**Финансы в мире спорта. Формирование денежных потоков спортивных клубов**

А. В. Янов студент гр. БЭс-151

Научный руководитель Ст.преподаватель Лазарева Т.В.

Филиал Кузбасского государственного технического университета

имени Т. Ф. Горбачева в г. Новокузнецке

г. Новокузнецк, Российская Федерация

**Аннотация**

Цель данной статью показать общую структуру построения положительных финансовых потоков спортивной организации на примере АО "Локомотив". Поскольку спортивные клубы имеют огромные средства для осуществления своей, на первый взгляд простой, деятельности часто возникают вопросы о источниках формирования финансовых потоков и нерациональности сумм, используемых спортивными организациями. В данной статье представлен разбор основных источников финансирования деятельности спортивных команд.

**Ключевые слова:** финансы, спорт, анализ формирования.

Финансовое регулирование и анализ источников финансирования является неотъемлемой частью бизнес планирования, представляя собой основу для существования компании. В наше время сфера развлечений не редко пересекается со спортом, а часто и представлена в виде спортивных событий. В качестве примера для рассмотрения формирования положительных финансовых потоков спортивной организации взят АО "ФК"Локомотив" из г. Москва.

Сфера деятельности спортивных организаций очень специфична. Здесь организацию рассматривают, в первую очередь, не с точки получения прибыли путём производства и продажи какого-либо товара, а рассматривают её участие в различных состязаниях на самых разных уровнях, где достижение лидирующих позиций командой является гарантом денежного вознаграждения, формирующего один из полноценных источников дохода.

Футбольный клуб - организация "медийная", фанатам и простым интересующимся миром спорта людям будет интересно наблюдать за спортивным состязанием, связанным с успешными и зрелищными командами. Футбол в мире, в том числе и в России, является одним из самых популярных видов спорта, интерес зрителей к спортивным состязаниям часто перерастает в увлечение, которое иногда перерастает в настоящее фанатское пристрастие. Деятельность футбольного клуба "Локомотив" направлена не только на достижение результатов в спортивных соревнованиях, она так же направлена и на привлечение внимания всё большего количества людей к своей спортивной деятельности. Чем больше будет наблюдателей у команды и чем больше интерес к её жизни - тем больше у клуба, так называемые "медийные" рейтинги. В таком случае, изначально коммерческая организация начинает использовать общественный интерес к своей деятельности, называемый спросом, на создание особых товаров и услуг, что формирует предложение. В спектр производимых товаров и услуг входит, практически, что угодно с символикой клуба: начиная от игровой формы, по образцу той, в которой на поле выходят сами футболисты, заканчивая ковриками для ванн с изображением клубной эмблемы. Всё это будет пользоваться с просом, поскольку людям интересен сам клуб, его жизнь, его футболисты, его результаты, внутриклубная жизнь, игра команды на различных турнирах - всё это будет толкать людей к приобретению продукции от данной организации. У "ФК "Локомотив" существует по этому принципу так называемый "фан-шоп" прямо на территории стадиона "Локомотив", а так же отлажена почтово-курьерская доставка покупок через официальный сайт клуба.

Совершенно по тому же принципу будут актуальны и билеты, различные абонементы на футбольные матчи с интересующей болельщиков командой. Цена среднего билета на арену "Локомотив" на рядовой матч чемпионата составляет - 1500 рублей. Чем более именитый соперник достаётся клубу в оппоненты - тем больше стоимость билетов на игру. Стоимость абонемента на игры всего сезона - от 4000 до 120000 рублей. Футбольный стадион Локомотив вмещает 28800 мест, который, в хорошие для команды времена, забит под завязку. Футбольные клубы чаще не участвуют в заключение контрактов на право трансляции своей игры по каким-либо телеканалам. Этим занимаются организаторы турниров, в которых представлены команды. Опять же, чем больше интерес к команде - тем больший процент с продажи прав на право показывать игры чемпионата она будет иметь. В этом случае для клуба всё складывается очень здорово, поскольку он получает и деньги, и зрительское внимание, что оборачивается новым повышенным спросом и большим интересом к организации. На Российском телевидении основная часть прав на показ различных европейских первенств, включая и РФПЛ(Российскую Футбольную Премьер Лигу), принадлежит ПАО "Матч ТВ". Действующий трехлетний контракт между РФПЛ и «НТВ-Плюс» (также, как и «Матч ТВ» входит в холдинг «Газпром-медиа) был подписан в начале футбольного сезона - 2015/16. Согласно условиям соглашения, лиге перечисляется 1,98 млрд за сезон. Кроме Российских турниров клуб принимает участие в европейских чемпионатах, права на трансляции которых стоят ещё большее кол-во денег.

Но даже эти источники доходов - далеко не основные. Одним из главных источников финансирования является спонсорская помощь. Спонсором команды может стать абсолютно любая компания или организация. Инвесторы предоставляют, обычно, денежные вливания в спортивную организацию, а клуб, являясь объектом всеобщего внимания, выступает в роли пиарщика компании, становящейся спонсором для коллектива. Это проявляется точно так же, практически, во всём: логотип спонсорской компании на игровой форме, на трибунах домашнего стадиона, на клубном автобусе или самолете, стойки в клубных магазинах и на стадионах с рекламой спонсора и т.д. Компания спонсирующая, в свою очередь, получает право размещать эмблему клуба, игровые фотографии игроков на своей продукции, либо в своей рекламе, что является отличным маркетинговым и рекламным ходом с целью популяризации своей продукции и своего бренда на рынке. Для "ФК "Локомотив", традиционно, главным титульным спонсором является ОАО "РЖД", чьи инвестиции ежегодно обсуждаются на совете директоров компании, совместно с владельцами и главными акционерами АО "ФК "Локомотив". Точно так же продаётся и арендуется название объектов, принадлежащих клубу. Таким образом главный стадион носит название "РЖД арена" для внутренних первенств.

Кроме всего, первостепенной целью клуба является победа в состязании, в котором он принимает участие. В зависимости от занятого места клуб так же получает часть призового фонда, но гарантированный доход, даже в случае провала всех матчей и занятии последнего места, указан в контракте на участие клуба в турнире. В России такой доход составляет 1.48 млн. руб. (по результатам на 13 место в турнирной таблице РФПЛ сезона 2017/2018).

Кроме того, важно помнить, что хоть акции компании и являются элементами закрытого обмена, то есть возможность продажи, обмена, дарения возможна узкому кругу потенциальных владельцев, но всё же получение доходов от первичного размещения ценных бумаг предусмотрено самой формой организационного управления компании.

Таким образом получается представить единую систему финансовых притоков спортивных организаций. И во многом именно высокая степень публичности спортивных организаций, где главным ресурсом являются люди, спортсмены, порождает большой объём средств, из всего числа получаемых фирмой, используемых для оплаты труда спортсменов. Спорт давно перестал быть только плацдармом для высоких достижений или завоевания спортивных результатов. Важным элементом, в свете общей доступности информации и контента о спортсменах, кумирах фанатов, является их популярность и обсуждаемость, иногда даже, вне зависимости от их спортивных заслуг. Но тем не менее, первостепенная задача коммерческой организации - э то извлечение прибыли. И какие средства она при этом использует - проблема руководства этой фирмы.

**Список использованной литературы**

1. www.fclm.ru

2. http://www.olympicuniversity.ru/ru/home

© А. В. Янов, 2019