

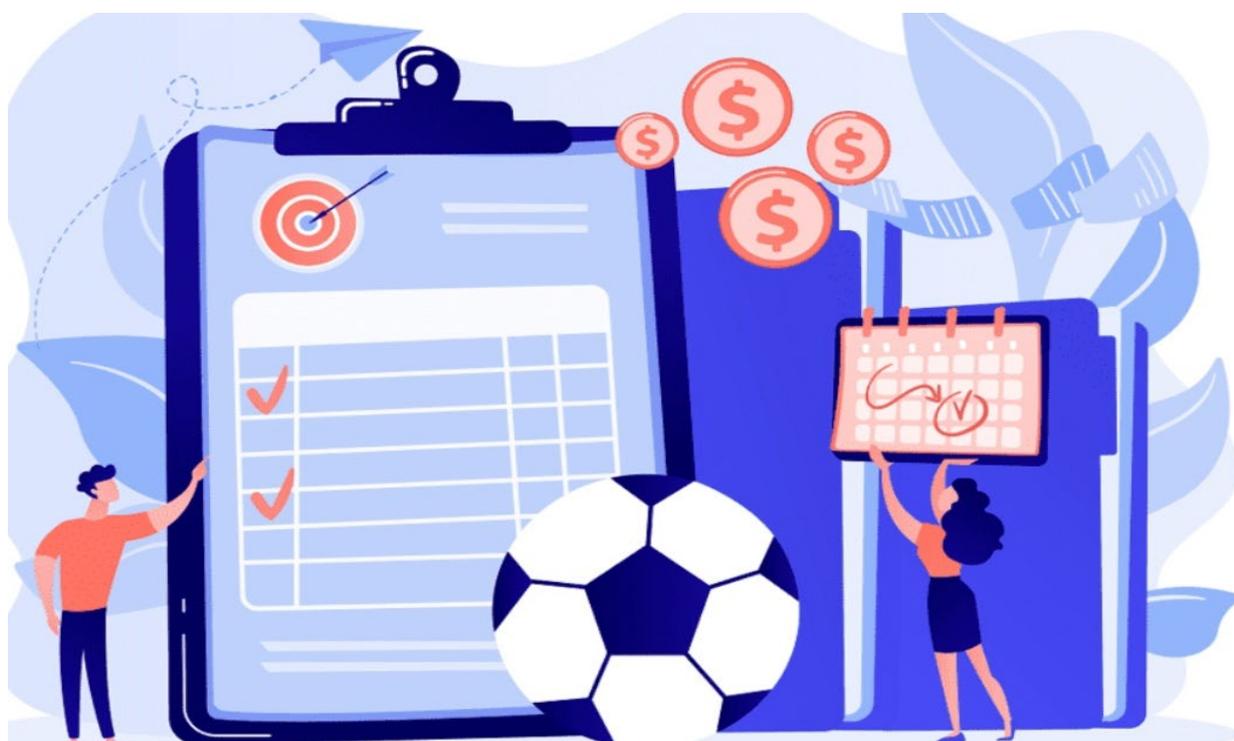
МИНИСТЕРСТВО СПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СМОЛЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ СПОРТА»  
(ФГБОУ ВО «СГУС»)

Кафедра менеджмента и естественно-научных дисциплин

**И.А. Ефременкова, К.Н. Ефременков**

**ПРАКТИКУМ  
ПО ЭКОНОМИКЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ  
И СПОРТА**

**учебно-методическое пособие для семинарских занятий**



Смоленск  
2025

**УДК 796.011.3**

**ББК 75.1**

**П 69**

### **Рецензент**

**Головин Александр Васильевич**, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и естественно-научных дисциплин Смоленского государственного университета спорта

**П 69 Авторы-составители Ефременкова И.А., Ефременков К.Н.** Практикум по экономике физической культуры и спорта: учебно-методическое пособие для семинарских занятий. – Смоленск: ФГБОУ ВО «СГУС», 2025. – 115 с.

Предлагаемый практикум по дисциплине «Экономика физической культуры и спорта» содержит все необходимые учебно-методические материалы, которые помогут студентам эффективно готовиться к занятиям и экзамену по данному учебному предмету, а преподавателю организовать семинарские занятия, самостоятельную работу студентов и проверить степень освоения ими учебной программы курса.

В практикуме содержатся упражнения, контрольные и проблемные вопросы, практические и тестовые задания, выполнение которых направлено на формирование компетенций в соответствии с ФГОС по основной образовательной программе следующих направлений подготовки: 49.03.02 – Физическая культура для лиц с отклонениями в состоянии здоровья (АФК), 49.03.01 – Физическая культура, 49.03.04 – «Спорт», «Менеджмент в физической культуре и спорте».

