

## АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ФУТБОЛЬНИХ КЛУБІВ

*У статті наводяться данні, що складають систему функціонування професійних футбольних клубів. Розглядаються: спортивні, правові, інфраструктурні, кадрові і адміністративні та фінансові складові. Приводяться дані функціонування футбольних клубів (Німеччина, Італія, Франція, Англія, Іспанія).*

**Ключові слова:** професійні футбольні клуби, складові функціонування, спортивні, правові, інфраструктурні, кадрові і адміністративні, фінансові.

**Постановка проблеми та зв'язок її з важливими науковими та практичними завданнями.** Сфера фізичної культури і спорту останнім часом у всьому світі набуває стрімких темпів росту, залучаючи все більше людських, фінансових, інформаційних і інших ресурсів. Це пов'язано з наступними факторами: великі транснаціональні корпорації, особливо в секторі медіа, почали здійснювати інвестиції в спорт-індустрію; прибутки в сфері телебачення, інтернету, продаж спортивного екіпірування все більше залежить від професійного спорту; більш частими стали випадки залучення економістів і юристів для розв'язування різних суперечок з питань порушених прав і невиконаних зобов'язань у спортивній сфері; зросло значення спорту в культурі суспільства; спортивні новини на телебаченні, радіо й в інтернеті, у газетах і журналах зробили комерційний спорт центральною частиною сучасного суспільства; багатомільйонні контракти між клубами, висока зарплата спортсменів роблять спорт досить привабливим об'єктом для вивчення економістів; спорт є відмінною областю застосування економічних теорій і експериментів; спорт заохочує конкуренцію, його характерною рисою є вільний вхід нових учасників, що сприяє інтенсивному розвитку галузі [4].

Робота виконується у відповідності до плану науково-дослідної роботи кафедри футболу та хокею Харківської державної академії фізичної культури на 2011-2015 рр. "Оптимізація навчально-тренувального процесу футболістів різної кваліфікації".

**Аналіз останніх досліджень й публікацій.** З'явилося розуміння того, що спорт – це рівноправна галузь суспільства і має свій специфічний продукт виробництва, який можна реалізувати й одержувати від нього прибуток – сукупність фізкультурно-спортивних послуг, наданням яких займаються різні підприємства й організації, в тому числі державні [8].

Спортивно-видовищна послуга – це послуга що має своєю метою досягнення специфічного психоемоційного стану людей, характеризується виникненням почуття співпереживання й естетичного задоволення. Виробництво послуг відбувається у виді спортивних змагань, заходів видовищного характеру.

Важливу роль у підвищенні суспільної значимості спорту грає також процес його комерціалізації. Потреба в одержанні прибутку від змагань сприяє створенню нових форм їхнього проведення і відповідної атмосфери їм супутньої (залучення преси, телебачення, спонсорів, глядачів, барвисте оформлення спортивних ритуалів і ін.) [11].

З погляду сучасного маркетингу, спортивні змагання розглядаються, як одна з форм спортивно-видовищної послуги, метою якої є досягнення спеціального психоемоційного стану болільників і характеризується виникненням у них відчуття співпереживання чи естетичної насолоди [3, 5]. В той же час визначається необхідність маркетингової діяльності яка б базувалась на принципах суверенітету споживача і концентрації зусиль [9].

Окремі складові системи функціонування футбольних клубів висвітлені в методичних публікаціях стосовно: ефективності системи атестації футбольних клубів України [7]; дитячого футболу [10]; вимог до стадіонів та спортивних лікарів [6]; масового розвитку футболу [1]; роботі науково-методичних груп в футбольних командах [2]; підготовки фахівців з футболу [3].

Таким чином, у даний час сформувалася система змагань з футболу серед клубних команд, яка постійно удосконалюється як в організації і проведенні змагань, так і факторів, що відносяться до функціонування окремих команд. За рішенням Європейського суду зняті обмеження на кількість іноземних футболістів-легіонерів у складах європейських клубів.

**Формулювання цілей і завдань роботи.** Метою нашого дослідження було здійснити аналіз різних складових функціонування професійних футбольних клубів.

