

УДК 336.6

© Е. С. Поротькин<sup>1,2</sup>, 2016

<sup>1</sup> Самарский государственный технический университет (СамГТУ), Россия

<sup>2</sup> Международный институт рынка (МИР), г. Самара, Россия  
E-mail: evg.porotkin@mail.ru

## СПОНСОРСТВО КАК ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ФУТБОЛЬНЫХ КЛУБОВ

*Статья посвящена оценке спонсорской деятельности как важнейшего источника финансирования профессиональных футбольных клубов. В работе проведено исследование доходов европейских и российских футбольных клубов, а также изучена роль спонсорства и степень зависимости отечественных профессиональных команд от спонсоров. Определены проблемы, с которыми сталкиваются клубы при поиске спонсоров.*

**Ключевые слова:** спонсорство, футбольный клуб, доходы, финансы.

### **Введение**

Профессиональные футбольные клубы являются спортивными организациями, созданными с целью удовлетворения потребностей населения в спортивных услугах. В странах с развитой экономикой и спортивным рынком оказание клубами услуг позволяет клубам генерировать такой денежный поток, который позволяет не только компенсировать издержки, но и получать положительный финансовый результат. Особого успеха в этом плане удалось добиться коммерчески успешным североамериканским лигам, таким как NFL, NBA, NHL, MLB. Европейские футбольные лиги по степени коммерческого успеха пока не могут конкурировать с заокеанскими, однако отдельные их представители, являющиеся глобальными спортивными брендами (испанские «Реал» и «Барселона», английские «Манчестер Юнайтед», «Челси», «Арсенал» и «Манчестер Сити», итальянский «Ювентус», германская «Бавария», французский «ПСЖ»), вполне конкурентоспособны. В этом плане отечественные футбольные клубы серьезно уступают клубам из ведущих европейских лиг.

Целью исследования является всесторонняя оценка спонсорской деятельности как важнейшего источника финансирования российских профессиональных футбольных клубов.

Для достижения поставленной цели в работе были поставлены и решены следующие задачи:

- изучить динамику и структуру доходов профессиональных футбольных клубов России и ведущих европейских стран;
- оценить степень зависимости отечественных футбольных клубов от спонсоров;
- определить причины низкой привлекательности большинства отечественных футбольных клубов для спонсоров.

Объектом исследования явились источники доходов профессиональных футбольных клубов Российской Федерации и Европы. Предмет исследования – доходы профессиональных футбольных клубов от спонсорской деятельности и проблемы их привлечения.

### ***Данные и методы***

При проведении исследования были использованы методы экономического и статистического анализа, а также графические методы отображения информации.

Исследование проводилось на примере европейских и российских профессиональных футбольных клубов.

В качестве источников исходной информации о доходах были использованы данные о лицензировании футбольных клубов и финансовом «фэйр-плей» УЕФА [1], а также данные Российского футбольного союза, представленные в проекте Общенациональной стратегии развития футбола в РФ до 2030 года [2].

### ***Результаты исследования***

Любая бизнес-единица, в том числе и профессиональный футбольный клуб, имеет определенные источники поступлений денежных средств, призванные компенсировать понесенные им издержки на создание условий и непосредственно оказание спортивной зрелищной услуги. Высококачественная спортивная услуга требует при своем создании достаточно высокого уровня расходов, важнейшими элементами которых являются приобретение профессиональных футболистов и их заработная плата. Комплектование команды высококлассными игроками требует наличия постоянных источников финансирования, гарантированных доходов.

В экономической литературе существует достаточно много подходов к структурированию доходов профессиональных футбольных клубов. Так, международная консалтинговая компания «Делойт» при подготовке ежегодного рейтинга самых богатых футбольных клубов распределяет выручку от деятельности футбольного клуба по таким направлениям, как: проведение матчей, продажа прав на трансляции и коммерческая деятельность [3].

По мнению И. В. Солнцева, структура доходов футбольного клуба может быть представлена следующими видами поступлений: выручка в день проведения матча; продажа прав телетрансляций; поступления от спонсоров и продажи фирменной продукции; продажа игроков; участие в международных турнирах; доходы от собственного стадиона; медиadoходы; доходы от участия в международных турне; доходы от побочного бизнеса, построенного на бренде клуба [4, с. 9-10]. Этот подход к классификации доходов можно считать оптимальным, однако получение объективных данных в соответствии с перечисленными направлениями поступлений проблематично, так как только некоторые российские футбольные клубы представляют о себе информацию, большинство же ссылается на коммерческую тайну и не раскрывает свою финансовую отчетность (в связи с чем проблемой становится даже установление общей величины доходов).

