

УДК 796:338.2

*В. Б. Мандриков,
Ю. А. Зубарев,
Л. А. Комлева***СУЩНОСТЬ СПОРТИВНОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
И БИЗНЕСА В ГОРОДЕ
И НА СЕЛЕ**

Развитие предпринимательства и бизнеса в городе и на селе связано с различными формами собственности на спортивную, учебную и материально-техническую базы. С экономической точки зрения собственность определяется спецификой отношений работников предприятия к средствам труда, а также к спортивному продукту, который они производят. Постепенное снижение участия государства в процессах регулирования и финансирования спортивных организаций при одновременном расширении прав для занятий коммерческой деятельностью в этом секторе экономики повышает значимость роли спортивного менеджера, от личных качеств которого зависит эффективность предпринимательской деятельности в сфере спортивно-оздоровительных услуг.

Ключевые слова:
спортивное предпринимательство и бизнес в городе и на селе, государственное участие, коммерциализация спортивно-оздоровительных услуг.

*V. B. Mandrikov,
Yu. A. Zubarev,
L. A. Komleva***ESSENCE OF SPORT
ENTREPRENEURSHIP
AND BUSINESS
IN CITIES
AND COUNTRYSIDE****Введение**

Для современного предпринимательства в любой сфере деятельности характерными чертами являются новизна, креативность, наличие организаторского таланта, готовность к риску¹ [1, 2]. Эти же качества необходимы для спортивного предпринимательства в городе и на селе.

Работа в сфере физкультурно-спортивных услуг имеет свои особенности, поэтому предпринимателю, работающему в этой сфере экономики, недостаточно обладать организаторскими способностями. Необходимы знания тех дисциплин, которые преподают в вузах спортивного профиля, — это ряд биологических наук о структурно-функциональных особенностях организма человека в норме и при спортивном травматизме, знание психологии и ряда специальных дисциплин по менеджменту и маркетингу в сфере спорта. Эти знания могут стать залогом успешности в спортивном бизнесе [3, 4].

Основная часть

Спортивное предпринимательство и бизнес в больших и малых городах опираются как на прошлый опыт, накопленный в России, так и на опыт зарубежных стран. Этот опыт показывает, что помимо финансовой ответственности спортивный предприниматель берет на себя также социальную ответственность. При правильной организации процесса предприниматель должен получить не только материальный доход, но и моральное удовлетворение от результатов своего труда [3, 5].

Предпринимательская деятельность в сфере спорта не должна ограничиваться только получением прибыли. Она предполагает создание для потребителей новых форм физической активности, интересного общения и проведения досуга, позволяющего поддерживать физическую форму и красоту тела.

В настоящее время спорт является специфическим рынком, предоставляющим захватывающие зрелища на стадионах, а также широкий ассортимент физкультурно-спортивных товаров и услуг. Поэтому спортивное предпринимательство подчиняется зако-

¹ Антонова Н. И. Правовое обеспечение менеджмента коммерческих физкультурно-спортивных организаций: дисс... канд. мед. наук. М., 2013. 120 с. URL: <https://www.dissercat.com/content/pravovoe-obespechenie-menedzhmenta-kommercheskikh-fizkulturno-sportivnykh-organizatsii>.

The development of entrepreneurship and business in cities and countryside is associated with various forms of ownership of sports, educational and material and technical bases. From an economic point of view, property is determined by the specificity of the relations of the employees of the enterprise to the means of labor, as well as to the sports product that they produce. The gradual reduction of state participation in the processes of regulation and financing of sports organizations, while expanding the rights to engage in commercial activities in this sector of the economy, increases the importance of a sports manager role, whose personal qualities determine the effectiveness of business activities in the field of sports and recreation services.

Key words:

sports entrepreneurship and business in cities and countryside, state participation, commercialization of sports and health services.