**Виклад основного матеріалу.** У функціонуванні професійних футбольних клубів визначають п'ять складових: спортивні, інфраструктурні, адміністративні, юридичні та фінансові.

Головними складовими *спортивного категорію* є наявність затвердженої програми розвитку дитячого, юнацького і молодіжного футболу.

*Інфраструктурні критерії* вмістять вимоги до стадіонів, включаючи: затверджений план евакуації при виникненні надзвичайної ситуації, пункти першої медичної допомоги; зручні місця для глядачів; придатне для гри футбольне поле; обладнані місця для засобів масової інформації; кімнати для проведення допінгконтролю; достатня кількість санітарно-гігієнічних приміщень та ін.

*Кадрові і адміністративні критерії* передбачають виконання таких мінімальних вимог, які б забезпечили належне керування клубом і його командами. Саме для цього висувуються кваліфікаційні вимоги щодо належного рівня освіти, досвіду і терміну перебування на відповідних посадах до всіх керівних осіб клубу.

*Правові аспекти* визначають перелік документів і письмових підтверджень, що мають юридичну силу для участі в змаганнях.

*Фінансові критерії* зобов'язують отримувати щорічну звітність (у деяких випадках і звіти за окремі періоди), а також не мати заборгованість перед футболістами, тренерами та іншими адміністративним персоналом та кредиторськими заборгованостями по трансферах.

У розвинутих західних країнах сфера спорту давно вже стала самостійною галуззю економіки, у яку входить індустрія з виробництва спортивних товарів, інвентарю, тренажерів і устаткування, спортивно-оздоровча діяльність серед усіх категорій населення, організація їхнього активного дозвілля, шкільний, студентський і спорт вищих досягнень, включаючи олімпійський і різні види професійного спорту.

Головним джерелом доходів спортивної галузі усього світу є продаж прав на трансляцію матчів, змагань і інших спортивних заходів. З урахуванням стрімкого росту доходів від продаж прав на телевізійні трансляції, прибутків стадіонів і спонсорської допомоги, спортивна комерційна індустрія з 9,9% у 1989-1998 рр. на сьогодні виросла майже в чотири рази швидше в порівнянні з всією економікою [4].

У той же час, тенденції комерціалізації, що підсилюються, і професіоналізації спорту з одного боку, а також гостра конкуренція навколо бюджетних коштів з іншого боку свідчать про те, що спорт мусить навчитися самостійно отримувати прибуток з ресурсів, що є в його розпорядженні.

Тому зараз стає питання розширення джерел фінансування спортивної галузі, зокрема футболу. Так, у країнах з розвинутою ринковою економікою ігорний бізнес узагалі, і лотереї зокрема, протягом десятиліть з успіхом використовуються як найважливіше джерело фінансування розвитку спорту.

Таким чином, футбол став галуззю промисловості, що робить продукт для продажу безпосередньо глядачам на стадіоні, а також засобом масової інформації, і в першу чергу телебаченню.

Футбольні союзи Росії й України, як повноправні члени УСФА, йдуть шляхом перетворень, властивим ведучим футбольним країнам Європи (Англія, Німеччина, Іспанія, Франція) і вони стосуються системи змагань, матеріально-технічної бази, взаємин ліги і клубів, клубів і футболістів, атестування клубів, підготовки резервів і ін. У професійному футболі Англії діє своєрідна модель футбольного клубу, яка передбачає, що власником майна клубу і його гравців є сам клуб, а не приватна особа.

Німецький футбольний союз існує переважно за рахунок власних коштів, до яких відносяться: членські внески; доходи від господарської діяльності і керування майном; пожертвування меценатів; виплати спонсорів і штрафи; доходи від проведення спортивних заходів; ліцензійні збори; надходження від реклами і промислових пулів; доходи від телебачення і лотереї. Крім цього, у пошуках нових джерел фінансування німецькі клуби стали виставляти на продаж свої акції.

