

DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-2-115-119

Братков К. И., старший преподаватель Кафедры Спортивного менеджмента, Университет «Синергия»

Проблема развития предпринимательской деятельности в индустрии спорта в российских научных исследованиях

В статье представлен обзор диссертационных исследований специалистов по проблеме развития предпринимательской деятельности в российской индустрии спорта. Автором статьи выделены наиболее значимые факторы, влияющие на возможность и успешность ведения предпринимательской деятельности в разных сегментах индустрии спорта.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, индустрия спорта, факторы формирования предпринимательской деятельности

Введение

Проблема развития предпринимательской деятельности в индустрии спорта в российских научных исследованиях освещается достаточно широко. Большинство исследований 2004–2008 гг. рассматривают в качестве предметной области вопросы государственного регулирования коммерческой и предпринимательской деятельности спортивных организаций. В этот период исследователей интересовали проблемы соотношения государственных и рыночных способов регулирования экономических отношений в спорте. Начиная с 2008 года, интерес исследователей переносится от макроэкономических проблем к более конкретным и практическим вопросам микроэкономического уровня — условиям существования предпринимательских структур, вопросам повышения эффективности коммерческой деятельности разных субъектов индустрии спорта.

Предпринимательская деятельность в индустрии спорта в российских научных исследованиях

Проведенное В. А. Ледневым фундаментальное исследование [6] о развитии рыноч-

ных отношений в индустрии спорта России заложило основы для системного изучения особенностей предпринимательской деятельности спортивных организаций. В ходе исследования объективно сложившихся экономических отношений в российской индустрии спорта В. А. Леднев выделил признаки, позволяющие классифицировать предпринимательские организации как производители специфических спортивных продуктов:

- формы собственности и организационно-правовые формы спортивных организаций и околоспортивных предпринимательских структур;
- модели финансирования деятельности спортивных организаций с выделением государственного, частного и смешанного каналов финансирования;
- степень экономической самостоятельности субъекта индустрии спорта;
- размер и сферы предпринимательской деятельности;
- участие в социальных программах и проектах, значимых для общества и государства.

В проведенном В. А. Ледневым исследовании была доказана роль совокупного спроса потребителей спортивного события

в формировании рыночной стоимости многих продуктов индустрии спорта. Это, в свою очередь, влияет на предпринимательскую деятельность субъектов профессионального спорта.

Выделяется три основные функции государства при регулировании экономических отношений в индустрии спорта:

- государственная политика и выражение государственных интересов;
- арбитражная функция по отношению к остальным субъектам индустрии спорта;
- функция самостоятельного субъекта рынка спортивных продуктов.

При этом в качестве основного объективного условия формирования инвестиционно-привлекательной предпринимательской среды выделяется наличие партнерских взаимоотношений между государством и бизнесом на законодательном, экономическом и социальном уровнях.

Однако в исследовании В. Л. Мутко [9] отмечается несоответствие государственных интересов в сфере физической культуры и спорта и частных интересов субъектов рыночного хозяйства. Выходом из данной проблемы является более широкое и научно обоснованное использование экономических методов государственного регулирования предпринимательской деятельности в индустрии спорта. При этом, по мнению автора, необходимо учитывать сравнительно узкие границы использования рыночной формы координации деятельности субъектов индустрии спорта. Свободное ценообразование на физкультурно-спортивные услуги в условиях низких доходов населения России приведет к снижению доступности спортивных услуг.

В работе П. А. Рожкова [11] отмечается необходимость выстраивания «мягкой» вертикали управления в сфере физической культуры и спорта. При этом отмечается необходимость государственного контроля за качеством работы общественных и частных спортивных организаций. Характерно, что в данной работе автор рассматривает государственные спортивные организации (цен-

тры спортивной подготовки, государственные физкультурно-спортивные общества) в качестве основных субъектов отношений в спорте высших достижений.

Развитие предпринимательской деятельности в профессиональном спорте, по мнению С. В. Алтухова, должно основываться на функционировании частных спортивных корпораций — спортивных лиг [1]. В своем исследовании автор выделяет такие функции саморегулируемых организаций в профессиональном спорте, как определение нормативных правовых условий функционирования клубов, команд и спортсменов, повышение зрелищности отдельных видов спорта, взаимоотношение со средствами массовой информации и регулирование деятельности спортивных агентов.

