Менеджмент та маркетинг фізкультурно-спортивних організацій

Городинська І.В. – канд.пед.наук, доцент кафедри теорії та методики фізичного виховання
Місце роботи – Херсонський державний університет, доцент кафедри теорії та методики фізичного виховання

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ МЕНЕДЖМЕНТУ СПОРТИВНОГО КЛУБУ

Анотація. В статті розглядаються питання менеджменту спортивних клубів в сучасних ринкових умовах. Проаналізовані **т**ехнології створення та особливості менеджменту спортивних клубів різних організаційно-правових форм (на прикладі комерційного спортивного клубу – у формі товариства з обмеженою відповідальністю та некомерційного спортивного клубу – у формі громадського об єднання).

Ключові слова: менеджмент, спортивний клуб, фізкультурно-спортивні послуги.

Вступ. Фізична культура і спорт розвиваються в системі певної конкретно-історичної структури управління суспільством. В умовах формування в Україні ринкових відносин відбувається інтенсифікація управлінської та економічної діяльності галузі «фізична культура і спорт». Істотні зміни в системі соціально-економічних відносин у галузі, розвиток підприємства, утворення нових форм власності та господарювання ведуть до виникнення в ній якісно нових процесів та явищ.

Проблематиці формування та функціонування менеджменту фізкультурно-спортивних організацій присвячено наукові праці багатьох учених. Зокрема, у зарубіжній теорії менеджменту даний аспект вивчали М. Золотов [3], І. Переверзін [5] та ін. Серед український вчених над вказаним питанням працювали С. Гуськов [1], О. Жданова [2], Ю. Мічуда [4] та ін. В їхніх працях досліджено та проаналізовано сучасний ринок у сфері фізичної культури та спорту, зміст менеджменту та маркетингу в спорті, а також теоретичні засади формування менеджменту в різних суб'єктах підприємництва у сфері фізичної культури та спорту.

Основні положення досліджень цих авторів мають важливе як теоретичне так і практичне значення, сприяючи формуванню та вдосконаленню напрямів практичної діяльності фізкультурно-спортивних організацій, зокрема спортивних клубів, у сучасному ринковому середовищі.

Мета – на основі теоретичного аналізу та практичного досвіду визначити теоретико-методичні засади менеджменту спортивного клубу в сучасних ринкових умовах.

Завдання:

1. Визначити термінологічний апарат досліджуваної проблеми.
2. Розкрити типологію сучасних спортивних клубів.

3. Визначити особливості менеджменту на прикладі спортивних клубів різних організаційно-правових форм.

Методи дослідження: аналіз літературних джерел; аналіз статутних документів; організаційний аналіз.

Результати дослідження та їх обговорення. Згідно теоретичного аналізу сьогодні спортивний клуб як суб'єкт підприємництва у сфері фізичної культури та спорту може існувати в сучасних умовах розвитку суспільства в різноманітних організаційно-правових формах, що визначається чиним законодавством України. Це може бути товариство з обмеженою відповідальністю, акціонерне товариство, відокремлений підрозділ приватної фірми, структура громадської організації, державне (муніципальне) підприємство тощо.

Аналізуючи сучасну наукову літературу, на першому етапі дослідження ми визначили термінологічний апарат досліджуваної проблеми.

Спортивний менеджмент – це теорія і практика ефективного управління організаціями фізкультурно-спортивної спрямованості, зокрема спортивними клубами в сучасних ринкових умовах (Переверзін І.І., 1998) [5].

Спортивний клуб – соціальна організація, що здійснює фізкультурно-спортивну роботу з населенням; організовує та проводить фізкультурно-спортивні заходи, а також забезпечує систематичну участь спортивних команд та окремих спортсменів клубу у спортивних змаганнях [3].

Клубний менеджмент - це система заходів з організації та управління клубними проектами, основою якого є клубна система.

Клубна система складається з місії клубного проекту (club vision) - розуміння того, чим клуб в майбутньому повинен стати для інвестора і для його членів. Місія клубу залежить від його потенціалу: як і які послуги клуб надає; клубну політику, що визначає, наскільки клуб є відкритим чи закритим; внутрішньоклубні документи, в яких зазначаються принципи клубної політики і правові взаємини у трикутнику «власник - менеджмент - члени клубу»; членські категорії та відповідні внески; корпоративна клубна культура; стандарти обслуговування тощо.

Мета менеджменту спортивного клубу – конкретний кінцевий результат, який передбачається досягти у визначеному майбутньому. Визначення мети є початковим етапом процесу менеджменту. Процес менеджменту як взаємодія суб'єкта та об'єкта здійснюється за допомогою конкретного механізму.

Механізм менеджменту являє собою комплекс форм, методів і засобів, що забезпечує ефективну реалізацію мети менеджменту спортивного клубу, найбільш повне задоволення потреб їх працівників і споживачів вироблених ними фізкультурно-спортивних послуг.

