

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ
ДНЕПРОПЕТРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА**

Кафедра социально-гуманитарных наук

Самошкина М.Г.

ЭКОНОМИКА СПОРТА

*учебное пособие для студентов ОКУ «Бакалавр»
направление подготовки
6.010201 «Физическое воспитание»
6.010202 «Спорт»
6.010203 «Здоровье человека»*

Днепропетровск - 2015

УДК 796/799:33
ББК 75.4я73
С 70

**Рекомендовано к изданию Ученым советом
Днепропетровского государственного института физической культуры и спорта
(протокол № 11 от «26» июня 2015 г.)**

Рецензенты:

Бобровская Елена Юрьевна – доктор наук с государственного управления, профессор, заведующая кафедрой экономики и региональной политики Днепропетровского регионального института государственного управления Национальной академии государственного управления при Президенте Украины.

Приходько Владимир Васильевич - доктор наук по физической культуре и спорту, профессор, заведующий кафедрой олимпийского и профессионального спорта Днепропетровского государственного института физической культуры и спорта.

Письменный Игорь Владимирович - доктор наук с государственного управления, доцент кафедры государственного управления Днепропетровского регионального института государственного управления Национальной академии государственного управления при Президенте Украины

Экономика спорта: учебное пособие / Днепропетровский государственный институт физической культуры и спорта. – Днепропетровск, ДГИФКиС, 2015. – 102 с. (4,8 печ лист.)

В учебном пособии по дисциплине «Экономика спорта» с современных позиций рассматриваются актуальные проблемы функционирования сферы экономики физической культуры и спорта в условиях рыночной экономики: принципы финансирования спортивной сферы и самофинансирования спортивных организаций. Излагается смысл предпринимательской деятельности в физической культуре и спорте, рассмотрены примеры бизнес-планирования, билетного бизнеса, вопросы управления и т.д. Пособие содержит вспомогательные материалы для организации самостоятельной работы студентов.

Учебное пособие предназначено для студентов дневной и заочной форм обучения вузов физкультурно-спортивного профиля, тренеров, работников сферы управления отраслью физической культуры и спорта.

35-летию
Днепропетровского государственного института
физической культуры и спорта посвящается

«Знание стало ключевым экономическим ресурсом и доминантой, и, возможно, даже единственным источником конкурентных преимуществ»

П. Друкер

«Спорт стал всеобъемлющим социальным явлением, поскольку способен влиять на все общество в целом и на все социальные структуры; он имеет отношение ко всем аспектам общественной жизни – политическому, экономическому, культурному, социальному, технологическому – и одновременно влияет на повседневную жизнь индивидов, которые создают современное общество»

М. Мосс

«Сегодня осуществляется становление глобальной спортивной экономики, которая охватывает также индустрию спортивных товаров. Одновременно зарождается и единая мировая культура спорта – культура коммерческая... Вследствии этого формируется мировая спортивная буржуазия: союз владельцев фирм – производителей товаров и развлечений (в том числе СМИ), функционеров международных спортивных организаций и, в конце концов, спортсмены мирового уровня»

Д. Андрейс

«Душа экономики знаний – непрерывное стремление к нововведениям, а источник ее силы – образование»

Л. Гейн

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
Тема 1. Физическая культура и спорт как отрасль общественного и экономического развития	12
Тема 2. Общие принципы финансирования и планирования в отрасли физической культуры и спорта	22
Тема 3. Предпринимательская деятельность в сфере физической культуры и спорта и ее организационно-правовые формы	27
Тема 4. Бизнес – планирование в спорте и спортивной индустрии	38
Тема 5. Рыночные отношения и система социальных гарантий в сфере физической культуры и спорта	49
Тема 6. Финансовый менеджмент в сфере физической культуры и спорта	62
Темы докладов и рефератов	79
Краткий терминологический словарь	81
Вопросы для повторения	94
Список литературы	98

ВВЕДЕНИЕ

Физическая культура и спорт в современном мире столкнулись с целым рядом внешних вызовов обусловленных процессом глобализации; стали неотъемлемой составляющей жизнедеятельности общества, важным способом создания и проявления национальной идентичности и борьбы между сообществами. Спорт как важный социальный феномен сегодня охватывает все уровни современного социума, влияя на основные сферы жизнедеятельности общества: национальные отношения, деловую жизнь, социальное положение, моду, этнические ценности; формирует соответствующий способ в жизни людей. Сегодня мы наблюдаем процесс развития разветвленной индустрии спорта, связанной с глобализацией спортивной деятельности, созданием международных спортивных организаций (ассоциаций, федераций, союзов и т.д.) и формирования нормативно-правовой основы их деятельности. Все это обуславливает интерес представителей всех социально-гуманитарных наук, чиновников государственных структур, профессионалов сферы средств массовой информации, представителей различных групп гражданского общества, а также специалистов в области физической культуры и спорта. Интерес последних обусловлен следующим:

- историко-социологический анализ процессов становления физической культуры и спорта дает возможность на основании изучения различных исторических этапов становления этого явления понять его природу, внутреннюю логику развития, определить тенденции его дальнейшей эволюции;

- необходимостью всесторонне изучить и раскрыть роль и место физической культуры и спорта в обществе; в процессе формирования гармонично развитой личности; постичь их гуманистический потенциал;

- возможностью оценить и использовать имеющийся исторический опыт в области развития физической культуры и спорта;

- потребностью в разработке адекватной политики нашего государства в области развития физической культуры и спорта;

- возможностью использовать спорт как инструмент для транслирования и распространения идей мира, взаимопонимания и необходимости мирного сосуществования;

- развитием разветвленной индустрии спорта, связанной с глобализацией спортивной деятельности;

- созданием международных спортивных организаций (ассоциаций, федераций, союзов и т.д.) и формирования нормативно-правовой основы их деятельности.

В условиях трансформационной экономики приоритетными для физкультурно-спортивного движения являются развитие и использование новейших знаний экономической, управленческой и организационной науки, что позволяет поэтапно осуществлять переход в практике решения физкультурно-спортивных проблем на механизмы менеджмента и маркетинга, на современные социальные технологии и на балансовые методы экономических расчетов.

В сфере физической культуры и спорта в современной Украине сегодня имеются сильные организационно-управленческие и финансово-экономические позиции:

- Реальная собственность (спортивные сооружения: стадионы, дворцы спорта, бассейны, спортивные залы и т.д.). В натуральном и стоимостном выражении это огромное хозяйство, оцениваемое более чем в 2,5 млрд. долл.

- Закрепленный законодательством и многолетней деловой практикой нормативно-правовой статус, естественно, нуждающийся в корректировке в соответствии с требованиями нашего времени.

- Уже сложившаяся территориально-ведомственная разветвленная организационная структура, владеющая, может быть, и недостаточно эффективной, но вполне реальной технологией физкультурно-спортивной деятельности.

- Обособленный финансово-экономический механизм (планирование, формирование и распределение финансовых средств).

- Наличие учебных заведений по подготовке компетентных кадров (училища, колледжи, вузы).

- Система подготовки спортивного резерва (спортивные школы, центры олимпийской подготовки, училища олимпийского резерва).

Все отмеченное можно считать базой устойчивости сферы физической культуры и спорта.

Оптимизация физкультурно-спортивной работы на верхнем уровне управления касается таких организационно-экономических сегментов, как:

1. Управление собственностью (инвентаризация физкультурно-спортивного имущества, оценка технического состояния, оценка эффективности использования, арендные отношения, прозрачность принятия решений и др.).

2. Нормативная экономика (нормы отчислений, дотации, льготы, взносы, эффективность бизнеса и др.).

3. Бюджетная политика в сфере физической культуры и спорта (баланс доходов и расходов, финансовый менеджмент, стратегия финансового развития, эксплуатационные расходы в физкультурно-спортивной системе, бизнес-политика).

4. Новые технологии управления (качество информационной системы и ее ресурсы, «человеческий фактор», приемы реагирования на изменение условий, «переговорный процесс», учет рисков, балансовые расчеты эффектов и ущербов и др.).

5. Инновационная ориентация сферы физической культуры и спорта – направленность на поддержку учебно-тренировочных процессов, программ инновационного развития в образовании, на обновление методов физкультурно-спортивной работы.

Экономика физической культуры и спорта – это дисциплина, которая изучает экономические отношения в данной отрасли, разрабатывает механизмы

для эффективного управления, производства спортивных товаров, услуг, мероприятий, продукции (mas-media).

В ходе коренных социально-экономических преобразований экономика физической культуры и спорта приобретает качественно новое развитие, которое требует глубоких экономических знаний и осмысления современных реалий в условиях глобализационных процессов.

Целью учебной дисциплины является формирование у студентов научно-методической базы, необходимой для овладения основами экономических знаний в сфере физической культуры и спорта, социального управления физкультурно-спортивными организациями в условиях рыночных отношений, совершенствование хозяйственного механизма деятельности физкультурных и спортивных организаций, принятие экономически обоснованных управленческих решений, наиболее рациональное использование всех ресурсов отрасли – финансовых, материальных, экономических и трудовых, - овладение студентами знаниями и умениями системного анализа современных экономических отношений в отрасли «Физическая культура и спорт» с учетом взаимосвязи макро- и микроэкономики.

Практика показывает, что только обоснованные управленческие решения позволяют успешно достигать общих и конкретных целей, которые ставят перед собой физкультурные и спортивные организации по развитию массовой физкультурно-оздоровительной работы и спорта высших достижений. Нередко достижение таких целей оказывается нереальным вследствие экономических просчётов или нерационального, неумелого использования имеющихся средств.

Для достижения цели предусматривается решение следующих основных задач:

- сформировать современные знания и навыки применения основ экономической теории в практической хозяйственной деятельности руководителя сферы физической культуры и спорта;

- ознакомить студентов с основными аспектами управления в сфере физической культуры и спорта

- ознакомить студентов с основами предпринимательства и бизнеса в спорте;

- сформировать комплексное представление о физической культуре и спорте как об отрасли народного хозяйства, производящей многообразные социально-культурные услуги; умение эффективно применять механизмы рыночной экономики в практике деятельности различных физкультурно-спортивных организаций.

В результате изучения дисциплины «Экономика спорта» студенты должны:

знать:

- место и роль дисциплины «Экономика спорта» в системе подготовки специалистов сферы физической культуры и спорта, возможности применения полученных знаний в сфере современной спортивной индустрии;

- экономическую составляющую влияния физической культуры и спорта на оздоровление населения как одного из важнейших факторов, определяющих рост производительности труда в национальном хозяйстве;

- суть предпринимательской деятельности в сферах физической культуры и спорта, ее организационно-правовые формы и особенности реализации;

- основное содержание бизнес-плана, его структуру, характеристику составляющих и пути его реализации в спортивной индустрии;

- основные характеристики рыночных отношений и системы социальных гарантий в сфере физической культуры и спорта;

- суть и характерные черты предпринимательской деятельности спортивных менеджеров, экономические функции менеджмента, функции финансового менеджера спортивных организаций.

уметь:

- правильно определить место и роль дисциплины «Экономика спорта» в системе подготовки специалистов сферы физической культуры и спорта,

раскрывать взаимосвязь данной области знания с другими науками; определять возможности применения полученных знаний в сфере современной спортивной индустрии;

- определять основные показатели хозяйственной деятельности субъектов физической культуры и спорта;

- осуществлять предпринимательскую деятельность в сфере физической культуры и спорта; правильно моделировать ее организационно-правовые формы и особенности реализации;

- составлять бизнес-план для отдельного субъекта хозяйствования и реализовывать его в сфере физической культуры и спорта;

- определять характерные черты рынка физкультурно-спортивных услуг, анализировать факторы, которые влияют на уровень предложения и спроса на физкультурно-спортивные услуги, охарактеризовать структуру рынка физкультурно-спортивных услуг;

- пользоваться установленными государством формами социальной защиты в сфере физической культуры и спорта;

- оптимизировать управленческую деятельность в сфере физической культуры и спорта; максимально реализовывать функции финансового менеджера в спортивных организациях;

- ориентироваться в особенностях налогообложения в сфере физической культуры и спорта; регулировать отношения со спонсорами и меценатами.

Главным вопросом подготовки будущих специалистов для сферы физической культуры и спорта является вопрос о том, какими качествами должен обладать выпускник учебного заведения, готовящий себя к деятельности в сфере физической культуры и спорта. Исходя из этого сегодня необходимо применять такие формы и методы подготовки студентов, которые могли бы развивать интуицию, самостоятельность, творчество и логику мышления.

Основная идея модернизации процесса профессиональной подготовки специалистов в сфере физической культуры и спорта состоит в том, чтобы как

минимум создать условия, позволяющие студентам в учебно-воспитательном процессе вуза развить креативное мышление, творчески осмысливать и осваивать инновационные технологии физического воспитания, а как максимум – создать жизнеспособную развивающуюся педагогическую систему, основанную на инновационных технологиях научно-педагогического образования, которые позволят достигнуть современного качества подготовки специалиста нового типа, обладающего знаниями, умениями и навыками педагога-новатора, педагога-ученого, управленца.

Очень важный момент в процессе подготовки специалистов в сфере физической культуры и спорта новой формации – учет динамики изменения качества профессионального становления, профессиональной компетенции и профессионального инновационного мышления в предметной области; готовность к непрерывному образованию, стремление быть конкурентоспособными в своей профессиональной деятельности. Решение этих задач очень тесно взаимосвязано с усилением гуманитарной составляющей высшего образования физкультурно-спортивного профиля, в том числе с овладением современными экономическими знаниями в условиях глобализационных процессов и коммерциализации физкультурно-спортивной деятельности.

Тема 1
**Физическая культура и спорт как отрасль общественного и
экономического развития**

П л а н

1. Роль и значение физической культуры и спорта в экономическом развитии общества.
2. Экономика физической культуры и спорта как наука.
3. Методы исследования, используемые в экономике физической культуры и спорта.
4. Экономические отношения в области физической культуры и спорта: потребности, формирующие спрос физической культуры и спорта; сущность экономических отношений в области физической культуры и спорта.

Л и т е р а т у р а

1. Борисова О.В. Современный профессиональный спорт и пути его развития в Украине: монография / О.В.Борисова. – Киев: Центр учебной литературы, 2011.
2. Галкин В.В. Экономика и управление физической культурой и спортом: Учебное пособие для вузов / В.В.Галкин, Ростов-на-Дону; Феникс, 2006.
3. Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес: учебное пособие / В.В. Галкин, М.: КНОРУС, 2006.
4. Дутчак М.В. Підготовка фахівців з менеджменту і управління спортом для всіх у зарубіжних країнах / М.В. Дутчак // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту:[наукова монографія / ред. проф. Єрмаков С.С.]. – Х.: ХДАДМ (ХХІІІ), 2009. - № 3.
5. Дутчак М.В. Теоретичні основи формування системи підготовки менеджерів спорту для всіх в Україні / М.В.Дутчак// Спортивний вісник Придніпров'я. – 2009. - №1.

6. Дутчак М.В. Методи та форми державного регулювання ринкових відносин у сфері фізичної культури і спорту / М.В. Дутчак, Ю.П. Мічуда // Теорія і методика фізичного виховання і спорту. – 2010. - № 1.
7. Ільчук Л. Соціальний компонент економічної безпеки: політологічний аспект / Л. Ільчук // Політичний менеджмент. – 2010. - № 5.
8. Корогод Л.П. Спорт в умовах глобалізації: головні напрями соціально-гуманітарних досліджень / Л.П.Корогод // Людина і світова глобалізація: перспективи на межі розвитку: тези Міжнародної наукової конференції / Дніпропетровськ: ДНУЗТ ім. акад. В.Лазаряна, 2012.
9. Леонов Я.В. Внутренний ресурс развития сферы физической культуры и спорта в новой экономике Украины / Я.В. Леонов, И.И. Приходько, Г.Н. Путятин // Теория и практика физической культуры. – 2013. - № 3.
10. Лисенко І.А. Система забезпечення післядипломної фізкультурної освіти / І.А. Лисенко // Олімпійський спорт і спорт для всіх: Матеріали ІХ Міжнар. наук. конгр. – К.: Олімп. л-ра, 2005.
11. Лукашук В. Трансформація спорту: від забави до індустрії / В.Лукашук // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2009. - № 2.
12. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта. 2-е изд. – М.: Советский спорт, 2005.
13. Мічуда Ю.П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку: закономірності функціонування та розвитку / Ю.П. Мічуда. – К.: Олімпійська література, 2007.
14. Москаленко В.В. Економічна культура особистості: соціально-психологічний аспект / В.В.Москаленко, Ю.Ж. Шайгородський, О.О.Міщенко. – К.: Вид-во «Центр соціальних комунікацій», 2012.
15. Мудрик В.И. Организационно-управленческие основы физической культуры и спорта: учебные и справочные материалы / В.И. Мудрик, Ю.П. Мичуда, С.А. Заветный. – Харьков: Вид. ХНАДУ, 2008.
16. Орлов А.В. Спорт и спортивная индустрия: Государственное управление. Менеджмент. Маркетинг: монография / А.В. Орлов. – М.: Риалтекс, 2011.

17. Приймак М. Шляхи вдосконалення організації підвищення кваліфікації фахівців спорту для всіх / М. Приймак // Спортивний вісник Придніпров'я. – 2014. - № 3.
18. Ринкові відносини та підприємництво у сфері фізичної культури і спорту: навч. посібник / за ред. Мічуда Ю.П. – К.: Олімпійська література, 1995.
19. Сергеев А. Програмно-цільовий компонент у системі управління сферою фізичної культури і спорту / А. Сергеев, Л. Сергеева // Спортивний вісник Придніпров'я. – 2014. - № 3.
20. Формування гуманістичного світогляду молоді у сфері фізичної культури і спорту: Науково-методичний посібник / За ред. Л.П. Корогод – Дніпропетровськ: ДДФКіС, 2012.