Исследование, проведенное П. А. Суховым [13], внесло уточнения в вопросы развития предпринимательских отношений в российской индустрии спорта. Так, согласно авторскому видению, спорт эволюционно проходит пять базовых состояний:

- спорт как массовое явление;
- спорт как контролируемое и управляемое общественное явление;
- появление деловых отношений в спорте;
- полноценная индустрия спорта, основанная на партнерских взаимоотношениях между государством, обществом и бизнесом;

• коммерческое шоу, представляющее собой вторичный продукт индустрии спорта.

В период формирования индустрии спорта П. А. Суховым были выделены предпосылки для развития государственно-частного партнерства. К ним относятся потребности бизнес-сообщества в новых эффективных инвестиционных, спонсорских и имиджевых инструментах, недостаточность государственных средств для реализации масштабных проектов в спорте, значительное увеличение аудитории спортивных событий и выход спортсменов на качественно новый уровень популярности у зрителей.

Проблемы взаимодействия субъекта предпринимательства и целевой аудитории, потребляющей спортивные продукты, освещены в работах А. В. Малыгина [7]. В соответствии с определением автора, спортивный маркетинг — это специфическое применение принципов и процессов маркетинга в отношении спортивных продуктов и маркетинг неспортивных продуктов через ассоциации со спортом.

А. В. Масловым дана характеристика социального предпринимательства в спорте [8]. В исследовании автором определены позитивные (финансово-экономические, маркетинговые, социально-психологические и политико-институциональные) и негативные (демографические изменения, международный рейтинг спортивных сборных команд России, «кадровый голод») факторы, влияющие на условия развития социально-ориентированной предпринимательской деятельности в индустрии спорта. При этом оценку эффективности предпринимательской деятельности в спорте предлагается проводить с позиций внешних средовых взаимодействий, социальной и коммерческой составляющих. К социальному предпринимательству причисляет спортивные организации также Д. Б. Старовойтов [12], при этом сравнивая их с аналогичными компаниями в сфере образования, здравоохранения и культуры. Он также выделяет категории организаций — основанные на чистой филантропии, смешанного типа и коммерческие.

В работе С. А. Остроухова [10] рассмотрены вопросы определения детерминант конкурентоспособности предпринимательски-ориентированных спортивных организаций за счет использования возможностей развития внешней и внутренней среды организации. При этом автором в качестве примеров использованы государственные спортивные организации (спортивные школы и училища олимпийского резерва).

Проблема государственного регулирования экономических отношений между субъектами индустрии спорта на региональ-

ном уровне рассмотрена в исследовании В. А. Бескровной [13]. Автор отмечает высокое значение организационно-управленческих мероприятий, реализуемых региональными и муниципальными органами власти в связи с изменением парадигмы развития региональной системы России в сфере спорта. Социально-экономическое государственное регулирование воздействует на развитие рынка спортивных товаров и услуг как средообразующий элемент с применением вовлечения квалифицированных кадров, планово-прогностической и распределяющей функций. При этом важнейшей составляющей такого регулирования являются бюджетно-финансовые инструменты, в том числе реализация государственных заказов и финансирование деятельности государственных спортивных организаций. Развитие предпринимательской деятельности в сфере спорта при этом должно учитываться при разработке региональных целевых программ, ориентированных на обеспечение экономической и социальной устойчивости региональной системы. Вовлечение бизнес-сообщества в государственный сектор индустрии спорта при этом предлагается осуществлять на базе кластерного подхода.

В работе Ю. А. Косовой [5] отмечается роль материально-технического обеспечения массового спорта как одного из факторов, влияющих на доступность спортивных услуг в России и в мире. При этом отмечается повышенное внимание федеральных и региональных органов государственной власти к развитию инфраструктуры для спорта высших достижений, строительству и реконструкции спортивно-зрелищных спортивных сооружений. Вопросами развития физкультурно-оздоровительных сооружений, направленных на обеспечение потребностей в массовом спорте, занимаются, в первую очередь, муниципальные органы власти за счет средств собственных бюджетов. В качестве мер по решению проблем материально-технического обеспечения индустрии спорта автор предлагает

использовать государственно-частное партнерство как средство привлечения дополнительных инвестиций в массовый спорт и спорт высших достижений.

