

## 10.2. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СПОРТИВНЫЙ КЛУБ: ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Ковчегин И.А., преподаватель кафедры бухгалтерского учета и аудита

*Всероссийская государственная налоговая академия Минфина РФ*

В статье дан обзор организационно-правовых основ деятельности профессионального спортивного клуба в Российской Федерации и основных источников финансирования его деятельности. Определено место профессионального спортивного клуба как хозяйствующего субъекта в отрасли физической культуры и спорта.

### ВВЕДЕНИЕ

Совершенно очевидным является тот факт, что спорт сегодня – это не только здоровый образ жизни, но и большие деньги – огромные капиталовложения, изощренный маркетинг и сотни тысяч людей, вовлеченные в индустрию спорта. Постоянно совершенствуются и разрабатываются новые модели управления спортом и его финансирования. В профессиональном спорте можно заработать неплохие деньги, разумеется, в условиях жесткой конкуренции, при этом традиционные ресурсы спорта становятся все более ограниченными. Вследствие этих процессов становится ясно, что профессиональные спортивные клубы как субъекты индустрии спорта нуждаются в совершенствовании организационно-правовых форм деятельности и в совершенствовании финансового механизма своей деятельности.

История развития профессионального спорта, его организационная структура, цели и задачи, решаемые лигами, командами, спортсменами и менеджерами, свидетельствуют о том, что профессиональный спорт – это и спорт, и развлечение, и бизнес. Так, социолог Р. Кан, характеризуя профессиональный спорт начала 1970-х гг., отмечает, что по своей природе он имеет слишком много от бизнеса, чтобы оставаться спортом [6, с. 107].

За последнее время спорт стал важной отраслью экономики многих стран, в том числе и Российской Федерации. В него вовлечены значительные финансовые средства и большое количество рабочей силы. Постоянно совершенствуются и разрабатываются новые модели управления спортом и его финансирования. Однако профессиональный спорт нельзя идентифицировать с бизнесом в полном смысле этого слова. Обычные бизнесмены стараются продать как можно больше своих товаров, стремясь выиграть конкурентную борьбу и ослабить конкурента. Спортивные бизнесмены с помощью своих команд соревнуются друг с другом на поле, их бизнес имеет свою специфику: они ведут его вместе, объединившись в лигу. В профессиональном спорте бизнес зависит от выживания конкурентов. Владельцы ведущих клубов не заинтересованы в том, чтобы их конкуренты были слабыми, поскольку зритель в этом случае перестанет посещать матчи, заведомо зная, что его ожидает. Таким образом, коммерческий успех каждой команды в значительной степени зависит от успехов других команд, входящих в лигу. Взаимосвязь коммерческого успеха клубов, составляющих лигу, и важность сбалансированности команд – фундаментальные особенности, отличающие профессиональный спорт от обычного бизнеса. [6, с. 108].

Процесс становления и развития профессионального коммерческого спорта в РФ потребовал формирования принципиально новых организационно-экономических основ и поиска правовых форм функционирования его субъектов. Если еще в начале 1990-х гг. профессиональные клубы, как правило, находились в системе силовых структур и оборонных ведомств (ЦСКА, «Динамо», СКА разных городов), принадлежали государственным предприятиям («Торпедо» – АМО ЗИЛ; «Москвич» – АЗЛК), различным ведомствам («Локомотив» – Министерство путей сообщения) или профсоюзным обществам («Спартак», «Зенит»), то с переходом к рыночным отношениям клубы в основном сменили своих владельцев.

Ко второй половине 1990-х гг. количество категорий владельцев команд значительно расширилось. Это произошло как за счет сохранения отчасти старой структуры, так в основном и за счет появления новых категорий хозяев. Ими стали:

- структуры государственной власти (от районного до республиканского масштаба), способные в новых условиях обеспечивать финансирование клубов;
- акционерные общества и предприятия, опирающиеся на финансовую поддержку спонсоров;
- попечительские советы, включающие людей, принадлежащих к политической и финансовой элите общества [9, с. 147].

Названия команд сохранились, но они практически перестали иметь отношение к прежним министерствам, ведомствам и государству в целом. Государственным и муниципальным структурам остались принадлежать только стадионы и дворцы спорта, но деньги на содержание команд ими перестали выделяться. Выход у клубов был один – поиск и привлечение в качестве хозяев и спонсоров представителей крупного капитала. Акционерные общества, ставшие владельцами профессиональных клубов в середине 1990-х гг., были крупными коммерческими структурами, которые имели высокий рейтинг как на российском, так и на мировом рынках. Так, например, с февраля 2001 г. 51% акций футбольного ЦСКА официально стал принадлежать российской компании «АВО-Капитал», 49% – английской фирме Blue Castle. Однако истинным хозяином клуба можно считать банк «Еврофинанс», который приобрел акции клуба у дочерней фирмы холдинга Blue Castle Enterprises Limited [9, с. 148]. В число спортивных активов ОАО ГМК «Норильский никель» входят баскетбольный и хоккейный клубы ЦСКА, футбольный клуб «Москва» и мини-футбольный клуб «Норильский никель», за счет средств которого осуществляется финансирование всей деятельности данных клубов.