1. Роль и значение физической культуры и спорта в экономическом развитии общества

Развитие физической культуры и спорта как отрасли общественного и экономического развития напрямую связано с разработкой и использованием эффективных, соответствующих современным международным стандартам и адекватным потребностям различных групп населения законодательной, финансово-экономической, культурно-информационной поддержки со стороны государства, организационно-управленческих технологий, спортивной социализации и вовлечения в систематические спортивно-оздоровительные занятия наибольшего количества населения Украины.

Понимание того, что будущее любого государства в значительной мере определяется здоровьем его граждан, приводит к усилению роли физической культуры и спорта в деятельности по укреплению здоровья населения.

Общекультурные и социально-экономические функции физической культуры и спорта в современной научной литературе сегодня определяются следующим образом: оздоровительная, образовательная, идеологическая, политическая, воспитательная, нормативная, социальная, культурная, творческая, аксеологическая, информационная.

Физическая активность и спорт все больше шире проникают во все сферы деятельности людей и становятся неотъемлемой частью жизнедеятельности мировой цивилизации.

Физическая культура является важнейшим фактором поддержания и укрепления здоровья людей, совершенствования их культуры, способом общения, активного проведения досуга, альтернативой вредным привычкам.

Гигантскими темпами развивается в последние десятилетия и спорт высших достижений, превращаясь в целую индустрию спортивных и зрелищно-массовых мероприятий.

Физическая культура и спорт интенсивно воздействуют на экономическую жизнь государства, то есть на качество рабочей силы, на структуру потребления и спроса, на поведение потребителей, на внешнеэкономические связи, туризм и другие экономические показатели.

Экономическая роль физической культуры и спорта наиболее ярко определяется по таким основным направлениям, как:

- физическая активность и оздоровительные массовые мероприятия сводят к минимуму экономические потери во всех сферах жизнедеятельности общества (т.е. это альтернатива вредным привычкам, что оказывает мощное деструктивное воздействие на экономическую систему);

- физическая активность - это значимый фактор увеличения продолжительности жизни населения, что позитивно влияет на повышение трудоспособного возраста людей;

- физическая культура и спорт - это один из компонентов подготовки качественных трудовых ресурсов, а следовательно и фактор обеспечения экономического роста (национального хозяйства);

- физическая активность, спорт и туризм в настоящее время является важнейшей сферой широкой предпринимательской деятельности, что обеспечивает, с одной стороны, занятость многих людей в отраслях спортивной индустрии и туристического комплекса; с другой стороны,

предпринимательство в этой отрасли пополняет бюджет за счет налоговых поступлений для решения социальных проблем.

2. Экономика физической культуры и спорта как наука

Экономика физической культуры и спорта представляет собой прикладную дисциплину, входящую в комплекс экономических наук.

Экономика физической культуры и спорта - это наука, изучающая методы решения хозяйственно-практических задач, возникающих в сфере спортивных отношений по использованию материальных, трудовых, финансовых ресурсов, как на уровне отдельных спортивных звеньев, так и общества в целом.

Принято подразделять спорт на профессиональный и любительский. Поэтому экономика физической культуры и спорта как наука изучает хозяйственные отношения в спортивной области по всем направлениям на двух уровнях:

- а) на общегосударственном и международном (макроуровень);
- б) на уровне отдельных спортивных и физкультурных организаций, клубов, федераций и других объединений с различными формами собственности и источниками финансирования (микроуровень).

Таким образом, макроэкономика спорта представляет совокупность показателей уровня финансирования и доходов спортивных организаций и учреждений страны или стран мира, общее количество спортсменов, тренеров, спортивных сооружений и т.д. Она также выявляет тенденции развития физической культуры и спорта и вырабатывает меры по государственному регулированию экономических отношений в спортивной сфере.

Микроэкономика спорта концентрирует внимание на экономическом поведении отдельных звеньев в области физической культуры и спорта, исследует деятельность обособленных структурных единиц (отдельных индивидов, а также спортивных организаций всех видов и организационно-правовых форм).

Экономика физической культуры и спорта призвана решать следующие задачи:

- накапливать и систематизировать экономические знания в области физической культуры и спорта;
- генерировать (обобщать) новые знания и исследования в области физической культуры и спорта;
- выявлять и формулировать экономические проблемы, возникающие в процессе развития хозяйственных отношений в сфере физической культуры и спорта, также указывать пути их решения;
- определять тенденции развития экономических процессов в отечественном и зарубежном спорте, прогнозировать их направление и динамику;
- выдавать практические рекомендации по повышению эффективности хозяйственных экономических отношений в физической культуре и спорте.

3. Методы исследования используемые в экономике физической культуры и спорта

Исследование теоретических и практических аспектов экономики физической культуры и спорта проводится при помощи специальных *методов научного познания*, которые органически сочетаются и дополняют друг друга.

Это **сравнительно исторический метод**, который позволяет:

- выявить и сопоставить уровни в развитии изучаемых явлений и процессов;
- установить происшедшие в них изменения;
- определить тенденции и закономерности развития физической культуры и спорта в контексте общего экономического развития.

В экономике физической культуры и спорта широко применяются методы **анализа и синтеза**, когда целостная экономическая система подвергается разъединению на составные части с целью выявления их структуры, строения, свойств, признаков. И в тоже время используется метод синтеза. Т.е. объединение различных элементов в единую систему.

Конкретно это выражается в рассмотрении экономических вопросов физической культуры и спорта как составной части рыночной экономики в целом, а система мер по государственному регулированию спортивных отношений взаимоотношается с общей государственной регламентацией хозяйственных процессов в стране и является ее неотъемлемой частью.

В экономике физической культуры и спорта также используется **метод научной абстракции**, когда объект исследования освобождается от частного, подчас, случайного, и находится в этом объекте существенное, постоянное, типичное.

По экономическим вопросам физической культуры и спорта для иллюстрации тенденций и закономерностей используются такие способы представления данных, как **графики, таблицы, диаграммы**. С их помощью проводится:

- экономический анализ различных процессов;
- устанавливаются взаимосвязи явлений;
- используется инструментарий математики, информационно-компьютерных технологий.

В целом в экономике это представляет собой рационалистический метод (особенно при создании новой модели хозяйствования).

4. Экономические отношения в области физической культуры и спорта:

а) потребности, формирующие спрос физической культуры и спорта;

б) сущность экономических отношений в области физической культуры и спорта

Экономические отношения – это отношения, которые возникают в связи с удовлетворением потребностей, и удовлетворяется потребность только через отношения.

Потребность - это нужда индивидуума в чем-либо. И выступает она в качестве движущей силы и побудительного мотива в достижении какой-либо цели. Осознанные потребности преобразуются в интересы, т.е. реальные

причины социальных и экономических действий. Таким образом, потребности превращаются в спрос, т.е. желание и способность покупать товары и услуги. Спрос порождает ответную реакцию со стороны производителей – разработать, произвести и поставить на рынок товары и услуги спортивного назначения и удовлетворить потребность общества.

Одной из базовых гуманистических ценностей личности и общества в целом является здоровье. Наилучшим способом сохранить или восстановить здоровье, продлить трудоспособный возраст, активность человека в общественной жизни и на производстве является физическая культура и спорт. Поэтому здоровье как отдельного человека так и общества в целом – категория как медицинская так и экономическая. Здоровье – потребность, а не только необходимость.

Все потребности индивидуума, семьи, коллектива, общества удовлетворяются через экономические отношения.

Экономические отношения в области физической культуры и спорта разносторонние и многогранны. Сущность их в том, что они включают в себя всю совокупность хозяйственных отношений по поводу производства и купли-продажи спортивных товаров и услуг, экономические взаимоотношения спортивных клубов, федераций, спортивных обществ, отдельных спортсменов и тренеров между собой и во взаимодействии с болельщиками.

Важной отраслью экономических отношений также являются спортивные рынки труда и финансовых инвестиций, система оплаты труда и премирования спортсменов и тренеров, система социального страхования и пенсионного обеспечения.

В современной практике нашего государства экономические отношения в физической культуре и спорте на рыночной основе только начинают формироваться; в стадии становления находится индустрия спорта, спортивного предпринимательства, туризма и их инфраструктуры. Только в последние годы стали появляться: спортивные профессиональные союзы и ветеранские организации; отрабатываются схемы страхования спортсменов от

различных рынков и травм; вырабатываются цивилизованные формы трансфертов спортсменов в иностранные и национальные спортклубы.

Происходят позитивные сдвиги в области спортивной инфраструктуры, т.е. формируется отрасль производства, базирующаяся на спортивных массовых мероприятиях. Возникают фирмы, которые специализируются на:

- поиске отечественных и зарубежных спонсоров для отдельных спортсменов, клубов, сборных команд и команд мастеров;
- предоставлении спортсменам и тренерам сервисных услуг в зарубежных турне;
- пенсионном обеспечении спортсменов по индивидуальным схемам;
- страховании спортсменов;
- юридическом обслуживании спортсменов и спортивных организаций;
- трудоустройстве спортсменов и тренеров.

При формировании рыночных отношений в становлении спортивной индустрии и создании рынков спортивных услуг еще не все проходит гладко и своевременно. Несовершенная законодательная база мешает развитию меценатства и спонсорства в спорте, формированию эффективной системы правовой и социальной защиты спортсменов и тренеров. Пока далеки от совершенства схемы налогообложения производителей спортивных товаров и услуг, принципы финансирования спортивного образования.

И все-таки наметившиеся позитивные перемены в этой важнейшей сфере экономических отношений позволяют говорить и задуматься о будущих благоприятных перспективах спортивной украинской индустрии и ее инфраструктуре.

Контрольные вопросы к теме 1

1. Охарактеризуйте значение физической культуры и спорта для экономики и общества.
2. Охарактеризуйте влияние физической культуры на рост производства.
3. Дайте определение - экономика физической культуры и спорта как наука.
4. Назовите два уровня экономики физической культуры и спорта как науки (микро- и макроэкономика).
5. Назовите задачи экономики в сфере физической культуры и спорта.
6. Перечислите методы исследования экономики физической культуры и спорта как науки.
7. Назовите потребности, которые формируют спрос в сфере физической культуры и спорта.
8. Проанализируйте сущность экономических отношений в сфере физической культуры и спорта.
9. Проанализируйте формирование спортивной инфраструктуры.

Тема 2

Общие принципы финансирования и планирования в отрасли физической культуры и спорта

П л а н

1. Общие принципы финансирования физической культуры и спорта.
2. Государственное финансирование физической культуры и спорта (прямое и косвенное).
3. Осуществление планирования в физической культуре и спорте.

Л и т е р а т у р а

1. Галкин В.В. Экономика физической культуры и спорта: учебное пособие для высших и средних профессиональных учебных заведений физической культуры / В.В. Галкин, В.И. Сысоев – Воронеж, – 2009.
2. Костенко С.А. Экономические аспекты системы медицинского обеспечения спортсменов и лиц, занимающихся физической культурой и спортом / С.А. Костенко // Теория и практика физической культуры. – 1999. - № 4.
3. Кутепов М.Е. Менеджмент в зарубежном спорте: Курс лекций / М.Е. Кутепов. - М.: Российский фонд поддержки малых предприятий в науке и научном обследовании; Школа спортивного бизнеса ТЦОЛИФК, 1999.
4. Золотов М.И. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта: учебное пособие для студентов высших педагогических учебных заведений / М.И.Золотов, В.В.Кузин, М.Е.Кутенов, С.Г.Сейранов. - М: Академия, 2001.
5. Любимов С.В. Экономическая эффективность занятий оздоровительной физической культурой / С.В. Любимов, Г.И. Любимова // Теория и практика физической культуры. - 1999. - № 4.
6. Спорт и образ жизни: сб. статей / Под ред. М.И.Сафонова. – М.: Физкультура и спорт, 1989.
7. Шааф Ф. Спортивный маркетинг / Ф. Шааф. - М.: Филин, 1999.
8. Галкин В.В. Экономика и управление физической культурой и спортом: Учебное пособие для вузов / В.В.Галкин. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2006.

9. Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес: учебное пособие / В.В.Галкин. - М.: КНОРУС, 2006.
10. Экономика физической культуры и спорта: Учебн. пособие для институтов физкультуры / Под ред. В.И.Агеевца. - М.: Физкультура и спорт, 2003.

1. Общие принципы финансирования физической культуры и спорта

Источники и способы финансирования спортивных организаций очень разнообразны и неоднородны. Денежные ресурсы на развитие физической культуры и спорта выделяются государственными органами, профсоюзными организациями, внебюджетными фондами, муниципалитетами. Кроме того, средства на физическую культуру и спорт поступают по линии международных, спортивных, благотворительных, научных организаций, а также от меценатов и спонсоров.

Многие спортивные клубы и организации осуществляют предпринимательскую деятельность, т.е. издают газеты, журналы, справочники, выпускают сувениры, значки, вымпелы и другую спортивную символику, продают права на теле- и радиотрансляцию соревнований и интервью, осуществляют трансферты (от франц. транс- передача), или куплю-продажу спортсменов и т.д.

Таким образом основные источники финансирования представляют собой 5 основных групп:

- государственное финансирование, осуществляемое из государственного и местного бюджетов;
- самофинансирование, осуществляемое спортивными организациями за счет собственной предпринимательской деятельности и спонсоров.
- финансирование по линии внебюджетных фондов, образовательных учреждений и профсоюзов.
- финансирование по линии олимпийских комитетов и международных спортивных организаций.

- поступления от благотворительной деятельности(меценатства) отдельных граждан и организаций.

2. Государственное финансирование физической культуры и спорта (прямое и косвенное)

В связи с чрезвычайной важностью физической культуры и спорта для экономики и общества эта сфера на законодательном уровне обеспечивается по прямому и косвенному государственному финансированию.

В виде прямого финансирования государство выделяет средства из бюджетов всех уровней на содержание управленческого аппарата, на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, на спортивное образование и содержание спортивных команд.

В виде прямого участия государства финансируется строительство стадионов, бассейнов, спортивных и туристических комплексов, Олимпийской деревни, возводятся спортплощадки и гимнастические залы, обеспечивается ремонт и содержание существующих объектов спортивного назначения, финансируются местные соревнования (местные бюджеты).

В виде косвенного финансирования в законодательном порядке государство предусматривает льготное налогообложение и кредитирование, частичное или полное освобождение платы таможенных пошлин. Это равноценно финансовой помощи и позволяет спортивным организациям работать на более выгодных экономических условиях.

Государственное финансирование осуществляется на основе разработанных перспективных планов, которые формируются на всех уровнях, т.е. федеральном, республиканском, областном, муниципальном, районном, а также отдельных спортивных организаций. Все планы согласуются, образуя целостный единый план государственного развития сферы физической культуры и спорта с обоснованием выделения денежных средств на запланированное.

3. Осуществление планирования в физической культуре и спорте

Планирование обеспечивает целенаправленное и согласованное развитие физической культуры и спорта на основе единого плана в целях физического совершенствования, как личности, так и общества.

С помощью планирования в сфере физической культуры и спорта решаются следующие задачи:

- определяются общие направления и выделяются приоритеты развития физической культуры и спорта в стране на долгосрочную и краткосрочную перспективу;

- устанавливается численность аппарата управления физической культурой и спортом;

- устанавливается количество научно-исследовательских организаций в области спорта и вырабатываются перспективные направления на основе прогресса в сфере физической культуры и спорта;

- определяется оптимальная численность занятых в этой отрасли кадров;

- обеспечивается комплексное развитие всех элементов единой системы физической культуры и спорта;

- устанавливаются ориентиры по дальнейшему повышению уровня мастерства всех участников спортивных отношений;

- приводятся в соответствие с финансовыми и материальными ресурсами все запланированные мероприятия.

На основе утвержденных правительством планов формируются бюджеты соответствующих уровней по статьям расходов на спортивные мероприятия.

Федеральный или государственный бюджет финансирует наиболее значимые для государства направления, т.е. оплату центрального аппарата управления, высшие и средние специальные учебные заведения физической культуры, выделяет средства на фундаментальные научные исследования.

Местные бюджеты финансируют соревнования на первенство города и области, на покупку спортивного инвентаря, на содержание спортивных школ и

спортивных команд, выплачиваются стипендии отдельным спортсменам, оказывается помощь ветеранским спортивным организациям.

За счет областных, районных бюджетов ведется строительство и ремонт спортивных площадок и сооружений в жилых районах города и в сельской местности.

Контрольные вопросы к теме 2

1. Назовите источники финансирования сферы физической культуры и спорта.
2. Какие Вы знаете основные группы финансирования сферы физической культуры и спорта?
3. Охарактеризуйте государственное финансирование сферы физической культуры и спорта.
4. Проанализируйте прямое государственное финансирование сферы физической культуры и спорта.
5. Охарактеризуйте косвенное государственное финансирование сферы физической культуры и спорта.
6. Охарактеризуйте планирование в сфере физической культуры и спорта.
7. Охарактеризуйте финансирование сферы физической культуры и спорта из государственного бюджета согласно планирования.
8. Охарактеризуйте финансирование сферы физической культуры и спорта из городского бюджета согласно планирования.

Тема 3

Предпринимательская деятельность в сфере физической культуры и спорта и ее организационно-правовые формы

П л а н

Занятие 1

1. Самофинансирование в физической культуре и спорте.
2. Движущие мотивы предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта.
3. Основные направления предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта.
4. Особенности предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта.

Занятие 2

1. Индивидуальные предприниматели и единоличное владение (трейдеры)
2. Хозяйственные товарищества (партнерства)
3. Акционерные общества
4. Некоммерческие физкультурно-спортивные организации
5. Банкротство спортивных организаций

Л и т е р а т у р а

1. Галкин В.В. Экономика физической культуры и спорта: учебное пособие для высших и средних профессиональных учебных заведений физической культуры / В.В.Галкин, В.И. Сысоев. – Воронеж, – 2009.
2. Галкин В.В. Экономика и управление физической культурой и спортом: Учебное пособие для вузов / В.В.Галкин. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2006.
3. Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес: учебное пособие / В.В.Галкин, М.: КНОРУС, 2006.
4. Золотов. М.И. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта: учебное пособие для студентов высших педагогических учебных заведений / М.И.Золотов, В.В.Кузин, М.Е.Кутенов, С.Г.Сейранов. - М: Академия, 2001.