В Італії для прийняття в члени професійної ліги (тобто одержати ліцензію) поряд з документами потрібно надати докладний звіт про майнове положення, дати гарантії, здатні служити покриттям можливих збитків і заставою для непогашених боргів, дані про місткість і придатність на поточний спортивний сезон ігрового поля і відповідних споруджень для глядачів. В Італії дуже популярно спортивне спонсорство, оскільки цьому сприяє пільгова податкова політика держави. У теж час в Італії, завдяки тоталізатору, футбол як сфера розважального бізнесу, є основним джерелом фінансування.

Розвиток футболу в Іспанії зв'язано з поступовим припиненням державних дотацій клубам і переводом їх на самофінансування, тим самим, перетворювати клуби в товариства з обмеженою відповідальністю.

Професійним футболу Франції керує Національна футбольна ліга (НФЛ), що існує у виді асоціації і регулюється законом про асоціації і Статут НФЛ, приведеному у відповідність із законом про спорт, і урядовими декретами, що визначають умови створення і типові положення спортивних федерацій.

На підставі договору НФЛ має адміністративну, фінансову і спортивну автономію. Вона організує чемпіонат Франції серед професіоналів (перший дивізіон) і команд другого дивізіону.

У Франції футбольні команди діють як товариства зі змішаною економікою, або як товариства зі спортивними цілями. В обох випадках вони займаються комерцією, а тому, підлягають оподатковуванню.

В останньому десятилітті спостерігалася тенденція прискореного розвитку футбольної індустрії за рахунок досягнень технічного прогресу. У теперішній час засоби масової інформації і, зокрема, телебачення увійшли до кожної оселі і зробили цей захоплюючий вид спорту доступним для кожної родини в будь-якій країні світу. Зростання популярності футболу підвищило комерційний потенціал галузі, що знайшло своє відображення у нових умовах укладання угод щодо прав на телетрансляцію (на національному і міжнародному рівні), поліпшені інфраструктури стадіонів та у нових господарських зв'язках між футбольними клубами і "нефутбольними" галузями: клуби прагнуть до глобального визнання своїх брендів, у той час, коли їх комерційні партнери витрачають значні засоби для досягнення тієї ж мети.

Змагання між клубами зараз проходять як на футбольному полі, так і поза ним.

**Висновки.** 1. Футбольний клуб сьогодні – це вже не тільки спортивний клуб. Він перебуває у постійному контакті з іншими зацікавленими сторонами – членами клубу, вболівальниками, засобами масової інформації, спонсорами, постачальниками, комерційними партнерами, муніципальними установами, а у ряді випадків й вже і з акціонерами. Всі вони все активніше беруть участь у діяльності клубу, будучи зацікавленими у його розвитку і результатах.

Отже, клубу необхідна професійна допомога з боку фахівців широкого кола галузей і видів господарської діяльності (наприклад, у сфері маркетингу, фінансів, індустрії розваг, засобів масової інформації і т.д.). Ці фахівці можуть поділитися своїми знаннями і досвідом із існуючими футбольними клубами, щоб ще краще задовольняти потреби тих учасників футбольної індустрії і зацікавлених сторін, яких варто розглядати як клієнтів. Атмосфера змагання, у якій функціонують клуби-учасники спортивних змагань, сьогодні все більше переростає в економічну конкуренцію. Футбольним клубам доводиться піклуватися про підвищення своєї довгострокової рентабельності, їм доводиться шукати різні джерела доходів на додаток до вже існуючих (продаж прав на телевізійні трансляції, виторг від продажу квитків,

спонсори), щоб у більшому ступені бути незалежними від прибутку, який приносять спортивні досягнення, і мати більше можливостей функціонувати як процвітаючий у фінансовому плані господарський суб'єкт.

2. Безперечно, усі футбольні клуби не можуть бути схожі один на одного. Конкретний клуб, як і будь-який інший футбольний клуб України зокрема, повинен знайти власну стратегію, яка узгоджувалася б з його потенціалом, потребами і ринковими можливостями; і робити все можливе для того, щоб, діючи крок за кроком досягти своєї мети завдяки своєму Статуту, своїм співробітникам і головній команді клубу.