Фізкультурно-спортивні послуги – сукупність різних соціально-педагогічних форм діяльності, що здійснюються з метою задоволення потреб різних соціально-демографічних груп населення у фізичному вдосконаленні або спортивному видовищі [5].

Спортивний клуб є юридичною особою й за організаційно-правовою формою може бути комерційною, некомерційною або громадською організацією.

В ринкових умовах спортивні та спортивно-оздоровчі клуби є основною організаційною формою спортивного менеджменту, а приватні великі фірми сприяють створенню спортивно-оздоровчих клубів на базі своїх організацій.

На основі практичного досвіду можна визначити типологію сучасних спортивних клубів:

- спортивні клуби, що створені на базі промислових підприємств у формі громадських об'єднань.
- студентські спортивні клуби у вузах.
- шкільні спортивні клуби.
- спортклуби професійного спорту з ігрових видів, які є, як правило, комерційними організаціями.
- територіальні спортивні клуби.
- фітнес-клуби, спортивно-оздоровчі клуби і центри.
- фізкультурно-спортивні клуби інвалідів [5].

З організаційно-економічної точки зору всі спортивні клуби можна поділити на клуби аматорського спорту, що створюються у формі громадських об'єднань, і комерційні клуби, по-перше, фізкультурно-оздоровчої спрямованості і, по-друге, професійного спорту (футбольні, хокейні, тенісні, волейболу, баскетболу тощо).

Як правило, спортивні клуби, що належать до державної (муніципальної) або громадської форми власності, є некомерційними, а приватні клуби - комерційними. Приватні спортивні клуби у більшості адаптовані до умов ринку. Вони більш орієнтовані на вивчення та задоволення потреб населення в фізкультурно-спортивних послугах високої якості, залучення різноманітних джерел фінансування, тому закономірним є те, що саме приватні спортивні клуби стали організаційною основою суб’єктів у сфері фізичної культури та спорту в сучасних ринкових умовах.

Як відомо, класичний спортивний клуб створюється та функціонує, керуючись певними принципами, серед яких є:

– добровільне членство - особа добровільно вступає до спортивного клубу з метою отримати якісні фізкультурно-спортивні послуги;

– зорієнтованість на інтереси членів – спортивний клуб повинен задовольнити інтереси своїх членів або зберегти їх;

– незалежність від третіх осіб – спортивний клуб прагне на досягнення своєї мети та реалізації поставлених завдань, несе економічну та соціальну відповідальність; підтримує свою діяльність за рахунок фінансових джерел існування; спортивний клуб як добровільне об'єднання не залежить від інших державних та громадських організацій;

– демократична структура прийняття рішень – спортивний клуб діє на принципах повної господарської самостійності, несе відповідальність за

результати своєї господарської діяльності та виконання зобов'язань; самостійно планує свою господарську діяльність і проводить таку діяльність на підставі договорів.

Наступним етапом нашого дослідження становить аналіз технології створення та особливості менеджменту спортивних клубів різних організаційно-правових форм (на прикладі комерційного спортивного клубу – у формі товариства з обмеженою відповідальністю та некомерційного спортивного клубу – у формі громадського об єднання).

Чинним законодавством України встановлено, що комерційна організація, до числа яких належить товариство з обмеженою відповідальністю, набуває права юридичної особи та вважається створеною з дня її державної реєстрації.

Товариство з обмеженою відповідальністю (скорочено «ТОВ») - організація, суб'єкт господарювання, статутний капітал якої поділений на частки, розмір яких встановлюється статутом товариства. Товариство з обмеженою відповідальністю є різновидом господарських товариств.

Одними із процедур створення спортивних клубів у формі ТОВ є призначення установчого договору, статуту та статутного капіталу.

Призначення установчого договору - чітко визначити відносини між засновниками товариства у зв'язку зі створенням ТОВ.

Призначення статуту - визначити порядок внутрішньої організації та функціонування спортивного клубу у формі ТОВ як юридичної особи.

Товариство з обмеженою відповідальністю має статутний капітал (фонд), що становить мінімальний розмір майна товариства, що гарантує інтереси його кредиторів. Внеском учасників товариства до статутного фонду, поряд з грошовими коштами, можуть бути будівлі, споруди, обладнання, право користування землею та інші матеріальні цінності.

Статутний капітал ТОВ складається із вкладів його учасників. Розмір статутного капіталу дорівнює сумі вартості таких вкладів.

Діяльність товариств з обмеженою відповідальністю регламентується Цивільним кодексом України, Господарським кодексом України, Законом України «Про господарські товариства», а також іншими законодавчими актами України.

Вищим органом управління спортивного клубу у формі ТОВ є загальні збори його учасників. У товаристві з обмеженою відповідальністю створюється виконавчий орган (колегіальний або одноособовий), який здійснює поточне керівництво його діяльністю і є підзвітним загальним зборам його учасників. Виконавчий орган товариства може бути обраний також і не зі складу учасників товариства.