© Ефременкова И.А., Ефременков К.Н., 2025

© ФГБОУ ВО «СГУС», 2025

## Оглавление

<b>I. Пояснительная записка .....</b>	<b>5</b>
1.2. Методика выполнения и оценивания тестовых работ.....	7
1.3. Методические указания по подготовке рефератов.....	8
1.4. Методические указания по подготовке докладов.....	10
1.5. Примерные темы научно-исследовательских работ по экономике физической культуры и спорта .....	13
1.6. Правила оформления научно-исследовательских работ.....	14
1.6.1 Объектная область, объект и предмет.....	14
1.6.2. Тема, проблема и актуальность исследования .....	14
1.6.3. Определение гипотезы.....	15
1.6.4. Цель и задачи исследования.....	15
1.6.5. Проведение научного исследования .....	16
1.6.6. Оформление научно-исследовательской работы .....	16
1.6.7. Презентация (защита) результатов исследования.....	20
<b>СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....</b>	<b>22</b>
<b>Тема 1. Экономика физической культуры и спорта как наука и учебная дисциплина .....</b>	<b>22</b>
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1 .....	22
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2 .....	27
<b>Тема 2. Экономические отношения в сфере физической культуры и спорта.....</b>	<b>37</b>
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3 .....	37
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4.....	42
КОНТРОЛЬНЫЙ ТЕСТ ПО ТЕМАМ 1-2.....	42
<b>Тема 3. Спортиндустрия .....</b>	<b>45</b>
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5 .....	46
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 6.....	47

<b>Тема 4. Основы спортивного бизнеса.....</b>	<b>50</b>
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 7 .....	51
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 8 .....	52
КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА ПО ТЕМАМ 3-4.....	52
<b>Тема 5-6. Экономический анализ деятельности физкультурно-спортивных организаций. Экономика ФСО.....</b>	<b>57</b>
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 9 .....	57
<b>Тема 7. Спортивный менеджмент и маркетинг в физкультурно-спортивных организациях.....</b>	<b>66</b>
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 10 .....	66
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 11 .....	75
ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 12 .....	81
КОНТРОЛЬНЫЙ ТЕСТ ПО ТЕМАМ 5-7.....	81
<b>ОБОБЩАЮЩИЙ ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬНЫЙ ТЕСТ .....</b>	<b>89</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Образец оформления титульного листа.....</b>	<b>107</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Проект бизнес-плана.....</b>	<b>108</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Формулы расчета основных экономических показателей.....</b>	<b>111</b>
<b>Перечень основной и дополнительной литературы.....</b>	<b>1144</b>
<b>Перечень ресурсов информационно-коммуникативной сети Internet, необходимый для освоения дисциплины .....</b>	<b>1155</b>

## I. Пояснительная записка

Экономические знания являются обязательной составляющей гуманитарного образования и профессиональной подготовки студентов. Главная задача экономического образования студентов состоит в формировании современного типа экономического мышления на основе выработки представлений о структуре и функциях основных звеньев рыночной экономики, о логике и эффективности экономических процессов, принципах принятия оптимальных экономических решений, правовых и этических основах функционирования и взаимодействия субъектов экономики в отрасли «Физическая культура и спорт».

«Экономика физической культуры и спорта» имеет общую трудоемкость равную 108 ч. Преподавание дисциплины осуществляется в форме авторских лекционных курсов (14 ч.), семинарских занятий (24 ч.) и самостоятельной работы. В процессе этих занятий у студентов формируется как теоретические знания, так и практические умения и навыки.

При изучении дисциплины организация **самостоятельной работы студентов осуществляется в трех взаимосвязанных формах:**

1. Внеаудиторная самостоятельная работа.
2. Аудиторная самостоятельная работа, которая осуществляется под непосредственным руководством преподавателя.
3. Творческая, в том числе научно-исследовательская работа.

**Самостоятельная работа студентов реализуется:**

1. Непосредственно в процессе аудиторных занятий – на лекциях, семинарских занятиях, при выполнении практических работ.
2. В контакте с преподавателем вне рамок расписания – на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т. д.
3. В библиотеке, дома, в общежитии, на кафедре при выполнении студентом учебных и творческих задач.

В ходе освоения дисциплины осуществляются следующие виды контроля:

**А. Текущий контроль** в форме фронтального экспресс-опроса по пройденной теме(ам), тестирования, оценки рефератов, выступлений студентов на семинарских занятиях, выполнения письменных домашних заданий, развернутых письменных контрольных тестов, компьютерного интернет-онлайн теста и т. д.;

**В. Рубежный контроль**, выражением которого является экзамен, который проводится в устной форме по вопросам билетов, при этом преподавателем учитываются выдающиеся результаты работы студентов в течение семестра.

По результатам работы в межсессионный период и сдачи экзамена студент получает оценки от «неудовлетворительно» до «отлично», которым соответствуют четко определенные уровни развития компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, представленные в таблице 1.

