

УДК 338.4:796

Савельева О. В., старший преподаватель

ФГБОУ Самарский государственный экономический университет

Россия, г. Самара

Изенева А. Г., студентка 2 курса,

направление Экономика,

*кафедра «Институт теоретической экономики и международных
экономических отношений»*

ФГБОУ Самарский государственный экономический университет

Россия, г. Самара

ЭКОНОМИКА СПОРТА И СПОРТИВНЫЙ БИЗНЕС

Аннотация: в статье рассматривается значение спорта в нынешней экономике, его динамика и развитие. В настоящее время это достаточно большой и прибыльный сегмент в экономике. Обеспечение того, чтобы все имели возможность регулярно заниматься физической культурой и спортом, должно рассматриваться как неотъемлемая часть процесса развития.

Ключевые слова: спортивная экономика, физическая культура, экономический рост, спонсорство игр, сегмент.

ECONOMICS OF SPORTS AND SPORTS BUSINESS

O. V. Savelyeva, senior lecturer

DEPARTMENT, Samara state University of Economics

Russia, Samara

Izeneva A. G., 2nd year student,

the direction of the Economy,

*Department " Institute of theoretical Economics and international economic
relations»*

DEPARTMENT, Samara state University of Economics

Russia, Samara

Abstract: the article considers the importance of sport in the current economy, its dynamics and development. Currently, this is a fairly large and profitable segment in the economy. Ensuring that everyone has the opportunity to engage in regular physical education and sports should be seen as an integral part of the development process.

Key words: sports economy, physical culture, economic growth, sponsorship of games, segment.

В современную эпоху спорт стал полностью экономическим. Либо это интерес публики, либо энтузиазм игроков, все склонны к той игре, которая полезна в денежных операциях.

В настоящее время все хотят быть связаны с тем или иным видом спорта из-за денег, но в то же время не все делают это.

Жадность игроков растет день ото дня. С другой стороны, задействованные деньги привели к улучшению команд и выступлений. Наша страна в очередной раз показывает свое место на карте мирового спорта¹.

Потребительство в спорте. Спорт является одновременно и потребительским благом, и потребителем товаров. Многочисленные недавние исследования свидетельствуют о стремительном развитии спортивной экономики как самостоятельной отрасли экономики и указывают на объем товарооборота, генерируемого спортом; создание инфраструктуры, производство капитальных и потребительских товаров, предоставление услуг, распространение информации, взятие из спортивных мероприятий, расходы на рекламу и спонсорские бюджеты.

Несколько лет назад в некоторых странах был проведен ряд весьма поучительных исследований. Например, в Соединенном Королевстве общий объем ресурсов, выделяемых спортом государству, в разы превышает бюджетные расходы на спорт. Исследование, проведенное Нидерландами с целью оценки воздействия спорта на экономику, показало, что ликвидация спортивной деятельности приведет к потере 300 000 рабочих мест и сокращению внутреннего потребления миллиардов гульденов. Во Франции в 1980 году федерация производителей спортивного инвентаря насчитывала 6482 предприятия, на которых работало около 300 000 человек.

¹ Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес. Учебное пособие для высших и средних профессиональных учебных заведений физической культуры. – 324 с.

Спортивная Экономика. В целом, по оценкам, спортивная экономика в различных странах составляет от 1 до 2 процентов ВВП и, как правило, растет быстрее, чем большинство других секторов. В то же время эта экономика становится все более Международной, претендуя на растущую долю мировой торговли.

Кроме того, следует отметить, что такие цифры не учитывают весьма значительный вклад стран-добровольцев, действующих на всех организационных уровнях спорта. Что касается финансирования физической и спортивной деятельности, то следует обратить внимание на низкий уровень ресурсов, имеющихся в наименее развитых странах, и на тенденцию государственных органов многих стран, включая многие промышленно развитые страны, сокращать свои спортивные бюджеты и в большей степени полагаться на внебюджетные виды финансирования, лотереи и ставки на спорт.

Обеспечение того, чтобы все имели возможность регулярно заниматься физической культурой и спортом, должно рассматриваться как неотъемлемая часть процесса развития.

