УДК 338.001.36

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КЛУБОВ РОССИЙСКОЙ ПРЕМЬЕР-ЛИГИ

Бадоев Сослан Хазбиевич кандидат экономических наук, доцент кафедры международных экономических отношений, Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова (362025, Россия, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46). E-mail: soslan_badoev@mail.ru

Калицов Чермен Асланбекович магистрант факультета международных отношений, Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова (362025, Россия, Республика Северная Осетия-Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46). E-mail: chermen1994@mail.ru

Аннотация

В статье приведен анализ финансовой деятельности клубов Российской Премьер-Лиги. Особое внимание уделено сравнительному анализ структуры выручки футбольных клубов России с Европейскими футбольными командами. В статье предлагается, в качестве решения выявленных проблем, привлечение инвестиций на основе государственно-частного партнерства.

Ключевые слова: *Российская футбольная Премьер-Лига (РФПЛ), выручка футбольного клуба, государственно-частное партнерство*

Профессиональный футбольный клуб – это разновидность организации. Его основными характеристика являются: занятие футболом как видом профессиональной спортивной деятельности; обладание правом юридического лица; наличие юридической ответственности по отношению к командам, включенным в состав клуба; подчинение правилам и нормам международных и российских футбольных ассоциаций; участие в спортивных соревнованиях по футболу под эгидой международных и российских футбольных ассоциаций [1, с. 274].

Управление профессиональным футбольным клубом как бизнес-единицы в Российской Федерации остается малоизученным направлением. Футбольные клубы функционируют, в большинстве своем, не как самостоятельные бизнес-единицы, а бюджетозависимые организации, которые с уменьшением доли бюджетного финансирования начинают балансировать на грани банкротства. Таких примеров в Российском футболе достаточно, например, ФК «Алания», ФК «Ростов», ФК «Томь», ФК «Торпедо». Таким образом, можно сделать вывод, что в Российской Федерации футбольные клубы не умеют зарабатывать средства для полного самообеспечения.

Рассмотрим структуру выручки футбольных клубов в мире, которая включает в себя три основные категории (в зависимости от источника поступления):

«Match day» – выручка непосредственно в день проведения игры: билеты, сезонные абонементы;

«Broadcasting» – выручка от продажи прав на телетрансляции (продажа прав на показ национальных и международных турниров);

«Commercial» – коммерческие: спонсорские контракты и соглашения, торговля (выручка от продажи атрибутики), осуществление трансферов [4].

Рассмотрим структуру распределения доходов Европейских футбольных команд, от указанных видов доходов согласно Таблице 1. Так, основная доля выручки (7 команд из 10) приходится на выручку от продаж в день проведения матча – 48,7 % и от трансляций – 36,2 % (10 команд из 10). Примечательно, что практически во всех ведущих европейских футбольных первенствах начиная с середины 1980-х гг. происходит значительный рост как валовой за сезон, так и средней посещаемости за матч [3].

Если говорить о клубах из чемпионатов Восточной Европы, то распределение выручки будет другим. Невысокие показатели посещаемости, относительно недорогие билеты и нехватка современных качественных стадионов не позволяет доле выручки за игровые дни подниматься выше 10% в общей сумме. Например, посещаемость матчей Российской Премьер-Лиги упала до минимума за 20 лет – даже в конце 1990-х, когда РФПЛ не имел больших денег и звёзд, чемпионат вызывал больший интерес зрителей. Никак не способствует улучшению ситуации РФПЛ – телевизионный контракт лиги, который остаётся ничтожным по меркам топ-лиг, доходы от реализации телеправ не покрывает и 5% от среднего бюджета по лиге.