Правовые, организационные, экономические и социальные основы деятельности физкультурно-спортивных организаций в РФ в настоящее время установлены Федеральным законом от 4 декабря 2007 г. №329-ФЗ «О физической культуре и спорте в РФ». Как и всякий другой нормативно-правовой акт, данный закон принадлежит своему времени, отражая его характерные черты. Переломный этап в реформировании физкультурно-спортивной деятельности – одна из примет нашего времени. В силу этого вышеназванный закон несет на себе очевидный отпечаток перехода от одних правоотношений к другим, во многом – принципиально новым. В соответствии с этим законом «физкультурно-спортивные организации могут быть коммерческими организациями, некоммерческими организациями и соз-

даваться в различных организационно-правовых формах, предусмотренных законодательством РФ для коммерческих и некоммерческих организаций. Создание, деятельность, реорганизация и ликвидация коммерческих и некоммерческих физкультурно-спортивных организаций осуществляются в соответствии с законодательством РФ, регулирующим порядок создания, деятельности, реорганизации и ликвидации коммерческих и некоммерческих организаций, а также в соответствии с учредительными документами физкультурно-спортивных организаций» [1]. В этом же законе понятие «профессиональный спорт» определено как «часть спорта, направленная на организацию и проведение спортивных соревнований, за участие в которых и подготовку к которым в качестве своей основной деятельности спортсмены получают вознаграждение от организаторов таких соревнований и (или) заработную плату» [1], хотя в предыдущей редакции этого закона понятие «профессиональный спорт» трактовалось как «предпринимательская деятельность, целью которой является удовлетворение интересов профессиональных спортивных организаций, спортсменов, избравших спорт своей профессией, и зрителей» [2]. Как мы видим, получение прибыли профессиональными спортивными клубами не является законодательно установленной целью их деятельности в РФ.

Если коснуться вопроса о формах собственности спортивных клубов, то можно сказать, что за короткий промежуток времени произошли перемены, связанные с постепенной утратой государственными структурами влияния на профессиональный спорт, при этом большинство спортивных клубов в РФ имеют организационно-правовую форму некоммерческой организации.

Нельзя согласиться с тезисом профессора И.И. Переверзина, что «организации профессионального спорта создаются в организационно-правовых формах коммерческих организаций...» [8, с. 134]. Ведь то, что характерно для зарубежного профессионального коммерческого спорта, пока не является типичным для нашей страны.

Наиболее широко распространенная организационно-правовая форма в профессиональном спорте – это утрачивающая свои позиции «общественная организация». Клубы, относящиеся к некоммерческим организациям, избрали, помимо общественных организаций, и другие организационно-правовые формы, в том числе такие:

- некоммерческие партнерства;
- автономные некоммерческие организации, учреждения.

В табл. 1 представлен перечень организационно-правовых форм профессиональных спортивных клубов Континентальной хоккейной лиги (КХЛ), представляющих различные регионы России и некоторые регионы стран ближнего зарубежья в сезоне 2008/2009 годов. [3, с. 136].

Из данных этой таблицы видно, что около двух третей профессиональных спортивных клубов высшей лиги к 2008 г. избрали некоммерческую форму деятельности. Однако имеет интерес и тот факт, что одна треть профессиональных спортивных клубов уже работают, ориентируясь на получение прибыли, то есть избрали коммерческую форму деятельности. Наибольшее распространение при этом получили такие организационно-правовые формы, как акционерные общества и общества с ограниченной ответственностью. Подобная си-

туация наблюдается и в других профессиональных лигах различных видов спорта в РФ.