Наличие указанной проблемы обусловило использование в работе подхода к классификации поступлений от деятельности футбольного клуба, используемого УЕФА при лицензировании клубов для участия в соревнованиях под эгидой Европейской футбольной ассоциации. В соответствии с предоставляемыми УЕФА отчетами доходы футбольных клубов делятся по следующим направлениям поступлений:

- доходы от национальных трансляций;
- призовые от УЕФА;
- поступления от спонсоров;
- доходы от коммерческой деятельности;
- выручка от реализации билетов;
- прочие доходы [5].

За последние 5 лет совокупные доходы европейских футбольных клубов увеличились на 28% и составили по итогам сезона 2014-2015 гг. 16,9 млрд евро (рис. 1).

Из представленной на рисунке 1 диаграммы видно, что в последние годы ежегодный прирост доходов составлял около 1 млрд евро или более 6%.

Величина совокупных доходов, полученных отечественными футбольными клубами в сезоне 2014-2015 гг., составила 742 млн евро, что составляет 4,4% общей выручки европейских футбольных клубов. Нужно заметить, что по данному показателю клубы из России занимают 6 место в Европе (после Англии, Германии, Испании, Италии и Франции), уступая последней вдвое и опережая на 100 млн евро идущую на седьмом месте Турцию.

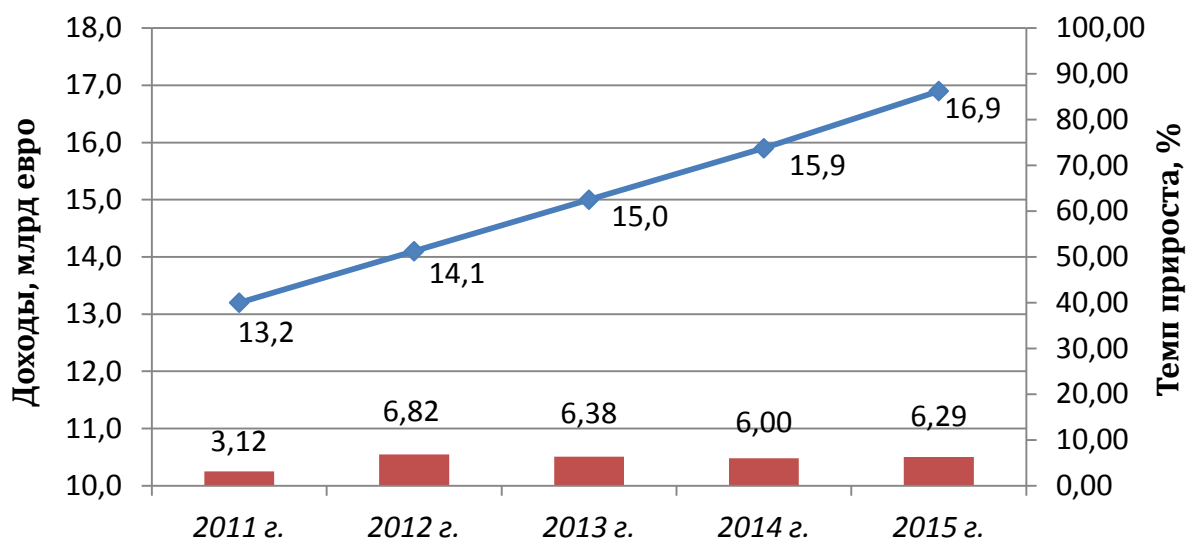


Рис. 1. Динамика доходов европейских футбольных клубов

Примечание. Построено автором по данным УЕФА [5].

Средний доход, приходящийся на один футбольный клуб высшей российской лиги, составляет 46,4 млн евро — это почти в 5 раз ниже лидирующей по этому показателю Англии.

Структура доходов профессиональных европейских клубов на протяжении последних пяти лет выглядит практически неизменной, наибольшую долю в выручке команд занимают средства, полученные от телевидения за осуществление трансляций национальных спортивных соревнований — более трети от общей величины (рис. 2).