5. Костенко С.А. Экономические аспекты системы медицинского обеспечения спортсменов и лиц, занимающихся физической культурой и спортом / С.А. Костенко // Теория и практика физической культуры. – 1999. - № 4.
6. Кутепов М.Е. Менеджмент в зарубежном спорте: Курс лекций / М.Е. Кутепов. - М.: Российский фонд поддержки малых предприятий в науке и научном обследовании; Школа спортивного бизнеса ГЦОЛИФК, 1999.
7. Лукашук В. Трансформація спорту: від забави до індустрії / В.Лукашук // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2009. - № 2.
8. Любимов С.В. Экономическая эффективность занятий оздоровительной физической культурой/ С.В. Любимов, Г.И. Любимова // Теория и практика физической культуры. - 1999. - № 4.
9. Починкин А.В. Становление и развитие профессионального коммерческого спорта в России. – М.: Советский спорт, 2006.
- 10.Рожков П.А. Развитие физической культуры и спорта в современном мире: организационно-управленческие, финансовые и нормативно-правовые проблемы: Монография / П.А. Рожков. – М.: Советский спорт, 2002.
- 11.Спорт и образ жизни: сб. статей / Под ред. М.И. Сафонова. – М.: Физкультура и спорт, 1989.
- 12.Шааф Ф. Спортивный маркетинг / Ф. Шааф. - М.: Филин, 1999.
- 13.Экономика физической культуры и спорта: Учебн. пособие для институтов физкультуры / Под ред. В.И.Агеевца, М.: Физкультура и спорт, 2003.

Занятие 1

1. Самофинансирование в физической культуре и спорте

Самофинансирование, т.е. самостоятельное привлечение денежных средств из всех возможных источников для собственных нужд, осуществляется в физической культуре и спорте за счет предпринимательской деятельности.

Это инициативная самостоятельная деятельность индивидов и объединений, связанная с коммерческим риском и направленная на получение прибыли.

То есть предприниматель – это лицо, которое принимает на себя весь риск в каком-либо виде бизнеса, результатом которого могут быть как прибыли так и убытки.

На сегодня (при рыночном отношении) коммерческая деятельность глубоко проникла в современный спорт, во многом изменила структуру и организацию соревнований, чемпионатов, систему оплаты и обслуживания спортсменов, тренеров и арбитров. Без этого бизнеса немислимы современным профессиональным спортсменам и крупнейшие мировые события - Олимпийские игры, чемпионаты мира, Европы и т.д.

Большие гонорары спортсменов, тренеров и спортивных менеджеров придают коммерческому спорту более высокий общественный статус. Мировые чемпионаты и Олимпийские игры самые популярные и высокодоходные мероприятия в международном телебизнесе, рекламе, туристической деятельности.

Значительная часть молодежи во всех странах мира выбирает в настоящее время спорт, надеясь раскрыть свой потенциал и талант, приобрести богатство и славу.

2. Движущие мотивы предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта

Движущими мотивами предпринимательской деятельности в спорте являются:

- желание работать в спортивном бизнесе, отдавая себя той деятельности, к которой чувствуешь призвание;
- потребность в самореализации и самоутверждении через получение прибыли;
- раскрытие своего творческого и личностного потенциала посредством самостоятельного ведения дел.

Но предпринимательскую деятельность в спорте может осуществлять не каждый желающий, а лишь дееспособные лица, т.е. те, которые своими действиями приобретают права и возлагают на себя обязанности.

К тому же они должны получить специальное разрешение – лицензии государственных органов, так как их деятельность связана с предоставлением образовательных услуг, массажа и спортивно-медицинских консультаций.

3. Основные направления предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта

Предпринимательская деятельность в спорте осуществляется в трех основных направлениях:

1) в сфере индивидуального предпринимательства, т.к. в настоящее время большинство профессиональных спортсменов и тренеров выступают на спортивных рынках труда как частные предприниматели;

2) отдельные спортивные клубы, лиги, федерации и иные организации;

3) предприятия специализирующиеся на производстве спортивных товаров, услуг и информации.

Каждое из этих направлений предпринимательской деятельности осуществляется в специальной, установленной законом форме, которая называется организационно-правовая форма.

4. Особенности предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта

Особенности труда предпринимателей показывает, что самостоятельная коммерческая деятельность является уделом небольшой части общества – обычно всего лишь 3-4% людей реально выдерживают нагрузки предпринимательства, имеют достаточно сил, энергии и знаний для ведения собственного бизнеса.

Спортивное предпринимательство – особый род бизнеса, так как спортивному предпринимателю требуются не только организаторские

способности, экономические знания, но и глубокое понимание составляющих спортивной науки – анатомии, биохимии, физиологии, спортивной медицины, рационального питания. Не менее важны знания основ спортивного менеджмента, маркетинга, спортивного права.

Законодательства многих стран предоставляют возможность неограниченным в своей деятельности гражданам зарегистрироваться в качестве предпринимателя без утверждения юридического лица, т.е. стать индивидуальным предпринимателем (за рубежом таких предпринимателей называют трейдерами).

Занятие 2

1. Индивидуальные предприниматели и единоличное владение (трейдеры)

Индивидуальный предприниматель - это лицо, которое ведет дело за свой счет, самостоятельно принимает решения и несет полную финансовую ответственность по своим обязательствам.

Индивидуальное предпринимательство имеет как свои достоинства, так и недостатки. К достоинствам можно отнести то, что:

- индивидуальный предприниматель самостоятельно принимает все решения, обеспечивает их оперативность, а также имеет свободу действий;
- это достаточно простая форма организации бизнеса;
- поскольку доход индивидуального предпринимателя напрямую зависит от его действий, то присутствует сильный стимул вести дела эффективно.

Недостаток в том, что осуществляя всю коммерческую работу самостоятельно, профессиональный спортсмен или тренер вынужден сочетать спортивную подготовку с предпринимательской деятельностью, что очень не просто.

Единоличное владение – это предприятие, находящееся в собственности одного лица, имеющего все права на полученную в результате хозяйственной деятельности прибыль и полностью ответственного за убытки деятельности.

Преимущества и недостатки единоличного владения те, что имеют место и при индивидуальном предпринимательстве.

Однако недостатки более значительны так как:

- осуществляя полный контроль над бизнесом, его владелец выполняет и все основные функции по управлению, маркетингу, рекламе и т.д.

- владелец несет неограниченную ответственность по обязательствам фирмы;

- как правило финансовые ресурсы владельца недостаточны, чтобы фирма выросла до крупных размеров;

- поскольку среди индивидуального и единоличного предпринимательства процент банкротства велик, то коммерческие банки неохотно предоставляют им кредиты.

И все же основу малого бизнеса составляют индивидуальные предприниматели и единоличные владения. Они наиболее гибки и мобильны, так как оказывают потребителям самые разнообразные услуги, производят особые виды товаров. Кроме того, малый бизнес обеспечивает самозанятость населения, отчасти снимая проблему безработицы.

2. Хозяйственные товарищества (партнерства)

Предпринимательскую деятельность в спорте осуществляют также отдельные клубы, федерации, профессиональные лиги, ассоциации и организации.

Они представляют собой коллегиальных предпринимателей, которые являются юридическими лицами.

Такая деятельность удобнее чем индивидуальная, по той причине, что здесь существует разделение труда и каждый отдел или служащий отвечает лишь за свой участок работы. В результате такой специализации повышается производительность труда, снижаются издержки производства, что делает бизнес более эффективным.

Если, в связи с недостатком финансов индивидуальному предпринимателю или единоличному владельцу удастся найти компаньона, т.е. партнера по бизнесу, располагающего денежными средствами, то такая деятельность называется партнерством и закрепляется соответствующим соглашением в установленном законом порядке. Т.о. возникает новое юридическое лицо, которое в практике называется товариществом.

Различают полное и командитное товарищества (или так называемое товарищество на вере). Это два варианта партнерства предпринимателей:

- полное, когда партнеры объединяют финансы, усилия, желания и в процессе деятельности за все в ответе совместно;

- командитное товарищество – когда партнер (или товарищество на вере) по бизнесу предоставляет основному партнеру капитал, однако сам не желает напрямую участвовать в деятельности товарищества. Его устраивает ответственность в пределах сделанного вклада и «теневое» участие, т.е. неуправленческая или иная деятельность на постоянной основе, а участие капиталом.

3. Акционерные общества

Акционерное общество – предприятие с ограниченной ответственностью его членов, капитал которого разделен между владельцами на паи в виде акций.

Акционерное общество – это коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на определенное число акций, удостоверяющих права и обязанности акционеров по отношению к этому обществу.

Различают закрытые акционерные общества – ЗАО (частные корпорации) и открытые – ОАО (публичные корпорации). Различие в том, что акции ЗАО могут быть проданы акционером третьим лицам лишь при согласии других акционеров этого общества, а в ОАО такое ограничение отсутствует, и акции продаются всем желающим.

Высшим органом управления акционерных обществ является общее собрание акционеров. Решения принимаются голосованием собрания, причем каждый акционер имеет столько голосов, сколько в его распоряжении имеется акций. Количество акций, дающих право решающего голоса на общем собрании акционеров называется контрольным пакетом акций, который составляет 50% акций + 1 акция.

В сфере физической культуры и спорта в виде акционерного общества создано большое количество крупных спортивных организаций как у нас, так и за рубежом.

Кроме рассмотренных форм коммерческих предприятий существуют и некоторые другие, в частности, коммерческую деятельность могут вести государственные и муниципальные предприятия.

Их основным отличием является то, что все имущество предприятия принадлежит государственным или муниципальным органам, а управляют такими предприятиями наемные менеджеры за определенное вознаграждение.

4. Некоммерческие физкультурно-спортивные организации

Некоммерческие физкультурно-спортивные организации это те, основная цель которых заключается не в получении прибыли, а в популяризации каких-либо видов спорта, распространении знаний о здоровом образе жизни, управлении видами спорта, оказании помощи спортсменам-ветеранам и других целях, направленных на достижение общественных благ.

Учредителями могут выступать как отдельные граждане, так и юридические лица, в том числе и те, которые занимаются предпринимательской деятельностью.

Некоммерческие физкультурно-спортивные организации создаются в таких формах как ассоциации или союзы, общественные организации, фонды, некоммерческое партнерство, учреждения и т.д. Вся их деятельность осуществляется на основе добровольных имущественных взносов в целях

предоставления различных услуг (образование, здравоохранение, культура, наука, право, физическая культура и спорт).

5. Банкротство спортивных организаций

Предпринимательство в сфере физической культуры и спорта очень рискованное предприятие. В самой природе спортивного бизнеса заложен риск, т.е. вероятность того, что события могут развиваться незапланированным образом, а вместо прибыли могут быть убытки. Даже самые талантливые и опытные профессионалы не могут гарантировать стопроцентную надежность спортивной организации, ее прибыльную работу в течение длительного периода времени.

Какие-либо внешние или внутренние факторы, как конкурентные условия, потребительские предпочтения или снижение имиджа спортивные организации могут в корне изменить характер коммерческой деятельности и она может стать малорентабельной или просто убыточной.

Банкротство в спортивном бизнесе – довольно распространенное явление, т.к. финансовые трудности испытывает преобладающая часть спортивных организаций.

Заявить о банкротстве может или сама спортивная организация, или данную процедуру могут начать ее кредиторы, т.е. лица перед которыми у спортивных организаций имеются значительные задолженности.

Признание спортивной организации банкротом вовсе не означает, что весь персонал или спортсмены попадают под арест или какие-либо иные санкции. Бывает так, что процедура банкротства с точки зрения закона и хозяйственной практики может быть необходима для санации, то есть (финансового оздоровления) спортивной организации, а также для защиты ее от кредиторов. В случае признания спортивной организации или фирмы банкротом, закон ограничивает претензии кредиторов; при этом часть имеющейся задолженности может быть списана.

На первом этапе банкротства не исключается возможность замены высших менеджеров. Но если и эта процедура не помогает, то тогда имущество банкрота распродается, а за счет вырученных средств погашаются претензии кредиторов.

В числе кредиторов выступают спортсмены и тренеры, которым не выплачена заработная плата, премиальные, коммерческие банки выдавшие спортивным организациям кредиты; государство не получившее налоговые платежи и т.д. Претензии удовлетворяются не произвольно, а в установленной законом очередности. Так, согласно законодательству, в первую очередь, удовлетворяются требования тех спортсменов, перед которыми спортивная организация несет ответственность за причинение вреда жизни и здоровью. Во вторую очередь производятся расчеты с тренерами, спортсменами и персоналом, работающим по контракту. В третью очередь удовлетворяются требования кредиторов, обеспеченные залогом имущества. Далее выплачиваются налоги и удовлетворяются претензии всех других кредиторов.

Контрольные вопросы к теме 3

1. Назовите условия, необходимые для предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта.
2. Проанализируйте общее понятие предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта.
3. Раскройте значение терминов «физическое» и «юридическое» лицо.
4. Перечислите движущие мотивы предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта.
5. Проанализируйте основные направления предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта.
6. Раскройте сущность деятельности индивидуального предпринимательства в сфере физической культуры и спорта.
7. Охарактеризуйте сущность деятельности единобособленного владения в предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта.

8. Охарактеризуйте сущность предпринимательской деятельности хозяйственных обществ (организаций) в сфере физической культуры и спорта.
9. Назовите виды обществ (организаций) в сфере физической культуры и спорта.
10. Охарактеризуйте полное и командитное общества в сфере физической культуры и спорта.
11. Проанализируйте акционерную предпринимательскую деятельность в сфере физической культуры и спорта.
12. Охарактеризуйте некоммерческие спортивные организации и их формы.
13. Опишите цель деятельности некоммерческих организаций в сфере физической культуры и спорта.
14. Раскройте суть и механизм банкротства спортивных организаций.

Тема 4

Бизнес–планирование в спорте и спортивной индустрии

П л а н

1. Предпринимательский замысел и его реализация в спортивной индустрии.
2. Бизнес-план и его функции в спортивной индустрии.
3. Содержание и порядок разработки бизнес-плана в спортивной индустрии.
4. Краткое содержание отдельных статей бизнес-плана в спортивной индустрии:
 - а) введение – сведения о компании и ее бизнесе (краткое вступление)
 - б) история фирмы
 - в) основная часть
 - г) анализ рынка (объем рынка, сегментация рынка, тактика продаж, ценовые тенденции, рекламная деятельность)
 - д) финансовый анализ

Л и т е р а т у р а

1. Бубка С.Н. Олимпийский спорт в XXI веке: новое социоэкономическое измерение / С.Н. Бубка // Теория и практика физической культуры .– 2011.- № 9.
2. Галкин В.В. Экономика физической культуры и спорта: учебное пособие для высших и средних профессиональных учебных заведений физической культуры / В.В.Галкин, В.И. Сысоев. – Воронеж: Дон, 2009.
3. Галкин В.В. Экономика и управление физической культурой и спортом: Учебное пособие для вузов / В.В. Галкин. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2006.
4. Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес: учебное пособие /В.В. Галкин. - М.: КНОРУС, 2006.
5. Гуськов С.И. Олимпийский маркетинг: вчера, сегодня, завтра /С.И.Гуськов, Ю.П.Мичуда // Наука в олимпийском спорте. – 1997. - № 1. Костенко С.А. Экономические аспекты системы медицинского обеспечения спортсменов и

- лиц, занимающихся физической культурой и спортом // Теория и практика физической культуры. – 1999. № 4.
6. Кутепов М.Е. Менеджмент в зарубежном спорте: Курс лекций /М.Е. Кутепов. - М.: Школа спортивного бизнеса ГЦОЛИФК, 1999.
 7. Любимов С.В. Экономическая эффективность занятий оздоровительной физической культурой /С.В. Любимов, Г.И. Любимова // Теория и практика физической культуры. - 1999. - № 4.
 8. Мичуда Ю.П. Экономические предпосылки развития международного олимпийского движения в XXI веке / Ю.П.Мичуда // Наука в олимпийском спорте. – 2001.- № 2. Мичуда Ю.П. Тенденції у розвитку олімпійського маркетингу кін. XX - поч. XXI ст. /Ю.П.Мичуда // Теорія і методика фізичного виховання і спорту. – 2003. – № 1.
 9. Орлов А.В. Спорт и спортивная индустрия: Государственное управление. Менеджмент. Маркетинг: монография /А.В. Орлов. – М.: Риалтекс, 2011.
 - 10.Рожков П.А. Развитие физической культуры и спорта в современном мире: организационно-управленческие, финансовые и нормативно-правовые проблемы: Монография / П.А. Рожков. – М.: Советский спорт, 2002.
 - 11.Спорт и образ жизни: сб. статей /Под ред. М.И. Сафонова. – М.: Физкультура и спорт, 1989.
 - 12.Спорт и образ жизни: сб. статей /Под ред. М.И. Сафонова. – М.: Физкультура и спорт, 1989
 - 13.Экономика физической культуры и спорта: Учебн. пособие для институтов физкультуры / Под ред. В.И.Агеевца, М.: Физкультура и спорт, 2003.

1. Предпринимательский замысел и его реализация в спортивной индустрии

Центральное место в технологии управления занимает деятельность руководителя, связанная с принятием управленческих решений, от качества которых зависит многое в работе организации, нацеленное на успех. Посредством планирования руководство стремится установить основные

направления усилий и принятия решений, которые обеспечат единство целей для всех членов организации. Планирование – это процесс, начинающийся со стремлений, определяющий стратегию, политику, тактику организации.

Стратегия – это всесторонний комплексный план, направленный на осуществление миссии организации и достижения её целей; как правило формулируется и разрабатывается высшим руководством организации, но её реализация предусматривает участие всех уровней управления.

Тактика – совокупность приемов и методов управления, направленных на достижение успеха; способов, приемов, достижения поставленной цели; линия поведения.