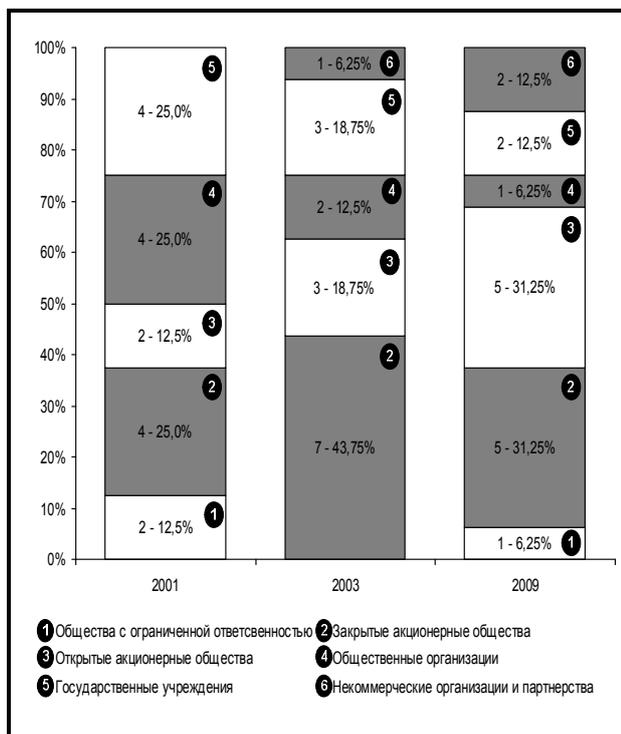
Таблица 1

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СПОРТИВНЫХ КЛУБОВ  
КХЛ 2008-2009 гг.**

№	Организационно-правовая форма	Наименование клуба
1	Автономная некоммерческая организация	«Хоккейный клуб «Салават Юлаев» (г. Уфа)
2	Автономная некоммерческая организация	«Профессиональный хоккейный клуб МВД» (Московская область)
3	Автономная некоммерческая организация	«Хоккейный клуб «Металлург» (г. Магнитогорск)
4	Автономная спортивная некоммерческая организация	Хоккейный клуб «Северсталь» (г. Череповец)
5	Акционерное общество	«Динамо Рига» (г. Рига)
6	Государственное коммунальное казенное предприятие	«Хоккейный клуб «Барыс» (г. Астана)
7	Закрытое акционерное общество	«СКА Санкт-Петербург» (г. Санкт-Петербург)
8	Закрытое акционерное общество	«Хоккейный клуб «Динамо-Минск» (г. Минск)
9	Закрытое акционерное общество	«Хоккейный клуб «Атлант» (Московская область)
10	Муниципальное учреждение Чеховского района	Хоккейный клуб «Витязь» (г. Чехов)
11	Некоммерческое партнерство	«Спортивный клуб «Авангард» (Омская область)
12	Некоммерческое партнерство	«Хоккейный клуб «Химик» (г. Воскресенск)
13	Некоммерческое партнерство	Хоккейный клуб «Торпедо» (Нижегород)
14	Некоммерческое партнерство	«Городской хоккейный клуб «СПАРТАК» (г. Москва)
15	Некоммерческое партнерство	«Новосибирский профессиональный хоккейный клуб «Сибирь» (г. Новосибирск)
16	Некоммерческое партнерство	Новокузнецкий хоккейный клуб «Металлург» (г. Новокузнецк)
17	Некоммерческое партнерство	«Хоккейный клуб «Локомотив» (г. Ярославль)
18	Некоммерческое партнерство	«Хоккейный клуб «Амур» (г. Хабаровск)
19	Общество с ограниченной ответственностью	«Профессиональный хоккейный клуб ЦСКА» (г. Москва)
20	Общество с ограниченной ответственностью	ХК «Нефтехимик» (г. Нижнекамск)
21	Общество с ограниченной ответственностью	«Хоккейный клуб Лада» (г. Тольятти)
22	Общество с ограниченной ответственностью	«Спортивно-коммерческое предприятие «Татнефть-АкБарс» (г. Казань)
23	Региональная общественная организация	«Хоккейный клуб «Динамо» (г. Москва)
24	Челябинская городская общественная организация	«Хоккейный клуб «Трактор» (г. Челябинск)

Доля муниципальных или государственных предприятий в области профессионального спорта к 2009 г. стала приближаться к нулю. Начало нового столетия отмечено более целенаправленным развитием в стране профессионального коммерческого спорта.

На рис. 1 представлена диаграмма, отражающая динамику изменения организационно-правовых форм футбольных клубов Российской футбольной премьер-лиги (РФПЛ) с 2001 по 2009 гг. в абсолютных величинах и в процентах [9, с. 152, 10].



**Рис. 1. Динамика изменения организационно-правовых форм футбольных клубов РФПЛ с 2001 по 2009 гг.**

Данные этой диаграммы наглядно показывают также и динамику изменения организационно-правовых форм других профессиональных спортивных клубов различных видов спорта.