**Критерии оценки уровня развития компетенций, формируемых  
в результате изучения курса «Экономика физической культуры и спорта»,  
и их соответствие традиционной 4-х уровневой шкале**

<b>Уровни усвоения</b>	<b>Качественные характеристики уровня</b>	<b>Оцениваемые результаты</b>	<b>Соответствие уровня усвоения компетенций традиционной системе оценки</b>
<b><i>Недопустимо низкий</i></b>	Уровень развития компетенций ниже среднего, не отвечает большинству требований ФГОС и учебной программы. Теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено на неудовлетворительно» или «удовлетворительно».	Узнавание изучаемых объектов и процессов при повторном восприятии ранее усвоенной информации о них или действий с ними, например, выделение изучаемого объекта из ряда предъявленных различных объектов.	<b>«2» - неудовлетво- рительно</b>
<b><i>Репродуктивный (восприятие, осмысление, запоминание)</i></b>	Средний уровень развития компетенций, отвечает большинству основных требований ФГОС и учебной программы, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не являются существенными. Необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, значительная часть заданий выполнена, но с серьезными ошибками.	Воспроизведение информации по памяти; воспроизведение усвоенных ранее знаний от буквальной копии до применения в типовых ситуациях.	<b>«3» - удовлетвори- тельно</b>

<p><b>Продуктивный</b> (применение знаний по образцу, решение типовых задач, объяснение)</p>	<p>Уровень развития компетенций выше среднего, отвечает всем основным требованиям. Содержание курса освоено полностью, без больших пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено на «хорошо», некоторые из выполненных заданий, могут содержать незначительные ошибки.</p>	<p>Прочность и действенность знаний; понимание существенных сторон учебной информации; способность самостоятельно воспроизводить и преобразовывать усвоенную информацию для обсуждения проблемных объектов; решение нетиповых задач, выбор подходящего алгоритма из набора ранее изученных для решения конкретной задачи.</p>	<p><b>«4» - хорошо</b></p>
<p><b>Креативный</b> (применение знаний в новой ситуации)</p>	<p>Очень высокий уровень развития компетенций, отвечает всем требованиям ФГОС и учебной программы, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено на «отлично».</p>	<p>Самостоятельность и оперативность при применении усвоенных знаний, умений и навыков; наличие самостоятельного критического оценивания учебной информации; умение решать нестандартные задания; владение методами исследовательской деятельности; создание, обработка и представление объективно новой информации.</p>	<p><b>«5» - отлично, великолепно, выдающиеся результаты</b></p>

## 1.2. Методика выполнения и оценивания тестовых работ

Короткие письменные и устные задания обеспечивают студенту возможность постоянной самооценки собственного прогресса в изучении материала курса, поэтому они – неотъемлемая часть почти каждого семинара. Кроме этого каждый учебный модуль содержит практикумы по его основным темам, что позволяет студенту выполнить предусмотренные учебной программой курса практические и тестовые задания.

Выполнение контрольных тестов и итогового контрольного – обязательное условие в межсессионный период.

Проверка полноты и качества выполнения заданий осуществляется преподавателем и/или самими студентами в ходе семинарских занятий, коллоквиумов, собеседований, индивидуальных и групповых консультаций.

Все вопросы тестов, имеющие не один, а несколько правильных вариантов ответов, содержат указание на это в виде надписи в скобках (*выберите несколько правильных вариантов*) или помечены \*. В тех вопросах, где такого указания нет – возможен только один вариант правильного ответа.

Методика оценивания тестовых работ предполагает не только суммарный набор баллов за правильные ответы, но и достижение порога – не менее 50% правильных ответов для допуска к изучению следующего модуля.

Процент правильных ответов находится по простой математической формуле: **количество правильных ответов деленное на общее количество вопросов в тесте**. Система перевода набранных баллов в традиционную систему оценок доступна, легко подсчитывается как преподавателем, так и студентом:

«отлично» – 85-100% правильных ответов,

«хорошо» – 70-84%,

«удовлетворительно» – 50-69%,

«неудовлетворительно» – 49% и менее – требуется повторное, но уже самостоятельное изучение материала, и передача теста.

### 1.3. Методические указания по подготовке рефератов

При условии, что тема будет раскрыта, **объем реферата** должен составлять не менее 20 и не более 25 страниц печатного текста.

Работа, дословно списанная с какого-либо учебного пособия или другого источника, не засчитывается и возвращается для переработки.

Данный вид работы связан с высоким «удельным весом» аналитики научно-публицистических, статистических и других источников и ориентирован на выявление таких умений, как:

- критическое осмысление экономической информации;
- анализ и систематизация актуальной информации об экономических процессах и явлениях;
- объяснение причинно-следственных и функциональных связей социально-экономического, культурно-исторического и политического характера;
- извлечение из оригинальных текстов знаний по заданным темам;
- обобщение различных фактов, мнений, аргументов и выводов;
- формулирование собственных суждений по определенным проблемам.

**Тема реферата** должна быть согласована с преподавателем, ведущим лекционный курс. Преподаватель помогает определить направление работы,

консультирует студентов по плану реферата, рекомендует литературу и оценивает готовый реферат. Примерная тематика рефератов разработана в соответствии с основным содержанием учебной дисциплины и приведена в учебно-методическом пособии по дисциплине<sup>1</sup>. При выборе темы реферата необходимо учитывать ее актуальность, наличие и доступность необходимой информации, а также свой уровень подготовки и личный интерес к рассматриваемым вопросам.