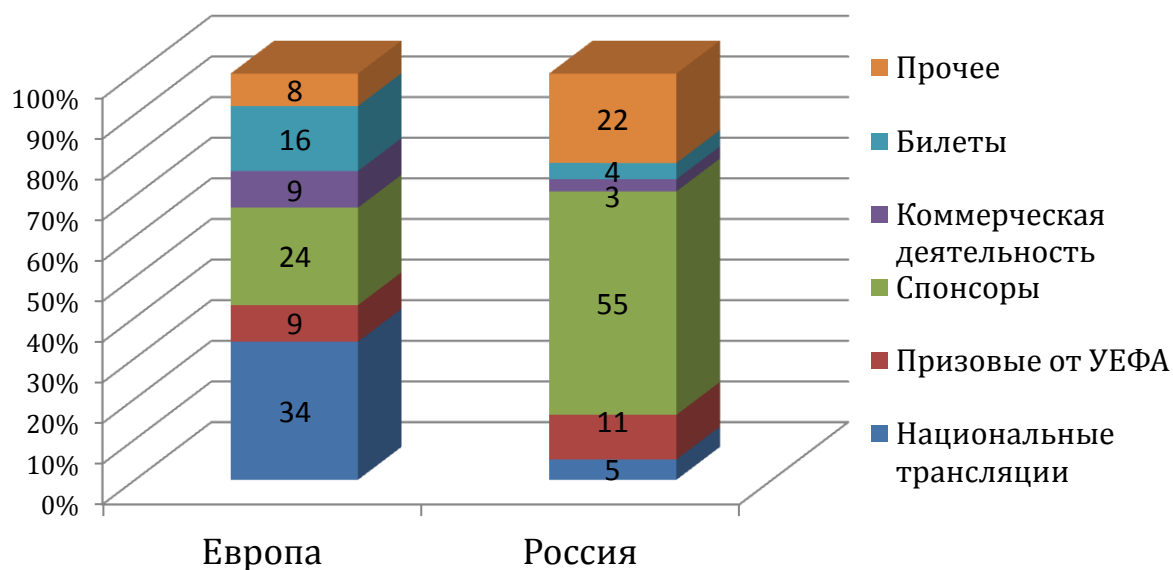


Рис. 2. Структура доходов европейских и российских футбольных клубов в сезоне 2014-2015 гг., %

Примечание. Построено автором по данным УЕФА [5] и РФС [2].

Вторым по величине доходов источником финансирования деятельности профессиональных футбольных клубов Европы являются доходы, полученные от спонсоров, на их долю приходится 24% выручки. Еще 16% средств клубы получают от реализации билетных программ. На долю коммерческой деятельности и призовых от участия в европейских турнирах приходится по 9% общей величины доходов, а прочих источников – 8%. Таким образом, структуру источников финансирования европейских футбольных клубов можно назвать диверсифицированной, способствующей стабильному функционированию.

Структура доходов отечественных футбольных клубов почти на 80% состоит из средств спонсоров и безвозмездных поступлений из бюджетов различных уровней (в диаграмме для России отнесены к статье «Прочее»). Телевизионные трансляции, являющиеся важнейшим источником доходов европейских клубов, приносят отечественным командам всего 39 млн евро, или 5% от общей величины поступлений, что говорит о низкой привлекательности отечественного чемпионата со стороны телевидения. Для сравнения, футбольные клубы Турции от телевидения получают 298 млн евро. Удельный вес доходов от продажи билетов и коммерческой деятельности соответственно в 4 и 3 раза ниже европейских показателей. Таким образом, совокупная величина самостоятельно зарабатываемых отечественными футбольными клубами денежных средств (телевидение, билеты, коммерческая деятельность, призовые) составляет чуть более 170 млн евро, что на 50 млн евро меньше, чем средняя величина дохода одного клуба английской премьер-лиги (220,3 млн евро).

В среднем на один отечественный футбольный клуб, играющий в Российской футбольной премьер-лиге (РФПЛ), приходится 27 млн евро спонсорских поступлений. По данному показателю российские клубы находятся на одном уровне с клубами из Франции и Испании (соответственно 27 и 28 млн евро соответственно), вдвое уступают Германии (55,7 млн евро) и почти в 2,5 раза – Англии (64,8 млн евро). Нужно заметить также, что для развитых европейских стран показатель включает и доходы от коммерческой деятельности.