Контроль за діяльністю дирекції (директора) товариства з обмеженою відповідальністю здійснюється ревізійною комісією.

Спортивний клуб у формі товариства з обмеженою відповідальністю може здійснювати будь-які види підприємництва. Його засновники самостійно обирають в якості предмета діяльності будь-який вид змагальної,

навчально-тренувальної, фізкультурно-оздоровчої та іншої не забороненої законодавством діяльності, вказавши це попередньо в статуті.

Товариство самостійно планує свою діяльність, встановлює ціни на надані фізкультурно-спортивні товари та послуги. Майно товариства формується за рахунок внеску учасників, одержаних доходів та інших законних джерел і належить його учасникам на праві спільної часткової власності. Балансовий і чистий прибуток товариства визначається в порядку, передбаченому чинним законодавством.

Чистий прибуток товариства (після сплати податків) залишається в його розпорядженні і за рішенням загальних зборів учасників товариства перерозподіляється між членами цього товариства у вигляді дивіденду або перераховується в резерв.

Учасник ТОВ має право продати чи іншим чином відступити свою частку в статутному капіталі товариства або її частину одному або декільком учасникам цього товариства.

Товариство з обмеженою відповідальністю може бути реорганізовано або ліквідовано добровільно за одноголосним рішенням його учасників.

Товариство має право перетворитися на акціонерне товариство.

Спортивні клуби у формі громадських об'єднань можуть реєструватися і в зв'язку з цим набувати права юридичної особи або функціонувати без державної реєстрації. В останньому випадку спортивний клуб, що створюється, не може вести власну фінансово-господарську діяльність. Отже, тренерсько-викладацька та інша діяльність у спортивному клубі, створеного у формі громадського об’єднання без набуття статусу юридичної особи, може здійснюватися лише в формі індивідуального підприємництва або на громадських засадах.

Основним нормативним документом, що регулює діяльність спортивного клубу у формі громадського об'єднання в ринкових умовах є його Статут.

Клуб об'єднує громадян на основі добровільного індивідуального і колективного членства. Членами клубу можуть бути всі громадяни, що визнають Статут клубу та сплачують членські внески, розмір яких встановлюється Конференцією.

Вищим органом управління спортивним клубом є Конференція, яка проводиться 1 раз на 3-4 роки. У разі необхідності проводиться позачергова Конференція, яка скликається за рішенням Правління, ревізійної комісії або з ініціативи не менше 1/3 членів клубу.

Конференція:

- затверджує Статут з подальшою реєстрацією;
- вносить до Статуту доповнення та зміни у відповідності з чинним законодавством;
- обирає Правління та ревізійну комісію терміном на 3 роки;
- заслуховує і затверджує звіти виборних органів.

Голова спортивного клубу діє від його імені згідно з наданими йому Статутом прав, представляє його інтереси в усіх підприємствах, організаціях,

розпоряджається відповідно до закону майном і коштами клубу, укладає договори, видає доручення, відкриває в банківських установах розрахункові та інші рахунки, здійснює інші юридичні дії.

Клуб має самостійний баланс і діє на основі повного самофінансування.

Матеріально-технічна база і кошти клубу, тобто його майно, становлять будівлі (спортивний комплекс, палац культури, басейн та ін.), споруди, обладнання, інвентар, грошові кошти, акції та інші. Клуб є колективним власником належного йому майна. Здійснює відповідно до законодавства володіння, користування, розпорядження які у його власності майном, відповідно до мети і статутними завданнями.

Висновки. Розвиток сфери фізичної культури та спорт в умовах ринкових відносин призводить до поступової інтеграції діяльності спортивних клубів. Формування менеджменту в різних суб'єктах підприємництва залежить від багатьох факторів: типу спортивного клубу, вибору його організаційно-правової форми, мети, завдань та напрямів діяльності.

Перспективи подальших досліджень пов’язані з методичним змістом технології менеджменту спортивних клубів; вивченням особливостей фінансування та економічної діяльності спортивних клубів.

Література.

1. Гуськов С.И. Спортивный маркетинг [Текст] / С.И. Гуськов. – К.: Олимпийская литература, 1995. -296 с.
2. Жданова О. М. Управління сферою фізичного виховання та спорту [Текст] :[навч. посіб.] / О. М. Жданова, Л. Я. Чеховська. - Дрогобич: Коло, 2009. - С. 9—20.
3. Золотов М.И. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта [Текст]: учеб пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / М.И.Золотов, В.В. Кузин, М.Е. Кутепов, С.Г. Сейранов – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 432 с.
4. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку [монографія] / Ю.П. Мічуда. – К.: Олімпійська література, 2007. – 216с.
5. Переверзин И.И. Менеджмент спортивной организации [Текст]: учеб. пособие / И.И. Переверзин. - 3-е изд., - М.: «Физкультура и спорт», 2006. – 464с.