**План реферата** должен иметь следующие разделы:

1) **Введение**, в котором необходимо обосновать выбранную тему, показать ее актуальность, значимость, изученность, установить цели и задачи работы.

2) **2-3 главы (раздела)**, в которых раскрывается содержание выбранной темы. Непременным условием положительной оценки работы является адаптация описываемых фактов, процессов, явлений применительно к сегодняшнему дню, региону, области.

3) **Заключение**, содержащее выводы, соответствующие целям работы, обозначенным во введении.

4) В конце работы необходимо представить **список использованной литературы**, правильно указав выходные данные публикаций.

Оглавление реферата обязательно должно иметь нумерацию страниц каждого раздела и параграфа.

**Во введении** (3-4 стр.) обосновывается актуальность и важность рассматриваемых вопросов в рамках выбранной темы реферата, их практическая значимость, анализируется степень освещения избранной темы в литературе, излагаются конкретные существующие и потенциальные проблемы, формулируются цели и задачи реферата. При этом содержание целей и задач должно позволять сформулировать в заключение реферата соответствующие выводы и разработать рекомендации по решению выявленных проблем.

**В основной части** реферата (15-18 стр.) раскрываются главные аспекты темы, излагаются факты и подходы к решению задач, представленные в современной научной и другой специализированной литературе. В реферате также приводятся результаты анализа, и дается оценка реальному состоянию рассматриваемых проблем. Целесообразным является описание истории возникновения проблемы или данного понятия в сравнительном плане. Также необходимо отразить особенности классификации, состава и свойств объекта исследования, привести краткую схему алгоритма процесса, сделать акцент на последних изменениях и нововведениях.

**В заключение** (1-2 стр.) студентом излагаются краткие выводы, а также могут приводиться: собственное мнение, точка зрения по существу рассмотренных проблем и разработанные студентом рекомендации по решению существующих и предупреждению потенциальных проблем.

При написании текста следует делать **ссылки на авторов** тех работ, материал которых излагается или цитируется. Ссылки на источник размещают

в конце предложения, указывая номер источника по общему списку литературы в квадратных скобках [2]. В конце реферата студенту необходимо обязательно привести полный список литературы (не менее 10 источников), включая адреса Интернет-ресурсов.

Вот некоторые правила, которые студенты чаще всего забывают:

✓ при написании текста нужно следить за логикой изложения, не допуская повторов, правильно и полно раскрывать все определенные планом вопросы.

✓ Титульный лист работы должен быть правильно и аккуратно оформлен (пример оформления смотри в Приложении 1).

✓ Цитаты, фактический и статистический материалы должны иметь ссылки на источники, которые можно разместить внизу страницы, в контексте или в конце главы (раздела) по усмотрению автора.

✓ Иллюстрации, таблицы, графики должны иметь название (пояснение) и быть пронумерованы.

Допускается выполнение реферата, контрольной работы в рукописном варианте на листах формата А4, а также отпечатанном на машинке или принтере компьютера.

**Работа, представленная с нарушением указанных требований, не принимается, возвращается автору для доработки и устранения недостатков.**

#### 1.4. Методические указания по подготовке докладов

В течение всего семестра у студентов есть не менее двух семинарских занятий, на которых они могут выступить с докладом, презентацией проекта и т. д.

Следует помнить, что на все выступление отводится не более 15 минут. По регламенту можно рассчитывать дополнительно на 1-2 минуты, но не более.

Подготовку доклада лучше всего начать с продумывания его структуры. Четкое и ясное представление о работе у самого докладчика – залог понимания его аудиторией. Доклад можно разделить на 3 части, состоящие из отдельных, но связанных между собой блоков.

В первой части доклада обосновывается актуальность выбранной темы, описывается научная проблема, формулируются цель и задачи, указываются его основные методы.

Для того чтобы ваш доклад вызвал интерес аудитории, очень важно правильно настроить слушателей с самого начала вашего выступления. Существует несколько способов привлечения внимания аудитории. Вот некоторые из них: вы можете начать выступление с приведения примера, интересной цитаты, образного сравнения предмета выступления с конкретным явлением, с истории, случая, задания проблемы или оригинального вопроса.

Во второй части, самой большой по объему, нужно представить основное содержание доклада. Особое внимание обращается на самостоятельно

проделанную работу: впервые использованные по отношению к данному материалу методы, отмеченные Вами особенности, проблемные моменты и т. д.

В третьей части при изложении выводов можно использовать заранее подготовленные схемы, чертежи, графики, таблицы, видеоролики, слайды. Демонстрируемые материалы должны оформляться так, чтобы они не перегружали выступление, были видны и понятны всем присутствующим в аудитории. Постарайтесь в заключении создать кульминацию выступления, предложите слушателям поразмышлять над проблемой, покажите возможные варианты дальнейших исследований, используйте цитату по теме реферата известного ученого.