Об авторах:

Мандриков Виктор Борисович – д-р пед. наук, проф., зав. каф. физической культуры и здоровья, Волгоградский государственный медицинский университет. Российская Федерация, 400131, г. Волгоград, пл. Павших Борцов, 1; vitya.mandrikov11@mail.ru

Mandrikov Victor Borisovich – Doctor of Pedagogic Sciences, Professor, Head of the Department of Physical Education and Health, Volgograd State Medical University, 1, Fallen Solders Square, Volgograd, 400131, Russian Federation; vitya.mandrikov11@mail.ru

Зубарев Юрий Александрович – д-р пед. наук, проф. кафедры гуманитарных дисциплин и экономики, Волгоградская государственная академия физической культуры. Российская Федерация, 400005, г. Волгоград, пр-т им. В.И. Ленина, 78; Zybarev45@yandex.ru

нам рыночной экономики, что предполагает свободное ценообразование, которое регулируется уровнем конкуренции на рынке спортивно-физкультурных услуг² [1, 3, 6, 7].

Кто является участником предпринимательских отношений на этом специфическом рынке? Во-первых, это производители разнообразных спортивных товаров и спортивно-оздоровительных услуг. Во-вторых, их потребители, в-третьих, органы государственного управления этой сферы деятельности.

К основным потребителям услуг спортивного рынка помимо лиц, занимающихся спортом, следует отнести также огромное количество спортивных болельщиков. Участниками спортивного рынка становятся спонсоры, тренеры и весь персонал физкультурно-спортивных организаций. Именно от профессионализма сотрудников зависит эффективность работы организаций [3, 4, 7].

К числу наиболее прибыльных видов предпринимательства в сфере спорта относится продажа прав на трансляции крупных спортивных соревнований. Объясняется это тем, что увлекательные спортивные зрелища собирают обычно огромные аудитории любителей спорта, являющихся потенциальными потребителями товаров, производимых спонсорами спортивных состязаний. Так, общая аудитория телевизионных трансляций Олимпийских игр и чемпионата мира по футболу, как правило, составляет около 3 млрд человек [3, 7].

Спортивные организации используют два источника ресурсного обеспечения — внешний и внутренний. Первый источник — это государственное финансирование и спонсорство, второй — предпринимательская деятельность и система подготовки профессиональных кадров. Эффективность предпринимательской деятельности напрямую зависит от экономического потенциала спортивной организации.

В современных условиях у спортивного предпринимательства и бизнеса в крупных и малых городах цель одна — победить в условиях конкуренции, развивающейся между спортивными организациями и предпринимательскими структурами. Это особенно важно в связи с выявленной в последние годы очевидной тенденцией снижения уровня государ-

²Там же.

Zubarev Yury Alexandrovich –
*Doctor of Pedagogic Sciences,
 Professor of the Department
 of Humanities and Economics,
 Volgograd State Physical Education
 Academy,
 78, Lenin Ave., Volgograd,
 400005, Russian Federation;
Zybarev45@yandex.ru*

Комлева
 Людмила Александровна –
 канд. филол. наук,
 доц. каф. гуманитарных
 дисциплин и экономики,
 Волгоградская государственная
 академия физической культуры,
 Российская Федерация, 400005,
 г. Волгоград,
 пр-т им. В.И. Ленина, 78;
kaf_lang@mail.ru

Komleva Lyudmila Alexandrovna –
 Candidate of Philology,
 Docent of the Department of Human-
 ities and Economics,
 Volgograd State Physical Education
 Academy,
 78, Lenin Ave., Volgograd,
 400005, Russian Federation;
kaf_lang@mail.ru

ственного участия в деятельности спортивных организаций и их субсидирования. При этом права на занятия предпринимательской деятельностью в сфере спортивно-оздоровительных услуг расширяются. Предприниматели могут реализовать права, предоставленные государством, посредством коммерциализации своей деятельности по использованию спортивных сооружений и проведением различных спортивно-массовых мероприятий [1, 3, 4, 7].

Вместе с тем анализ работы спортивных организаций обнаружил недостаточное использование их предпринимательского потенциала, в связи с чем величина предпринимательского дохода невелика, несмотря на то, что количество людей, стремящихся улучшить состояние здоровья и внешний вид, занимаясь фитнесом, постоянно увеличивается. Это противоречие объясняется просто: возрастающий спрос на физкультурно-оздоровительные услуги в рыночных условиях способствует увеличению количества организаций, которые готовы их предоставить. Как следствие, растет конкуренция, заставляющая снижать цены на услуги в этом секторе рынка.