Региональные особенности формирования и развития рынка спортивных услуг представлены в исследованиях А. М. Ашхотова [2] и Р. А. Булатова [4]. Оценка степени развитости рынка спортивных услуг определяется с помощью интегрального показателя на основании численности занимающихся массовым спортом, результатах выступления региональных сборных команд, общеэкономических и социальных факторов, влияющих на спорт в субъекте Российской Федерации. Отдельное внимание при этом уделяется степени развития спортивной инфраструктуры и благосостоянию домохозяйств региона. Значение низкого покупательского спроса и его влияние на развитие предпринимательства в индустрии спорта в России отмечено также В. А. Ледневым еще в 2005 году [6].

В свою очередь, инфраструктура и платежеспособность населения влияет на возможность создания в регионе системы государственных и частных спортивных школ, осуществляющих подготовку будущих профессиональных спортсменов. При этом с большей вероятностью данная система сложится в видах спорта, традиционно популярных в отдельном регионе России.

Заключение

Таким образом, в исследованиях авторов с 2004 по 2017 гг. рассматривались проблемы развития предпринимательской деятельности на национальном и региональном уровне. Вряде работ рассмотрены проблемы предпринимательской деятельности в профессиональном спорте, спорте высших достижений, массовом спорте и детском спорте. Наиболее часто рассматривались вопросы:

- государственного регулирования экономических отношений в индустрии спорта между различными субъектами;

- соотношения государственных и рыночных механизмов регулирования предпринимательской деятельности спортивных организаций;

- предпосылки для развития предпринимательской деятельности субъектов индустрии спорта на национальном и региональном уровнях без учета особенностей видов спорта и сегментов индустрии спорта.

Список литературы

1. *Алтухов С. В.* Государственное управление и рыночное саморегулирование экономики профессионального спорта в Российской Федерации : автореф. ... канд. эконом. наук. Москва, 2007.
2. *Ашхотов А. М.* Особенности формирования и развития рынка услуг физической культуры и спорта (на материалах Кабардино-Балкарской Республики) : автореф. ... канд. эконом. наук. Шахты, 2010.
3. *Бескровная В. А.* Государственное регулирование сферы физкультурно-спортивных услуг (методологические и организационно-экономические основы) : автореф. ... канд. эконом. наук. Санкт-Петербург, 2008.
4. *Булатов Р. А.* Социально-экономические условия развития физической культуры и спорта в регионе : автореф. ... канд. эконом. наук. Москва, 2011.
5. *Косова Ю. А.* Организационно-экономические основы развития материально-технической базы физической культуры и спорта : автореф. ... канд. эконом. наук. Москва, 2012.
6. *Леднев В. А.* Развитие рыночных отношений в индустрии спорта России : автореф. ... док-ра эконом. наук. Москва, 2005.
7. *Малыгин А. В.* Спортивный маркетинг: понятие, сущность и структура / под ред. В. А. Леднева // Альманах «СМ». 2016. № 1. М.: Издательство «Синергия».
8. *Маслов А. В.* Концептуальные подходы к разработке стратегии предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта : автореф. ... канд. эконом. наук. Екатеринбург, 2013.
9. *Мутко В. Л.* Соотношение рыночных и государственных регуляторов в развитии физической культуры и спорта : автореф. ... канд. эконом. наук. Санкт-Петербург, 2006.
10. *Остроухов С. А.* Управление развитием спортивных организаций как предпринимательски-ориентированных структур : автореф. ... канд. эконом. наук. Москва, 2016.
11. *Рожков П. А.* Экономический механизм формирования и реализации государственной политики в сфере физической культуры и спорта : автореф. ... док-ра эконом. наук. Санкт-Петербург, 2004.
12. *Старовойтов Д. Б.* Формирование экономического механизма социального предпринимательства в сфере платных услуг : автореф. ... канд. эконом. наук. Москва, 2013.
13. *Сухов П. А.* Развитие предпринимательской деятельности в российской индустрии спорта : автореф. ... канд. эконом. наук. Москва, 2008.

