

# **Modely financování sportovních klubů**

Doc. Ing. Jiří Novotný, CSc.  
KPE

# Obsah

**1. Úvod**

**2. Vývoj modelů financování sportovních klubů**

**3. Česká realita**

## Ad 1) **Úvod**

- Novodobé sportovní hnutí se začalo rozvíjet od r. 1860.
- Vesměs se jednalo o amatérské spolky, řídící se ve svém hospodaření rozpočtem, musely si vést pokladní deník.
- Pro všechny tyto formy bylo a je nezbytností hospodařit s vyrovnaným rozpočtem.
- Byly nuceny si vlastní aktivitou získávat finanční prostředky pro svojí sportovní a tělovýchovnou činnost.

# Tyršem formulované základní zásady:

- Dobrovolnost,
- svépomoc
- soběstačnost.

Amatérské pojetí se v komerčně úspěšných sportech začalo definitivně vytrácet po polovině 20.stol.

Rozlišení podstaty tělovýchovných jednot a klubů je nutno mít neustále na zřeteli při posuzování jejich chování a hospodaření.

# Vývoj modelů financování sportovních klubů

- Na problematiku vývoje příjmové struktury sportovních klubů upozornil Andreff (2000).
- rozlišuje tři vývojové fáze, které jsou charakteristické třemi modely financování:
  - **Amatérský sportovní model**, označený ASSL (tzn. Adhérents-Spectateurs-Subventions-Local)
  - **Profesionální model tradiční**, označený SSSL (Spectateurs-Subventions-Sponsors-Local)
  - **Profesionální model současný**, označený MMMMG (Médias-Magnats-Merchandising-Marchés-Global)

# Akční rádius klubu

## 1. Místní:

- Vymezený prostor vesnicí, malým městem,
- Obyvatelé většinou osobně znají hráče.

## 2. Regionální:

- Vymezený prostor sdruženými vesnicemi, okresem, krajem
- Hráče znají fanoušci je od vidění, osobně ne

## 3. Státní:

- Vymezený prostor územím státu
- Hráči jsou anonymní, ale zná je širší okruh lidí, objevují se v médiích

# Amatérský sportovní model, označený

**ASSL** (tzn. Adhérents - Spectateurs – Subventions - Local)

**Cílem klubu je trénink a rozvoj především mladých hráčů.**

## Příjmy:

- Členské příspěvky, rozhodující příjem
- Vstupné
- Dárci z blízkého okolí, tzn. vesnice, rodiče hráčů
- Parkovné, prodej občerstvení
- Sponzoři a reklama výjimečně, jen ve vyšších soutěžích
- Podpora z obecního rozpočtu
- Dotace z vyšších svazových orgánů speciálně v ČR

Vše pochází z místní – lokální úrovně



# Profesionální model: tradiční označený

## **SSSL** (Spectateurs-Subventions-Sponsors-Local)

### Příjem:

- Vstupné více jak 2/3, tvořily příjmy od diváků 81%, u nás ne
- Příspěvky regionálních samospráv (okresy, kraje).
- Příspěvky průmyslových vlastníků (patroni jako Fiat, Bayer, Phillips a Peugeot, u nás v současnosti často pivovary, či skupiny podnikatelů, dříve ČKD, Kladenské doly, Poldi Kladno, OKD, VSS, VSŽ ).
- Příjmy z reklam postupně nabývaly na významu a v 60. a 70. letech ( U nás stále rozhodující podíl).
- Firmy hledaly přímější identifikaci a image ve vztahu k cílové skupině.
- Prodej televizních práv nehrál v tradičním modelu významnou roli.

# Profesionální model: současný **MMMMG**

(Médias-Magnats-Merchandising-Marchés-Global)

- Snížil se podíl tržeb z prodeje vstupenek na 50 – 30 %,
- Klesá podíl příspěvků od místních samosprávných orgánů přímo do místních profesionálních sportovních klubů, ve většině států je to i zakázáno.
- Vzrostl podíl reklamy a sponzorských příspěvků na 20 - 25 %.
- Objevily se soukromé TV kanály, vzrostl podíl příjmů od TV.

**V současnosti se v ČR na této úrovni nevyskytuje žádný klub.**

# Otázky

1. Vysvětlete jaké rozlišujeme modely financování profesionálního sportu v Evropě.
2. Jaké základní zásady se uplatňují u amatérských klubů pro jejich ekonomické přežití?
3. Vysvětlete a uveďte příklady akčních rádiusů.
4. Jaký vysvětlete základní odlišnosti mezi financováním tradičního profesionálního modelu a moderního současného modelu uplatňovaného velkokluby. označený