХР, обеспечивает развитие хоккея в Московской области. Федерация сотрудничает с организациями любых организационно-правовых форм, поддерживающими цели и задача Федерации.

С момента государственной регистрации Федерация является юридическим лицом, обладает на правах собственности обособленным имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в арбитражных и третейском судах. Федерация имеет самостоятельный баланс, расчетные и другие счета в учреждениях банка, круглую печать со своим наименованием бланки, эмблему, флаги, вымпелы и иную символику и иные реквизиты, утверждаемые и регистрируемые установленном порядке.

Эмблема Федерации представляет собой изображение трех хоккеистов темно-синего, красного и белого цветов на щите синего цвета обрамлением белым и красным цветами по краям, а также изображение Георгия Победоносца верхом на коне, убивающего змея, белого цвета. На эмблеме Федерации имеется надпись в верхней части «ФЕДЕРАЦИЯ ХОККЕЯ» и в нижней части «МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ». Эмблема представленная на рисунке 1.





## **Рис. 1 Эмблема ФХМО**

### *Цели и задачи Федерации*

Основными целями деятельности Федерации являются:

- развитие и популяризация хоккея в Московской области, повышение его роли во всестороннем и гармоничном развитии личности, укрепление здоровья, формирование здорового образа жизни населения;
- организация и проведение чемпионатов, первенств, розыгрышей кубков официальных спортивных соревнований Московской области
- совершенствование системы подготовки спортсменов высшей квалификации, содействие в обеспечении мероприятий по их подготовке к участию в межрегиональных, всероссийских международных спортивных соревнованиях и участию в них сборных и клубных команд Московской области
- развитие и укрепление связей с ФХР и лигами хоккея России и зарубежных стран, международными хоккейными организациями;
- проведение работы, направленной на становление, развитие координацию профессионального, любительского и детско-юношеского хоккея
- обеспечение защиты законных интересов и прав спортсменов, тренеров и других лиц, занятых в сфере хоккея, забота о ветеранах хоккея [11]

## **2.2. Организационная структура Федерации Хоккея Московской области**

*Общее собрание членов:* проводится не реже чем один раз в год, и является отчетным за период.

*Совет Федерации:* избираемый отчетно-выборным общим собранием членов, сроком на 4 года и подотчетный общему собранию членов. Регламент деятельности совета, определяется настоящим уставом и положением о Совете Федерации. Совет созывается на заседание президентом не реже двух раз в год.

*Президент Федерации:*

1. осуществляет постоянное руководство деятельностью федерации;
2. руководит деятельностью совета федерации и возглавляет его;
3. осуществляет контроль выполнения решений общего собрания членов и совета;
4. обеспечивает реализацию целей, задач и программ деятельности Федерации;
5. организует подготовку и проведение заседаний совета.

Организационная структура представлена на рисунке 2.

*Первый Вице-президент:*

1. утверждение годового финансового плана;
2. утверждение положений о структурных подразделениях Федерации;
3. утверждение внутренних документов Федерации
4. распоряжение имуществом и средствами Федерации.

*Юрисконсульт:* осуществляет проверку соответствия законодательству представляемых на подпись президенту Федерации приказов, инструкций, положений и других документов правового характера

*Пресс-атташе:* - предоставление информации СМИ,

- формирование имиджа Федерации,

- повышение внимания жителей к хоккею.

Общее собрание членов

Совет Федерации

Президент Федерации

Пресс-атташе

Советник Первого Вице-президента по развитию хоккея

Юрисконсульт

Первый Вице-президент

**Рис. 2 Организационная структура ФХМО**

## 2.3. Анализ конкурентов спортивной организации.

Рассмотрим конкурентов для ФХМО, но сначала узнаем, что такое конкуренты и какие виды конкурентов разделяют.

Конкуренты – это предприятия, действующие на рынке одной потребности, даже если у них разные технологии и принадлежат они к разным отраслям. Поскольку один товар может удовлетворять разные потребности, круг конкурентов предприятия еще больше. Конкурентами становятся предприятия, действующие на разных родовых рынках.

Выделяют три вида конкурентов:

1. Прямые конкуренты – это компании, которые торгуют схожими товарами или оказывают схожие услуги, и потребители данных компаний также являются схожими. Прямая конкуренция устанавливается между однотипными компаниями;
2. Косвенные конкуренты – это компании, которые работают для схожих потребителей, но продают другой товар;

Неявные конкуренты – это те, у которых и товары, и потребители разные. В эту категорию попадает огромное количество субъектов бизнеса, и конкурентами они становятся только потому, что есть недвижимое понятие размера потребительского кошелька.

