
Ленинградский областной институт развития образования
Санкт-Петербургский государственный университет
Санкт-Петербургский государственный университет
экономики и финансов
Санкт-Петербургский государственный
инженерно-экономический университет
Российский государственный педагогический университет
им. А. И. Герцена
Институт внешнеэкономических связей и права
Российская академия государственной службы
при Президенте Российской Федерации
Удмуртский государственный университет
Дагестанский государственный университет

ОБРАЗОВАНИЕ
как фактор духовно-нравственного
и социально-экономического развития
РОССИИ

Межвузовский сборник научных трудов

Под общей редакцией – д-ра экон. наук, проф. С.Д. Волкова

Санкт-Петербург
2003

УДК 37

ББК 74

В 00-23

Печатается по решению кафедры экономики и права и Редакционно-издательского Совета ЛОИРО

Образование как фактор духовно-нравственного и социально-экономического развития России, Межвузовский сборник научных трудов. СПб. ЛОИРО. 2003. - 192 с.

Под общей редакцией – д-ра экон. наук, проф. С.Д. Волкова

Сборник посвящается 65-летию ЛОИРО

Рецензенты – д-р экон. наук, проф. Ю.В. Кузнецов (СПбГУ), д-р экон. наук, проф. В.Ф. Егоров (СПбГЭИ)

Межвузовский сборник научных трудов посвящен 65-летию Ленинградского областного института развития образования. В него вошли статьи ученых, преподавателей вузов Санкт-Петербурга, Москвы и других городов России, специалистов и практических работников системы образования России, в том числе и Ленинградской области.

Ряд научных статей печатается в авторской редакции.

ISBN 5-8290-0483-6

© Коллектив авторов, 2003

© Ленинградский областной институт развития образования, 2003

ЭКОНОМИКА ИНДУСТРИИ СПОРТА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Зарождение экономики индустрии спорта как самостоятельной экономической дисциплины связано с дальнейшим развитием общественного разделения труда и оформлением деятельности физкультуры и спорта в самостоятельную отрасль жизнедеятельности общества. Отсюда следует, что как одна из экономических отраслевых дисциплин экономика индустрии спорта есть органический элемент микро экономики. С другой стороны, физкультура и спорт является одной из характеристик определяющей здоровье нации. С этой стороны, экономика индустрии спорта может быть включена в макроэкономический аспект общественной жизни.

Практическое значение экономики индустрии спорта состоит, во-первых, в возрастающем количественном экономическом значении спорта и, во-вторых, в качественных изменениях в самом обществе и в спорте, в частности. Прежде всего, это тенденции профессионализации и коммерциализации, которые протекают на фоне ухудшения финансового обеспечения физкультуры и спорта как общенациональной составляющей.

У населения большинства экономически развитых стран за последние годы значительно возрос интерес, как к собственной спортивной активности, так и к пассивному потреблению спорта (в дальнейшем – спорт для зрителей). Об этом свидетельствуют многочисленные факты, так, например, за 1993/1994 годы расходы на спорт в частном секторе Германии составили 40 миллиардов марок, или 1,4% ВВП и были сравнимы с расходами на ведение сельского хозяйства. В области спорта прямо или косвенно было задействовано 700 тысяч человек или свыше 2% всего населения, что соответствует доле населения, занятой в химической промышленности. Небезынтересно и то, что «активный спорт имеет более высокое экономическое значение, чем спорт для зрителей, так как на него падает более 80% всех расходов индустрии спорта».