Сопоставив данные представленной выше таблицы и диаграмму, можно сделать следующие выводы. Во-первых, о продолжении процесса поиска оптимальных и наиболее эффективных организационно-правовых форм функционирования профессиональных клубов. Во-вторых, о том, что большинство клубов предпочли такую организационно-правовую форму, как закрытое акционерное общество и общество с ограниченной ответственностью. При этих формах доли собственности клубов могут распределяться только между акционерами и учредителями и не поступают в открытую продажу. В-третьих, мы видим, что определенную роль сохраняют государственные предприятия. Однако ситуация кардинально изменилась как по отношению к концу 1980-х гг., так и по отношению ко второй половине 1990-х гг. Если всего несколько лет назад государственные структуры владели до 70% команд, то к настоящему времени этот процент резко снизился и составляет порядка 10%. В-четвертых, часть клубов продолжает функционировать как общественные и некоммерческие организации. Возникает вопрос: почему профессиональные клубы РФ продолжают избирать такую организационно-правовую форму, при которой изначально не предполагается иметь прибыль? Ответ прост: эти формы позволяют использовать бюджетные средства и деньги спонсоров, при этом еще и минимизировать налоги. В-пятых, нельзя не обратить внимания на тот факт, что частная форма владения, которая имела место в 1990-е гг., сегодня практически отсутствует в РФ.

Сейчас достаточно четко определились основные категории владельцев профессиональных команд. Ими стали:

- союзы властных и олигархических структур (например, как упоминалось выше, футбольный клуб «Москва» принадлежит городским властям и компании «Норильский никель», футбольный клуб «Амкар» – пермским городским властям и ОАО «Минеральные удобрения»);
- властные структуры в лице городских и региональных органов власти (например, президентом казанского футбольного клуба «Рубин» является мэр города).

В числе хозяев клубов появились союзы коммерческих структур (московский «Спартак»), а также стадион («Лужники»), который в новых условиях хозяйствования, по сути дела, сам стал крупной коммерческой организацией.

Изменилась роль нефтегазовых компаний, которые в середине 1990-х гг. являлись одними из ведущих спонсоров отечественного профессионального спорта. Во многих случаях они сменили свое амплуа: из спонсоров они превратились во владельцев акций команд, став, таким образом, совладельцами клубов.

Приход в развивающийся профессиональный коммерческий спорт преуспевающих профессионалов бизнеса с опытом работы в солидных и процветающих коммерческих структурах должен привести к ускорению процесса его коммерциализации, способствовать укреплению его финансового и социального положения в российском обществе. Подобную ситуацию несколько лет назад пророчески предсказывал С.И. Гуськов, который писал, что в недалеком будущем к руководству профессиональным спортом в РФ должны прийти люди, не только любящие спорт, но и знатоки бизнеса [5, с. 37].

Профессиональный коммерческий спорт представляет собой срез реформированного общества, поэтому материальное расслоение коснулось и его, а финансовое положение клубов значительно различается. Если рассмотреть примеры спортивных клубов, то можно понять, что способы и источники их финансирования в нашей стране и за рубежом весьма разнообразны и неоднородны. В современной российской практике средства на развитие спорта выделяются федеральным правительством (Министерство РФ по физической культуре, спорту и туризму), местными бюджетами; финансирование осуществляется также по линии профсоюзов и фонда социального страхования. Определенная часть денежных средств идет от Олимпийского комитета и международных спортивных организаций.

Однако средства, полученные от государственных органов и неправительственных структур, не могут решить проблемы финансирования спортивных клубов и организаций. Ведь только крепкие в финансовом отношении клубы могут превратить национальные чемпионаты в яркое зрелище, способное привлечь зрителей на трибуны, к экранам телевизоров, внимание спонсоров и властей. Состоятельные клубы имеют больше возможностей для достижения успехов и в международных турнирах. В условиях становления рыночной экономики, сокращения бюджетных ассигнований клубы оказались в сложном положении и стали вынуждены заниматься активным поиском внебюджетных источников финансирования – прежде всего привлечение акционеров, спонсоров, меценатов и ведение собственной предпринимательской деятельности:

- букмекерский и лотерейный бизнес;
- издательская деятельность;

- доходы от продажи билетов, выпуска значков, вымпелов, сувениров;
- продажа прав на теле-, радиотрансляцию и интервью;
- продажа трансфертных контрактов (от фр. transfert — передача), или купля-продажа спортсменов, и прочие виды коммерческой деятельности (рис. 2).



**Рис. 2. Структура источников финансирования спортивных клубов и организаций [4, с. 56]**

Рассмотрим более детально основные принципы финансирования физической культуры и спорта из бюджетных и внебюджетных источников.