Наявність професійного персоналу у футбольному клубі дозволить вишукати додаткові можливості для поліпшення його спортивних і господарських перспектив, а висококваліфікованих тренерів – підвищенню якості навчально-тренувального процесу у футбольних командах клубу.

3. Необхідне підвищення стандартів якості для всіх, хто так чи інакше пов'язаний з футболем, а не тільки клубам-грандам, клубам-лідерам. Це передбачає вдосконалення загальної структури українського футболу. Необхідне збереження і підвищення загальної якості навчально-тренувального процесу для покращення стандартів футболу по всій Україні, а, відповідно, для забезпечення здорової конкуренції між футбольними клубами. Це, в свою чергу, повинно призвести до того, що у нас буде більше цікавих матчів, у яких футболісти демонструватимуть високу технічну майстерність, вболівальники отримуватимуть більше задоволення від футболу, а кількість глядачів на матчах зросте. Попит на футбол залучить нових спонсорів і принесе додаткові прибутки від продажу прав на телевізійні трансляції, що дозволить клубу заробляти більше коштів. Клуби зможуть вкладати додаткові кошти у свої стадіони та інші спортивні споруди (у чому в рівній мірі зацікавлені як футболісти, так і глядачі), а також у програми розвитку юнацького футболу, у вдосконалення навчально-тренувального процесу та кадровий потенціал. Таким чином, замкнеться це конструктивне "віртуальне" коло. Від інвестицій у конкретні і такі, що піддаються вимірюванню, стандарти гри на клубному рівні виграє весь футбол.

У перспективі подальших досліджень передбачається проведення порівняльного аналізу функціонування провідних клубів Європи і визначити шляхи удосконалення професійних футбольних клубів України.

#### Використані джерела

1. Безносенко П.И. Практика взаимодействия в работе по развитию массового футбола в спортивных и общественных организациях Украины // Футбол: Ежегодник-1994. – М.: Физическая культуры и спорт, 1994. – С. 33-37.
2. Бузник А., Джус О. Инструкция по работе научно-методических групп в неаматорских футбольных командах. – Киев, 2001. – 39 с.
3. Жолдак В.И., Сейранов С.Г. Менеджмент. – М.: Советский спорт, 1999. – 528 с.
4. Іванов О.В., Іванченко Ю.М. Регіональний ринок фізкультурно-спортивних послуг та роль держави в його розвитку. Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту: Зб. наук. пр. за ред. Єрмакова С.С. – Харків-Львів: ХДАДМ (ХХП), 2003. – №16. – С. 56-62.
5. Современный менеджмент: принципы и правила / Под ред. Данилова-Данильяна Н.Н. – М.: НКЦП, 1992. – 232 с.
6. Спортивні лікарі зобов'язані мати ліцензію / Федерація футболу України. – 9 грудня 2003 р. – С. 1.
7. Стороженко С.М., Задіран С.М. Положення "Про керування якістю в системі Атестації футбольних клубів України". – Київ, 2004. – 37 с.
8. Сутула В.А. Основы физкультурологии. – Харьков, 2002. – С. 36.
9. Хемпек К. Рекламодатели, спонсоры, телекомпании и спортивный маркетинг: Пер. с англ. // Зарубежный спорт: менеджмент, маркетинг. – 1992. – Вып. 1-2. – С. 23-24.
10. Шамардин В.Н. Система подготовки юных футболистов. – Днепропетровск, 2001. – 104 с.
11. Mullin B., Hardy S., Sutton W. Sport Marketing. – N.-Y., 1993. – P. 204.

*Volik S.V., Mulik V.V.*

#### ANALYSIS OF FUNCTIONING OF PROFESSIONAL FOOTBALL CLUBS

*In clause the given functioning of professional football clubs making system are cited. Are considered: sports, legal, infrastructural, personnel, administrative and financial components. The given functioning football clubs (Germany, Italy, France, England, Spain) are cited.*

**Key words:** *the professional football clubs, making functioning, sports, legal, infrastructural, personnel, administrative, financial.*

*Стаття надійшла до редакції 20.09.2013 р.*