Особое внимание обратите на свою речь. Она должна быть ясной, грамматически точной, уверенной, выразительной. Если докладчик старается говорить быстро, проглатывая окончания слов, тихо, невнятно, то качество его выступления снижается. Спокойное, последовательное и хорошо аргументированное изложение материала импонирует слушателям. Но использование научного стиля отнюдь не означает пренебрежения к использованию образных сравнений, контрастов, необычных фактов, позволяющих удерживать внимание аудитории.

Оценивание докладов осуществляется в системе баллов от 0 до 10 по критериям, представленным в таблице ниже:

Таблица 2

### Критерии оценивания докладов

№	Фамилия, имя выступающего / тема выступления	
	Критерии оценивания	Баллы
1.	Актуальность (чем данная тема важна, интересна для изучения, почему я ее выбрал и т. д.)	
2.	Цель, задачи (должны соответствовать структуре содержания, цели и выводам)	
3.	Логика основного содержания (оценивается логика построения материала, речь выступающего (четкость, грамотность, последовательность, непротиворечивость, научность), манера представления материала, полнота ответов на вопросы и т. п.).	
4.	Заключение, выводы (их наличие или отсутствие, четкость формулирования, связь с задачами).	
5.	Наглядность (адекватно ли использовались наглядные средства; способствовал ли визуальный материал эффективному восприятию, были ли ошибки и т. д.).	
6.	Использованное время. За превышение лимита времени общий балл снижается, за соблюдение лимита времени ставится максимальный балл – 10.	
<b>7. ИТОГО</b> (сумма баллов)		

Каждый из присутствующих студентов группы, а также преподаватель, заполняет свою таблицу рейтинга, обосновывает выставленные баллы и на основании общего мнения выставляется оценка:

**«отлично»** – 51-60 баллов;

**«хорошо»** – 41-50 баллов;

**«удовлетворительно»** – 30-40 баллов и

**«неудовлетворительно»** - менее 30 баллов.

## **1.5. Примерные темы научно-исследовательских работ по экономике физической культуры и спорта, правила их подготовки, оформления и презентации**

1. Место и роль отрасли «Физическая культура и спорт» на современном этапе: экономический аспект (Россия / мир).
2. Пример успешного бизнеса в сфере физической культуры и спорта (Россия / мир): секреты и условия успеха.
3. Крупнейшие спортивные транснациональные корпорации и их роль в современном мире спорта.
4. Проблемы и перспективы трудоустройства выпускников вузов физической культуры и спорта.
5. Рынок труда и проблемы безработицы в сфере физической культуры и спорта в России (сравнительный анализ за определенный период).
6. Экономическая отдача крупнейших спортивных событий (Олимпиады, чемпионаты мира, Европы, универсиады и т. д.).
7. Экономические аспекты развития физической культуры и спорта региона РФ (регион определяется местом жительства или интересами студента).
8. Налогообложение при осуществлении деятельности с использованием объектов физической культуры и спорта.
9. Спортивные лотереи и тотализаторы.
10. Государственное регулирование отрасли «Физическая культура и спорт» в условиях рыночной экономики.
11. Товарные знаки в спортивном бизнесе (Россия / мир).
12. Сравнительная характеристика призовых выплат российских спортсменов, выступающих на международной спортивной и олимпийской арене (виды(ы) спорта на выбор студента).
13. Спортивная инфраструктура, созданная в субъектах Российской Федерации (динамика за период 2000–2025 гг., можно конкретный субъект РФ).
14. Услуги профессионального спорта.
15. Теневые процессы в экономике отрасли «Физическая культура и спорт» России (анализ с начала 90-х гг. XX в. до сегодняшних дней).
16. Планирование бюджета студента ФГБОУ ВО «СГУС». Анализ доходов и расходов студентов.
17. Студенческая занятость и безработица (мотивы занятости студентов, связь между каналом нахождения и характеристиками рабочего места, гендерные особенности трудоустройства, оценка факторов престижности работы).
18. Финансирование физической культуры и спорта в ... (страна на выбор студента).

## 1.6. Правила оформления научно-исследовательских работ

### 1.6.1. Объектная область, объект и предмет

Работа над любым исследованием начинается с определения области исследования. Её составляют три элемента: «объектная область», «объект» и «предмет» исследования. Объектная область исследования – это сфера науки и практики, в которой находится объект исследования. В вузовской практике она может соответствовать той или иной учебной дисциплине (например, в области экономики, философии, естественных наук) или конкретному виду практической деятельности (тренировочный процесс, методика проведения занятий с конкретной возрастной группой населения и т. д.).

**Объект исследования** – это определённый процесс или явление, порождающие проблемную ситуацию (можно предложить проблему, которая не охвачена учебной программой, но дополняет и уточняет изученный в вузе материал). **Объект** – это своеобразный носитель проблемы – то, на что направлена исследовательская деятельность (более конкретная узкая область исследований).