Долгое время спорт и экономика рассматривались как независимые друг от друга стороны жизни общества. Считалось, что спорт – это хобби, свободное времяпрепровождение, и он не имеет ничего общего с экономикой, профессионализмом и торговлей. Сегодня же, на спорте можно, с одной стороны, заработать деньги, разумеется, в условиях жесткой конкуренции, а с другой – традиционные ресурсы спорта становятся все более ограниченными. Ясно, что в таком случае спорт нуждается не только в профессиональных спортсменах и тренерах, но и в профессиональных экономистах и менеджерах. Это касается всех его сфер: спорта для зрителей, профессионального спорта, спортивных союзов и клубов, коммерческого предложения, государственного или регионального управления спортивными организациями. Отметим, что, так как спорт во многих своих проявлениях достаточно четко квалифицируется с экономической и управленческой сторон, то очень многое из экономической теории, менеджмента, микро и макроэкономики применимо и в спорте. Следует отметить, также, что в условиях рыночной экономики законы рынка неизбежно проникают и в экономику индустрии спорта. Отличие деятельности в спорте состоит в том, что не вся продукция этой отрасли производится для рынка. Услуги, предоставляемые населению для поднятия их физической культуры, улучшения здоровья и т.д., не имеют цели извлечения прибыли, а связаны с улучшением общих условий жизнедеятельности народа той или иной страны.

Что касается коммерческого предложения спорта и его продукции, то К.Хайнеман выделяет следующие стремительно развивающиеся сегодня спортивные рынки. Это: рынок ориентированных на прибыль спортивных организаций, как то многочисленные оздоровительные, танцевальные, гимнастические студии и различные спортивные школы; рынок спортивного туризма с привлечением возможности использования физических упражнений с дорогостоящим оборудованием (горные лыжи, серфинг, гольф и т.п.); рынок спортивного инвентаря и спортивной одежды; рынок коммерчески организованных спортивных мероприятий и развлекательных спортивных программ; рынок спортивного спонсорства и рекламы.

Таким образом, происходит стремительное проникновение законов рынка в спорт и одновременно увеличивается предложение спорта, как товара.

Спортивная наука была долгое время вне экономики. Выпускники спортивных школ и институтов после окончания своей спортивной карьеры становились в большинстве своем тренерами или учителями. Точно также и организованный спорт развивался без особого спроса на экономическую профессиональную компетенцию. Иначе говоря, спорт со своими организациями и союзами стоял долгое время как антимир по отношению к рынку, финансам. В этой сфере экономическая эффективность, потребности рынка, спроса и предложения спорта как товара находились вне своих собственных понятий. История спорта полна примеров таких ограничительных стратегий. Например, это касается определения статуса спортсмена-любителя, которому запрещалось получать деньги и призы за участие в спортивных соревнованиях. Всем известна, также, обоснованная П. Кубертэном идея олимпизма, которая зиждилась на благородном и рыцарском характере спорта.

Существовавшая долгое время антиномия спорта и экономики с течением времени стала уменьшаться благодаря возникновению независимых спортивных союзов и картелей (впервые в США), вмешательству государства и средств массовой информации. Появились первые систематические работы об экономических проблемах спорта. Раньше всех осознали необходимость готовить менеджеров спорта университеты США. Ими были опубликованы эмпирические исследования экономических вопросов о профессиональных командных видах спорта, вышли первые учебники по спортивному менеджменту. С этих пор, внимание к проблемам экономики индустрии спорта не ослабевает.

Вопросами экономики индустрии спорта и спортивного менеджмента в России стали заниматься сравнительно недавно. Переход нашей страны на территориальный принцип управления спортом и нынешние политические и социально-экономические условия заставили это сделать. В последнее десятилетие появились работы, касающиеся вопросов спортивного менеджмента и

предпринимательства в спорте, проблем маркетинга, методов и форм вовлечения государства в развитие спорта, организационное управление, правовое регулирование и финансирование. Проблемы спортивного спонсорства, а также связи спорта и средств массовой информации. Вместе с тем в настоящее время об экономике индустрии спорта можно судить лишь исходя лишь из отдельных высказываний по частным вопросам появляющихся изредка в средствах массовой информации.

Занятия спортом требуют времени и денег. Необходимо время для собственно занятий спортом, прибытия к местам расположения спортивных сооружений, изготовления спортивного инвентаря и ухода за этим инвентарем, приборами и т.п. Затраты возникают при покупке спортивного оборудования и одежды, на приобретение права пользования спортивными сооружениями и тренажерами, на покупку билетов на спортивные события, на поездку от места проживания или работы до мест занятия спортом, питание и т.п.