Первичным моментом в любой предпринимательской деятельности, в том числе и в сфере спортивной индустрии является **идея** создания какого-либо вида бизнеса, т.е. **коммерческий замысел**, удовлетворяющий какие-либо **потребности** людей.

Это и является **основополагающим** (результатом своей работы) значением в бизнесе, так как именно этот компонент определяет жизнеспособность, успешность и плодотворность предпринимательства. Ошибка в выборе потребности или неверная оценка ожидаемого спроса гарантированно ведет к банкротству.

Но предпринимательский замысел – лишь общая идея, т.е. абстрактная конструкция, которую необходимо наполнить конкретным содержанием, а именно:

- продумать все детали будущей коммерческой деятельности;
 - согласовать все составные части сделок;
 - привести их в соответствие с реальными финансовыми возможностями
- это главные **задачи** практической значимости.

При осмыслении и принятии решения о реализации коммерческого замысла в спортивной индустрии необходимо определиться с философией будущего бизнеса: какие потребности обслуживать, на каких рынках работать, как взаимодействовать с партнерами и клиентами.

В практической реализации коммерческого замысла предприниматель должен проявить, помимо творческих, еще и организаторские способности, умение взаимодействовать с людьми и предприятиями, обеспечивать соединение трудовых ресурсов со средствами производства.

Крылатая фраза для предпринимателей – умение управлять людьми и событиями – залог предпринимательского успеха.

2. Бизнес-план и его функции в спортивной индустрии

Главным подспорьем в успешной реализации замысла, в том числе и в спортивной индустрии является предварительная проработка всех аспектов будущей деятельности, которая воплощается в бизнес-плане.

Бизнес-план - это целостная программа, в которой приводятся экономические, технологические, организационные мероприятия, даются прогнозные оценки и необходимые обоснования по осуществлению бизнес-проекта на практике.

Как правило, бизнес-план выполняет три основные функции:

- определяет основные направления стратегического внутрифирменного планирования и является базой по претворению в жизнь всей стратегии фирмы на период до 5-ти лет;

- служит основой для конструктивных переговоров с внешними организациями – т.е. (инвесторами, коммерческими банками, иностранными партнерами, правительственными структурами) с целью получения кредитных ресурсов»

- определяет критерии для последующего контроля и оценки исполнения любой бизнес-операции.

Бизнес-план в спортивной индустрии необходим как инструмент прогнозирования и перспективного планирования, где излагается комплекс мероприятий по реализации поставленных экономических целей.

3. Содержание и порядок разработки бизнес-плана в спортивной индустрии

Структура и содержание бизнес-плана в спортивной индустрии жестко не регламентируется. Нет необходимости соблюдать какую-либо унифицированную (единую) форму этого документа, т.к. объемы и сроки проведения операций для крупного и малого бизнеса несопоставимы. Они различаются в торговле, промышленности, финансах, сфере услуг.

Но логика построения любого бизнес-плана, в том числе и в спортивной индустрии имеет единую направленность, что определяет относительно общую структуру и схожую концепцию содержания большинства бизнес-планов.

Как правило, бизнес-план состоит из 3-х основных частей:

Часть 1. Введение:

- введение и деловое резюме;
- цели реализации проекта.

Часть 2. Основная (главная) часть:

- анализ существующей ситуации;
- сведения о руководстве фирмы;
- описание продукции или услуг;
- анализ рынка;
- разработка маркетинговой стратегии;
- ресурсное обеспечение;
- тактика продаж;
- финансовые и иные прогнозы.

Часть 3. Приложение.

В приложении размещаются вспомогательные материалы, которые дают возможность инвесторам лучше представить себе реализацию бизнес-плана. Это могут быть промышленные образцы продукции, макеты товара, видеоматериалы, схемы подъездных путей и клиентопотока, проекты спортивных сооружений, кадровое (в том числе тренерское, научное) обеспечение и т.д.

Приложение также содержит необходимые расчеты, экспертные заключения и оценки, копии контрактов, образцы финансовой отчетности. Все представленные в приложении материалы завершает создание целостного представления о бизнес-плане, команде исполнителей, их компетентности и уровне квалификации.

4. Краткое содержание отдельных статей бизнес-плана в спортивной индустрии

Рассмотрим краткое содержание отдельных статей бизнес-плана в целом и на конкретном примере. Для примера служит бизнес-план фирмы «Флекс», оказывающий услуги населению г. Днепропетровска и области в сфере аквааэробики и фитнеса.

Введение

Во вступительной части бизнес-плана кратко приводятся общие сведения о компании, истории ее создания, текущем финансовом положении и перспективах развития бизнеса. Излагается существующая на рынке ситуация, раскрывается замысел предпринимательской идеи, ставятся цели коммерческого проекта. Эта информация необходима для инвесторов.

Сведения о компании и ее бизнесе (краткое вступление):

- начало работы фирмы «Флекс» - декабрь 2005 г.;
- количество человек, работающих в фирме;
- основанием для работы фирмы служат следующие предпосылки:
 - в течение последних 3-х лет рынок спортивных услуг в сфере аэробики, фитнеса и бодиболдинга дает существующий рост (до 15% в год);
 - имеющиеся на рынке конкуренты не могут обеспечить всех желающих качественными услугами;
 - фирма «Флекс» может предоставлять такой набор услуг, который недоступен большинству конкурентов.

Таким образом, прогнозируется в течение 2-х лет завоевать до 15% рынка, что обеспечит чистую прибыль к концу 1-го года в размере 360 тыс. грн., 2-го года – в размере 500 тыс. грн.

История фирмы

Фирма открыта в 2005 году с целью предоставления услуг в области двигательной активности и оздоровлению по приемлемым ценам.

Стратегическая установка фирмы – персональная забота о моральном и физическом здоровье клиента.

Указываются избранные районы города, и по какой причине обусловлен их выбор.

Желательно отразить рост известности фирмы и ее благотворительную деятельность.

Потребители с большим доверием и симпатией относятся к фирмам, осуществляющим бескорыстную помощь пожилым гражданам, учреждениям культуры, спорта, здравоохранения.

В этом разделе необходимо сказать о компетентности лиц, составляющих бизнес-план и уровне квалификации руководства фирмы.

Если введение составлено неудачно, то инвесторы не станут утруждать себя дальнейшим изучением бизнес-плана.

Основная часть чаще всего открывается сведениями о владельцах фирмы и ее управляющих: образование, возраст, навыки, практический опыт. Приводятся сведения об организационно-правовой форме и структуре управления.

Также приводятся некоторые прогнозные оценки – в части потребительского спроса, влиянию времени года.

Прогнозные оценки и анализ жизненного цикла предполагаемой услуги:

- влияние времени года (например – спрос на услуги снижается с конца мая до конца августа (отпускной период);

- жизненный цикл отрасли:

· темпы роста – стабильные

- доля рынка – значительная
- перечень предоставляемых услуг – устоявшийся (с небольшими усовершенствованиями)
- финансовые показатели – большая доля наличных денег, отсутствие задолженности
- стабильность доли рынка – глубокая
- вхождение в рынок – относительно несложное.

Анализ рынка (объем рынка, сегментация рынка, тактика продаж, ценовые тенденции, ценовые тенденции)

Анализ рынка спортивной индустрии включает:

- *объем рынка:* фирма охватывает такие-то районы, прилегающие к ним жилмассивы. Фирма сосредотачивает внимание на людях, интересующихся активным отдыхом и желающих улучшить свои внешние данные и показатели здоровья;

- *сегментация рынка. Основные клиенты и их анализ.*

География рынка в пределах городской черты, а также до 14% потенциальных клиентов из окрестных поселков и дачной зоны.

Типичные клиенты фирмы – женщины от 14 до 45 лет и мужчины от 16 до 40 лет, имеющие интерес к оздоровительным упражнениям и здоровому образу жизни.

Образование.

Материальные условия – хорошие.

Этот контингент обеспечивает до 90% реализуемых спортивных услуг.

Планируется организация групп клиентов по типу «мама – дочка», что увеличит прибыль на 8-9%;

- *тактика продаж:*

Для постоянных клиентов осуществляется скидка в оплате спортивных услуг, возможность оплаты в рассрочку, тогда как для остальных клиентов устанавливается предоплата.

На занятиях по шейпингу и аэробике, атлетической гимнастике в 7-ми гимнастических залах будут одновременно работать 14 тренеров-инструкторов и 7 медицинских работников, которые будут проводить занятия, оказывать клиентам консультационные услуги, проводить тестирование. Каждый клиент будет находиться на медицинском персонифицированном учете. Также будут оказываться дополнительные платные услуги по оздоровительному массажу и фитотерапии;

- ценовые тенденции

Цены на спортивные и оздоровительные услуги, в настоящее время, достаточно высокие и составляют от 300 до 550 грн. за месяц занятий.

В ближайшие 1,5-2 года будут проявляться два направления по изменению цены:

- из-за роста конкуренции цены будут снижаться (ориентировочно до 5% в год);
- из-за инфляции номинальная стоимость на услуги будет повышаться и составит от 450 до 750 грн. к концу 20__ года (ориентировочно).

Фирма планирует поддерживать конкурентоспособность, удерживая цены в диапазоне цен основных конкурентов с отклонением + - 2%.

- рекламная деятельность

Стратегия рекламы основана на использовании следующих средств:

- радио «Европа +», «Радио 101», «Русское радио»
- директ-мейл (прямая почтовая рассылка по списку)
- телеканалы «РТР», «4-й канал»
- газеты «Твое здоровье», «Спорт-экспресс»
- журналы «Сила и красота», «Мен-хелс т.е. Мужское здоровье»
- свой сайт в интернете.

Финансовый анализ

Основными источниками финансирования для начала работы фирмы могут быть средства учредителей, партнеров, банковский кредит. Этим кредиторам в течение первого года работы будут предоставляться ежемесячные сведения о

доходах, в последующие 2 года – ежегодные сведения (образец - Приложение Ф-1).

Вместе с отчетом о доходах и расходах инвесторам должен представляться балансовый отчет.

В документы включаются сведения о денежной наличности, поступающих платежах и прочих активах, а также об обязательных платежах (Приложение Ф-2).

Анализ достижения безубыточности показывает с какого момента фирма сможет управлять своими постоянными и переменными затратами и начать получать прибыль (Приложение Ф-3).

Контрольные вопросы к теме 4

1. Назовите составные части предпринимательского замысла в спортивной индустрии.
2. Проанализируйте последовательность реализации предпринимательского замысла в спортивной индустрии.
3. Дайте определение бизнес-плана в спортивной индустрии.
4. Охарактеризуйте функции бизнес-плана в сфере физической культуры и спорта.
5. Проанализируйте структуру и содержание бизнес-плана в спортивной индустрии.
6. Обоснуйте порядок разработки бизнес-плана в спортивной индустрии.
7. Назовите основные позиции введения бизнес-плана в спортивной индустрии.
8. Назовите основные позиции кратких сведений о компании в спортивной индустрии.
9. Смоделируйте сведения о цели коммерческого проекта и ситуации на рынке спортивной индустрии.
10. Смоделируйте прогнозы по завоеванию рынка в предпринимательском замысле в сфере спортивной индустрии.

11. Составьте типовой проект раздела бизнес-плана в спортивной индустрии «История фирмы».
12. Назовите позиции основной части бизнес-плана в спортивной индустрии.
13. Проанализируйте основные положения раздела бизнес-плана в спортивной индустрии «Жизненный цикл предпринимательского замысла».
14. Произведите приблизительный анализ рынка предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта (объем, сегментация рынка, тактика продажи, ценовые тенденции).
15. Охарактеризуйте рекламную деятельность в спортивной индустрии.
16. Назовите основные положения финансового анализа предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта.

Тема 5
Рыночные отношения и система социальных гарантий
в сфере физической культуры и спорта

П л а н

1. Общее понятие социально-экономической защиты.
2. Социальная защита как комплексная система и ее конкретное выражение.
3. Страхование спортсменов и тренеров. Виды страхования.
4. Профсоюзные организации, их назначение и деятельность в сфере физической культуры и спорта.
5. Объединения предпринимателей в спортивном бизнесе. Их основанные цели и задачи.

Л и т е р а т у р а

1. Баженов Є. Діяльність громадських організацій фізкультурно-спортивної спрямованості зарубіжних країн з розвитку спорту для всіх за місцем роботи громадян / Є. Баженов // Спортивний вісник Придніпров'я. – 2011. - № 1.
2. Бубка С.Н. Олимпийский спорт в XXI веке: новое социоэкономическое измерение /С.Н. Бубка// Теория и практика физической культуры . – 2011. - № 9.
3. Бубка С. Система державного заохочення спортсменів і тренерів в олімпійському спорті в Україні /С. Бубка, М. Дутчак // Спортивний вісник Придніпров'я. – 2012. - № 3.
4. Галкин В.В. Экономика физической культуры и спорта: учебное пособие для высших и средних профессиональных учебных заведений физической культуры / В.В.Галкин, В.И. Сысоев. – Воронеж: Дон, 2009.
5. Галкин В.В. Экономика и управление физической культурой и спортом: Учебное пособие для вузов / В.В.Галкин, Ростов-на-Дону; Феникс, 2006.

6. Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес: учебное пособие / В.В.Галкин, М.: КНОРУС, 2006.
7. Гуськов С.И. Олимпийский маркетинг: вчера, сегодня, завтра / С.И.Гуськов, Ю.П.Мичуда // Наука в олимпийском спорте. – 1997. - № 1.
8. Закон України «Про фізичну культуру і спорт» стаття 4, 47 // Голос України від 17.12.2009 р. - № 240.
9. Золотов М.И. Экономика массового спорта: Учебное пособие / М.И. Золотов, Н.А. Платонов, О.И. Вапнярская. – М.: Физическая культура, 2005.
10. Костенко С.А. Экономические аспекты системы медицинского обеспечения спортсменов и лиц, занимающихся физической культурой и спортом / С.А. Костенко // Теория и практика физической культуры. – 1999. - № 4.
11. Кутепов М.Е. Менеджмент в зарубежном спорте: Курс лекцій / М.Е. Кутенов. - М.: Школа спортивного бизнеса ТЦОЛИФК, 1999.
12. Любимов С.В. Экономическая эффективность занятий оздоровительной физической культурой / С.В. Любимов, Г.И. Любимова // Теория и практика физической культуры, 1999. - № 4.
13. Мичуда Ю.П. Экономические предпосылки развития международного олимпийского движения в XXI веке / Ю.П.Мичуда // Наука в олимпийском спорте. – 2001.- № 2.
14. Мичуда Ю.П. Тенденції у розвитку олімпійського маркетингу кін. ХХ- поч. ХХІ ст. / Ю.П.Мичуда // Теорія і методика фізичного виховання і спорту. – 2003. – № 1.
15. Наука в Олимпийском спорте. Издание: Национальный университет
16. физического воспитания и спорта Украины.– 2011. - № 1-2.
17. Посьелло К. Спорт как всеобъемлющее социальное явление/ К. Посьелло // Отечественные записки. Журнал для медленного чтения. – 2006. - № 6.
18. Рожков П.А. Развитие физической культуры и спорта в современном мире: организационно-управленческие, финансовые и нормативно-правовые проблемы: Монография / П.А. Рожков. – М.: Советский спорт, 2002.
19. Рощин И.Т. Социальная надежность спортсмена и ее роль в спортивной

20. деятельности / И.Т. Роцин // Слобожанський науково-спортивний вісник . - 2013. - № 3.
21. Спорт и образ жизни: сб. статей. – М.: Физкультура и спорт, 1989.
22. Трентер Н. Спорт, экономика и общество в Великобритании (1750-1914)/ Н. Трентер // Отечественные записки. Журнал для медленного чтения. – 2006. - № 6.
23. Шааф Ф. Спортивный маркетинг / Ф. Шааф. - М.: Филин, 1999.
24. Экономика физической культуры и спорта: Учебн. пособие для институтов физкультуры / Под ред. В.И.Агеевца, М.: Физкультура и спорт, 2003.
25. Элиас Н. Генезис спорта как социологическая проблема/ Н. Элиас // Логос. - 2006. - № 3.

1. Общее понятие социально-экономической защиты

Рыночная система отношений предполагает ограниченное вмешательство государства в процессы распределения доходов между участниками хозяйственных субъектов, допускает их значительную дифференциацию. Одни получают очень высокие доходы, имеют высокий уровень потребления и сбережения; другие – получают низкие доходы и находятся за чертой бедности. Кроме того, граждане, которые потеряли работу, получили инвалидность или профессиональные и др. заболевания оказываются без средств к существованию и вынуждены пребывать в нищете или становиться на криминальный путь. Т.о. бедность основной массы населения (в силу действия экономического закона – всеобщего капиталистического накопления) провоцирует высокий уровень преступности и напряженную социальную обстановку в обществе.

В XX столетии во многих странах (1 группа) стала осознаваться необходимость исправления и устранения крайней поляризации общества. Пути по улучшению социально-экономической структуры общества в разных странах были выработаны разнообразные. Так, например, Швеция, Франция, Великобритания и др. пошли по пути постепенной «социализации»

нерегулируемой рыночной экономики, накапливая опыт социальной защиты граждан и дальнейшего воплощения этого опыта в законодательные акты (эволюционное развитие). Другие страны – Россия, а затем и примкнувшие республики Бывшего Союза – пошли по пути радикальной ломки социально-экономических отношений и формированию новой системы социального устройства общества, в котором права всех членов общества были равны.

Предоставление социальных гарантий в мировой практике получило название системы социального обеспечения или социальной защиты. Социальную защиту ее обеспечивает гражданам государство, общественные или частные структуры (институты).

2. Социальная защита как комплексная система и ее конкретное выражение

Социальная защита - это комплексная система государственной деятельности, которая включает в себя:

- совокупность правовых гарантий гражданам в части социального обеспечения;*
- подсистему мероприятий по обслуживанию пожилых и нетрудоспособных граждан;*
- подсистему социального страхования работающих граждан;*
- подсистему контроля за соблюдением прав граждан в сфере социального обеспечения.*

Конкретно социальная защита выражается в материальной помощи малообеспеченным гражданам и многодетным семьям, выплате пособий по возрасту и инвалидности, выплате стипендий учащимся и студентам, в обеспечении бесплатного медицинского обслуживания, профессионального обучения, трудоустройства.

