Министерство образования Российской Федерации

Государственный Университет Управления

Институт управления в машиностроительной промышленности

Кафедра мировой экономики

Реферат по дисциплине «Мировая экономика»

# «Финансирование футбольной индустрии»

Выполнила студентка II курса, д/о, I группы спец. маркетинг

Титова Юлия

## Москва – 2001

Содержание

[Введение 3](#введение)[Футбол – это большой бизнес 4](#футбол)[Футбол и акции 5](#акции)[Букмекеры 10](#букмекеры)[Еврокубки дают возможность заработать 11](#еврокубки)[За право на трансляцию матчей надо побороться 12](#трансляция)
[Спонсорство 13](#спонсорство)[Футбольный бизнес в России 15](#россия)[Заключение 17](#заключение)[Список литературы 19](#лит)

# Введение

Футбол является одним из самых массовых видов спорта. Миллионы болельщиков всего мира смотрят футбольные матчи на стадионах, по телевизору, а некоторые слушают радиотрансляции. Среди них есть и такие, которые повсюду следуют за своей любимой командой, не жалея сил и средств. Все больше людей вливается в ряды болельщиков. Этому способствует не только захватывающая игра на поле, но и даже то, кто содержит команду, кто вкладывает в нее деньги, как дороги ее игроки и что они рекламируют. Футбол является не только самым зрелищным и популярным видом спора, но и прибыльным. В своем реферате я постараюсь показать: насколько успешно футбольные клубы осуществляют свою коммерческую деятельность.

# Футбол – это большой бизнес.

В последнем десятилетии спорт, в том числе и футбол, превратился в большой бизнес. Особенно это заметно в начале каждого сезона, когда в Европе идет настоящий бум вокруг "распродажи" игроков. Особенно выделяются здесь владельцы итальянских клубов. Например, перед началом футбольного сезона 1997/1998 годов на закупку новых игроков руководство команд серии "А" (так называется национальный чемпионат Италии) истратило в общей сложности 250 млн. долларов. Первое место в этом списке занял "Интер", который за 29 млн. долларов приобрел знаменитого Рональдо из "Барселоны". Однако лучший футболист Бразилии смог удержать свой высокий статус самого "дорогого" игрока только несколько недель. Через некоторое время за его соотечественника Денилсона президент испанского клуба "Бетис" выложил 37 млн. долларов.

Возросшие мировые цены на игроков вынудили самый богатый клуб мира «Манчестер Юнайтед» пойти на существенные затраты. Перед этим сезоном «МЮ» купил игроков на 65,8 миллионов фунтов стерлингов, что не идет ни в какое сравнение с цифрой прошлого сезона – 11,4 миллиона. Один Фабьен Бартез обошелся клубу в 7,8 миллиона. Снизились также доходы клуба: вместо 42 миллионов он получил всего 36,6. Все дело в том, что команда не играла матчи Кубка Англии, и потому провела меньше игр дома. И даже при том, что продажа товаров с символикой клуба возросла, и доход стал на 2 миллиона больше, чем год назад все равно «МЮ» зарабатывает меньше.

А теперь отправимся на континент. Глядя на финансовые отчеты испанских футбольных клубов и результатов исследования, проведенного Deloitte & Touche, можно заметить, что долги клубов, во главе с известнейшим «Реал Мадрид», продолжают увеличиваться. На данный момент они составляют уже около 692 млн. долларов, увеличившись за последний год на 59 млн. По словам автора отчета Хосе Луиса Санчеса Фернандеса, доходы клубов также выросли на 8%, но их дальнейший рост считается маловероятным. Ситуация, конечно же, еще не угрожающая, но испанские клубы должны быть внимательнее в составлении ежегодных бюджетов, поскольку новым источником дохода для них являются только собственные вебсайты. Лучше всех финансово сейчас выглядит «Реал Сосьедад», очень эффектно продающий игроков, обеспечивая себе тем самым положительный баланс. На другом конце ряда находится «Реал Мадрид», чьи долги за 1998/99 года составили 103 млн. долларов. По словам президента клуба Флорентино Переса сейчас эта цифра составляет 152 млн. долларов. Клуб запросто может решить эти проблемы, продав 4-5 своих игроков, но предлагать, что руководство клуба решит поступить именно так, пока преждевременно.

Есть и альтернативные источники доходов. Так в Жероне была торжественно открыта первая автозаправочная станция под маркой каталонского клубы «Барселоны». Всего планируется в предстоящие месяцы построить пять бензоколонок, которые будут регулярно приносить доход в клубную казну клуба.