Государственная поддержка спортивных клубов может осуществляться по широкому спектру направлений. В частности, в соответствии с Федеральным законом «О физической культуре и спорте в РФ» №329-ФЗ «спортивным клубам могут оказывать содействие федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов РФ, органы местного самоуправления посредством:

- строительства, реконструкции, ремонта спортивных сооружений и иных объектов спорта;
- передачи в безвозмездное пользование или долгосрочную аренду на льготных условиях помещений, зданий, сооружений, являющихся собственностью РФ или субъектов РФ либо муниципальной собственностью;
- обеспечения спортивным инвентарем и оборудованием;
- оказания иной поддержки в порядке и в случаях, которые установлены нормативными правовыми актами федеральных органов исполнительной власти, нормативными правовыми актами органов государственной власти субъектов РФ или муниципальными правовыми актами». [1].

Также государственная поддержка может осуществляться и в виде косвенного финансирования. Например, если государство в законодательных и нормативных актах предусматривает льготное налогообложение и кредитование, частичное или полное освобождение от уплаты таможенных пошлин для спортивных организаций.

Самофинансирование, т.е. самостоятельное привлечение денежных средств из всех возможных источников для собственных нужд, осуществляется в спортивных клубах за счет предпринимательской деятельности.

Отдельный источник финансирования – реклама, меценатство и спонсорство.

Коммерческая реклама в профессиональных спортивных клубах самым тесным образом связана с корпоративным спонсорством. В настоящее время спон-

сорство, широко практикуемое в спортивных клубах, подразумевает деловые отношения между тем, кто предоставляет средства или услуги, и профессиональным спортивным клубом, предлагающим взамен права и привилегии, которые спонсор может использовать в коммерческих целях.

Как правило, основную отдачу в спорте спонсор получает от рекламы своей продукции или своей фирмы, которую ему предоставляют профессиональные спортивные клубы. Величина спонсорского участия напрямую зависит от рекламных возможностей спортивных клубов. Для спонсирующей стороны важно, что спонсорство позволяет доносить информацию рекламного характера точно в целевую аудиторию и влиять на отношение к марке. В свою очередь спонсируемая сторона получает спонсорский вклад, из которого складываются:

- организация мероприятия (аренда помещения, необходимое оборудование и инвентарь, проживание участников, питание и др.);
- оплата работы технического персонала (техники, грузчики, охрана, уборщики, и др.);
- оплата работы спортивного персонала (судьи, секретариат, врач и др.);
- развлекательная программа (конкурсы, розыгрыши, группа поддержки, приглашенные звезды, ведущие и др.);
- рекламная компания спортивного соревнования (сюда же можно включить разработку стилия, гимна, эмблемы, тематического сайта и т.д.);
- «запас прочности» (обычно 7-13% от всей суммы на обязательные непредвиденные чрезвычайные ситуации);
- страхование участников (в том случае, если на себя эту функцию спонсор-страхователь);
- оплата работы менеджмента спортивного клуба.

Максимизация выгоды – один из важнейших вопросов, который компании анализируют при принятии решений о спонсорском участии. Именно поэтому сегодня спонсоры все чаще поддерживают не виды спорта как таковые, а наиболее зрелищные события и профессиональные клубы, к которым наблюдается наибольший интерес со стороны публики.

Однако профессиональным спортивным клубам стоит помнить, что тотальная зависимость от единственного спонсора может обернуться серьезными негативными последствиями для самого клуба в будущем. Примером таких последствий может служить ситуация с женским ПБК ЦСКА, который, выступая успешно в соревнованиях высшей российской и европейской лиги, был вынужден сняться с соревнований по причине нехватки финансирования и восстановиться в последующем, найдя новый источник финансирования. Здесь можно согласиться с мнением С.В. Кущенко, начальника ФГУ Министерства обороны РФ ЦСКА, который считает, что «в целом рынок спортивных инвестиций в РФ сейчас нестабилен, и пример армейской команды показывает, какую опасность в себе таит финансирование из одного источника. На примере ЦСКА российский спорт получил серьезное предупреждение и первый антикризисный опыт» [12].

Пользуясь популярным в РФ термином «коммерческая тайна», профессиональные клубы стараются сохранить свои бюджеты закрытыми. Но укрепление экономических позиций профессионального коммерческого спорта, в частности хоккея, очевидно: в составах команд появились иностранные игроки – звезды мирового спорта, во главе отдельных команд встали лучшие тренеры-легионеры, зарплата спортсменов выросла. В соответствии с принятым на заседании Совета директо-

ров Континентальной хоккейной лиги 2 августа 2008 г. решением об обнародовании сведений о бюджетах клубов, широкой общественности были представлены подробности того, что представляют собой бюджеты хоккейных клубов КХЛ в сезоне 2008/2009 г. (табл. 2) [13]. Также для сравнения приведем в табл. 3 соответствующие данные по клубам Суперлиги ФХР в сезоне 2007/2008 г. [7] и 2002/2003 г. [9, с. 164].