Таблица 1

Распределение выручки европейских футбольных команд за 2014 финансовый год*

№	Название команды	Выручка от проведения матчей, %	Выручка от трансляций, %**	Выручка от коммерческой деятельности, %
1	Реал	42	37	21
2	Манчестер Юнайтед	44	31	25
3	Бавария Мюнхен	60	22	18
4	Барселона	38	38	24
5	ПСЖ	68	18	13
6	Манчестер Сити	48	38	14
7	Челси	35	43	22
8	Арсенал	26	41	33
9	Ливерпуль	41	39	20
10	Ювентус	30	55	15

*Источник: составлено автором на основе данных отчета ПОО «Делойт Эл-эл-пи» «Рейтинг самых богатых футбольных клубов», 2015г. [6]

**Выручка от участия в европейских соревнованиях включена в состав выручки от продажи прав на трансляцию

Проведем сравнительный анализ показателей деятельности футбольный лиг Европы и России за 2014 год. В краткосрочном периоде, то есть по итогам 2014 года, всё выглядит куда более печально. Среди 35 лиг, показавших прирост, России нет. Российская футбольная Премьер-Лига (РФПЛ) возглавляет антирейтинг – она потеряла больше всех: выручка сократилась на € 160 млн. Так как футбол в РФ связан с политикой государства, тут не обошлось без фактора девальвации. Большинство доходов клубы

РФПЛ получают в рублях, соответственно в европейской валюте они были обречены на сокращение. Однако по расчётам УЕФА, в годовом исчислении падение рубля в 2014 году составило лишь 12,6%, то есть обесценение рубля не был решающим фактором плачевного результата. Например, турецкая лира упала на более весомые 13,3%, но потеряла всего € 60 млн. А Украина с 30-процентным падением гривны потеряла € 106 млн за 2014 год. Общая выручка клубов РФПЛ в прошлом сезоне составила € 0,8 млрд (рис. 1.)

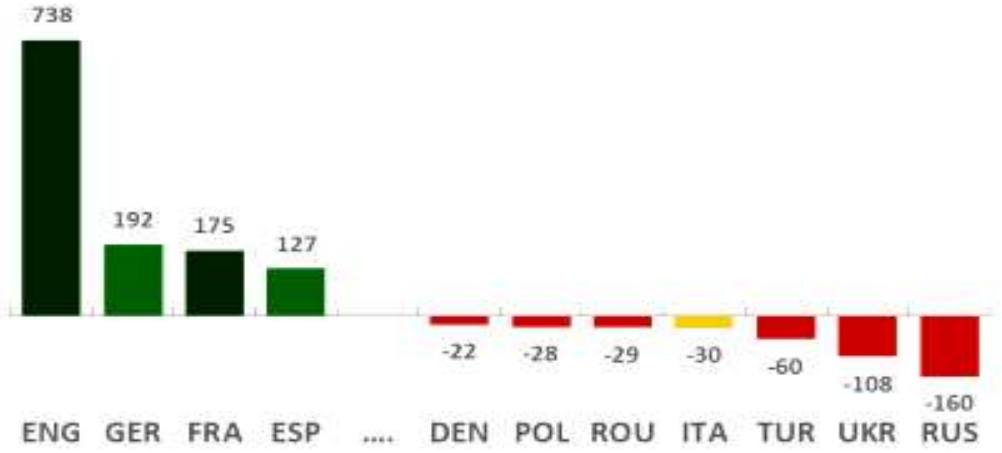


Рисунок 1. Динамика доходов клубов по лигам по итогам 2014 года, в млн. €*

*Источник: Отчет о деятельности Европейских футбольных клубов за 2014 финансовый год [5]

Рассмотрим основные статьи доходов клубов Российской Премьер-Лиги:

По статье «Match day»(матчевые доходы) и «Broadcasting» (выручка от продажи прав на телетрансляции) клубы Российской Премьер-Лиги получили лишь 6 % от бюджета среднестатистического клуба, что по сравнению показателями других футбольных лиг является катастрофическим показателем (таблица 2).

Таблица 2

Доходы клубов футбольных лиг от продажи билетов и абонементов, а также от продажи прав на телетрансляции по лигам: общий доход, средняя доля (%)*

	Название Страны	Матчевые доходы, млн.€	Выручка от продажи прав на телетрансляции, млн.€
1	Англия	685 (18%)	1,92 (49%)
2	Италия	196 (11%)	888 (51%)
3	Испания	390 (20%)	741 (37%)
4	Германия	474 (21%)	577(25%)
5	Франция	158 (11%)	509(34%)
6	Турция	55 (11%)	232 (45%)
7	Португалия	38 (13%)	92 (32%)
14	Российская Федерация	28(3%)	22(3%)

*Источник: составлено автором на основании данных деятельности УЕФА за 2014 финансовый год [5]

По статье «Еврокубковые доходы» Российские клубы в 2014 году заработали в общей сложности € 46 млн. (9% в общей структуре доходов клуба) – в среднем по € 7,4 млн., в том числе «маркетинговом пул»[1].