**Предмет исследования** – это конкретная часть объекта, внутри которой ведётся поиск. Предметом исследования могут быть явления в целом, отдельные их стороны, аспекты и отношения между отдельными сторонами и целым (совокупность элементов связей, отношений в конкретной области объекта). Предмет исследования определяет тему работы.

### 1.6.2. Тема, проблема и актуальность исследования

**Тема** – ракурс, в котором рассматривается проблема. Она представляет объект изучения в определённом аспекте, характерном для данной работы. Основные критерии выбора темы:

\* желательно, чтобы тема представляла интерес для учащегося не только на данный момент, но и на перспективу;

\* очень хорошо, если выбор темы обоюдно мотивирован интересом к ней и студента, и преподавателя;

\* тема также должна быть реализуема в имеющихся условиях. Это значит, что по выбранной теме должны быть доступны оборудование и литература.

Формулировка темы отражает сосуществование в науке уже известного и еще не исследованного, т. е. процесс развития научного познания. Вследствие этой причины очень ответственным этапом в подготовке исследования становится этап обоснования актуальности темы.

**Обосновать актуальность** – значит объяснить необходимость изучения данной темы в контексте общего процесса научного познания. Определение актуальности исследования – обязательное требование работы.

### 1.6.3. Определение гипотезы

Уточнив тему в результате изучения специальной литературы, исследователь может приступить к выработке гипотезы. Это один из самых ответственных моментов работы над исследованием. Сначала обратимся к определению самого понятия.

Гипотеза должна удовлетворять ряду требований:

- \* быть проверяемой;
- \* содержать предположение;
- \* быть логически непротиворечивой;
- \* соответствовать фактам.

При формулировке гипотезы обычно используются словесные конструкции типа: «если..., то...»; «так как...»; «при условии, что...», т. е. такие, которые направляют внимание исследователя на раскрытие сущности явления, установление причинно-следственных связей.

### 1.6.4. Цель и задачи исследования

В общем виде цель и задачи должны уточнить направления, «шаги» по которым пойдет доказательство гипотезы.

**Цель исследования** – это конечный результат, которого хотел бы достичь исследователь при завершении своей работы. Выделим наиболее типичные цели. Ими может быть определение характеристик явлений, не изученных ранее; выявление взаимосвязи неких явлений; изучение развития явлений; описание нового явления; обобщение, выявление общих закономерностей; создание классификаций. Формулировку цели исследования также можно представить различными способами, традиционно употребляемыми в научной речи клише. Можно поставить целью:

- \* выявить...;
- \* установить...;
- \* обосновать...;
- \* уточнить...;
- \* разработать....

Формулировать задачи необходимо очень тщательно, так как описание их решения в дальнейшем составит содержание глав. Заголовки глав рождаются именно из формулировок задач.

**Задача исследования** – это выбор путей и средств для достижения цели в соответствии с выдвинутой гипотезой. Задачи лучше всего формулировать в виде утверждения того, что необходимо сделать, чтобы цель была достигнута. Постановка задач основывается на дроблении цели исследования на подцели. Перечисление задач строится по принципу от простых к сложным, трудоемким, а их количество определяется глубиной исследования.

### 1.6.5. Проведение научного исследования

Проведение исследования включает в себя два последовательных этапа: собственно проведение (так называемый технологический этап) – аналитический и рефлексивный этап. На заключительном этапе целесообразно продумать способ представления результатов своего исследования на конференции, отработать формы представления в виде напечатанной работы, тезисов, электронной презентации, осмыслить возможные рекомендации по практическому применению результатов, т. е. спланировать внедренческий этап исследования.

### 1.6.6. Оформление научно-исследовательской работы

Принято считать, что оформление – незначительный, чисто формальный этап создания печатной статьи научного исследования. На самом деле это не так. Оформление результатов исследования – один из самых трудоемких этапов работы.

Существует несколько основных форм представления результатов научной работы:

- \* *текст научного сочинения в виде реферата;*
- \* *статья, тезисы;*
- \* *доклад;*
- \* *отчет;*
- \* *электронная презентация.*

Приведем основные требования к их оформлению по содержанию:

1. Обоснование актуальности темы.
2. Цель, задачи, объект, предмет, методы, гипотеза.
3. Главный тезис.
4. Аргументация, доказательства и факты, подтверждающие выдвинутый тезис.
5. Основные выводы.
6. Библиография (список использованных источников).
7. Приложения (если в них есть необходимость).

**Статья** представляет собой самостоятельный научный текст, где исследователь излагает собственные мысли по проблеме.

Структура статьи схожа со структурой текста научного сочинения, но представляет его как бы в миниатюре. В начале статьи выдвигается ее главный тезис, который затем подвергается аргументированному доказательству в основной части. В заключении статьи помещаются выводы, подтверждающие либо опровергающие все вышесказанное.

Обе эти формы – и статья, и **тезисы** (отличается от статьи меньшим объемом) – создаются на основе текста собственного научного сочинения, где кратко рассматривается весь ход исследования, и описываются его результаты.