Следовательно, у ФХМО будут прямые и косвенные конкуренты.

### Таблица 1. Конкуренты для Федерации Хоккея Московской области

#### Конкуренты/альтернативы Прямые/косвенные

Федерация футбола МО

Федерация баскетбола МО

Федерация волейбола МО

Эти конкуренты для Федерации Хоккея Московской области являются прямыми.

Спорт-бары

Это для ФХМО являются косвенными конкурентами, так как они предлагают альтернативные услуги.

## **Заключение**

Проанализировав основные положения ФХМО, можно сделать вывод что, по темпам, масштабу и качеству исполнения, Федерация хоккея более успешна, чем другие не менее популярные Федерации спорта, например по футболу или баскетболу. Это говорит о том, что в настоящий момент Россия считает хоккей, как спорт отраслью бизнеса.

Важным недостатком является слепое следование Канадскому примеру без адаптации его к российским условиям. В отсутствии существенного финансирования вряд ли идея организации российского хоккея сможет изменить в лучшую сторону отношение: на этих соревнованиях, приглашенные спортсмены, журналисты и болельщики не смогут найти соответствующий уровень инфраструктуры и организации соревнования. Необходимо тщательно планировать бюджет и организовывать каждое специальное событие сообразно выделенным на него средствам, чтобы в ходе мероприятия не приходилось искать дополнительные источники финансирования.

Следует помнить, что в современных условиях любая спортивная акция должна быть направлена не только внутрь, но и на болельщиков, спонсоров, в том числе информационных. Нужно учитывать их интересы и потребности, а это, как правило, зрелищность, присутствие звезд и инфраструктурные удобства, проведение промо-мероприятий, лотерей, конкурсов и др.

Для телевидения важна зрительская ценность, для спонсоров посещаемость и статус соревнований, для болельщиков возможность пообщаться со звездами, выиграть приз, получить эмоции от проведенного соревнования или просто с комфортом добраться до соревновательной площадки.

Физическая культура - составная часть культуры, область социальной деятельности, представляющая собой совокупность духовных и материальных ценностей, создаваемых и используемых обществом в целях физического развития человека, укрепления его здоровья и совершенствования его двигательной

активности; спорт - составная часть физической культуры, исторически сложившаяся в форме соревновательной деятельности и специальной практики подготовки человека к соревнованиям.

Физическая культура и спорт не только являются средством укрепления здоровья населения, его физического совершенствования, рациональной формой проведения досуга, средством повышения социальной активности людей, но и существенно влияют на другие стороны человеческой жизни, в первую очередь на трудовую деятельность, нравственные и интеллектуальные качества. Физическая культура и спорт влияют на процесс самопознания и самосовершенствования, на формирование воли, нравственно-этическое воспитание.

## Список литературы

1. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта: учебное пособие для студ. высших педагогических учебных заведений / М.И. Золотов, В.В. Кузин, М.Е. Кутепов, С.Г. Сейранов. - М.: Издательский центр «Академия», 2004. - 432 с.
2. Менеджмент: учеб. пособие / П. А. Михненко - 2-е изд., - М.: Московский финансово-промышленный университет «Университет», 2016. - 232 с. - (Серия «Непрерывное образование»).
3. Переверзин И.И. Менеджмент спортивной организации: учебное пособие / И.И. Переверзин. - 3-е изд., переработано и доп. - М.: Физическая культура и спорт, 2006. - 464 с.
4. Тезисы лекции по дисциплине «Менеджмент спортивных организаций» Братков К.И.: Московский финансово-промышленный университет «Университет» 2014. - 15 с.
5. Федеральный закон от 04.12.2007 N 329-ФЗ (ред. от 26.07.2017) "О физической культуре и спорте в Российской Федерации" «Статья 2. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе».
6. Федеральный закон от 04.12.2007 N 329-ФЗ (ред. от 26.07.2017) "О физической культуре и спорте в Российской Федерации" «Статья 19. Спортивные клубы».
7. Якимович В.С. Спорт в современном мире: Монография. - ВИСТех, 2012. - 198 с.
8. Выдрин В.М, Введение в специальность: Учеб.пособие для ин-тов физ,культ,-2-е изд., перераб.-М.: ФиС, 1980.-118с.
9. <http://ru.sport-wiki.org>
10. <https://ru.wikipedia.org>

11. <http://фхмо.рф>
12. <http://fhr.ru>
13. <http://fb.ru>
14. <http://www.sportdiplom.ru>
15. <https://studwood.ruz>
16. <https://www.webkursovik.ru>