По статье «Трансферные доходы и расходы» Российские клубы занимают 8-е место с общим объемом продаж равным € 88 млн. (11% в общей структуре доходов клуба), то есть в среднем каждая команда РФПЛ заработала по € 5,5 млн. [1] Если говорить о трансферных расходах, то в среднем российские клубы потратили на них в 2014 году € 6,7 млн. – это третий результат в Европе. Стоит отметить, что трансфертные доходы клубов РФПЛ зачастую ниже, чем затраты. На наш взгляд, такие высокие затраты на приобретение игроков связаны с отсутствием должной работы клуба по взращиванию своих игроков.

По статье «Спонсорские и коммерческие доходы» российские клубы среди лидеров континента. В среднем на отечественный клуб приходилось € 30 млн. дохода от спонсоров – это основная статья доходов наших команд: 60% от выручки – больше, чем в любой другой лиге (Таблица 3).

Таблица 3

Спонсорские и коммерческие доходы по лигам: общий доход, средняя доля (%)*

		Спонсорские и коммерческие доходы, млн.€
1	Англия	1,084 (28%)
2	Германия	943 (41%)
3	Российская Федерация	537 (60%)
4	Франция	634 (36%)
5	Испания	470 (24%)
6	Италия	407 (23%)
7	Голландия	228 (51%)

*Источник: Составлено автором на основании данных деятельности УЕФА за 2014 финансовый год [5]

Стоит отметить, что несмотря на невысокие доходы клубов РФПЛ, зарплатный фонд занимает 74% в общем обороте команд. Хуже показатели только у Турции (87%) и Украины (85%). В абсолютных цифрах ситуация не столь прискорбна. Общая зарплатная ведомость всех клубов Премьер-Лиги составляет € 598 млн. – 6-й показатель в Европе, следом за топ-лигами. В среднем российский клуб тратил в 2014 году на зарплаты игроков и тренеров € 37,4 млн. Не так много, но ведь огромные зарплатные фонды ФК «Зенит» и «Динамо» уравновешивались предельно экономными ведомостями футбольных команд «Арсенала» и «Уфы». Стоит отметить, что «Зенит» даже пробился на 12-е место среди самых «тяжёлых» зарплатных ведомостей в Европе.

Но источник этого роста один – деньги спонсоров, которыми в большинстве своём выступают компании-владельцы клубов, в первую очередь государственные. То есть через спонсорские контракты деньги в команды вкладывают акционеры.

[1] Маркетинговом пул - это коэффициент, который составлен на основе популярности, успешности, привлекательности для ТВ-аудитории. Долю в маркетинговом пуле имеет именно Федерация футбола, а не клуб.

Привлечение инвестиций в футбол, который в Российский Федерации считается убыточным, можно осуществить на основе государственно-частного партнерства. Государственно-частное партнерство (далее – ГЧП) является одним из наиболее распространенных инструментов привлечения частных инвестиций в инфраструктурные проекты.

Таким образом, Государственно-частное партнерство будет способствовать привлечению реальных инвестиций. К реальным инвестициям футбольного клуба относятся вложение в строительство собственного стадиона, тренировочной базы, различное оборудования для спортсменов, основные средства (например, техника для обслуживания футбольных полей) и др. Реальные инвестиции или имущественные инвестиции являются основным инструментом, наряду с инвестициями в нематериальные активы, создания стоимости и реализации стратегии футбольного клуба [2].

Неразвитость футбольной инфраструктуры препятствует экономическому развитию как клуба, так и футбола в целом. Учитывая общественную значимость состояния инфраструктуры, государство может вкладывать бюджетные ассигнования не на финансирования зарплатных ведомостей основной команды клуба, а в создание и модернизацию объектов футбольной инфраструктуры, а также на развитие детско-юношеской школы.