Начинается оформление итогов научной работы с компоновки подготовленных текстов по главам в соответствии с примерной структурой работы. После того как главы сформированы, следует их внимательно прочитать и отредактировать как с точки зрения орфографии и синтаксиса, так и по содержанию (сверить цифры и факты, сноски, цитаты и т. п.).

Сразу же после прочтения каждой главы и осуществления правки приступают к написанию выводов к соответствующей главе. Вывод по главе обычно содержит изложение сущности вопроса, разбираемого в ней, и обобщение результатов проделанного анализа.

Далее составляется заключение по всей работе. Только после этого приступают к написанию введения к работе.

Затем следует составление библиографического списка.

**Титульный лист** является первой страницей научной работы и заполняется по определенным правилам. Они предполагают указание образовательного учреждения, кафедры, название темы работы, автора работы (фамилии, имени, отчества, № группы), научной степени и звания научного руководителя (образец титульного листа смотри в конце).

**Оглавление** следует за титульным листом. Оно включает в себя указание на основные элементы работы:

1. Введение, актуальность.
2. Главы, параграфы.
3. Заключение, выводы.
4. Список литературы (библиография).
5. Приложения.

**Введение** представляет собой наиболее ответственную часть научной работы, так как содержит в сжатой форме все основные, фундаментальные положения, обоснованию и проверке которых посвящено исследование. Введение должно включать в себя: формулировку темы; актуальность исследования; проблему исследования; объект, предмет; цель, задачи; гипотезы; методы исследования; структуру исследования; его практическую значимость; краткий анализ литературы.

Объем введения небольшой, обычно 2-3 страницы.

**Основная (содержательная) часть работы** может содержать 2-3 главы. (Название этой части как основной скорее связано с ее большим, чем у остальных частей, объемом, нежели со значением, так как, например, введение и выводы являются ничуть не менее значимыми частями работы).

Глава 1 обычно содержит итоги анализа специальной литературы, теоретическое обоснование темы исследования;

главы 2-3 описывают практические этапы работы, интерпретацию данных, выявление определенных закономерностей в изучаемых явлениях в ходе эксперимента.

**Заключение** обычно составляет не более 1-2 страниц. В заключении формулируются наиболее общие выводы по результатам исследования

и предлагаются рекомендации. Отмечается степень достижения цели, обозначаются перспективы дальнейших исследований.

Особой точности требует составление библиографического списка.

Полный объем печатной исследовательской работы в среднем составляет от 20 до 25 страниц.

### **Примеры оформления в списке различных вариантов изданий:**

#### ***Книга одного и более авторов:***

1. Майоров, А. Н. Теория и практика создания тестов для системы образования / А. Н. Майоров // М.: Интеллектцентр, 2018. – 296 с.

2. Шишов, С.Е., Кальней, В.А. Мониторинг качества образования в вузе / С.Е. Шишов, В.А. Кальней // М.: Российское педагогическое общество. – 2019. – 354 с.

3. Госс, В.С, Семенюк, Э.П., Урсул, А.Д. Категории современной науки: становление и развитие. / В.С. Госс, Э.П. Семенюк, А.Д. Урсул // М.: Мысль, 2017. – 268 с.

#### ***Сборник с коллективным автором:***

Теоретические проблемы и технологии инновационного менеджмента в образовании: сб. науч. статей / Сост. О. С. Орлов: Великий Новгород. – РИС, 2020. – 180 с.

#### ***Статья из газеты и журнала:***

Михайлов, Г.С. Психология принятия решений / Г.С. Михайлов // ж-л прикл. псих. – 2019, № 5. – С. 2-19.

#### ***Статья из энциклопедии и словаря:***

Бирюков, Б.В., Гастев, Ю.А., Геллер, Е.С. Моделирование / Б.В. Бирюков, Ю.А. Гастев, Е.С. Геллер // БСЗ. – 3-е изд. – М., 2019, Т. 16. – С. 393-395.

Инновация // Словарь-справочник по научно-техническому творчеству. – Минск, 2023. – С. 50-51.

#### ***Статья из интернета:***

<http://www.encyclopedia.com/> - энциклопедия, статья о влиянии звуков на человека;

<http://freesoft.org/CIE/> - энциклопедия, англо-говорящие страны.

Особый статус имеет такая рубрика научного текста, как приложение.

**Приложение** – это часть текста научного исследования, имеющая дополнительное (обычно справочное) значение, необходимое для более полного освещения темы. Оно размещается после основного текста. По содержанию среди приложений различают копии документов, статистические материалы и т. п. По форме они представляют собой тексты, графики, карты, таблицы и др.

Основные требования при оформлении приложений можно формулировать так:

\* размещаются после библиографического списка;

\* в оглавлении приложение оформляется в виде самостоятельной рубрики, со

сквозной нумерацией страниц всего текста;

\* каждое приложение оформляется на отдельном листе и должно иметь заголовок в правом верхнем углу.

Еще одна особая часть основного текста – это примечания.