References

1. Altukhov S. V. *Gosudarstvennoe upravlenie i rynochnoe samoregulirovanie ekonomiki professional'nogo sporta v Rossijskoj Federacii* [Public administration and market self-regulation of the economy of professional sports in the Russian Federation]: author. for a job. student degrees of cand. economy Sciences. Moscow, 2007.
2. Ashkhotov A. M. *Osobennosti formirovaniya i razvitiya rynka uslug fizicheskoj kul'tury i sporta (na materialah Kabardino-Balkarskoj Respubliki)* [Features of the formation and development of the market for services of physical education and sports (based on materials from the Kabardino-Balkarian Republic)]: author. for a job. student degrees of cand. economy Sciences. Mines, 2010.
3. Beskrovnaya V. A. *Gosudarstvennoe regulirovanie sfery fizkul'turno-sportivnyh uslug (metodologicheskie i organizacionno-ekonomicheskie osnovy)* [State regulation of the sphere of physical education and sports services (methodological and organizational-economic basis)]: author. for a job. student degrees of cand. economy Sciences. St. Petersburg, 2008.
4. Bulatov R. A. *Social'no-ekonomicheskie usloviya razvitiya fizicheskoj kul'tury i sporta v regione* [Socio-economic conditions for the development of physical culture and sports in the region]: author. for a job. student degrees of cand. economy Sciences. Moscow, 2011.
5. Kosova Yu. A. *Organizacionno-ekonomicheskie osnovy razvitiya material'no-tekhnicheskoi bazy fizicheskoj kul'tury i sporta* [Organizational and economic foundations of the development of the material and technical base of physical culture and sports]: abstract. for a job. student degrees of cand. economy Sciences. Moscow, 2012.
6. Lednev V. A. *Razvitie rynochnyh otnoshenij v industrii sporta Rossii* [The development of market relations in the sports industry of Russia]: author. for a job. student degrees of the doctor econom. Sciences. Moscow, 2005.
7. Malygin A. V. *Sportivnyj marketing: ponyatie, sushchnost' i struktura* [Sports marketing: concept, essence and structure] / ed. V. A. Lednev. Publishing house "Synergy", Almanac "SM", no. 1, 2016.
8. Maslov A. V. *Konceptual'nye podhody k razrabotke strategii predprinimatel'skoj deyatel'nosti v sfere fizicheskoj kul'tury i sporta* [Conceptual approaches to developing a business strategy in the field of physical education and sports]: abstract. for a job. student degrees of cand. economy Sciences. Ekaterinburg, 2013.
9. Mutko V. L. *Sootnoshenie rynochnyh i gosudarstvennyh regulyatorov v razviii fizicheskoj kul'tury i sporta* [Correlation of market and state regulators in the development of physical culture and sports]: author. for a job. student degrees of cand. economy Sciences. St. Petersburg, 2006.
10. Ostroukhov S. A. *Upravlenie razvitiem sportivnyh organizacij kak predprinimatel'ski-orientirovannyh struktur* [Management of the development of sports organizations as entrepreneurial-oriented structures]: abstract. for a job. student degrees of cand. economy Sciences. Moscow, 2016.
11. Rozhkov P. A. *Ekonomicheskij mekhanizm formirovaniya i realizacii gosudarstvennoj politiki v sfere fizicheskoj kul'tury i sporta* [The economic mechanism for the formation and implementation of state policy in the field of physical education and sports]: author. for a job. student degrees of the doctor econom. Sciences. St. Petersburg, 2004.
12. Starovoitov D. B. *Formirovanie ekonomicheskogo mekhanizma social'nogo predprinimatel'stva v sfere platnyh uslug* [Formation of the economic mechanism of social entrepreneurship in the field of paid services]: author. for a job. student degrees of cand. economy Sciences. Moscow, 2013.
13. Sukhov P. A. *Razvitie predprinimatel'skoj deyatel'nosti v rossijskoj industrii sporta* [The development of entrepreneurial activity in the Russian sports industry]: abstract. for a job. student degrees of cand. economy Sciences // Moscow, 2008.

DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-2-115-119

Bratkov K. I. , Moscow financial and industrial University «Synergy», Moscow, Russia

The problem of developing entrepreneurial activity in the sports industry in Russian scientific research

The article provides an overview of dissertation research by specialists on the problem of developing entrepreneurial activity in the Russian sports industry. The author of the article identifies the most significant factors affecting the possibility and success of doing business in different segments of the sports industry.

Keywords: entrepreneurial activity, sports industry, factors of entrepreneurial activity formation

About authors: K. I. Bratkov, *Senior lecturer*

For citation: Bratkov K. Category management: new view on its implementation in Russian realities. *Journal of Modern Competition*, 2020, vol. 14, No. 2(78), pp. 115–119 (in Russian, abstr. in English).