# Футбол и акции

Многие футбольные клубы выпускают свои акции. Руководители некоторых английских клубов в 1998 году объявили о размещении на Лондонской фондовой бирже 50 миллионов простых акций стоимостью по полфунта стерлингов. Один из этих клубов "Бирмингем Сити" по объему "футбольной эмиссии" - 25 миллионов фунтов стерлингов - теперь занимает одно из первых мест во всей Великобритании, ровно в два раза опережая по совокупной стоимости акций шотландский "Селтик" и английский "Челси". Интересно проследить дальнейшую судьбу выставляемых акций. Сначала основными владельцами акций, которые распространялись в пакетах по тысяче штук, становятся многочисленные болельщики "Бирмингема". Аккумулированные суммы руководство клуба намерено израсходовать на рекламу команды, повышение гонораров футболистов и срочную покупку новых игроков. Но "Бирмингем Сити" - один из середняков в английском футболе. А что же такие гиганты, как "Манчестер Юнайтед"? Представители этой команды подсчитали, что реализация клубной атрибутики, сувениров, формы и т.д. в прошлом году принесла доход в сумме 8,5 млн. фунтов стерлингов. "Ливерпуль" и "Ньюкасл Юнайтед", например, заработали по 6 миллионов. Вообще топ-менеджеры "Манчестер Юнайтед" считаются самыми опытными не только в Великобритании, но не имеют себе равных в мировом футбольном бизнесе. Чего только стоит одна только рекламная кампания по раскрутке торговой марки фирмы. Ее итогом стала повальная узнаваемость брэнда «Манчестер Юнайтед» (см. диаграмму), несмотря на достаточно скромные по меркам суперклуба спортивные результаты на европейских соревнованиях.

 Приведем еще один факт. Когда менеджеры решили, что в Европе возможности для расширения продаж почти исчерпаны, началась подготовка к новому сезону в Малайзии и Таиланде. Ведь всем известно, что рынок Восточной Азии очень прибылен и на нем можно хорошо заработать. А что касается биржи, то из восемнадцати английских и шотландских клубов, уже рискнувших выйти на биржу, только акции "Манчестер Юнайтед" и "Бирмингем Сити" поднялись в цене за полгода с 644 пенсов до 667,5. Стоимость на лондонской фондовой биржи клуба «Манчестер Юнайтед» превысила 1 млрд. фунтов стерлингов (около 1,6 млрд. долларов). «Манчестер Юнайтед» стал первым в мире клубом, сумевшим преодолеть миллиардную отметку, а также доказать, что современный футбол является одним из наиболее доходных бизнесов.

Но не все клубы так удачливы. Ведь на стоимость акций влияют многие факторы. Например, после тяжелой травмы лучшего бомбардира предпоследнего чемпионата Европы Алана Ширера цена на акции его клуба "Ньюкасл Юнайтед" на бирже упала на 10 пенсов, что принесло убытков на сумму около 12 млн. фунтов стерлингов. Поняв, что это ведет к банкротству, менеджеры клуба сразу же вывели на рынок футболки знаменитых игроков своей команды - Леса Фердинанда и Дэвида Жинолы, что пополнило казну команды на 17 млн. фунтов.

В остальных четырех ведущих европейских чемпионатах (Германия, Италия, Испания, Франция) этот процесс только начинается. Лишь три итальянских клуба – «Лацио», «Удинезе» и «Рома» – и один немецкий, «Боруссия» из Дортмунда, в течение двух последних лет вышли со своими акциями на биржевые площадки Милана и Франкфурта. Даже президент богатого германского клуба «Бавария» Франц Беккенбауэр до сих пор заявляет, что сильно сомневается в экономической целесообразности такого шага. Во Франции и Испании вовсе нет ни одного клуба, чьи акции торговались бы на бирже.

А как обстоят дела в России? В конце февраля у московского ЦСКА появился новый акционер – английская компания Blue Castle Enterprises Limited. Отныне акции футбольного клуба ЦСКА распределены между Macasyng Holding B.V. (через Blue Castle Enterprises владеет 49%), российским банком «Еврофинанс» (через компанию «АВО –Капитал» владеет 25%) и Министерством обороны РФ (26%). Размер инвестиций в будущее ЦСКА определят между собой два инвестора - Macasyng Holding B.V. и российский банк «Еврофинанс». Инвесторы намерены привлечь консультантов из западной аудиторской компании. По словам председателя совета директоров ЗАО ПФК ЦСКА сейчас ведутся переговоры с офисом консалтинговой компании Deloitte & Touche в Англии.