Важно учитывать и то, что обеспеченность клубов спонсорскими поступлениями от команды к команде неравномерна. Так, по данным исследования журнала «Sports Sponsorship Insider» [7], футбольный клуб «Локомотив» за сезон 2015 г. получил от компа-

нии «Российские железные дороги» по рекламному спонсорскому контракту 4,6 млрд руб. (68 млн евро по среднегодовому курсу [7]).

Общая величина выручки футбольного клуба «Зенит» по итогам 2015 года составила почти 10 млрд руб. [8] или почти 148 млн евро по среднегодовому курсу 2015 г. При этом, по словам президента клуба А. Дюкова, в 2014 г. доходы клуба не от главного спонсора компании «Газпром» составили 80 млн долл. [9] (60,6 млн евро). Соответственно, спонсорская помощь от «Газпрома» в 2015 году составляла около 90 млн евро.

Представленные данные свидетельствуют о том, что из 405 млн евро, полученных от спонсоров российскими футбольными клубами, почти 160 млн евро, или почти 40%, — это средства государственных компаний (ПАО «РЖД» и ПАО «Газпром») на финансирование двух клубов. Соответственно, остальные 14 команд РФПЛ получили от спонсоров менее 250 млн евро или по 17,6 млн евро в среднем на один клуб.

Говоря о финансировании профессиональных футбольных клубов за счет средств государственных компаний в нашей стране, можно судить скорее о филантропическом, а не коммерческом аспекте спонсорства, как это происходило в Древнем Риме, когда «Цезарь использовал бои гладиаторов для саморекламы и завоевания голосов в свою поддержку» [10, с. 297]. Именно созданием имиджа социально активной компании можно объяснить интерес государственных монополий к финансированию профессиональных спортивных команд, в то время как ведущие мировые корпорации, спонсируя спортивные команды и мероприятия, преследуют цели увеличения продаж [11, с. 411].

Большинство отечественных команд, принимающих участие в чемпионате РФПЛ, испытывают острый дефицит внимания со стороны спонсоров. Особенно это касается региональных клубов, в большинстве своем находящихся на содержании бюджетов субъектов Федерации. Так, самарский клуб «Крылья Советов» уже на протяжении нескольких лет ищет и не может найти так называемого «якорного» спонсора, способного ежегодно выделять 700-800 млн руб. на содержание команды [12].

Отсутствие интереса спонсоров к профессиональным футбольным клубам, особенно региональным, на наш взгляд, можно объяснить несколькими обстоятельствами:

1. Невысокий уровень популярности футбола у населения. Так, по данным ВЦИОМ [13], только 16% опрошенных относят себя к футбольным болельщикам, при этом 52% респондентов вообще

безразличны к футболу. Уменьшение популярности во многом объясняется снижением уровня зрелищности. По данным того же опроса, 70% считают, что за последние три года чемпионат России стал менее интересным. Такая ситуация приводит к тому, что бизнес не считает футбол сколько-нибудь важным инструментом продвижения как компании, так и ее товаров и услуг. Исключением выглядят только команды из Москвы и Санкт-Петербурга, находящиеся на сегменте рынка, характеризующемся более высоким уровнем платежеспособного спроса и, следовательно, более привлекательном для потенциальных спонсоров. Например, у клуба «Зенит» кроме ПАО «Газпром» есть еще 25 спонсоров [10], в то время как среднее количество спонсоров российских футбольных клубов составляет 5,31 — почти в 6 раз меньше, чем в Германии (30,56) и в 2 раза меньше, чем в Турции (10,28), Испании (11,30), Франции (12,90) и Англии (13,85)[6].

2. Непрозрачность коммерческой деятельности отечественных футбольных клубов и проблема коррупции, связанной с периодически происходящими скандалами с наличием «договорных» матчей, а также при совершении сделок по переходу футболистов из клуба в клуб, в связи с чем потенциальный спонсор не может контролировать эффективность расходования выделенных денежных средств. Кроме того, наличие коррупционных скандалов может неблагоприятно отразиться на имидже и деловой репутации спонсора.

3. Проблема выстраивания долгосрочных отношений между футбольным клубом и спонсором, вызванная низким уровнем менеджмента клубов (особенно в регионах), ограниченными финансовыми возможностями потенциальных спонсоров в связи с неблагоприятной экономической конъюнктурой, а также нестабильностью демонстрируемых командами спортивных результатов, что может привести к вылету из высшей лиги чемпионата РФПЛ и, как следствие, снижению ее популярности, «медийности» и привлекательности для спонсоров.

