

3. Шааф Ф. Спортивный маркетинг: Теперь это не просто игра... = Sports marketing. Спонсорство. Радио и телевидение. Соглашения о поддержке. Проблемы спорт.сооружений. Менеджмент спортивного события. Лицензирование и торговля товарами / Ф. Шааф; Перс англ. – М. : "Филинь", 1998.

4. Менеджмент и маркетинг физкультурно-оздоровительных услуг в зарубежных странах / [Сост.Гуськов СИ]. – М. : ВНИИФК, 1993.

5. Настольная книга спортивного менеджера; Справочное пособие. Авторы-составители: Золотов М.И., Кузин В.В., Кутепов М.Е., Сейранов С.Г. – М. : "Физкультура, образование и наука", 1997.

ПРОБЛЕМЫ СПОРТИВНОГО БИЗНЕСА

Диденко О.В.

Научный руководитель: Зайцев С.С.

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Современные экономические системы представляют собой сложные конгломераты взаимодействующих между собой рынков и субъектов хозяйственной деятельности, каждый из которых выполняет определенные функции.

Любое предприятие или отрасль занимают свое место в системе общественного разделения труда, удовлетворяют потребности особых групп потребителей. Спрос со стороны бизнеса, государства и массового потребителя предъявляется как на материальные товары (т.е. те, которые имеют вещественную форму), так и на материальные активы – т.е. работы и услуги, которые в осязаемой форме не существуют.

Соответственно, отрасли и предприятия, которые производят материальные продукты, относят к материальному производству (например, автомобилестроение, пищевую промышленность, металлургию и т.п.), а производящие нематериальные блага (такие, как образование, здравоохранение, физическую культуру и спорт) – к отраслям нематериального производства. Физической культуре и спорту свойственны все атрибуты нематериального производства – производимый отраслью продукт не имеет осязаемой формы и предметного воплощения. Однако это не означает, что его нет. Отрасль физической культуры и спорта производит такие продукты, как здоровье, долголетие, развлечение, интересный досуг. Подобно другим отраслям экономики, инвестиции в физическую культуру и спорт приносят мультиплицирующий эффект – капиталовложения в человеческие ресурсы приносят кратное увеличение первоначальных инвестиций.

В отрасли физической культуры и спорта имеются свои потребители и производители, свои рыночные и нерыночные институты, собственная индустрия, гармонично встроенная в национальную и международную экономику.

Всю совокупность хозяйственных отношений, имеющих место в физкультуре и спорте, а также в смежных с ней отраслях, изучает специальная наука – экономика физической культуры и спорта.

Экономика физической культуры и спорта представляет собой прикладную дисциплину, входящую в комплекс экономических наук, изучающих хозяйственную деятельность отдельных экономических субъектов и общества в целом с целью познания и объяснения природы этой деятельности, прогнозирования экономических процессов и их регулирования. Более конкретно, экономика физкультуры и спорта – это наука, изучающая методы решения практических задач, возникающих в сфере спортивных отношений, связанных с использованием материальных, трудовых, финансовых и иных ресурсов на уровне отдельных спортивных организаций и общества в целом.

Необходимо подчеркнуть, что за рубежом термины «физическая культура» и «экономика физической культуры» практически нигде не употребляются. Используется комплексный термин «спорт», который вбирает в себя все многообразие отношений по подготовке, воспитанию, управлению спортом и связанной с ним деятельностью.

При этом принято подразделять спорт на профессиональный и любительский.

Профессиональный спорт – предпринимательская деятельность, целью которой является удовлетворение интересов профессиональных спортивных организаций, спортсменов, избравших спорт своей профессией.

Как следует из определения, экономика физической культуры и спорта как наука изучает хозяйственные отношения в спортивной области и спортивной индустрии на двух уровнях:

- во-первых, на общегосударственном и международном (макро-уровне);
- во-вторых, на уровне отдельных спортивных и физкультурных организаций, клубов, федераций и иных объединений с различными формами собственности и источниками финансирования (микро-уровне).

Экономика физкультуры и спорта призвана решать следующие задачи:

- накапливать и систематизировать экономические знания в области физкультуры и спорта;
- генерировать новые знания и исследования в сфере экономики физической активности и спорта;
- выявлять и формулировать экономические проблемы, возникающие в процессе развития хозяйственных отношений в сфере физкультуры и спорта, а 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 отношений в физкультуре и спорте.

Исследование теоретических и практических аспектов экономики физической культуры и спорта проводится при помощи специальных методов научного познания, которые зачастую органически сочетаются и в ряде случаев дополняют друг друга. В экономике физкультуры и спорта используется сравнительно-исторический метод, с помощью которого путем сравнения выявляется общее и особенное в экономических явлениях в их историческом развитии. Сравнительно-исторический метод позволяет выявить и сопоставить уровни в развитии изучаемых явлений и процессов, установить происшедшие в них изменения, определить тенденции и закономерности развития физкультуры и спорта в контексте общего развития экономики.

Следует отметить, что экономические отношения в области спорта находятся в постоянном развитии и усложнении взаимосвязей. В частности, система экономического анализа строится на дедуктивном методе, то есть на базе общих принципов обосновываются частные хозяйственные процессы.

В то же время используется и метод синтеза, то есть объединения различных элементов в единую систему. Конкретно это выражается в рассмотрении экономики физкультуры и спорта как составной части рыночной экономики в целом, а система мер по государственному регулированию спортивных отношений взаимодействует с общей концепцией государственного регламентирования хозяйственных процессов в стране и является ее неотъемлемой частью. А с помощью метода научной абстракции выводится закон спроса. В экономике физкультуры и спорта для иллюстрации тенденций и закономерностей часто используются такие способы представления данных, как графики, таблицы и диаграммы. С их помощью удобно проводить экономический анализ тех или иных процессов, устанавливать взаимосвязи между явлениями, использовать инструментарий математики и информационно-компьютерных технологий.

Литература:

1. Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес. Учебное пособие. – 324 с.
2. Сафронов В. Спорт, как вид экономической деятельности // Менеджмент в спорте. Спортивный менеджмент. – М. : «Медиа спорт», 2004. – №1. – С. 72-77.

СПОНСОРСТВО В СПОРТЕ И ЕГО АСПЕКТЫ

Жаган А.Ю.

Научный руководитель: Ступак И.К.

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

Маркетинговые отделы ведущих компаний уже давно ищут альтернативу прямой рекламе, возрастающая конкуренция в различных областях бизнеса заставляет разрабатывать новые решения.