Столь большая разница в развитии футбольного бизнеса кроется в коренном отличии подходов к игре номер один в ведущих футбольных державах. Для англичан это в первую очередь бизнес, зачастую в ущерб спортивным результатам. Благодаря этому клубы премьер-лиги в среднем по своему финансовому состоянию заметно превосходят европейских конкурентов. Финансовый оборот 22 клубов этой лиги по итогам сезона 1998/99 годов составил около 972 млн. долларов, что на 18% превысил уровень предыдущего сезона.

Общий профицит клубов премьер-лиги составил около 100 млн. долларов, и только четыре команды из двадцати двух имеют небольшой отрицательный баланс.

# Букмекеры

Многое в современном футболе зависит также и от букмекерских контор. Особенно популярны лондонские букмекеры, которые в начале каждого нового сезона предлагают своим клиентам весьма любопытные ставки. Например, в начале футбольного года 1998 они принимали ставки на вероятность смещения тренеров клубов со своих постов в течение сезона. По мнению букмекерской конторы "Уильям Хилл", самыми серьезными перспективами сохранить свой пост до следующего лета обладает тренер "Арсенала" Арсен Венгер. Как ни странно, несмотря на несколько проигрышей, руководители "Арсенала" не думают о том, чтобы уволить А. Венгера.

### Еврокубки дают возможность заработать

Самые большие деньги крутятся в Международной ассоциаций футбольных федераций (**FIFA**). Приведем несколько примеров. Каждая сборная, которая получила право выступить на чемпионате мира в 1998 году, получит от ФИФА миллион долларов. И в зависимости от дальнейших успехов команды, эта сумма будет увеличиваться.

На 140 миллионов швейцарских франков выросли в этом сезоне доходы **UEFA** от Лиги Чемпионов по сравнению с турниром – 99/2000. В связи с этим Европейский союз футбольных ассоциаций принял решение увеличить бонус за участие в Лиге каждому из 32 клубов с полутора до двух с половиной миллионов франков. Таким образом, после 9 сыгранных матчей сумма, вырученная московским «Спартаком» составляет 9,5 млн. франков: 2,5 млн. составляет выплата за участие в групповом турнире, 4,5 млн. – премиальные за 9 сыгранных матчей, а еще 2,5 млн. – бонус за набранные очки.

Благодаря тому, что московский «Спартак» не уступил на своем поле французскому «Лиону», лондонский «Арсенал» заработает 20 млн. фунтов стерлингов. Англичане в ходе выступления в Лиге Чемпионов уже получили от UEFA 6,5 млн., однако, успешное продвижение в следующий раунд турнира сулит большую наживу. Часть средств поступит из того же кошелька Европейской футбольной организации, часть благодаря рекламе спонсоров команды. Финансовые средства нужны лондонцам как никому другому. Намеченное строительство нового стадиона, по предварительной оценке, обойдется в 111,6 млн. фунтов.

Группа компаний «Итера» установила призовой фонд Кубка Содружества - 100 тысяч долларов, из них обладателю трофея достались 35 тысяч.

Очень доходным в последнее время стало проводить чемпионаты мира и Европы. Организаторы этих первенств получают немало прибыли. Например, матчи чемпионата Евро-96 смотрели 400 миллионов зрителей, что принесло 65 млн. долларов от продажи прав на трансляцию матчей. Самое интересное, что организаторы Евро-96 ограничились выделением достаточно скромного бюджета на проведение церемонии открытия - всего 600 тысяч долларов. Но это только чемпионат Европы.

# За право на трансляцию матчей надо побороться

В спортивном бизнесе многое зависит от трансляций. Поэтому многие болельщики приветствовали предложение Европейской Комиссии о том, чтобы все передачи с крупных спортивных событий были без всяких ограничений доступны широкой публике. Для этого их предлагают не кодировать - последнее однако не лишает компании возможности бороться за эксклюзивное право трансляции. Таким образом ЕК поддержала инициативу Европейского парламента о внесении поправки в союзный закон о "телевидении без границ". Пробел в союзном законодательстве позволял платным и, следовательно, более богатым телеканалам покупать право на трансляцию репортажей с самых интересных спортивных событий и показывать их в закодированном виде, что лишало 80 процентов телезрителей в странах ЕС возможности смотреть их. Еврокомиссия готова консультироваться с правительствами и профессиональными организациями всех 15 стран союза. На сегодняшний день составлен список спортивных событий, которые вообще не могут транслироваться на основе эксклюзивного права и доступ к которым будет гарантирован всем гражданам ЕС. Это крупнейшие международные состязания: Олимпийские Игры, чемпионат Европы по футболу, чемпионат мира по легкой атлетике и др. Странам ЕС дается право определять свой собственный перечень состязании на национальном уровне, которые могли бы заинтересовать широкую публику как внутри страны, так и за ее пределами. Отметим, что на сегодняшний день 8 из 15 стран ЕС приняли законы, регулирующие приобретение эксклюзивных прав на трансляцию по телевидению крупных спортивных событий.