Развитие предпринимательских инициатив в сфере спортивно-оздоровительных услуг также связано с ростом конкуренции. Именно конкуренция заставляет создавать различные организационно-правовые формы организаций, увеличивать количество и улучшать качество предоставляемых населению услуг [2].

В связи с развитием рыночных отношений в сфере спорта организации в настоящее время предлагают населению широкий спектр спортивно-оздоровительных услуг. Но при этом все они работают в соответствии с определенными принципами: обеспеченность квалифицированными кадрами, материально-техническая оснащенность занятий и доступные цены.

Предпринимательская деятельность в сфере спорта не ограничивается только организацией спортивных клубов. Прибыль в этой сфере деятельности приносят также предприятия, изготавливающие спортивную продукцию, туристические, курортные организации, использующие физическую культуру и спорт для привлечения желающих к местам отдыха, салоны для ухода за фигурой и т. п.³ [3, 4].

³Там же.

Государство не ограничивает деятельность спортивного предпринимательства и бизнеса, но и не устраняется от работы в этом секторе, рассматривая его как одно из важнейших направлений социальной политики. Оно оказывает адресную помощь ряду спортивных организаций, тренеров и спортсменов, следит за доступностью физкультурно-спортивных услуг для разных слоев населения, осуществляет контроль антидопинговых правил. Такой подход характерен для стран с развитой рыночной экономикой.

В Америке предпринимателей, работающих в сфере физической культуры и любительского спорта, освобождают от уплаты налогов, так же как и компании, которые перечисляют деньги на развитие спортивно-оздоровительных услуг. В результате США сегодня лидируют как по количеству фитнес-клубов, так и по количеству людей, занимающихся фитнесом.

Во многих европейских странах площади под фитнес-клубы предоставляются на льготных условиях, а их владельцы освобождаются от некоторых видов налогов. Все это стимулирует развитие фитнес-индустрии.

В нашей стране необходимость развития массового спорта закреплена законодательно (Указ Президента Российской Федерации № 204 от 2018 г.). Поэтому государство оказывает поддержку спортивным предпринимателям, предоставляющим услуги в сфере фитнеса. Во многих субъектах РФ учреждениям спортивно-физкультурного профиля предоставляются налоговые льготы. Бизнес, оказывающий финансовую помощь спортивным организациям, по предложению Министерства экономического развития с 1 января 2020 г. получает налоговый вычет, поскольку проекты, связанные с массовым спортом, признаны общественно значимыми.

Государство готовит кадры для сферы физкультуры и спорта, оказывает материальную поддержку спортивных организаций, строит спортивные сооружения и следит за их эксплуатацией [1, 7, 3].

В каждом регионе РФ открываются муниципальные центры, где начинающим спортивным предпринимателям оказывают консультативную помощь, помогают в оформлении документов и подборе помещений. Все это свидетельствует о заинтересованности государства в развитии предпринимательской деятельности в сфере спорта. Эта деятельность обеспечивает работой часть населения страны в различных отраслях спортивной индустрии. Спортивные предприниматели платят налоги, что помогает государству в решении социальных проблем населения страны.

Заключение

Эффективность предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта во многом зависит от личности менеджера. Характерными чертами этой личности должны быть инициативность, энергичность, развитый интеллект и способность грамотно использовать материальные ценности для организации бизнеса, которым сможет управлять. Это менеджер, владеющий знаниями по теории и методологии предпринимательства, знакомый с практическими аспектами предпринимательской деятельности и особенностями формирования конкурентоспособности спортивных организаций.