### ***Заключение***

Проведенное исследование позволяет заключить, что степень зависимости российских профессиональных футбольных клубов от спонсоров является чрезвычайно высокой. Аналогичная российской структура доходов в Европе характерна для бывших стран «социалистического лагеря» (Чехия, Словакия, Македония, Азербайджан), а также «карликовых» государств (Лихтенштейн, Люк-

сембург) [6], которых нельзя отнести к развитым в футбольном отношении странам.

Такая несбалансированная структура доходов может нести за собой значительные риски. Так, при снижении внимания спонсоров к футболу, что может произойти при смене приоритетов компаний и их владельцев, выделяющих средства на футбол из своих бюджетов, клубам не на что будет финансировать свою деятельность. Нужно заметить, что такое уже случалось в истории российского клубного футбола с московским «Динамо» в 2007 г. и с махачкалинским «Анжи» в 2013 г. Кроме того, существует риск изменения приоритетов спонсоров после окончания чемпионата мира по футболу в 2018 г.

Одновременно с этим интерес спонсоров к российским футбольным клубам является крайне неравномерным. Если в Москве и Санкт-Петербурге клубы по числу спонсоров и объему получаемых средств могут составить конкуренцию европейским клубам, то на периферии привлечение даже одного крупного спонсора является серьезной проблемой.

В таких условиях российский профессиональный футбол должен двигаться в направлении повышения уровня прозрачности деятельности клубов, а также привлекательности со стороны болельщиков и телевидения, чему должно способствовать совершенствование спортивной инфраструктуры в рамках подготовки к чемпионату мира по футболу 2018 г.

### Литература

1. Лицензирование клубов и финансовый «фэйр-плей». URL: <http://ru.uefa.com/insideuefa/protecting-the-game/club-licensing-and-financial-fair-play/index.html>.
2. Проект Общенациональной стратегии развития футбола в РФ на период до 2030. URL: [http://www.rfs.ru/res/docs/rfs\\_strategy\\_2016\\_v3.4.pdf](http://www.rfs.ru/res/docs/rfs_strategy_2016_v3.4.pdf).
3. Рейтинг самых богатых футбольных клубов. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/consumer-business/russian/sport-football-money-league-ru-2016.pdf>.
4. Солнцев И. В. Оценка стоимости футбольных клубов и больших спортивных арен: монография. М.: Проспект, 2016. 152 с.
5. Ландшафт европейского клубного футбола. URL: [http://ru.uefa.com/MultimediaFiles/Download/Tech/uefaorg/General/02/44/68/38/2446838\\_DOWNLOAD.pdf](http://ru.uefa.com/MultimediaFiles/Download/Tech/uefaorg/General/02/44/68/38/2446838_DOWNLOAD.pdf).
6. Чек от спонсора. Какие футбольные клубы зарабатывают больше и на чем именно? URL: <https://www.sovsport.ru/football/articles/938611-chek-ot-sponsora-kakie-futbolnye-kluby-zarabatyvajut-bolshe-i-na-chem-imenno>.



7. ЦБ: рубль был слабее в 2016 году против 2015-го при заметном росте в декабре и за квартал. URL: <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=9477898>.

8. «Зенит» показал финансовый рекорд — Спорт — Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3121157>.

9. Александр Дюков: доходы «Зенита» не от «Газпрома» составляют порядка 80 млн долларов в год. URL: <https://www.rusfootball.info/pliga/1146347426-1.html>.

10. Маркетинг спорта / под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика. М.: Альпина Паблишерз. 2010. 706 с.

11. Стратегический менеджмент спортивных мероприятий / Гай Мастерман; [пер. с англ. Н. И. Беловинцевой]. М.: «Национальное образование», 2015. 512 с.

12. Кислов: «Крыльям Советов» необходимо найти якорных спонсоров. URL: <https://www.championat.com/business/news-1444867-kislov-kryljam-sovetov-neobkhodimo-najti-jakornykh-sponsorov.html>.

13. Пресс-выпуск № 3162. О русском футболе замолвите слово... // ВЦИОМ. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115793>.

*Статья поступила в редакцию 26.10.16 г.*

*Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета канд. экон. наук, доцентом С. И. Нестеровой*