Государство также обеспечивает за счет бюджетных средств содержание детских домов, интернатов, домов престарелых граждан и других учреждений социальной защиты.

Рыночная экономика базируется на конкуренции. Конкуренция в спорте имеет свои правила и особенности. Победители имеют призы в виде высоких доходов, престижных домов, автомобилей и др. экономических благ. Проигравшие временно довольствуются меньшим, но продолжают и даже усиливают борьбу за первенство.

Полноценно участвовать в конкуренции спорта могут только физически здоровые и подготовленные люди. Если спортсмен нездоров или травмирован (не соответствует весовая категория или возрастная группа), он не может принять участие в соревновании. Примерно такая же ситуация складывается и в других сферах экономики, т.е. в любом обществе есть люди, которые не могут на равных конкурировать с другими участниками рыночных отношений. Рынок вознаграждает победителей. Их немного. Таким образом, большинство граждан вынуждены пребывать в бедности. Для цивилизованного общества такая ситуация неприемлема. Ведь те люди, которые еще не могут участвовать в трудовой деятельности (дети, инвалиды детства), а также те, которые уже не могут (по возрасту, инвалиды) вынуждены жить в других условиях, чем все остальные граждане. Какие конкретно эти условия защиты определяется уровнем благосостояния и гуманизма того или иного общества.

Социальная защита распространяется не только на малообеспеченные слои общества, а также на слои населения не участвующие в общественном производстве (дети, учащиеся школ и техникумов, студенты вузов).

Социальные гарантии работающим выражаются в законодательном регламентировании рабочего дня и отпуска, оплаты больничных листов, установлении минимальных ставок заработной платы, пособие на рождение детей и ряде других положений.

3. Страхование спортсменов и тренеров. Виды страхования

Жизненно важным рыночным механизмом, имеющим особое значение для каждого спортсмена, физкультурника является страхование. Это система мероприятий по созданию денежного (страхового) фонда, за счет которого

возмещается ущерб, причиненный травмами, болезнями, несчастными случаями.

Жизнь, особенно спортсмена, связана с повседневным риском получения травмы (на тренировке, соревнованиях, в быту) или возможными заболеваниями. Риск это неотъемлемая часть профессиональной деятельности спортсменов и тренеров. И какими бы способностями, талантами они не обладали, исключить риск невозможно. Но существуют способы смягчения последствий риска.

Один из наиболее эффективных способов – это разделить риск между несколькими лицами так, что последствия нежелательного исхода для каждого будут не слишком существенны. Этот метод называется объединением риска.

Например, каждый отдельно взятый футболист может получать травмы достаточно часто, но может длительное время избегать их. Что же предпринять, чтобы обезопасить себя в финансовом плане, ведь из-за травмы футболист теряет трудоспособность, а следовательно, и доход.

Решение проблемы состоит в объединении с другими футболистами и тренерами профессиональной футбольной лиги, насчитывающей до трех тысяч членов.

Допустим, каждому футболисту, получившему травму, должна быть выплачена одна тысяча фунтов стерлингов в порядке возмещения ущерба. Если в среднем за сезон травмируется до тысячи футболистов, то общая сумма выплат составляет один миллион фунтов стерлингов. Эту сумму раз в год вносят в общий фонд все футболисты. Каждый, таким образом делает взнос в 33,3 фунтов стерлингов. Так, образуя взаимное страховое общество, профессиональные футболисты переводят риск больших финансовых потерь из-за травм или болезней в небольшие издержки.

Но в реальной экономике спорта спортсмены относительно редко образуют взаимные страховые общества. В основном физкультурников, спортсменов и тренеров обслуживают специализированные страховые компании, работающие на соответствующих рынках.

Наиболее часто спортсмены, тренеры, арбитры и другие категории работников физической культуры и спорта используют такие виды страхования как:

- медицинское страхование;
- страхование по безработице;
- страхование по досрочному пенсионному обеспечению.

Во многих странах практикуется система обязательного и дополнительного медицинского страхования. Сущность обязательного состоит в том, что любой гражданин вне зависимости от его желания, страхуется в государственном Фонде обязательного медицинского страхования. Из зарплаты граждан ежемесячно на расчетный счет Фонда соцстраха перечисляется определенная сумма от доходов. В обмен на денежные средства Фонд гарантирует, что оплатит все виды медицинских услуг (за исключением зубопротезирования), а также время пребывания в медучреждениях на стационарном лечении. Однако на практике по разным причинам, эти обязательства в полном объеме не выполняются. Поэтому спортсмены и тренеры используют схему дополнительного медицинского страхования, т.е. осуществляют страхование в частных (негосударственных) страховых компаниях, которые в полном объеме обеспечивают взятые на себя обязательства.

Клиенты таких страховых компаний свободны в выборе качества предоставленных медицинских услуг и уровне сервиса. Чем более качественный вариант избирается, тем выше страховые взносы.

Дополнительное медицинское страхование может осуществляться спортсменами, тренерами либо за свой счет, либо за счет своей спортивной организации. Иногда обязательства по медицинскому страхованию участников соревнований берут на себя организаторы турнира (принимающая сторона). Такой вид страхования называется срочным (т.е. осуществляется на определенный срок).

Страхование по безработице.

Каждый работающий человек по разным причинам может потерять работу. Поэтому, если нет существенных сбережений, он оказывается в очень затруднительном материальном положении.

Для того, чтобы сгладить возможные негативные последствия потери работы, государство в законодательном порядке вводит систему пособий для безработных, которые назначаются службами занятости. Сумма этих пособий и период их выплат не всегда устраивают работников физической культуры и спорта и тогда они прибегают к дополнительному страхованию по безработице, обращаясь в специализированные страховые компании. В зависимости от желания клиента и его финансовых возможностей страховой компанией рассчитывается сумма ежемесячного взноса.

Страхование по досрочному пенсионному обеспечению

В нашей стране, как и многих других существует система государственного пенсионного страхования. Каждый гражданин обязан ежемесячно перечислять со своих заработанных средств на расчетный счет пенсионного фонда определенную сумму.

Однако, даже существенные отчисления не всегда гарантируют пенсионерам стабильную и обеспеченную жизнь. Для спортсменов и тренеров не делается исключений в пенсионной системе, и они уходят на пенсию по возрасту на общих основаниях (55- женщины, 60- мужчины).

Условия государственного пенсионного обеспечения устраивают не всех спортсменов и тренеров, поэтому если они хотят иметь более высокую пенсию, которую можно получить, например в 45-50 лет, они обращаются в страховые компании, которые осуществляют их страхование. По желанию клиента определяют сроки пенсионных выплат, и назначается страховой компанией ежемесячный пенсионный взнос. Такие негосударственные страховые компании применяют гибкие схемы пенсионных выплат, которые в полном объеме учитывают пожелания клиентов.

В нашей стране специализированная система страхования спортсменов и тренеров пока еще не сформировалась в надлежащем виде и приемлемых формах. Но работа по ее становлению ведется и в ближайшее время надо ждать существенных улучшений в этой важнейшей сфере.

4. Профсоюзные организации, их назначение и деятельность в сфере физической культуры и спорта

Профессиональные союзы – это добровольные объединения трудящихся, имеющие общие интересы по роду деятельности на производстве, сфере обслуживания, физкультуре и спорте. Появление профорганизаций относится к концу XVIII века. Первоначально они (ПО) представляли собой общества взаимной помощи, а к первой четверти XIX века профсоюзы законодательно оформляются и регистрируются в странах Западной Европы и США.

Основной причиной возникновения профсоюзов стал конфликт экономических интересов наемных рабочих и работодателей (собственники заинтересованы в увеличении продолжительности рабочего дня, интенсивности труда и полной загруженности оборудования, и в то же время в низкой оплате труда наемных работников).

Но трудящиеся хотели бы иметь правовую защиту от произвола и капризов, работодателей, например, в части увольнений по инициативе администрации, предоставлении выходных пособий или вопросах снижения оплаты труда. Так как в одиночку противостоять администрации сложно, наемные работники объединяются в профсоюзы для совместной защиты своих интересов. Создают профсоюз в виде общественной организации, избирают председателя и комитет, которые от лица профсоюза вступают в переговоры с работодателем по жизненно важным для наемных работников вопросам.

По результатам переговоров и выработанных совместных решений между сторонами подписывается так называемый **коллективный договор**. Это

правовой акт, регулирующий социально-трудовые отношения и заключаемый между работниками организации или предприятиями с работодателем.

Экономическую основу для деятельности профсоюзных организаций во всем мире составляют членские взносы. Они нигде не облагаются государственными и муниципальными налогами. Функции современных спортивных профсоюзов многообразны:

- областные, городские профсоюзные организации, как у нас, так и за рубежом финансируют ДЮСШ, вовлекая в спортивную жизнь молодежь;

- стоят на защите прав наемных работников в сфере физической культуры и спорта, заключают с работодателем коллективные договоры и контролируют их выполнение;

- по инициативе профсоюзов спортсменов и предприятий спортивной индустрии разрабатываются проекты законов и поправки к действующему законодательству, которые создают правовую основу для защиты интересов спортивного сообщества;

- профсоюзные организации оказывают финансовую помощь сборным командам при их участии во внутренних и зарубежных соревнованиях;

- профсоюзы совместно с государственными и муниципальными органами участвуют в разработке и планировании спортивных мероприятий, дают рекомендации по строительству новых объектов спортивного назначения;

- участвуют в научно-исследовательской работе спортивных организаций и учреждений, оказывают финансовую поддержку при издании научной, учебной и методической литературы по физической культуре и спорту.

5. Объединения предпринимателей в спортивном бизнесе.

Их основанные цели и задачи

Современные предпринимательские ассоциации и союзы в сфере спорта и спортивной индустрии объединяют представителей бизнеса по различным направлениям:

- по масштабу предпринимательской деятельности (крупный, средний, малый бизнес);
- по отраслевому признаку (производственный, торговый, информационный и т.д.);
- по региональному признаку (местные, областные, общегосударственные, международные).

В соответствии с этими направлениями предпринимательские объединения формируют свою миссию, цели и задачи.

Наиболее важные цели и задачи:

1. *Взаимодействие с властью.* Представители спортивного бизнеса ставят цель стабильного и целенаправленного развития. Но достижение этой цели проблематично без постоянного диалога предпринимателей с законодательной и исполнительной властью, как в центре, так и на местах. Поэтому диалог должен происходить без какой-либо дискриминации, с учетом интересов всех сторон.

2. *Общественное партнерство.* Наиболее острая проблема между бизнесом и обществом – это проблема распределения прибыли между собственниками бизнеса и наемными работниками. Это всегда порождает конфликты. Во избежание этого члены спортивных предпринимательских объединений предлагают заинтересованным лицам, профсоюзным организациям, органам государственной власти вести трехсторонние консультации для нахождения взаимоприемлемых вариантов решения конфликтных ситуаций.

3. *Позитивные перемены внутри бизнес-сообщества.* Положительные отношения в предпринимательской среде должны быть фундаментом деятельности т.к. это норма делового поведения внутри бизнес – сообщества. Исходя из этого, предпринимательские объединения ставят перед собой задачи по улучшению стандартов деловой жизни, развитию равноправной конкуренции, усвоению позитивного опыта корпоративной культуры, скоординированного взаимодействия с наемными работниками, профсоюзами, научными и общественными организациями.

4. *Вхождение во власть и лоббирование интересов бизнеса.* Насущной задачей спортивного бизнеса является донесение своих нужд и интересов до властных структур. Это можно сделать путем вхождения представителей бизнес – сообщества в органы законодательной и исполнительной власти на муниципальном, региональном и государственном уровне. Это значительно облегчает предпринимательскому сообществу претворять в жизнь свои идеи и проекты. Это также дает возможность разъяснить парламентариям и государственным чиновникам позиции бизнес – сообщества и лоббировать интересы спортивного бизнеса законным способом.

5. *Взаимодействие с общественными организациями.* В предпринимательских кругах крепнет убеждение, что решить злободневные проблемы (в области экономики, физической культуры и спорта, образования, здравоохранения, пенсионного обеспечения и др.) нельзя без тесной связи бизнеса и общественных организаций. Поэтому необходимо взаимодействие всех предпринимательских объединений, которые должны выступать единой силой против любых попыток ограничения прав и свобод граждан.

6. *Международная деятельность.* Современные мировые тенденции развиваются в направлении все большей глобализации, становления единого экономического, информационного и культурного пространства. Интеграция спортивного украинского бизнеса в мировую систему разделения труда, завоевание определенных позиций на международных рынках (аренах), привлечение инвестиций на внутренний рынок – это должно быть главным направлением усилий государственной власти и бизнес – сообщества.

Реализация этих задач требует активного взаимодействия с иностранными предпринимателями и международными предпринимательскими объединениями, что совместно с законодательной и исполнительной властью создаст условия для притока иностранных капиталовложений и технологий, для формирования благоприятного налогового и конкурентного режима.

7. *Исследовательская и экспертная работа.* В предпринимательских объединениях сосредоточен значительный научный и исследовательский

потенциал, финансовые ресурсы соединены со знаниями и практическим опытом. В исследовательских структурах и комитетах предпринимательских объединений регулярно вырабатываются проекты законов, поправки к существующим правовым актам, стратегии развития бизнеса в отраслевом и территориальном направлении. Эксперты и руководители предпринимательского объединения выступают в научной и деловой прессе, в СМИ (средства массовой информации) с конструктивной критикой неправильных действий власти, предлагают способы разрешения возникающих конфликтов, делают прогнозы развития экономической ситуации по стране в целом и на отдельных рынках в частности.

Таковы общие направления деятельности спортивных предпринимательских объединений в вопросах корпоративной этики, социальной и международной политики, взаимодействия бизнеса и власти.

Контрольные вопросы к теме 5.

1. Проанализируйте объективные предпосылки формирования рыночных отношений в сфере физической культуры и спорта.
2. Охарактеризуйте законодательное регламентирование деятельности в сфере физической культуры и спорта.
3. Назовите виды страхования в сфере физической культуры и спорта.
4. Охарактеризуйте условия государственного пенсионного обеспечения в сфере физической культуры и спорта.
5. Проанализируйте деятельность и функции современных профкомитетов спортивных организаций.
6. Опишите взаимодействие спортивных организаций с властью.
7. Приведите примеры представительства и влияния интересов бизнеса в сфере физической культуры и спорта во властных структурах государства.
8. Охарактеризуйте взаимодействие бизнес-структур сферы физической культуры и спорта с общественными организациями.

Тема 6

Финансовый менеджмент в сфере физической культуры и спорта

П л а н

Занятие 1

1. Управление и его цели.
2. Суть деятельности управляющего (менеджера, организационного менеджера) в спортивной организации. Функции и задачи финансового менеджера.
3. Механизм реализации задач по финансовому менеджменту в сфере физической культуры и спорта.
4. Возможные варианты размещения денежных средств в спортивной индустрии.
5. Особенности налогообложения и их учет спортивной организации.

Занятие 2

1. Спонсорство и привлечение спонсоров в спортивные организации.
2. Билетный бизнес в сфере физической культуры и спорта.
3. Формирование цены производимого профессиональным спортом спортивного продукта.
4. Право собственности на спортивные услуги.
5. Различия в купле-продаже прав трансляции спортивного продукта.

Л и т е р а т у р а

1. Бубка С.Н. Олимпийский спорт в XXI веке: новое социэкономическое измерение / С.Н.Бубка// Теория и практика физической культуры . – 2011. - № 9.
2. Галкин В.В. Экономика физической культуры и спорта: учебное пособие для высших и средних профессиональных учебных заведений физической культуры / В.В. Галкин, В.И. Сысоев. – Воронеж: Дон, 2009.

3. Галкин В.В. Экономика и управление физической культурой и спортом: Учебное пособие для вузов / В.В. Галкин. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2006.
4. Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес: учебное пособие / В.В. Галкин. - М.: КНОРУС, 2006.
5. Гуськов С.И. Олимпийский маркетинг: вчера, сегодня, завтра / С.И. Гуськов, Ю.П. Мичуда // Наука в олимпийском спорте. – 1997. - № 1.
6. Колесников А. Мы и они. Зрители: <http://news.sportbox.ru>, 2013.
7. Костенко С.А. Экономические аспекты системы медицинского обеспечения спортсменов и лиц, занимающихся физической культурой и спортом / С.А. Костенко // Теория и практика физической культуры. – 1999. - № 4.
8. Кутепов М.Е. Менеджмент в зарубежном спорте: Курс лекций / М.Е. Кутенов. - М.: Школа спортивного бизнеса ГЦОЛИФК, 1999.
9. Кутепов М.Е. Менеджмент в зарубежном спорте: Курс лекций / М.Е. Кутенов. - М.: Школа спортивного бизнеса ГЦОЛИФК, 1999.
10. Мичуда Ю.П. Экономические предпосылки развития международного олимпийского движения в XXI веке / Ю.П. Мичуда // Наука в олимпийском спорте. – 2001.- № 2.
11. Мичуда Ю.П. Тенденції у розвитку олімпійського маркетингу кін. XX- поч. XXI ст. / Ю.П. Мичуда // Теорія і методика фізичного виховання і спорту. – 2003. – № 1.
12. Переверзин И.И. Искусство спортивного менеджмента / И.И. Переверзин. – М.: Советский спорт, 2004.
13. Посьелло К. Спорт как всеобъемлющее социальное явление / К. Посьелло // Отечественные записки. Журнал для медленного чтения. – 2006. - № 6.
14. Починкин А.В., Сейранов С.Г. Экономика физической культуры и спорта: монография / А.В. Починкин, С.Г. Сейранов. – М.: Советский спорт, 2011.
15. Приходько І.І. Стратегічний менеджмент розвитку сфери фізичної культури та спорту на Україні / І.І. Приходько, В.І. Мудрик, О.В. Горбенко, Г.М. Путятіна та ін. // Слобожанський науково-спортивний вісник. – Х.: ХДАФК.– 2010. - № 3.