Таблица 2

**ПРИМЕРНЫЕ БЮДЖЕТЫ КЛУБОВ КХЛ В СЕЗОНЕ 2008/2009 ГГ. И КЛУБОВ СУПЕРЛИГИ ФХР В СЕЗОНАХ 2007/2008 И 2002/2003 ГГ. В РФ**

Млн. долл. США

№	Наименование клуба	Примерный бюджет в сезоне 2008/2009	Примерный бюджет в сезоне 2007/2008	Примерный бюджет в сезоне 2002/2003
1	«Ак Барс» (г. Казань)	55	58	20-24
2	«Салават Юлаев» (г. Уфа)	50	60	8-9
3	СКА (г. Санкт-Петербург)	50	50	4-5
4	«Авангард» (Омская область)	50	45	20-24
5	«Металлург» (г. Магнитогорск)	45	45	13-15
6	«Локомотив» (г. Ярославль)	40	40	15-20
7	«Атлант» (Московская область)	35	35	-
8	«Динамо» (г. Москва)	25	27	11-12
9	«Сибирь» (г. Новосибирск)	25	22	5-6
10	ЦСКА (г. Москва)	22	25	6-7
11	«Торпедо» (г. Нижний Новгород)	20	19,5	-
12	ХК МВД (Московская область)	20	20	-
13	«Спартак» (г. Москва)	18	16	6-7
14	«Амур» (г. Хабаровск)	17	22	7-8
15	«Динамо» (г. Минск)	16	-	-
16	«Северсталь» (г. Череповец)	15	25	13-15
17	«Нефтехимик» (г. Нижнекамск)	15	24	6-7
18	«Металлург» (г. Новокузнецк)	13	15	7-8
19	«Витязь» (г. Чехов)	13	17	-
20	«Лада» (г. Тольятти)	12	12,5	11-12
21	«Трактор» (г. Челябинск)	11	11,5	-
22	«Динамо» (г. Рига)	11	-	-
23	«Барыс» (г. Астана)	10	-	-
24	«Химик» (г. Воскресенск)	10	-	-

Из приведенной таблицы видно, что бюджеты клубов значительно разнятся. Доходы «богатых» клубов в пять-шесть раз превышают доходы «бедных», бюджеты которых почти в три раза уступают среднему бюджету команд лиги. Так же очень хорошо видно, что за короткое время бюджеты большинства хоккейных клубов значительно выросли, в некоторых случаях в 8-10 раз, что свидетельствует о продолжающейся коммерциализации профессионального хоккея и росте интереса к профессиональному спорту со стороны крупного бизнеса в целом.

Эта тенденция не могла не затронуть зарплату хоккеистов. Подтверждением этому может служить опубликованные пресс-службой КХЛ данные о бюджетах клубов КХЛ по заработной плате в сезоне 2008/2009 г. [10].

Из приведенных выше данных (см. табл. 3) видно, что бюджеты клубов по заработной плате и их доля значительно разнятся. В среднем доля бюджета по заработной плате составляет более половины в общем бюджете клуба.

Таблица 3

**БЮДЖЕТЫ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ КЛУБОВ КХЛ В СЕЗОНЕ 2008/2009 ГГ. (по состоянию на 3 октября 2008 г.)**

№	Наименование клуба	Бюджет по заработной плате (общий), млн. долл. США	Доля бюджета по заработной плате в общем бюджете клуба, %	Положение команды в чемпионате на 20 декабря 2008 г.
1	«Авангард» (Омская область)	30	59	11
2	«Ак Барс» (г. Казань)	23	41	3
3	«Атлант» (Московская область)	20	57	2
4	«Салават Юлаев» (г. Уфа)	20	40	1
5	СКА (г. Санкт-Петербург)	19	38	6
6	«Локомотив» (г. Ярославль)	19	47	4
7	«Металлург» (г. Магнитогорск)	18	40	5
8	ЦСКА (г. Москва)	16	71	7
9	«Динамо» (г. Москва)	14	55	10
10	«Северсталь» (г. Череповец)	14	93	14
11	«Торпедо» (г. Нижний Новгород)	12	61	17
12	«Лада» (г. Тольятти)	11	92	18
13	«Барыс» (г. Астана)	9	90	13
14	«Спартак» (г. Москва)	9	50	9
15	«Сибирь» (г. Новосибирск)	8	32	19
16	«Металлург» (г. Новокузнецк)	8	60	21
17	«Нефтехимик» (г. Нижнекамск)	8	51	12
18	«Витязь» (г. Чехов)	8	59	24
19	«Трактор» (г. Челябинск)	8	69	8
20	ХК МВД (Московская область)	7	35	15
21	«Амур» (г. Хабаровск)	7	40	20
22	«Динамо» (г. Рига)	6	51	16
23	«Динамо» (г. Минск)	4	27	22
24	«Химик» (г. Воскресенск)	4	42	23