# Спонсорство

С 1982 года корпорация Sharp является главным спонсором английской футбольной команды «Манчестер Юнайтед». Уже сейчас известно, что это продолжительное спонсорство будет продолжено и в этом тысячелетии.

Всемирная известность и высокие спортивные достижения делают этот футбольный клуб весьма привлекательным для рекламных инвестиций глобального масштаба. Любой болельщик знает, что «МЮ» играет в форме Umbro. Но срок контракта с этой фирмой у богатейшего клуба заканчивается в 2002 году. Все ведущие производители спортивной экипировки выстроились в очередь за право поместить название своей фирмы на футболку этого клуба. У Umbro, конечно, приоритет, но предложение Nike было более щедрым.

Почти полмиллиарда долларов «Манчестер Юнайтед» получит только за то, что будет в течение 15 лет носить форму Nike. Это очередной мировой рекорд в футбольно-финансовой области.

Теперь ежегодно «МЮ» будет получать 20 миллионов фунтов или 30 миллионов долларов, а общая сумма контракта составила 450 миллионов долларов. Такого в истории футбола еще не было. Что ж, единственному в мире клубу, чьи активы оцениваются более чем в полтора миллиарда долларов, подстать иметь таких поставщиков.

Nike же побила собственный рекорд. За 10-летний контракт со сборной Бразилии эта фирма за 4 года выложила 100 миллионов долларов. Nike одевает такие известные во всем мире клубы, как «Интер», «Барселона», «Арсенал», «Лидс», «Рейнджерс».

 Кроме рекламы Nike получает практически эксклюзивную возможность изготовлять сувенирные майки с символикой «МЮ». Процент от продаж идет клубу, но и Nike перепадает огромная сумма, которая с лихвой перекрывает все расходы на производство экипировки для клуба. Кроме того Nike будут рекламировать игроки команды, а нынешний ее тренер Алекс Фергюсон будет так называемым послом этой фирмы во всем мире.

Рекламируя товары известных фирм, зарабатывают и наши футбольные клубы. Самый популярный из них «Спартак» подписал соглашение о спонсорстве с парфюмерно-косметической компанией Procter & Gamble. Футболисты будут рекламировать торговую марку P&G – Old Spice.

По условиям договора логотип Old Spice будет размещен на левом рукаве футболки каждого из футболистов «Спартака». Контракт подписан сроком на один год с возможностью последующего продления. Генеральным спонсором команды по-прежнему остается нефтяная компания «ЛУКОЙЛ».

Договор с футбольной командой также предусматривает возможность съемок игроков команды в рекламных роликах дезодоранта.

# Футбольный бизнес в России

Все разговоры о сереньком и скучном нашем первенстве сводятся в последнее время к финансовой теме – нет денег. Сомнительно, что некто всерьез может рассматривать российский футбол, точнее, российские футбольные клубы, как выгодное коммерческое предприятие. Коммерция – это вложение средств с целью получения прибыли. Футбольные клубы в России - сплошные расходы.

**Кто спонсирует футбольные клубы России (высший дивизион)**

**«Спартак»** - «ЛУКойл» (титульный спонсор), «Уренгойгазпром», «P&G».

**ЦСКА** – Министерство обороны РФ, английская компания «Blue Castle» и акционерный коммерческий банк «Еврофинанс».

**«Динамо» (Москва)** – ОАО ТВЕЛ (ядерное топливо для реакторов атомных электростанций), Fitcom (транснациональная корпорация, производитель и продавец химического сырья, минеральных удобрений), Эргобанк, Международная группа компаний ИТЕРА – поставки природного газа на рынки России, в страны СНГ и Балтии, Газпроминвестхолдинг.