16. Слободянюк Н.В. Анализ международного опыта и направления развития доходной части бюджета профессиональных футбольных клубов / Н.В. Слободянюк, Д.Г. Степыко // Вестник спортивной науки. – 2013. - № 6.
17. Слободянюк Н.В. Развитие внебюджетного финансирования спортивной индустрии России – Российский финансовый рынок. 23 апреля – 11 июня 2012 г. – М.: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В.Плеханова», 2012.
18. Спорт и образ жизни: сб. статей / Под ред. М.И. Сафонова. – М.: Физкультура и спорт, 1989.
19. Трентер Н. Спорт, экономика и общество в Великобритании (1750 - 1914) / Н.Трентер // Отечественные записки. Журнал для медленного чтения. – 2006. - № 6.
20. Шааф Ф. Спортивный маркетинг / Ф. Шааф. - М.: Филин, 1999.
21. Экономика физической культуры и спорта: Учебн. пособие для институтов физкультуры / Под ред. В.И.Агеевца, М.: Физкультура и спорт, 2003.
22. Элиас Н. Генезис спорта как социологическая проблема / Н.Элиас // Логос. - 2006. - № 3.

Занятие 1

1. Управление и его цели

В рыночной экономике основной формой управления фирмой (спортивной организацией) является менеджмент (т.е. управление).

Менеджмент – это система принятия и выполнения решений, направленных на достижение оптимального (наилучшего из возможных) варианта использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов фирмы. Менеджмент – это «искусство знать точно, что предстоит сделать, и как это сделать самым лучшим и дешевым способом».

Менеджмент – управления – это объединенный процесс планирования, прогнозирования, организации и контроля, необходимый для достижения целей спортивной организации (фирмы).

Главной целью любой фирмы, производителя спортивных товаров, является успешное ведение бизнеса (дела).

Важнейшее условие успешности – квалифицированное управление на основе постоянного сбора и анализа информации о целевых рынках и потребителях. Это дает возможность корректировать свою деятельность в части кадрового, сбытового, рекламного и др. направлений.

Эффективное управление берет свое начало с формулировки целей. К наиболее важным целям относятся:

- минимальная себестоимость производимых товаров и услуг;
- выживание фирмы в условиях жестокой конкурентной борьбы;
- максимальное качество реализуемых товаров и услуг;
- максимальный товарооборот и прибыль;
- рост объемов продаж;
- постоянное поддержание брендов (авторитета, доброго имени) спортивной организации.

При формулировке целей организаторы должны понимать, и даже прогнозировать возможные препятствия в развитии предпринимательской деятельности как экономического, так и организационного порядка. Это так называемые ограничения в предпринимательской деятельности. К ним относятся:

- лимитированный объем финансовых ресурсов;
- ограниченный выбор места расположения;
- размер помещений, затрудняющий расширение ассортимента предоставляемых услуг;
- недостаток высококвалифицированных специалистов (кадров);
- контингент потребителей (болельщики, клиенты, зрители и т.д.).

Фундамент пирамиды, т.е. ее основание – это потребитель, т.е. болельщик.

Поставленные цели могут быть достигнуты лишь при наличии соответствующего кадрового потенциала, финансовых и материальных ресурсов, а также контингента потребителей, болельщиков, клиентов.

Все это создается и управляется менеджерами.

2. Суть деятельности управляющего (менеджера, организационного менеджера) в спортивной организации. Функции и задачи финансового менеджера

Суть деятельности менеджера (т.е. управляющего) – это концентрированное выражение умственного труда, знаний и умений. От уровня профессионализма менеджера в наибольшей степени зависит благополучие спортивной организации.

Высокопрофессиональный менеджер строит свою повседневную работу на основании долгосрочного и краткосрочного планирования, действует в соответствии с изменяющимися условиями и конъюнктурой рынка, своевременно вносит коррективы в свою ценовую, кадровую, финансовую политику.

Только гибкость, творчество, высокая адаптивность (интуиция) к внешней среде дает возможность своевременно вводить инновации в управленческую, организационную и маркетинговую деятельность спортивной организации.

Таким образом, именно от высокой степени ответственности, творчества, активности, культуры, таланта и волевых качеств менеджера зависит имидж фирмы и ее доходы, численность болельщиков, партнеров и клиентов.

Большинство современных спортивных организаций получают финансовые ресурсы из самых разных источников:

- бюджетов всех уровней, от реализации спортивных лотерей, продажи билетов, рекламы, спонсорства, меценатства, от предпринимательской деятельности, депозитных операций, от сдачи собственности в аренду и многих других видов деятельности.

Денежные средства расходуются спортивными организациями на собственные нужды – выплату зарплаты, премиальные спортсменам и тренерам, расчеты по кредитам с коммерческими банками, налоговые отчисления в государственный и местные бюджеты. Налоги должны

выплачиваться не огульно и бессистемно, а с учетом всех положенных льгот и специфики налогового законодательства.

Управления финансами возлагается на компетентного специалиста, хорошо разбирающегося, как в спорте, так и в финансах.

В мировой практике такого специалиста называют финансовым менеджером (управляющим).

Финансовый менеджер в спортивных клубах и организациях выполняет следующие функции:

- осуществляет финансовый анализ и планирование (в т.ч. бизнес-планирование);
- взаимодействует с коммерческими банками и разрабатывает кредитную политику;
- совместно с руководством спортивной организации планирует общую сумму трансфертов и объемы финансовых инвестиций;
- управляет потоками наличных денег (на зарплату, премиальные, командировочные спортсменам, тренерам и другим субъектам спортивной организации);
- управляет налогами (согласно особенностям налоговой политики в спорте);
- осуществляет поиск и привлечение спонсоров;
- разрабатывает рекламную и маркетинговую стратегию фирмы (спортивной организации).

Для финансового благополучия спортивной организации финансовому менеджеру и его службе необходимо:

- тщательно анализировать предыдущие периоды финансовой деятельности фирмы и выявлять статьи доходов, которые приносят высокую прибыль, а также статьи расходов, которые неоправданно завышены и нуждаются в сокращении;
- осуществлять кратковременное (до 1 года), среднесрочное (на 2-3 года) и долгосрочное (до 5 лет и более) финансовое планирование спортивной организации с

целью упорядочения движения финансовых потоков и их взаимосвязи. Это необходимо для целенаправленного контроля за расходованием финансовых средств на рекламную кампанию, на представительские расходы, на работу с общественностью, презентации и др.;

- осуществлять бизнес-планирование коммерческих проектов и отдельных финансовых бизнес-операций спортивной организации;

- создать информационную базу для принятия финансовых решений администрацией спортивной организации.

Для выполнения всех этих задач финансовому менеджеру требуется определенный механизм их реализации.

3. Механизм реализации задач по финансовому менеджменту в сфере физической культуры и спорта

Механизмом для реализации поставленных задач являются разнообразные финансовые инструменты (различные возможные действия по многим направлениям) как:

- банковские депозиты;
- заемные и валютные операции;
- ценные бумаги (акции, государственные и корпоративные облигации, векселя и т.д.).

Кроме того спортивные организации осуществляют вложение денег менеджеров, спортсменов, тренеров, которые в дальнейшем эти инвестиции должны окупить.

Перед спортивной организацией, спортивным клубом могут иметь место возможности по выгодному инвестированию средств в смежный бизнес, в покупку прибыльных предприятий из разных сфер экономики. Но смысл эффективного управления финансовыми активами не в том, чтобы этих инструментов было как можно больше, а в том, чтобы они обеспечивали:

- максимальную доходность;
- высокую надежность;

- приемлемую ликвидность (т.е. возможность быстрой безущербной продажи).

Финансовый менеджер обязан знать также стратегию снижения финансовых рисков, т.е., что деньги необходимо вкладывать не в один-два, а по возможности использовать все финансовые инструменты.

4. Возможные варианты размещения денежных средств в спортивной индустрии

Возможны следующие варианты размещения денежных средств спортивной организации:

- эмиссия (выпуск) собственных ценных бумаг (к примеру футбольные клубы: «Лацио», «Рома», «Интер» и др.);

- инвестиции в смежный бизнес (торговые предприятия, модельный и рекламный бизнес, издательскую деятельность, бензоколонки, мобильная связь и др.);

- инвестиции в интернет проекты, т.е. спортивные клубы осуществляют двухстороннюю связь – спортсмены и тренеры дают интервью и отвечают на вопросы онлайн и оффлайн режимах др.

- инвестирования в спортивные сооружения и дочерние фирмы (т.е. спортивные клубы, лиги вкладывают заработанные деньги в строительство новых или реконструкцию существующих спортивных сооружений. Это бывает очень выгодно, т.е. со временем вложение денег окупается и начинает приносить чистый доход.

- вложение денег в спортсменов и тренеров. Обычно инвестиции такого типа осуществляются с организацией в двух направлениях:

- в создание собственной школы подготовки кадров, т.е. сети детско-юношеских спортивных школ и системы селекции перспективных спортсменов и тренеров;

- в приобретение высококлассных спортсменов и тренеров в других клубах, как внутри страны, так и за рубежом.

5. Особенности налогообложения и их учет спортивной организации

Одной из центральных задач финансового менеджера спортивной организации является получение максимальной прибыли и сокращение расходов, налоговые выплаты и расходы.

В связи с этим финансовому менеджеру при отчислении налогов в бюджеты всех уровней следует принимать в расчет следующие факторы:

- особенности государственного налогового и таможенного законодательства, т.е. каких случаях и при каких условиях налоговое законодательство предусматривает для спортивных организаций и отдельных спортсменов определенные налоговые и таможенные льготы, в чем они выражаются;

- особенности иностранного налогового законодательства. Выступая или работая по контракту за пределами своего государства спортсмены и тренеры обязаны выплачивать налоги там, где получают доход. Должны ли они по возвращению на родину снова платить налог? То есть речь идет о двойном налогообложении. Чтобы этого не было, государства заключают соответствующие соглашения, смысл которых заключается в упорядочении налоговых сборов и их справедливом разделе.

- особенности местного налогообложения. Многим областям, муниципалитетам, как у нас, так и за рубежом предоставлено право вводить местные налоги и сборы, а так же устанавливать льготы по этим платежам для отдельных категорий юридических и физических лиц. Поэтому финансовому менеджеру необходимо знать о нюансах местного налогового законодательства.

Сегодня распространены оффшорные предприятия и организации.

Специфика оффшорного бизнеса - это создание в отдельных государствах благоприятного режима работы, который предполагает полное или частичное освобождение от уплаты налогов субъектов, зарегистрированных на этих территориях. Районы с налоговыми льготами получили название оффшорных

зон (от англ. off-shore – находиться на удалении от берега) в связи с тем, что как правило представляют собой островные территории.

Спортивной организации может быть очень выгодно открыть свой филиал (или банковский отчет) в оффшорной зоне.

Выгоды следующие:

- уменьшаются налоговые платежи, что позволяет увеличить прибыль спортивной организации;
- упрощается или полностью упраздняется бухгалтерская отчетность;
- допускается возможность не указывать имена владельцев оффшорных компаний.

Использование оффшорных схем для минимизации налогов может быть целесообразным для спортивной организации, особенно, если она работает со значительными гривневыми и валютными активами в своей стране и за рубежом.

Занятие 2

1. Спонсорство и привлечение спонсоров в спортивные организации

Слово «спонсор» означает поручитель, гарант, лицо или организация финансирующая проведение какого-либо мероприятия. В широком смысле «спонсорство» означает финансовую поддержку кого либо в обмен на определенные услуги.

Спонсорство в спорте играет важную роль, как для спортивной организации, так и для фирм.

Компании, выступающие спонсорами в спорте, как правило, решают для себя следующие задачи:

- создают своей компании (фирме) позитивный имидж (т.к. очень часто потребители приобретают товар той фирмы, которая занимается меценатством и спонсорством);
- удерживают старых партнеров по бизнесу – если фирмы-производители знают, что их партнер является спонсором, то они обоснованно считают, что

имеют дело с платежеспособным предприятием, а также если партнер является спонсором, то он заботится не только о своей прибыли, но и об общественном благе. Это, в определенной степени, удерживает старых партнеров по бизнесу, а также постоянных клиентов и покупателей;

- выявляют и используют новые деловые возможности;

- поддерживают отдельных спортсменов, тренеров, клубные и сборные команды, тем самым развивают физическую культуру и спорт в целом. Кроме того, компания-спонсор часто с лихвой окупает собственные затраты на спорт. Поэтому, спонсорство можно рассматривать как составную часть экономической политики фирмы, направленной на увеличение прибыли. В то же время спонсорство нельзя измерить лишь денежными показателями. Капитал любого производителя товаров или услуг включает в себя, помимо материальных и денежных средств также и гуд-вилл, т.е. такие «невещественные» активы, как гуд-вилл - авторитет, гуд-вилл - доброе имя, гуд-вилл - клиентура, гуд-вилл - известность.

Таким образом, многие фирмы приобретают себе хорошую репутацию за счет спонсоров, что влияет на капитализацию фирмы, ее денежную оценку рынком.

В последние годы широкое распространение получила новая форма потока и привлечения спонсоров посредством Интернета. Фирмам-спонсорам, с одной стороны, и спортивными организациям и спортсменам, с другой, очень удобно осуществлять контакты в виде «Виртуальных встреч». Поэтому, система Интернет стала местом консолидирования спроса и предложения на спонсорском рынке, сводя вместе самые разные запросы.

2. Билетный бизнес в сфере физической культуры и спорта

В деятельности финансового менеджера спортивных организаций, как и в самой системе финансирования спорта, значительное место занимают такие экономические инструменты:

- купля-продажа входных билетов, абонементов;

- права на телевизионную, радио и Интернет – трансляции спортивных соревнований и других спортивных событий (т.е. торжественные церемонии открытия и закрытия Олимпиад, Чемпионата мира, Европы, награждение спортсменов и т.д.).

Для профессионального спорта, в котором главным производимым продуктом является шоу, существуют такие способы его продажи:

- продать спортивный продукт (услугу) можно реально присутствующим на соревновании зрителям, которые специально пришли на стадионы, в спортивные комплексы за зрелищем. Эти люди, приобретая билеты образуют первый источник финансирования спорта (т.к. называемый тиккетинг), т.е. оплачивают право в живую наблюдать спортивное соперничество;

- многие любители спорта, в силу различных причин, не могут присутствовать на месте проведения игр и состязаний. Поэтому для удовлетворения спроса этой группы потребителей используются технические средства – радио, телевидение, Интернет.

Второй значительный инструмент продажи спортивного продукта - это средства массовой информации, которые, с одной стороны, удовлетворяют спрос болельщиков на спортивные услуги, с другой стороны, получают доходы от трансляции соревнований и других спортивных событий. СМИ выступают коммерческим посредником между спортом и широкой зрительской аудиторией, объединяя имеющиеся предложения и спрос.

Основным инструментом для получения финансовых средств от спортивной деятельности является не только продажа билетов, а прежде всего формирование цены на спортивный продукт или услугу.

3. Формирование цены производимого профессиональным спортом спортивного продукта

Предоставляемые спортивными организациями услуги представляют собой конечный продукт внутренних процессов промежуточного характера, т.е. подготовки производства, а именно продукта спортивных маркетинговых,

коммунальных и других финансовых затрат. Совокупная стоимость промежуточных процессов, а также качества человеческих ресурсов определяют потенциальную цену произведенного спортивного продукта (услуги), которые необходимо продать потребителям.

Для профессионального спортивного клуба – это соединение в единую подготовительную фазу тренировочного процесса, интеллектуальной работы тренерской мысли, финансовых, технических и материальных ресурсов. В результате всех перечисленных факторов создается услуга, которая в виде спортивного шоу.

Для фитнес-клуба ситуация несколько иная. Здесь в результате соединения необходимых предпринимательских способностей и факторов производства производятся (создаются) услуги иного рода, направленные на удовлетворение потребностей индивидов в красоте, здоровье, в активности, в долголетию, в общении.

Процесс оценки и продажи спортивных услуг обязательно предусматривает право собственности на спортивный продукт (услугу). Собственникам услуги признается официально зарегистрированное лицо, обладающее всеми правами (на спортсменов и тренеров, торговли марками, фирменные наименования, патенты) и имеющее соответствующие лицензии на данный вид деятельности.

Право собственности на спортивный продукт (услугу) дает возможность производителю самостоятельно продавать спортивный продукт (услугу) на законном основании.

4. Право собственности на спортивные услуги

Процесс оценки и продажи спортивных услуг обязательно предусматривает право собственности на спортивный продукт (услугу).

Собственником спортивного продукта признается официально зарегистрированное лицо, обладающее всеми правами (на спортсменов,

тренеров, торговые марки, фирменные наименования, патенты) и имеющие соответствующие лицензии на данный вид деятельности.

Право собственности на услугу дает возможность производителю самостоятельно, на законном основании продавать (реализовать) свою собственность.

При этом собственник может реализовать спортивные услуги различными способами. Это может быть:

- самостоятельная реализация услуги;
- передача билетного бизнеса сторонним организациям.

Передавая билетный бизнес третьим лицам спортивный клуб снимает с себя множество проблем по поддержанию и развитию этого специфического вида предпринимательской деятельности, а также затрат, с ними связанных. При этом клуб потенциально сознательно теряет часть прибыли в обмен на стабильность и снижение коммерческих рисков.

5. Различия в купле-продаже прав трансляции спортивного продукта

Другим важным способом реализации услуг профессионального спорта является продажа прав трансляции с мест проведения соревнований и спортивных событий. Здесь также определяется собственник спортивного продукта (это – спортсмены, принимающие участие в соревнованиях; тренеры, готовящие спортсменов к соревнованиям; федерации по видам спорта).

В повседневной практике владельцами спортивного продукта могут быть любые физические и юридические лица, которые имеют право собственности по национальному законодательству или международному праву. Чаще всего это международные спортивные организации, которые организуют и продают собственные турниры (например, МОК имеет все права на трансляцию Олимпийских игр), а также спортивные клубы и команды, участвующие в этих турнирах. При необходимости устанавливается порядок разграничения полномочий в части обладания этими или иными правами.