Спорт и экономический рост. Довольно часто обсуждаемая статистика— это заработная плата игроков, зарплата команд, доходы от мерчандайзинга, продвижения и вещания, а также их бесплатное распространение, арбитраж и лимиты заработной платы.

Эту тему можно рассматривать с двух точек зрения: вклада спорта в развитие и влияния уровня развития на развитие спорта. В различных исследованиях и научных работах подчеркиваются значительные преимущества регулярной и умеренной спортивной практики как неотъемлемого компонента образа жизни, улучшение здоровья, сокращение числа прогулов и несчастных случаев на работе, улучшение социальной интеграции и расширение возможностей для отдыха как отдельных лиц, так и семей².

Исследования, проведенные в Канаде, показали измеримое экономическое воздействие спортивных мероприятий для всех на расходы на здравоохранение. Маркетинг спортивных товаров и использование спорта для продажи других видов товаров, в частности посредством рекламы и спонсорства, является заметным и постоянно растущим явлением.

Как показало исследование, опубликованное несколько лет назад, недостаточное развитие спорта является как одним из аспектов, так и

² Гогунев Е.Н., Мартыанов Б.И. Психология физического воспитания и спорта. - М., 2002. - 288 с.

следствием недостаточного экономического развития. Следствием неразвитости спорта является "утечка мозгов".

С учетом того, что развивающиеся страны несут главную ответственность за удовлетворение основных потребностей своего населения, к этой категории следует отнести спорт. Разве нет более неотложных и неотложных приоритетов? Имеет ли экономический смысл для этих стран вкладывать деньги в зрительский спорт? Всякий раз, когда эти вопросы поднимались, они вызывали довольно резкий обмен мнениями.

Однако, как правило, признается, что спорт, и особенно спорт высшего класса, является дорогостоящим и что его стоимость, как правило, растет быстрее, чем количество игроков или спортсменов. С интернационализацией СМИ³, зрительский спорт, современная форма развлечения, стала одной из основных форм массовой коммуникации, помогая формировать мировое общественное мнение, и как таковой в настоящее время ключевой вопрос.

Этот вопрос может быть проанализирован только с учетом сложных взаимоотношений между спортом, средствами массовой информации и многонациональными компаниями. Дискуссия по этому вопросу раскрывает два типа логики: чисто коммерческую и политическую.

Вполне вероятно, что именно некоммерческие соображения побуждают лидеров все большего числа стран мечтать о проведении Олимпиады. Все чаще раздаются призывы к ограничению гигантского и сложного характера сооружений и оборудования в пользу более систематической децентрализации крупных мероприятий и более сбалансированной представленности специалистов из развивающихся стран в международных спортивных органах.

Коммерческое спонсорство игр. По мере того как Олимпийские игры и средства массовой информации росли бок о бок, игры стали привлекать коммерческий интерес. Продажа телевизионных прав и корпоративное спонсорство помогли компенсировать операционные расходы МОК и местных организаторов.

Характер коммерческого спонсорства радикально меняется с играми 1984 года в Лос-Анджелесе. Инновационный и агрессивный маркетинг игр, а также наличие подходящих объектов, которые исключали необходимость в дорогостоящем строительстве, помогли создать излишек в размере 225 миллионов долларов США (США) ошеломляющая сумма по всем предыдущим стандартам.

³ Золотов М.И., Платонова Н.А., Вапнярская О.И. Экономика массового спорта. - М., 2005.

Лос-Анджелесские организаторы продемонстрировали, что корпорации готовы тратить огромные деньги, чтобы ассоциировать себя с Олимпийскими играми.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Галкин В.В. Экономика спорта и спортивный бизнес. - М., 2006
2. Гогунев Е.Н., Мартьянов Б.И. Психология физического воспитания и спорта. - М., 2002. - 288 с.
3. Золотов М.И., Платонова Н.А., Вапнярская О.И. Экономика массового спорта. - М., 2005.
4. Кузьмак Б.С., Осинцев А.А. Социально-экономические проблемы физической культуры и спорта. - М., 1981. - 280 с.
5. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта. - М., 2001. - 432 с.
6. Роль и значение физической культуры и спорта в экономике Савельева О.В., Тарасова А.А. OlymPlus. Гуманитарная версия. 2018. № 2 (7). С. 65-69.