

КОММЕРЦИОНАЛИЗАЦИЯ СПОРТА

Д.Н. Петровский, студент,

С.А. Федечко, старший преподаватель.

Полесский государственный университет, scholast@tut.by

Для любого вида человеческой деятельности характерно наличие некоторой системы принципов, в наиболее общем виде задающих способы взаимодействия человека с окружающей действительностью и самим собой. Следовательно, выражение этих принципов в явном виде позволяет целенаправленно регулировать деятельность.

Спорт, будучи одним из проявлений человеческой деятельности, может стать и становится для определенного круга людей основным занятием - профессией.

Очень часто профессионализм в спорте жестко связывают с коммерческой направленностью, приобретшей в настоящее время угрожающие масштабы. Возникло также выражение "профессионально-коммерческий спорт". Однако неравнозначность этих понятий вытекает из рассмотрения мотивации спортсменов и других участников спортивной деятельности. Хотя профессионализм подразумевает получение средств для жизни за счет основного занятия, это не означает, будто мотивом выбора деятельности является именно доход. Наоборот, возможность получения дохода за счет спортивной деятельности определяется склонностью к ней и наличием соответствующих качеств, как наследственных (генетических), так и благоприобретенных.

Среди основных видов спорта, которые в первую очередь стали объектом бизнеса, безусловно, необходимо назвать футбол. Футбол — это, пожалуй, самый популярный вид спорта. У него широчайшая география, в него играют люди разных возрастов, во всех странах и на всех континентах. Это игровой вид спорта, очень зрелищный и довольно демократичный. Именно футбол сегодня можно смело назвать лидером среди объектов мировой спортивной индустрии.

В подтверждение этого факта необходимо привести некоторые примеры:

- В футболе проводятся наиболее привлекательные с точки зрения зрительского интереса спортивные соревнования (чемпионат мира, чемпионат Европы, кубок УЕФА, Лига чемпионов).

- Футбол сегодня является самым привлекательным и перспективным видом спорта для инвесторов и спонсоров (Siemens, Opel, Ford, Toyota и многие другие).

· В футболе все основные коммерческие проекты ФИФА и УЕФА стали реализовываться с помощью привлечения не футбольных функционеров, а профессиональных менеджеров (причем часто из других сфер бизнеса), которые привнесли в футбольный бизнес сложившиеся традиции и приемы удачного западного менеджмента.

· Именно в футболе раньше, чем в других видах спорта начали формироваться рыночные отношения и стали проявляться такие их признаки как:

- акционирование футбольных клубов,
- котировка акций клубов на фондовом рынке,
- продажа прав на телетрансляции,
- купля-продажа игроков,
- спонсорство,
- работа с рекламодателями.

· Первые громкие скандалы в спортивном бизнесе также возникли в футболе (знаменитое дело Босмана, желание организовать альтернативную Лигу чемпионов, дела с поддельными паспортами).

· Именно в футбольной индустрии впервые осознали, что необходимо специально готовить спортивных менеджеров для эффективного развития этой сферы бизнеса.

Ориентация на финансовые стороны сводит спорт лишь к разновидности развлекательных мероприятий, причем для достижения максимального успеха необходимо подстраивать зрелище под вкусы зрителя вместо направленного формирования последних. Следствием является то, что спорт перестает быть орудием физического совершенствования для его участников, а воспитательное воздействие на зрителей сводится к минимуму.

Основные методики в коммерческом спорте:

- а) Методика оценки текущей стоимости человеческого капитала в спорте;
- б) Методика оценки эффективности трансфертных сделок с игроками спортивных команд;
- в) Методика бюджетирования деятельности спортивной организации;

Данные методы позволяют осуществлять стоимостное измерение прав на спортсменов, занятых в игровых видах спорта, отражать величину человеческого капитала в отчетах спортивных организаций и более точно определять эффективность использования средств, затраченных на повышение мастерства спортсменов, объективно измерять уровень рентабельности коммерческих операций по трансфертам игроков спортивных команд, с большей долей вероятности прогнозировать доходную и расходную части бюджета спортивной команды, размер его профицита или дефицита, обосновывать размеры привлечения в оборот организации кредитных ресурсов.