Важным является вопрос о том, сколько стоит производимый профессиональным спортом продукт в денежном выражении и какова процедура формирования цены. Так, существуют технологии ведения телевизионного и другого массмедийного бизнеса. В его основе лежит зрительский интерес, так как именно он определяет коммерческую эффективность телекомпании, радиостанции или Интернет-проекта.

Для количественной оценки зрительского интереса используется рейтинг (пример: 1 бал представляет 1% или 1 055 000 украинских семей для сезонов 2002-2005 гг.). Определяются рейтинги путем опросов и фокус-групп специальными независимыми компаниями с хорошей репутацией. Такие замеры рынка СМИ проводят еженедельно, а результаты исследования сводятся в таблицу «Рейтинги спортивных команд».

С рейтинговыми цифрами в руках на основании данных рейтинга спортивные менеджеры ведут переговоры с представителями СМИ о стоимости рекламы в дневное и вечернее время.

Спортивные менеджеры стремятся продать свой продукт оптом (например включая все матчи чемпионатов, а не отдельные игры) с целью снижения коммерческих рисков, т.к. не все матчи собирают у экранов или радиоприемников большое количество болельщиков.

В купле-продаже прав трансляции принято различать:

- эксклюзивные (исключительные) права собственника, который становится единственным правообладателем спортивного продукта (владелец исключительных прав сам решает кому и по какой цене он будет перепродавать спортивный продукт);

- пакетные права, которые включают в себя набор из нескольких прав трансляции, например прямой эфир, трансляцию через Интернет (только звук или звук и изображение), выборочная трансляция (16 матчей из 32 игр чемпионатов) и т.д.;

- отдельные права на радиотрансляцию, на трансляцию всего матча на следующие сутки, на 10-минутные фрагменты игр; права на трансляцию с редактированием (т.е. со вставкой собственной рекламы).

При заключении сделок о продаже прав трансляции закрытым (кабельным и спутниковым) каналам на первый план выходят такие параметры, как количество подписчиков (абонентов) канала, величина платы за канал (или пакет каналов), наличие или отсутствие рекламы в передачах трансляции, географическая зона трансляций. Фактически менеджеры закрытых спортивных каналов обращаются к спортивным организациям и организаторам соревнований с предложением продать им продукт по приемлемой для обеих сторон цене. В современной экономике спорта все чаще владельцы прав трансляций (МОК, ФИФА, УЕФА, другие международные спортивные федерации) продают спортивный продукт через свои маркетинговые подразделения или уполномоченные компании на длительный срок (1, 4-6 лет). Выкупившая эксклюзивные права трансляции фирма перепродает их отдельным телекомпаниям и радиостанциям по индивидуальным контрактам, учитывая платежеспособность и текущие финансовые возможности каждого отдельного покупателя. В результате деловых переговоров формируется цена на прямые трансляции, видеозаписи и демонстрации отдельных моментов соревнований.

Контрольные вопросы к теме 6

1. Охарактеризуйте эффективное управление спортивным бизнесом.
2. Назовите задачи и функции финансового менеджера в спортивных организациях.
3. Перечислите возможные варианты размещения денежных средств в спортивной организации.
4. Опишите особенности налогообложения и их учет спортивной организацией.
5. Опишите спонсорство и процесс привлечения спонсоров в спортивные организации.
6. Охарактеризуйте билетный бизнес в сфере физической культуры и спорта.
7. Объясните формирование цены производимого профессиональным спортом продукта.
8. Охарактеризуйте право собственности на спортивные услуги.
9. Назовите различия в купле-продаже прав трансляции спортивного продукта.

Темы докладов и рефератов

1. Законодательные основы предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта в современной Украине.
2. Закон Украины «О физической культуре и спорте» от 24.12.1993: характеристика основных положений.
3. Национальная доктрина развития физической культуры и спорта: реализация в современной Украине.
4. Социально-экономические функции физической культуры и спорта.
5. Влияние физической культуры и спорта на оздоровление населения и рост производительности труда в национальном хозяйстве.
6. Механизмы формирования спроса в сфере физической культуры и спорта.
7. Современный профессиональный спорт и пути его развития в Украине.
8. Менеджмент профессионального спорта.
9. Экономическая эффективность занятий оздоровительной физической культурой.
10. Организационно-управленческие аспекты проведения спортивного мероприятия (на примере спортивного мероприятия любого уровня).
11. Олимпийский спорт в XXI веке: новое социоэкономическое измерение.
12. Спорт как всеобъемлющее социальное явление.
13. Классификация и характеристика методов управления, их использование и применение в практике спортивных организаций.
14. Функции менеджмента в деятельности спортивных организаций.
15. Спортивные негосударственные организации: организационные основы создания, характеристика основополагающих документов деятельности (устав, положение).
16. Цели, задачи, структура, основные направления работы спортивного клуба.
17. Источники финансирования сферы физической культуры и спорта.

18. Предпринимательская деятельность в сфере физической культуры и спорта.
19. Рекламная деятельность в спортивной индустрии.
20. Интеграция украинского спортивного бизнеса в международную спортивную систему.
21. Экономические предпосылки развития международного олимпийского движения в XXI веке.
22. Тенденции в развитии олимпийского маркетинга кон. XX - нач. XXI в.
23. Коммуникации спортивных организаций.
24. Технологии публич рилейшнз в пропаганде физической культуры и спорта.
25. Содержание делопроизводства в деятельности спортивной организации.

Краткий терминологический словарь

Авизо - уведомление, извещение об операции, поступлении платежа, остатке средств на счете, открытии аккредитива.

Активы – любая собственность компании; машины и оборудование, здания, запасы, банковские вклады и инвестиции в ценные бумаги, патенты (в западной практике также деловая репутация).

Акционерное общество – предприятие с ограниченной ответственностью его членов, капитал которого разделен между владельцами на паи в виде акций; предприятие с ограниченной ответственностью его членов, капитал которого разделен между владельцами на паи в виде акций.

Акция – ценная бумага без установленного срока обращения, удостоверяющая внесение средств на цели создания или развития предприятия и дающая право ее владельцу на участие в управлении предприятием, получение части прибыли в виде дивидендов, участие в распределении имущества предприятия в случае его ликвидации.

Амортизация - 1) погашение, ежегодное списание части стоимости реального актива; перенесение стоимости машин, оборудования, зданий на готовую продукцию, ускоренное списание (быстрее износа) позволяет быстрее обновлять основные фонды; 2) поэтапное погашение кредита по определенному графику.

Аренда - имущественный наем, договор, по которому одна сторона (арендодатель) предоставляет другой стороне (арендатору) имущество во временное пользование за определенную плату. Широко распространена аренда земли, жилых и нежилых помещений, промышленных и торговых предприятий, временно неиспользуемого оборудования и транспортных средств. Арендуемое имущество может стать собственностью арендатора, если оно будет им полностью выкуплено.

Аудит - проверка (ревизия) бухгалтерской отчетности компании квалифицированными специалистами (аудиторами) на предмет ее соответствия установленным учетным правилам и стандартам.

Аукцион – публичный торг под руководством специального лица (аукционера), при котором товар получает тот, кто предложил максимальную цену.

Баланс - операция и материальные ценности компании в разбивке на пассивы и активы по установленной форме на определенную дату; активы равны пассивам, включающим средства акционеров и заимствования.

Балансовая стоимость - стоимость активов в бухгалтерских книгах компании (обычно за вычетом амортизации). Реальная рыночная стоимость может быть иной.

Банкротство – установленная судом несостоятельность; со дня официального объявления компании банкротом она теряет право распоряжаться своим имуществом.

Бартер – обмен товара на товар без уплаты части суммы контракта наличными или с помощью кредита.

Бизнес-план - это целостная программа, в которой приводятся экономические, технологические, организационные мероприятия, даются прогнозные оценки и необходимые обоснования по осуществлению бизнес-проекта на практике.

Биржа – организованный рынок товаров и ценных бумаг; обычно имеет фиксированный состав членов, строгие правила торговли.

Брокер – посредник в коммерческих, валютных, кредитных, страховых операциях.

Бумажные (символические) деньги - это средства платежа, чья стоимость в качестве денег превосходит издержки из производства или ценность при альтернативном использовании.

Валовой внутренний продукт – общая рыночная стоимость конечных товаров и услуг, произведенных в стране за определенный период времени.

Валовой внутренний продукт номинальный - объем ВВП, выраженный в ценах, существующих на момент его производства.

Валовой внутренний продукт реальный - скорректированный с учетом инфляции или дефляции объем производства конечных товаров и услуг.

Валюта – 1) национальная денежная единица; 2) иностранная валюта; банковские счета, платежные документы, банкноты, выраженные в иностранных денежных единицах.

Валютная касса – совокупность поступлений и платежей страны в иностранной валюте.

Валютная монополия - монополия государства в лице его органов на валютные операции и всю валюту, зарабатываемую экономическими агентами.

Валютные кредиты – кредиты в иностранной валюте.

Валютные ограничения – инструменты регулирования внешних платежей государства.

Валютные операции - купля-продажа иностранной валюты (обмен одной валюты на другую).

Валютный курс - цена национальной валюты, выраженная в денежных единицах другой страны, или цена иностранной валюты, выраженная в национальных денежных единицах.

Валютный риск – опасность потерь при проведении внешнеторговых валютных и других операций в связи с изменением курса иностранной валюты.

Вексель – долговое обязательство определенного субъекта уплатить в установленный срок указанную в векселе сумму.

Внешнеторговый оборот – сумма экспорта и импорта за какой-либо период.

Внутренняя среда - в маркетинге факторы, поддающиеся управлению со стороны предпринимателя.

Гарантия – поручительство за выполнение клиентом или каким-либо лицом денежных или других обязательств.

Гербовый сбор - налог, взимаемый государством с некоторых видов сделок (например, с ценными бумагами), за регистрацию соглашений и документов.

Глобализация - формирование транснационального, планетарного уровня международной экономики с присущими ему закономерностями.

Девальвация – официальное снижение курса национальной валюты по отношению к иностранным валютам.

Демпинг – продажа товара по бросовым ценам с целью закрепиться на рынке (в том числе себе в убыток).

Деньги – общепризнанное в экономических отношениях средство обмена.

Депозит - 1) денежная сумма или ценные бумаги, вверенные банку.

Дефицит государственного бюджета – превышение расходов государства над полученными доходами.

Дефляция - снижение общего уровня цен в экономике.

Дивидент – часть прибыли предприятия, начисленная на одну акцию.

Дилеры - 1) юридическое или физическое лицо, совершающее операции за свой счет; 2) сотрудники банка, занимающиеся операциями с валютой, депозитами, ценными бумагами.

Директ мейл – коллективное средство рекламы, прямая почтовая реклама, методы рассылки рекламных материалов конкретным потенциальным покупателям.

Имидж – образ товара, предприятия, страны.

Импортные пошлины – налог, которым государство облагает ввозимые из-за границы товары.

Инвестиции – капиталовложения; 1) вложения в основной капитал и материально-товарные запасы для развития производства; 2) вложения средств в финансовые активы (депозиты, ценные бумаги) с целью получения дохода.

Инвестор – домашнее хозяйство или предприятие, расходующее деньги на производственные цели.

Индексация, индексирование – привязка суммы контракта, кредита, зарплаты к индексу роста цен, т.е. сумма растет параллельно с ростом цен; средство защиты от инфляции.

Индивидуальный предприниматель - это лицо, которое ведет дело за свой счет, самостоятельно принимает решения и несет полную финансовую ответственность по своим обязательствам.

Инжиниринг – сфера деятельности по проработке вопросов создания объектов промышленности, инфраструктуры и др., прежде всего в форме предоставления на коммерческой основе различных инженерно-консультативных услуг.

Инфляция - переполнение каналов обращения бумажными деньгами, сопровождающееся их обесцениванием и ростом цен.

Коммерческий банк – банковское учреждение, специализирующееся на приеме депозитов, краткосрочном кредитовании и расчетном обслуживании клиентов.

Конкуренция – соперничество экономических субъектов за лучшую реализацию своих экономических интересов.

Консигнация - консигнационные операции состоят в поручении одной стороной (консигнантом) другой стороне (консигнатору) продать товары со склада от своего имени за счет консигнанта.

Контрагент – лицо или учреждение, принявшее на себя те или иные обязательства по договору; каждая из сторон в договоре по отношению друг к другу.

Контракт – устное или письменное соглашение, по которому одна из сторон берет обязательство что-либо сделать для другой на определенных условиях и в назначенные сроки.

Контрольный пакет акций – количество акций, владение которыми позволяет осуществлять контроль за деятельностью акционерного общества.

Концессия - договор о передаче в эксплуатацию иностранному юридическому или физическому лицу на определенный период

принадлежащих государству природных богатств, предприятий и других хозяйственных объектов.

Кредит, ссуда – предоставление денежных средств на условиях возвратности с уплатой процентов как правило, на фиксированный срок.

Кредитные (банковские) деньги - долговые обязательства банков, средства, по которым могут быть переведены другим лицам в виде платежей за товары (услуги).

Кругооборот фондов - процесс смены форм, последовательного превращения фондов из одной функциональной формы в другую.

Курсовая стоимость акции – цена, по которой осуществляется ее продажа на рынке.

Либерализм (фритредерство) – свободная торговля и ограниченное вмешательство государства во внешнеэкономическую деятельность.

Ликвидность - способность компаний и банков своевременно выполнять свои обязательства.

Лицензия - разрешение, выдаваемое государством на проведение некоторых видов хозяйственной деятельности, включая внешнеторговые операции (ввоз и вывоз товаров).

Макроэкономика - отрасль экономической науки, изучающая экономику в целом.

Маржа прибыли – показатель прибыли в процентах к объему реализованной продукции или капиталу.

Менеджмент – это система принятия и выполнения решений, направленных на достижение оптимального (наилучшего из возможных) варианта использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов фирмы. Менеджмент – это «искусство знать точно, что предстоит сделать, и как это сделать самым лучшим и дешевым способом». Менеджмент – управления – это объединенный процесс планирования, прогнозирования, организации и контроля, необходимый для достижения целей спортивной организации (фирмы).

Микроэкономика – отрасль экономической науки, изучающая поведение и взаимодействие отдельных экономических субъектов.

Мораторий - отсрочка или полное прекращение платежей по долговым обязательствам; мораторий может быть объявлен по согласию сторон или быть односторонним, официальным и фактическим.

Налоги - обязательные платежи домашних хозяйств и предприятий в бюджет государства.

Некоммерческие физкультурно-спортивные организации это те, основная цель которых заключается не в получении прибыли, а в популяризации каких-либо видов спорта, распространении знаний о здоровом образе жизни, управлении видами спорта, оказании помощи спортсменам-ветеранам и других целях, направленных на достижение общественных благ.

Номинальный – валютный курс или процентная ставка, не учитывающие уровень инфляции (реальный – с учетом инфляции).

Норма прибыли - средняя по отрасли расчетная прибыль производителей (после выплаты налогов, заработной платы и т.д.).

Ноу-хау – совокупность технических, коммерческих и др. знаний, оформленных в виде технической документации, навыков и производственного опыта, необходимых для освоения технологии, метода и т.д.

Облигация - долговое обязательство; ценная бумага, приносящая держателю установленный заранее доход; облигации могут быть именные и на предъявителя, с фиксированной и плавающей процентной ставкой и, как правило, свободно обращаются на рынке.

Опцион - право выбора; сделка, в которой одной из сторон предоставлено право выбора каких-либо условий.

Патент – 1) свидетельство, выдаваемое правительством изобретателю на право исключительного пользования сделанным изобретением; 2) документ на право занятия торговлей или промыслом.

Позиционирование товара – процесс определения места нового товара в ряду существующих.

Потребности - внутренние побудительные мотивы деятельности человека.

Пошлина - специальный налог государства на товары, ввозимые в страну или вывозимые из нее.

Предпринимательство - инициативная, самостоятельная хозяйственная деятельность людей, направленная на получение прибыли посредством организации и использования ресурсов в целях производства и реализации товара.

Предприятие государственное - предприятие, которое принадлежит государству и контролируется им.

Предприятие единоличное - предприятие, созданное и контролируемое одним предпринимателем.

Преференции – особые льготы, предоставляемые одним государством другому в торговле (скидки с таможенных пошлин и транспортных тарифов, льготное кредитирование и страхование).

Приватизация - отчуждение государственного имущества в пользу частных лиц.

Продажная цена - цена, по которой товар приобретает непосредственно потребителем (не путать с контрактной ценой, по которой товар может приобретаться посредником).

Пролонгация - продление срока действия векселя или соглашения.

Протекционизм - экономическая политика государства, имеющая целью способствовать развитию национальной экономики путем ограждения ее от иностранной конкуренции.

Процентная ставка – ставка платы за кредит, получаемый кредитором от заемщика; в кредитных соглашениях процентная ставка может быть фиксированной в течение всего срока или плавающей (регулярно изменяемой в соответствии с рыночной конъюнктурой).

Разделение труда - выделение и устойчивое закрепление различных видов трудовой деятельности за отдельными людьми или их группами.

Реальная ценность денег - количество товаров и услуг, которое можно приобрести за денежную единицу.

Ревальвация - официальное повышение курса национальной валюты.

Резидент – юридическое или физическое лицо, имеющее постоянное местопребывание в данной стране; на резидентов в полной мере распространяется режим налогообложения и регулирования.

Рейтинг – оценка, отнесение к классу, разряду или категории; кредитный рейтинг – оценка кредитоспособности заемщика, надежности его обязательств.

Рекламация - претензия к качеству поставленной продукции или проданного товара, содержащая требование возмещения убытка, снижения цены, устранения недостатков.

Рента экономическая - цена, уплачиваемая за использование земли и других природных ресурсов, количество которых строго определено.

Рефинансирование - новые заимствования для погашения имеющейся задолженности; применяется для трансформации краткосрочной задолженности в долгосрочную и для улучшения условий займов.