Роль менеджера особенно возрастает в настоящее время, поскольку анализ состояния предпринимательской деятельности в сфере спорта позволяет

сделать вывод о постепенном снижении участия государства в процессах регулирования и материального субсидирования организаций спортивно-культурного профиля. Одновременно расширяются права предпринимателей и бизнесменов для занятий коммерческой деятельностью в сфере спортивно-оздоровительных услуг. Эффективность этой деятельности напрямую зависит от способностей, знаний и умений людей, занимающихся спортивным предпринимательством в больших и малых городах РФ.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Галкин В. В. Экономика спорта и спортивный бизнес. М.: КНОРУС, 2006. 320 с. URL: <https://institutiones.com/download/books/1214-ekonomika-sporta-i-sportivnyj-biznes.html>.
2. Зубарев Ю. А., Шамардин А. И., Бондаренко М. П., Рябенко Г. В. Маркетинг физкультурно-оздоровительных услуг в сфере физической культуры и спорта. Волгоград: ВГАФК, 2014. 205 с.
3. Кандаурова Н. В. Проблемы рынка труда отрасли физической культуры и спорта и возможные варианты их решения. М., 2013. 213 с.
4. Леднев В. А., Братков К. И. Предпринимательство в индустрии спорта: возможности, ожидания и результаты // Современная конкуренция. 2019. Т. 13. № 1. С. 120—129. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelstvo-v-industrii-sporta-vozmozhnosti-ozhidaniya-i-rezultaty>.
5. Леднев В. А. Индустрия спорта: почему важно учить предпринимательству и менеджменту // Современная конкуренция. 2017. № 4. С. 58—65. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-sporta-obuchenie-predprinimatelstvu-i-menedzhmentu>.
6. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы спортивного предпринимательства. М., 2014. 232 с.
7. Сухов С. Д. Развитие предпринимательской деятельности в российской индустрии спорта. М., 2011. 79 с.

REFERENCES

1. Galkin V. V. *Ekonomika sporta i sportivnyi biznes* [Sports economics and sports business]. Moscow, Knorus PUBL., 2006. 320 p. URL: <https://institutiones.com/download/books/1214-ekonomika-sporta-i-sportivnyj-biznes.html>.
2. Zubarev Yu. A., Shamardin A. I., Bondarenko M. P., Ryabenko G. V. *Marketing fizkul'turno-ozdorovitel'nykh uslug v sfere fizicheskoi kul'tury i sporta* [Marketing of physical culture and health-improving services in the field of physical culture and sports]. Volgograd, 2014. 205 p.
3. Kandaurova N. V. *Problemy rynka truda otrasli fizicheskoi kul'tury i sporta i vozmozhnye varianty ikh resheniya* [Labor market problems in the field of physical culture and sports and possible solutions]. Moscow, 2013. 213 p.
4. Lednev V. A., Bratkov K. I. [Entrepreneurship in the Sports Industry: Opportunities, Expectations and Results]. *Sovremennaya konkurenciya* [Journal of Modern Competition], 2019, vol. 13, no. 1, pp. 120—129. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelstvo-v-industrii-sporta-vozmozhnosti-ozhidaniya-i-rezultaty>.
5. Lednev V. [The sports industry: education in entrepreneurship and management]. *Sovremennaya konkurenciya* [Journal of Modern Competition], 2017, no. 4, pp. 58—65. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-sporta-obuchenie-predprinimatelstvu-i-menedzhmentu>.

6. Meskon M. Kh., Albert M., Khedouri F. *Osnovy sportivnogo predprinimatel'stva* [Fundamentals of Sports Entrepreneurship]. Moscow, 2014. 232 p.

7. Sukhov S. D. *Razvitie predprinimatel'skoi deyatel'nosti v rossiiskoi industrii sporta* [Business development in the Russian sports industry]. Moscow, 2011. 79 p.

© Мандриков В. Б., Зубарев Ю. А., Комлева Л. А., 2021

Поступила в апреле 2021

Received in April 2021

Ссылка для цитирования: Мандриков В. Б., Зубарев Ю. А., Комлева Л. А. Сущность спортивного предпринимательства и бизнеса в городе и на селе // Социология города. 2021. № 2. С. 18—23.

For citation: Mandrikov V. B., Zubarev Yu. A., Komleva L. A. [Essence of sport entrepreneurship and business in cities and countryside]. *Sotsiologiya Goroda* [Sociology of City], 2021, no. 2, pp. 18—23.