Однако в некоторых клубах доля этого бюджета составляет чуть более трети, а других – почти полностью формирует бюджет клуба. При этом видно, что российские хоккейные клубы осуществляют свою деятельность по европейской модели максимизации побед, то есть делая ставку на максимальное число побед в чемпионате, затрачивая при этом на покупку талантливых игроков и на выплату им соответствующую

щих гонораров максимальное количество средств, которое им позволяет бюджет. При такой модели деятельности расходы клуба равны доходам за сезон.

Подводя итог, можно сказать, что современные экономические условия в РФ потребовали экономических реформ в области профессионального спорта, основой основ которых является обновление организационно-правовых и экономических форм деятельности. Все эти изменения, начавшиеся с 1990-х гг., – лишь толчок, который сможет дать какие-то серьезные изменения только через несколько десятков лет. Подобные изменения в странах с развитой рыночной экономикой начались уже давно и в настоящее время индустрия профессионального спорта, например, в США переживает полосу подъема. Она пожинает плоды трудов, без преувеличения, всего американского общества, за последние 30 лет.

## Литература

1. О физической культуре и спорте в РФ [Текст] : федер. закон : принят ГД ФС РФ 16 нояб. 2007 г. // Российская газета. – 2007. – 8 дек.
2. О физической культуре и спорте в Российской Федерации [Текст] : федер. закон : принят ГД ФС РФ 13 янв. 1999 г. // Российская газета. – 1999. – 6 мая.
3. Регламент проведения открытого чемпионата России по хоккею – чемпионата континентальной хоккейной лиги сезона 2008–2009 годов [Текст] : утв. советом директоров ООО «КХЛ» 21 апр. 2008 г. – М., 2008. – 166 с.
4. Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес [Текст] : учеб. пособие / В.В. Галкин. – М. : КНОРУС, 2009. – 320 с.
5. Гуськов С.И. О некоторых тенденциях развития международного спортивного движения и российского спорта в XXI веке [Текст] / С.И. Гуськов // Олимпийское движение и социальные процессы : Мат-лы VII Всероссийской науч.-практ. конференции. Часть I. – Краснодар : КубГАФК, 1996. – с. 37-42.
6. Гуськов С.И. Профессиональный спорт [Текст] / С.И. Гуськов. – Киев : Олимпийская литература, 2000. – 391 с.
7. Зубко И., Харламов М. Россия всех купит [Электронный ресурс] / И. Зубко, М. Харламов // Российская газета – Неделя : официальный сайт. – 2007. – 21 сентября. – №4472. URL : <http://www.rg.ru/2007/09/21/hockey.html>.
8. Переверзин И.И. Менеджмент спортивной организации [Текст] : учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : СпортАкадемПресс, 2002. – 244 с.
9. Починкин А.В. Становление и развитие профессионального коммерческого спорта в России [Текст] : монография / А.В. Починкин. – М. : Советский спорт, 2006. – 216 с.
10. Продолжается подсчет зарплатных бюджетов клубов КХЛ [Электронный ресурс] // Континентальная хоккейная лига : официальный сайт. – 2008. – 03 октября. URL : <http://www.khl.ru/news/2008/10/3/4320.html>.
11. Российская футбольная Премьер-Лига : официальный сайт. – 2009. URL : <http://www.rfpl.org/clubs.shtml>.
12. Федоренко В. Новый инвестор ЦСКА не сократит бюджет команды – Кущенко [Электронный ресурс] / В. Федоренко // Российское агентство международной информации РИА Новости : официальный сайт. – 2008. – 28 ноября. URL : [http://www.rian.ru/trend/cska\\_wbc\\_end\\_25112008/](http://www.rian.ru/trend/cska_wbc_end_25112008/).
13. Чегорский Н. Лицом Лиги станет Яромир Ягр [Электронный ресурс] / Н. Чегорский // Известия.ру : официальный сайт. – 2008. – 1 сентября. URL : <http://www.izvestia.ru/sport/article3120064/>.

## Ключевые слова

Профессиональный спортивный клуб; спорт; источники финансирования; спонсорство; финансовые ресурсы; коммерческий спорт; бюджет спортивного клуба; расходы спортивного клуба; организационно-правовые формы; спортивный бизнес; рентабельность спортивного клуба.