Реэкспорт – экспорт ранее импортированных товаров в третью страну.

Рынок покупателя - ситуация на рынке, когда предложение превышает спрос.

Рынок продавца – ситуация на рынке, когда спрос превышает предложение.

Сиф – стоимость, страхование, фрахт; условие поставки товаров в международной торговле, при котором продавец обязан зафрахтовать тоннаж и оплатить фрахт, доставить товар в порт, застраховать его и погрузить на судно в согласованный срок; в контрактах после термина «СИФ» обычно пишут конкретный порт назначения.

Слоган – рекламный лозунг, девиз. Сжатая, ясная и легко воспринимаемая формулировка рекламной идеи.

Собственность – закрепление права контроля экономических ресурсов и жизненных благ за определенными экономическими субъектами.

Социальные гарантии – обязательства государства перед членами общества по формированию их доходов, условиям получения определенных товаров и услуг, рабочих мест.

Социальная защита - это комплексная система государственной деятельности, которая включает в себя:

- совокупность правовых гарантий гражданам в части социального обеспечения;
- подсистему мероприятий по обслуживанию пожилых и нетрудоспособных граждан;
- подсистему социального страхования работающих граждан;
- подсистему контроля за соблюдением прав граждан в сфере социального обеспечения.

Конкретно социальная защита выражается в материальной помощи малообеспеченным гражданам и многодетным семьям, выплате пособий по возрасту и инвалидности, выплате стипендий учащимся и студентам, в обеспечении бесплатного медицинского обслуживания, профессионального обучения, трудоустройства.

Спот - немедленный расчет по валютной или иной сделке (в пределах 2 рабочих дней после ее заключения).

Страхование – система финансовой компенсации в случае неблагоприятных обстоятельств в обмен на регулярную уплату небольших сумм (премий), из которых составляется компенсационный фонд, вкладываемый в приносящие доход активы; размер премии рассчитывается на основе данных о вероятности наступления страхового случая.

Таможенные пошлины – налоги, взимаемые государством с провозимых через национальную границу товаров по ставкам, предусмотренным таможенным тарифом.

Товарищество, партнерство – форма организации компании, занимающая промежуточное положение между семейным и акционерным предприятием.

Товарная биржа - организованный рынок биржевых товаров с фиксированным членством и правилами торговли.

Торговый баланс – экспорт и импорт страны за определенный период или на дату.

Торговый барьер – торговый протекционизм, т.е. ограничение обмена товарами и услугами с помощью пошлин, квот, валютного контроля.

Транзитные пошлины – таможенные пошлины, взимаемые с грузов, перевозимых транзитом через территорию данной страны.

Труд – физические и интеллектуальные способности человека, используемые в процессе создания жизненных благ.

Уставный капитал – капитал компании, величина которого определяется уставом; представляет собой номинальную стоимость акции компании (может быть оплачен частично); государство, как правило, устанавливает минимальный размер уставного капитала, а его увеличение является прерогативой собрания акционеров.

Учет (дисконт) векселей - покупка векселей до истечения их срока со скидкой относительно номинальной стоимости.

Факторы производства - необходимые компоненты производственного процесса (труд, капитал, природные ресурсы и предпринимательские способности).

Фиксированный – курс, цена, ставка, которые в течение оговоренного срока остаются неизменными.

Фирменный кредит - коммерческий кредит во внешней торговле; одна компания предоставляет кредит другой (обычно продавец покупателю).

Фискальные пошлины – таможенные пошлины, устанавливаемые главным образом с целью пополнения доходов государственного бюджета.

Фонд потребления – часть чистого национального продукта, используемая для удовлетворения личных потребностей населения.

Фьючерная сделка – вид сделок на фондовой или товарной бирже.

Холдинговая компания – акционерная компания, владеющая контрольными пакетами акций других юридических самостоятельных компаний; обычно не занимается конкретной производственной деятельностью.

Ценная бумага – долговое обязательство (облигация, вексель) или свидетельство на вложенный капитал (акция); ценные бумаги могут быть именными и на предъявителя, обращаться или не обращаться на свободном рынке.

Чартер - договор фрахтования судна или другого транспортного средства.

Эмбарго – запрещение органом государственной власти ввоза или вывоза товаров из какой-либо страны.

Экономика тневая - экономическая деятельность, связанная с производством и обменом товаров и услуг, не получившая законной регистрации или учета.

Экономика физической культуры и спорта - это наука, изучающая методы решения хозяйственно-практических задач, возникающих в сфере спортивных отношений по использованию материальных, трудовых, финансовых ресурсов, как на уровне отдельных спортивных звеньев, так и общества в целом.

Экономическая интеграция - процесс взаимного переплетения производственных процессов различных стран, требующий проведения согласованной политики.

Экономическая политика - принимаемые меры, направленные на решение экономических проблем.

Экономический закон – устойчивая, повторяющаяся, типичная связь между экономическими явлениями.

Экспортная лицензия – разрешение соответствующего государственного органа на вывоз определенных товаров (чаще всего предметов искусства или стратегических товаров).

Экспортные кредиты – кредиты, предоставляемые иностранным покупателям или их банкам для финансирования продаж товаров и услуг; экспортные кредиты могут быть коммерческими (фирменными) или банковскими.

Экспортные пошлины – таможенные пошлины, взимаемые государством при вывозе товаров за границу.

Экспортный лизинг – аренда машин, оборудования и другого имущества, предоставленная иностранному юридическому или физическому лицу (стимулирует экспорт).

Вопросы для повторения

1. Экономика спорта как наука, её функции и задачи.
2. Методы исследования экономики физической культуры и спорта как науки.
3. Два уровня экономики физической культуры и спорта как науки (микро- и макроэкономика).
4. Место и роль экономики спорта в системе социально-гуманитарных наук.
5. Законодательные основы предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта в современной Украине. Закон Украины «О физической культуре и спорте» от 24.12.1993.
6. Национальная доктрина развития физической культуры и спорта.
7. Социально-экономические функции физической культуры и спорта.
8. Влияние физической культуры и спорта на оздоровление населения и рост производительности труда в национальном хозяйстве.
9. Механизмы формирования спроса в сфере физической культуры и спорта.
10. Формирование спортивной инфраструктуры.
11. Источники финансирования сферы физической культуры и спорта.
12. Основные группы финансирования сферы физической культуры и спорта.
13. Государственное финансирование сферы физической культуры и спорта.
14. Прямое государственное финансирование сферы физической культуры и спорта.
15. Косвенное государственное финансирование сферы физической культуры и спорта.
16. Планирование в сфере физической культуры и спорта.
17. Финансирование сферы физической культуры и спорта с государственного бюджета согласно планирования.
18. Финансирование сферы физичеакой культуры и спорта с городского бюджета согласно планирования.
19. Условия предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта.

20. Общее понятие предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта.
21. Значение терминов «физическое» и «юридическое» лицо.
22. Движущие мотивы предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта.
23. Основные направления предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта.
24. Сущность деятельности индивидуального предпринимательства в сфере физической культуры и спорта.
25. Сущность деятельности единобособленного владения в предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта.
26. Сущность предпринимательской деятельности хозяйственных обществ (организаций) в сфере физической культуры и спорта.
27. Виды обществ (организаций) в сфере физической культуры и спорта.
28. Полное и командитное общества в сфере физической культуры и спорта.
29. Акционерная предпринимательская деятельность в сфере физической культуры и спорта.
30. Некоммерческие спортивные организации и их формы.
31. Цель деятельности некоммерческих организаций в сфере физической культуры и спорта.
32. Банкротство спортивных организаций.
33. Составные части предпринимательского замысла в спортивной индустрии.
34. Последовательность реализации предпринимательского замысла в спортивной индустрии.
35. Определение бизнес-плана в спортивной индустрии.
36. Функции бизнес-плана в сфере физической культуры и спорта.
37. Структура и содержание бизнес-плана в спортивной индустрии.
38. Порядок разработки бизнес-плана в спортивной индустрии.
39. Основные позиции введения бизнес-плана в спортивной индустрии.

40. Основные позиции краткой информации о компании в спортивной индустрии.
41. Сведения о цели коммерческого проекта и ситуации на рынке спортивной индустрии.
42. Прогнозирование завоевания рынка в предпринимательском замысле в сфере спортивной индустрии.
43. Типовой проект раздела бизнес-плана в спортивной индустрии «История фирмы».
44. Позиции основной части бизнес-плана в спортивной индустрии.
45. Основные положения раздела бизнес-плана в спортивной индустрии «Жизненный цикл предпринимательского замысла».
46. Анализ рынка предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта (объем, сегментация рынка, тактика продажи, ценовые тенденции).
47. Рекламная деятельность в спортивной индустрии.
48. Основные положения финансового анализа предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта.
49. Объективные предпосылки формирования рыночных отношений в сфере физической культуры и спорта.
50. Законодательное регламентирование деятельности в сфере физической культуры и спорта.
51. Виды страхования в сфере физической культуры и спорта.
52. Условия государственного пенсионного обеспечения в сфере физической культуры и спорта.
53. Деятельность и функции современных профкомитетов спортивных организаций.
54. Взаимодействие спортивных организаций с властью.
55. Представительство и влияние интересов бизнеса в сфере физической культуры и спорта во властных структурах государства.

56. Взаимодействие бизнес-структур сферы физической культуры и спорта с общественными организациями.
57. Интеграция украинского спортивного бизнеса в международную спортивную систему.
58. Эффективное управление спортивным бизнесом.
59. Задачи и функции финансового менеджера в спортивных организациях.
60. Механизм реализации задач по финансовому менеджменту в сфере физической культуры и спорта.
61. Возможные варианты размещения денежных средств спортивной организации.
62. Особенности налогообложения и их учёт в коммерческой деятельности спортивной организации.
63. Спонсорство и привлечение спонсоров в спортивные организации.
64. Билетный бизнес в сфере физической культуры и спорта.
65. Формирование цены производимого профессиональным спортом продукта.
66. Право собственности на спортивные услуги.
67. Различия в купле-продаже прав трансляции спортивного продукта.

Список литературы

Законодательная база

1. Конституція України: чинне законодавство зі змінами та допов. станом на 29 січня 2015 р.: (ОФІЦ. ТЕКСТ). – К.: Паливода А.В., 2015. – 64 с. - (Закони України).
2. Закон України «Про фізичну культуру і спорт» від 24.12.1993 № 3808-ХІІ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3808-12>.
3. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 25.06.2003 р.
4. Закон України «Про рекламу» від 11.07.2003 р.
5. Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 11.07.2001 р.
6. Закон України «Про фізичну культуру і спорт»// Голос України. – 1994. – 29 січня. – С. 3.
7. Закон України «Про державні цільові програми» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2004. N 25, ст. 352.
8. Закон України «Про фізичну культуру і спорт» стаття 4, 47 // Голос України від 17.12. 2009 р. - № 240.
9. Закон України «Про власність» від 19.04.2012 р.
10. Закон України «Про освіту» від 01.07.2014 р.
11. Національна доктрина розвитку фізичної культури і спорту – К.: Державний комітет України з питань фізичної культури і спорту, 2004.
12. Цільова комплексна програма «Фізичне виховання – здоров'я нації» Затверджена Указом Президента України від 1 вересня 1998 року № 963/98 (963/98).
13. Наказ Міністерства України у справах сім'ї, молоді та спорту від 23 вересня 2005 р. № 2097 «Про впорядкування умов оплати праці працівників бюджетних установ, закладів та організацій галузі фізичної культури і спорту».

Список основной литературы

1. Аристов Л.В. Физическая культура: отрасль в новых условиях хозяйствования /Л.В. Аристов, С.П. Шпилько. – М.: Экономика, 1991.– 44 с.
2. Бердюгова Г. Акти міжнародного спортивного законодавства як основа формування відповідної галузі міжнародного права / Г. Бердюгова // Віче. – 2009. - № 3. – С. 34 – 35.
3. Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес: учебное пособие / В.В. Галкин. – М.: КНОРУС, 2006. – 320 с.
4. Галкин В.В. Экономика и управление физической культурой и спортом: Учебное пособие для вузов / В.В. Галкин. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. – 243 с.
5. Галкин В.В. Экономика физической культуры и спорта: Учебн. пособие для высших и средних профессиональных учебных заведений физической культуры / В.В. Галкин, В.И. Сысоев. – Воронеж: 2009. – 252 с.
6. Гуськов С.И. Олимпийский маркетинг: вчера, сегодня, завтра / С.И. Гуськов, Ю.П. Мичуда // Наука в олимпийском спорте. – 1997. - № 1. – С. 41 - 46.
7. Закон України «Про фізичну культуру і спорт // Голос України. – 1994. – 29 січня. – С. 3.
8. Закон України «Про фізичну культуру і спорт» стаття 4, 47 // Голос України від 17.12. 2009 р. - № 240. – С. 2.
9. Корогод Л.П. Спорт в умовах глобалізації: головні напрями соціально-гуманітарних досліджень / Л.П.Корогод // Людина і світова глобалізація: перспективи на межі розвитку: тези Міжнародної наукової конференції / Дніпропетровськ: ДНУЗТ ім. акад. В.Лазаряна, 2012.
10. Любимов С.В. Экономическая эффективность занятий оздоровительной физической культурой / С.В. Любимов, Г.И. Любимова // Теория и практика физической культуры. 1999. - № 4. – С. 6 - 7.

11. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / Под ред. М.И. Сафонова. 2-е изд. – М.: Физкультура и спорт, 2005. – 197 с.
12. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта: учеб. пособие / Под ред. А.В. Починкина. – 3-е изд. - М.: Фитзкультура и спорт, 2013. – 264 с.
13. Мічуда Ю.П. Ринкові відносини та підприємництво у сфері фізичної культури і спорту: навч. посібник / Ю.П. Мічуда. - К.: Олімпійська література, 1995. – 152 с.
14. Мічуда Ю.П. Тенденції у розвитку олімпійського маркетингу кін. ХХ - поч. ХХІ ст. / Ю.П.Мічуда // Теорія і методика фізичного виховання і спорту. – 2003. – № 1. – С. 121 -125.
15. Переверзин И.И. Менеджмент спортивных организаций: уч. пособие / И.И.Переверзин. - М.: Физкультура и спорт. - 2006. – 139 с.
16. Починкин А.П. Экономика физической культуры и спорта: монография / А.П. Починкин, С.Т. Сейранов. – М.: Физкультура и спорт, 2011. – 328 с.
17. Савицкий П.Ф. Организация физкультурно-оздоровительной работы / П.Ф. Савицкий. – К.: КГИФК, 1992. – С. 4.
18. Физическая культура и здоровье: сб. научн. трудов. – К.: КГИФК, 1988. - 171 с.
19. Формування гуманістичного світогляду молоді у сфері фізичної культури і спорту: Науково-методичний посібник / За ред. Л.П. Корогод – Дніпропетровськ: ДДІФКіС, 2012.

Список дополнительной литературы

1. Аристов Л.В. Лицензирование в спорте / Л.В. Аристов // Теория и практика физической культуры. - 1999. - № 4. – С. 11 - 13.
2. Бубка С.Н. Олимпийский спорт в ХХІ веке: новое социоэкономическое измерение / С.Н. Бубка // Теория и практика физической культуры . – 2011. - № 9. – С. 94 - 100.

3. Гуськов С.И. Маркетинг физкультурно-оздоровительных услуг в зарубежных странах / С.И. Гуськов, А.О. Куратов. – М.: РНИИФК, 1999. – С. 34, 44.
4. Золотов М.И. , Кузин В.В., Кутенов М.Е., Сейранов С.Т. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта: учебн. пособие для студ. высших пед уч. заведений / М.И. Золотов, В.В. Кузин, М.Е. Кутенов, С.Т. Сейранов. – М.: Академия, 2007. – 432 с.
5. Костенко С.А. Экономические аспекты системы медицинского обеспечения спортсменов и лиц, занимающихся физической культурой и спортом / С.А. Костенко // Теория и практика физической культуры. – 1999 . - № 4. – С. 8 - 10.
6. Кузин В.В. Предпринимательство в зарубежном спорте / В.В. Кузин. – М.: ГЦОЛИФК, 1999. – 128 с.
7. Кутенов М.Е. Менеджмент в зарубежном спорте: курс лекций / М.Е. Кутенов. – М.: Школа спортивного бизнеса ГЦОЛИФК, 1999. – 144 с.
8. Любимов С.В. Экономическая эффективность занятий оздоровительной физической культурой / С.В. Любимов, Г.И. Любимова // Теория и практика физической культуры. - 1999. - № 4. – С. 6 - 7.
9. Золотов М.И. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта: учебное пособие для студентов высших педагогических учебных заведений / М.И. Золотов, В.В. Кузин, М.Е. Кутенов, С.Г. Сейранов. – М. : Академия, 2001. – 231 с.
10. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: экономика туризма / Г.А. Папирян. - М.: Финансы и статистика, 1998. – 208 с.
11. Поташній Ю. Законодавчі амбіції спорту/ Ю. Поташній // Віче. – 2009. - № 4. – С. 19 – 21.
12. Роцин И.Т. Социальная надежность спортсмена и ее роль в спортивной деятельности / И.Т. Роцин // Слобожанський науково-спортивний вісник. – 2013. - № 3 (36) - С. 23 – 24.

13. Спорт и образ жизни: сб. статей / Под ред. М.И. Сафонова. – М.: Физкультура и спорт, 1989. – 141 с.
14. Физическая культура и здоровье: сб. науч. трудов / Под ред.. К.В. Петренко. – К.: КИФК, 1988. – 171 с.
15. Чарковский Ю. Учимся зарабатывать сами / Ю. Чарковский // Лыжные гонки. 1996. - № 1. – С. 26 - 28.
16. Шааф Ф. Спортивный маркетинг / Ф. Шааф. - М.: Филин, 1999. – 271 с.
17. Экономика физической культуры и спорта: учебн. пособие для институтов физкультуры / Под ред. В.И. Агеевца. - М.: Физкультура и спорт, 2003. – 151 с.