Литература

1. *Митрофанов М.Л.* Трансферная деятельность футбольного клуба: опыт социологического анализа // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2011. № 4 (96). С. 274–279.
2. *Лукасевич И.Я.* Финансовый менеджмент: учебник. – М.: Эксмо, 2007. – 768 с.
3. *Пронин В.В., Ревякин Ю.Т., Ситников А.С.* Профессиональный футбол как культурный феномен современного социума // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2012. № 4. С. 239–243.
4. *Слободянюк Н.В., Степыко Д.Г.* Анализ международного опыта и направления развития доходной части бюджета профессиональных футбольных клубов // Вестник спортивной науки. 2013. № 6. С. 23–27.
5. Союз европейских футбольных ассоциаций «Отчет о деятельности Европейских футбольных клубов за 2014 финансовый год», 2014 г. С. 117.
6. ПОО «Делойт Эл-эл-пи» «Рейтинг самых богатых футбольных клубов», 2015 г. С. 40.

Badoev Soslan Khazbievich, Candidate of Economic Sciences, associate Professor of department of International relationships; North-Ossetian State University after K.L. Khetagurov (44-46, Vatutin st., Vladikavkaz city, 362025, Russian Federation). E-mail: soslan_badoev@mail.ru

Kalitsov Chermen Aslanbekovich, undergraduate of department of International relationships; North-Ossetian State University after K.L. Khetagurov (44-46, Vatutin st., Vladikavkaz city, 362025, Russian Federation). E-mail: chermen1994@mail.ru

ANALYSIS OF THE FINANCIAL ACTIVITIES OF THE CLUBS OF RUSSIAN PREMIER LEAGUE

Abstract

The article provides an analysis of financial activities of the Russian Premier League clubs. Particular attention is paid to the comparative analysis of the revenue structure of the Rus-

sian football clubs from European football teams. As a solution of the identified problems the article proposed to attract investments through public-private partnerships.
Keywords: *Russian Premier League, revenue structure of the football club, public-private partnership.*

УДК 332.144

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПОДСИСТЕМ РЕГИОНА

Ерашова Оксана Валентиновна аспирант кафедры менеджмента, Владимирский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (600017, Россия, г. Владимир, ул. Горького, 59а). E-mail: over1306@mail.ru

Аннотация

Стратегическое планирование в на уровне региональных подсистем, к которым относится и система образования, сопряжено с проблемами методического характера. Одной их проблем выступает процедура формирования стратегических целей развития системы образования региона. В статье показано, что для обеспечения целевого единства перспектив развития системы образования региона и региона в целом, необходимо обеспечить корректный переход от стратегии региона к целям развития региональной системы образования, а в качестве инструмента необходимо формировать дерево целей, построенное на базе матрицы «цели-задачи» и целей, адекватных целям самой стратегии развития региона.

Ключевые слова: *стратегическое планирование, цели, регион, система, функциональная стратегия, развитие.*

Одним из ориентиров развития социально-экономических систем, наряду с доминированием экономического подхода, ориентирующего системы на прибыль и финансовые показатели, становится развитие хозяйствующих субъектов как социальных систем и субъектов социального управления. И в этом смысле общность видения граждан, проживающих в регионе, своего будущего (осознание стратегических ориентиров, целей, проектов и программ), ведет к эффективной коммуникации и принятию адекватных решений. В основе всех этих механизмов лежат рефлексивные процессы. С позиций общей теории систем под *рефлексией* можно понимать «способность некоторых систем строить модели себя и других систем, одновременно видеть себя строящими такие модели. На этом пути удается провести конструктивные различия между знанием о себе и осознанием себя как носителя такого знания» [1].

Человек выступает базовым рефлексивным элементом любой социальной системы. Особый статус приобретает человеческий фактор в условиях глобализации и реализации безграничности коммуникаций. Сотрудничество с отдельными представителями других культур становится повседневным опытом. А стремление привлечь как можно больше сотрудников к принятию решений в социально-экономической системе влечет за собой увеличение степени горизонтальности организационных процедур, снижение формальности в отношениях населения муниципальных образований, создание *неформальной сетевой самоорганизующейся системы*.