Таким образом, при занятиях спортом постоянно присутствуют следующие ограничения: а) ограничения по затратам, б) ограничения по времени. При этом первые конкурируют с другими затратами личного бюджета, а время конкурирует с другими возможностями его проведения. Предположительно ограничения определяют также следующие факторы: цена предлагаемых спортивных услуг; вид, качество, технологии, пространственное расположение спортивных товаров и услуг; информация об имеющихся возможностях для занятий спортом; количество предоставляемого в распоряжение свободного времени; размер собственного дохода и имеющегося имущества; общие условия, в которых вышеназванные ограничения проводятся, координируются и контролируются.

Занимающиеся спортом преследуют в своей спортивной активности определенные цели и интересы, то есть, стремятся извлечь полезность. Они покупают товары и услуги, которые используют при занятиях спортом, потому что надеются претворить свои ожидания в жизнь. Эта цепочка взаимодействия отчетливо видна в следующем: потребитель, хотя и приобретает собственно обувь, одежду, инвентарь, входные билеты, абонементы и т.д., но собственно, цель этих покупок

не обладание ими. Скорее всего, они покупают вместе с ними исключительно потенциал, при помощи которого надеются реализовать свои цели, желания, амбиции, опыт. Полезность же спорта как товара выразится в улучшении здоровья, удовольствии, получаемом от физических нагрузок, приятном времяпрепровождении, общении, самосовершенствовании, престиже, изменении стиля жизни.

Эта ожидаемая полезность не покупается, а напротив, должна с дополнительными затратами (по меньшей мере затратами на время, компетентность, энергию, но в большинстве случаев с другими) производиться потребителем. Ключевыми здесь все же остаются вопросы: в чем состоят особенности спорта как товара, предназначенного для потребления; как в конце концов принимаются решения потребителями; в какой пропорции они соотносятся между использованием времени и денег и какие экономические последствия такие решения имеют?

Точно также как при спросе на активные занятия спортом и в случае спорта для зрителей существуют свои специфические особенности, которые можно сформулировать в следующих положениях: какова цена события ожидаемого зрителями, чем определяется объем спроса и какие факторы на него влияют.

Попытаемся в этом разобраться. Среди прочих следует назвать главную черту спорта для зрителей: непостоянство и непредсказуемость результата спортивного события, то есть, именно в этом состоит привлекательность спортивного события, именно этот продукт производится во время соревнований. Неопределенность, не прогнозируемость спорта для зрителей имеет свою цену, конечно с риском для продавцов и покупателей, так как первые имеют лишь очень незначительное влияние на результат и на качество предлагаемого товара, а вторые заранее не знают ничего.

Вторая особенность состоит в отсутствии «спортивной монополии». С точки зрения экономической теории, любое предприятие считается преуспевающим, если оно обладает монополией и не зависит от конкурентов. Для спорта такая монополия, безусловно, вредна, поскольку сильная конкуренция с постоянной сменой лидеров в турнирной таблице просто необходима: ведь

выигрывают и проигрывают одни и те же люди, а если спортивное событие становится скучным, то спрос на него падает, и возникает желание что-то изменить.

Наконец, третья особенность – это неразрывность процессов производства и потребления, то есть, спортивный продукт не может быть продан позднее того времени, в которое он произведен. Например, никто не придет на стадион сегодня, если футбольный матч состоится завтра.

Переход России в новые экономические условия особенно болезненно сказался на деятельности спортивных организаций. В предыдущие годы спорт полностью финансировался государством и профсоюзами, не испытывая при этом серьезных затруднений: наряду с государственными структурами успешно функционировали многочисленные ведомственные спортивные общества и клубы, миллионам граждан были доступны занятия спортом. Большинство спортивных организаций не занимались самостоятельной хозяйственной деятельностью, приносящей какие-либо доходы.

Сейчас, когда уже невозможно организовать работу по старой схеме, необходимо создание принципиально новой модели организации и управления спортом. При этом совершенно ясно, что в ближайшее время рассчитывать на достаточно ресурсное со стороны государства не следует. Спорт должен научиться извлекать прибыль самостоятельно из имеющихся в его распоряжении ресурсов.