Ковчегин Игорь Александрович  
E-mail: [kovchegin@post.ru](mailto:kovchegin@post.ru)

## РЕЦЕНЗИЯ

Совершенно очевидно, что спорт сегодня – это совершенно новый вид бизнеса, который появился в нашей стране только с переходом к рыночному механизму хозяйствования. Однако в настоящее время организационно-правовые основы деятельности профессиональных спортивных клубов и источники финансирования их хозяйственной деятельности остаются недостаточно полно сформированными и изученными в научной литературе.

В связи с недостаточностью освещения вопросов, касающихся организационно-правовых основ деятельности спортивных клубов и источников их финансирования, статья является в значительной мере актуальной и является значимой для раскрытия вопросов, касающихся деятельности профессиональных спортивных клубов. Данная статья представляет собой самостоятельное научно-практическое исследование в реальных условиях функционирования предприятия. В статье соблюдается логическая последовательность. Среди положительных сторон статьи следует отметить полноту и всестороннее рассмотрение темы. В данной статье автором использовано значительное количество источников.

Статья соответствует требованиям, предъявляемым к данному виду работ и может быть рекомендована к публикации в журнале.

Макина С.А., к.э.н., заведующая кафедрой бухгалтерского учета и аудита Всероссийской государственной налоговой академии Минфина РФ

## 10.2. PROFESSIONAL SPORT CLUB: ORGANIZATIONAL AND LEGAL FOUNDATION OF ACTIVITIES AND FUNDING SOURCES

I.A. Kovchegin, Lecturer of  
Accounting and Audit Department

*Tax academy of the Treasury Department of the RF*

The organizational and legal foundation of professional sport club activity and its funding sources in the RF are reviewed in this article. The place of professional sport club as business entity of physical culture and sport sector are described.

## Literature

1. About physical training and sports in the Russian Federation [Electronic resource]: federal law : SD RF accepted 16.11.2007 // Rossiyskaya gazeta. – 2007. – December 08th. – №276. Access from legal information system «ConsultantPlus».
2. About physical training and sports in the Russian Federation [Electronic resource]: federal law : SD RF accepted 13.01.1999 // Rossiyskaya gazeta. – 1999. – May 06th. – №87. Access from legal information system «ConsultantPlus».
3. Regulations of carrying out of the open championship of Russia on hockey – the championship of continental hockey league of a 2008-2009 season [Text]: Open Company «KHL» Board of directors accepted 21.04.2008. - Moscow, 2008. - 166 p.
4. V.V. Galkin. Ekonomika of sports and sports business : the manual [Text] / V.V. Galkin. – Moscow : KNORUS, 2009. – 320 p.
5. S.I. Guskov. About some tendencies of development of the international sports movement and the Russian sports in the XXI-st century [Text] // Olympic movement and social processes. Materials of VII All-Russia scientific an practice conferences. Part I. – Krasnodar: KubGAFK, 1996. – p. 37-42
6. S.I. Guskov. Professional sports [Text]. – Kiev : the Olympic literature, 2000. – 391 p.
7. I. Zubko, M. Kharlamov. Russia will buy everybody [Electronic resource] / I. Zubko, M. Kharlamov // Rossiyskaya gazeta –

- Nedelya : official website. – 2007. –September 21st. – №4472. URL: <http://www.rg.ru/2007/09/21/hokkey.html>.
8. I.I. Pereverzin. Management of sports organization : the Manual [Text]. – 2nd ed. – Moscow : SportAcademPress, 2002. - 244 p.
  9. A.V. Pochinkin. Foundation and development of professional commercial sports in Russia [Text] : the monography / A.V. Pochinkin. – Moscow : Sovetskiy Sport, 2006. - 216 p.
  10. Calculation of salary budgets of clubs KHL [Electronic resource] // Continental hockey league : official website. – 2008. – October 03rd. URL: <http://www.khl.ru/news/2008/10/3/4320.html>.
  11. Russian football Prime-leagues : official website. – 2009. URL: <http://www.rfpl.org/clubs.shtml>.
  12. Fedorenko V. New CSKA investor will not reduce the club budget – Kuschenko [Electronic resource] / V.Fedorenko // Russian agency of the international information RIA Novosti : official website. – 2008. – November 28th. URL: [http://www.rian.ru/trend/cska\\_wbc\\_end\\_25112008/](http://www.rian.ru/trend/cska_wbc_end_25112008/).
  13. Chegorsky N. Jaromir Yagr becomes leagues face [Electronic resource] / N.Chegorsky // Izvestia.ru : official website. – 2008. – September, 1st. URL: <http://www.izvestia.ru/sport/article3120064/>.

### Keywords

Professional sports club, sports, funding sources, sponsorship, financial sources, commercial sports, sports club budget, sports club costs, organizational and legal forms, sports business, sports club profitability.