**«Торпедо-ЗИЛ»** – основной владелец – завод.

**«Торпедо – Лужники»** - крупнейшая в Европе барахолка.

**«Ротор» (Волгоград)** – фактическим владельцем является президент клуба Владимир Горюнов.

**«Сатурн» (Раменское)** – «Ehrmann», «Автогарант», «Ист-лайн».

**«Зенит» (Санкт-Петербург)** – «Газпром», «Лентрансгаз», «Газоэнергофинанс, Петербургская телефонная сеть, банк МЕНАТЕП СПБ, компания Компьютер ленд, коммерческий банк «Петровский», акционерное общество «Акрон».

**«Сокол» (Саратов)** – губернатор области Аяцков, ликероводочный завод «Лексар», акционерное общество «Зерно Поволжья».

**«Крылья Советов» (Самара)** – «Сибирский алюминий» (титульный спонсор).

**«Факел» (Воронеж)** – строка в бюджете (200 млн. руб.).

**«Ростсельмаш» (Ростов-на-Дону)** – строка в бюджете.

**«Алания»** – правительство Осетии.

**«Анжи»** – правительство Дагестана.

Высший дивизион отечественного чемпионата можно поделить на четыре группы. В первую входят провинциальные команды-середняки, борющиеся за выживание. Это (по состоянию на 2001год) – «Ротор», «Ростсельмаш», «Факел», «Сокол», «Крылья Советов» и столичное «Торпедо – ЗИЛ». Их патронируют мощные предприятия. Регион, заинтересованный в подъеме команды, договаривается с предприятием, которое и становится моноспонсором.

Клубы, добившиеся прямой поддержки местной власти, формируют вторую группу. В чистом виде это дагестанская «Анжи» и осетинская «Алания». Но на самом деле к этой группе можно отнести и питерский «Зенит», и подмосковный «Сатурн».

Третья группа – ведомственные команды. Сейчас их представляет только московский «Локомотив» и новороссийский «Черноморец». Ведомственная любовь не так прибыльна, но у нее есть свои плюсы. Она прочна. Ведомство будет стоять как египетская пирамида. Его начальник и есть патрон команды. Он может обеспечить привлечение любых спонсорских потоков уже под федеральные гарантии. Он обращает свой политический капитал в реальные деньги для команды.

Московские клубы формируют четвертую группу. В белокаменной денег и покровителей хватает на пять или шесть клубов. «Спартак», ЦСКА, «Торпедо - Лужники», «Динамо». Когда-то за них тоже отвечали ведомства. Сейчас же каждый московский клуб, кроме «Локомотива», сформировал свою собственную хозяйственную систему. Принцип ее таков: найти основного титульного спонсора из олигархов и через него обрасти группой более мелких доноров. Таким образом москвичи добиваются бесперебойного стабильного финансирования, в отличие от провинциалов. Например, у «Спартака» есть «ЛУКОЙЛ». Но в запасе имеется «Уренгойгазпром», а недавно было заключено соглашение с «P&G» Из всех московских команд только «Спартак», пожалуй, не нуждается в политическом патроне. На команду работает ее имя.

# Заключение

Итак, чтобы хорошо зарабатывать, футболисты не только стараются радовать нас своей игрой и своими победами, но и находят различные способы получения дивидендов. Что опять-таки скажется и на уровне игры, например, за счет покупки игроков-профессионалов.

А Manchester United оказался впереди всех, заключив сделку с американским бейсбольным клубом New York Yankees. Этот контракт выглядит как логичный шаг на пути дальнейшего укрупнения компании. При этом первые дивиденды от сделки британцы начали получать сразу после официального объявления о подписании договора. После длительного периода сползания биржевых котировок акций Manchester United вниз известие о сделке с New York Yankees в первый же день подняло стоимость акций на 11%. А ведь главные поступления от партнерского соглашения еще впереди. По условиям сделки Manchester United и New York Yankees только на перекрестной рекламе и торговле товарами с символикой друг друга смогут получить сотни миллионов долларов дополнительных доходов.

Итак, можно находить на первый взгляд неожиданные формы сотрудничества, а на самом деле новые возможности финансирования спортивной индустрии.

**Список литературы**

1. Журнал «Эксперт», 19 февраля 2001 г.
2. Газета «Ведомости», 16 марта 2001 г.
3. Газета «Ведомости», 6 марта 2001 г.
4. Газета «Спорт-экспресс», 21 февраля 2001 г.
5. Газета «Московские новости», 20-26 марта 2001 г.
6. Журнал «Спартак», февраль 2001 г.
7. Consulting & Business, №2 – 1998 г.