Вступивший в силу в мае 1999 года Закон о физической культуре и спорте в Российской Федерации впервые официально признал наличие профессионального спорта, определив его, как «предпринимательская деятельность, целью которой является удовлетворение интересов профессиональных спортивных организаций, спортсменов, избравших спорт своей профессией и зрителей». Статья 24 Закона определяет организационную структуру профессионального спорта, как состоящего из профессиональных спортивных лиг, ассоциаций, союзов, профессиональных спортивных клубов, а также спортивных команд и спортсменов-профессионалов. Последние для представительства и защиты своих прав и законных интересов могут объединяться в профессиональные союзы, а

деятельность спортсменов-профессионалов регулируется трудовым законодательством Российской Федерации. Таким образом, обозначены правовые, организационные и экономические основы спорта, как вида трудовой деятельности.

То, что профессиональная деятельность в спорте или около спорта может приносить огромные прибыли – общеизвестно (контракты и гонорары спортсменов и тренеров, оплата труда менеджеров, юристов), все это, однако, справедливо лишь для ведущих в экономическом отношении стран. Россия, пока, к числу таковых не относится. Скоропалительные попытки сканировать «Западную» модель управления спортом, без учета национальных особенностей, без соответствующей экономической базы, обречены на провал. Можно привести массу примеров, когда профессиональная команда, клуб или лига буквально через несколько месяцев после своего образования, прекращали свое существование. Большинство из имеющихся сегодня профессиональных спортивных организаций имеют серьезные проблемы ресурсного обеспечения и их будущее весьма туманно. Происходит это по причине отсутствия профессионализма в деятельности этих организаций, как коммерческих предприятий. Трудно, в условиях падения производства, невыплаты заработной платы и социальных пособий рассчитывать на серьезные успехи в этом направлении. Как правило, источники ресурсного обеспечения большинства профессиональных команд это «тайна за семью печатями», и можно только догадываться об истинном их происхождении.

Отдельно следует остановиться на вопросах организации массового спорта. Актуальность этого связана с переходом России на территориальный (региональный) принцип развития и управления спортом. Теперь каждый регион вправе сам определять основные направления политики в области спорта, исходя из своих особенностей, традиций, обеспеченности спортивными сооружениями, формы собственности, условий эксплуатации и предоставления спортивно-оздоровительных услуг. Приходится констатировать, что сегодня основной части населения стали недоступны активные занятия спортом, так как спортивные сооружения либо перепрофилированы

под склады, офисы и т.п., либо отданы на откуп коммерческим структурам от спорта, пропагандирующим, причем за весьма выгодную плату, «экзотические» виды спорта; либо закрыты совсем. Конечно содержать на балансе предприятия или организации спортивные сооружения и платить при этом все виды налогов довольно накладно. И вот здесь должны сказать свое слово местные власти, предложив заранее спланированную, подкрепленную соответствующими законодательными актами и учитывающую потребности всего населения региона спортивную программу. Безусловно, эта программ должна быть увязана с традиционными для данного региона видами спорта, опираться на спортивные клубы и центры, действующие в регионе, управляться и контролироваться соответствующими органами и лицами. Основная задача состоит в том, как вернуть население на стадионы, вовлечь его в активные занятия спортом, а польза от этого измеряется качественным улучшением образа жизни, морального и физического здоровья жителей региона, уменьшением социальных пороков, занятостью населения. Помочь, в решении этих проблем должны люди, понимающие, что спорт и экономика сегодня уже имеют много общих тем, и не только понимающие, но и обладающие при этом соответствующей квалификацией.

А.Н. Любарский

КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТЕ ДУХОВНОГО ВОЗРОЖДЕНИЯ РОССИИ

Духовное возрождение России, наблюдаемое в настоящее время, охватывает многие стороны жизни. При этом ключевым элементом в процессе духовного возрождения следует считать культуру. Именно она аккумулирует многовековой опыт народа, те ценности, которыми живет сегодня страна, и которые во многом определяют дальнейший ее прогресс. Без культуры невозможно ни становление открытого и правового общества, ни обеспечение гражданского согласия. Следовательно, культура оказывает важнейшее влияние на решение наиболее актуальных проблем, стоящих перед Россией.