**Примечания** содержат разъяснения, уточнения, дополнения, размещаемые внутри текста различным образом:

- в круглых или квадратных скобках;
- оформляются как сноски.

Что может быть примечанием:

- Определение терминов или аббревиатур.
- Справочная информация о лицах, событиях.
- Перевод иностранных слов и предложений.
- Пояснения основного текста.

Примечания помещаются в основной текст в виде сноски.

**Иллюстрации** к исследовательской работе размещаются в целях придания излагаемому материалу ясности, конкретности, образности. Рисунки (графики, блок-схемы) лучше размещать сразу же после первого упоминания о них в контексте работы. Если после упоминания о рисунке оставшееся место на странице не позволяет его разместить, то рисунок можно разместить на следующей странице.

Таблицы, как и рисунки, располагаются после первого упоминания о них в тексте и нумеруются от начала и до конца работы. Если таблицы непосредственно не связаны с текстом, то их можно располагать в приложении. Все таблицы должны иметь заголовки, которые кратко характеризуют содержание табличных данных.

Цитаты в тексте работы (во всех вариантах) обязательно заключаются в кавычки. На каждую цитату следует давать указание источника. После сведения частей работы в единое целое рекомендуется провести сплошную нумерацию сносок.

При изложении концепции какого-либо автора можно обходиться и без цитат. В этом случае основные мысли автора описываются в точном соответствии с оригиналом по смыслу. Но и в этом случае обязательно делать сноску на источник. Цитаты можно привлекать и для иллюстрации собственных суждений. Однако, исследователь должен быть крайне аккуратен в цитировании и тщательно следить за его правильностью. Неполная, умышленно искаженная и подогнанная под цель исследователя цитата отнюдь не украшает его работу и не прибавляет ей значимости.

Кроме формальных особенностей представления материала исследователю следует подумать над тем, каким языком будут изложены результаты его работы. Удачное изложение и грамотный научный язык сами по себе уже являются немалым достоинством и способны подчеркнуть наиболее

удачные ее моменты. Особенно это важно на заключительном этапе исследования – его защите.

### **1.6.7. Презентация (защита) результатов исследования**

Следует помнить, что на все выступление отводится не более 7-10 минут. По регламенту можно рассчитывать дополнительно на 1-2 минуты, но не более. Ни о теме (ее уже объявили), ни о том, что было прочитано (список литературы), говорить не следует. Защита ни в коем случае не должна сводиться к пересказу всего содержания работы. Если вы не сумели заинтересовать аудиторию за отведенное по регламенту время, его продление только усилит непонимание и раздражение слушателей.

Подготовку доклада лучше всего начать с продумывания его структуры. Четкое и ясное представление о работе у самого докладчика – залог понимания его аудиторией. Доклад можно разделить на 3 части, состоящие из отдельных, но связанных между собой блоков.

Первая часть, по сути, кратко повторяет введение исследовательской работы. Здесь обосновывается актуальность выбранной темы, описывается научная проблема, формулируются цель и задачи исследования, указываются его основные методы. Для того чтобы ваш доклад вызвал интерес аудитории, очень важно правильно настроить слушателей с самого начала вашего выступления. Существует несколько способов привлечения внимания аудитории, вот некоторые из них: вы можете начать выступление с приведения примера, интересной цитаты, образного сравнения предмета выступления с конкретным явлением, с истории, случая, задания проблемы или оригинального вопроса.

Во второй части, самой большой по объему, нужно представить содержание глав. Особое внимание обращается на итоги проведенного исследования, на личный вклад в него автора. Поэтому после краткого изложения содержания глав реферата отдельно подчеркнуть, в чем состоит новизна предлагаемой работы, это могут быть впервые использованные по отношению к данному материалу методики, достигнутые вами результаты исследования. При изложении основных результатов можно использовать заранее подготовленные схемы, чертежи, графики, таблицы, видеоролики, слайды, видеофильмы. Демонстрируемые материалы должны оформляться так, чтобы они не перегружали выступление и были видны всем присутствующим в аудитории.

В третьей части целесообразно кратко изложить основные выводы по результатам исследования, не повторяя тех выводов, которые уже были сделаны в ходе изложения содержания по главам. Постарайтесь в заключении создать кульминацию выступления, предложите слушателям поразмышлять над проблемой, покажите возможные варианты дальнейших исследований, используйте цитату по теме реферата известного ученого. Особое внимание

обратите на речь докладчика. Она должна быть ясной, грамматически точной, уверенной, выразительной. Если докладчик старается говорить быстро, проглатывая окончания слов, тихо, невнятно, то качество его выступления снижается. Спокойное, последовательное и хорошо аргументированное изложение материала импонирует слушателям. Но использование научного стиля отнюдь не означает пренебрежения к использованию образных сравнений, контрастов, необычных фактов, позволяющих удерживать внимание аудитории.

# СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ

## Раздел 1

### ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИКУ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

#### Тема 1. Экономика физической культуры и спорта как наука и учебная дисциплина

##### *Вопросы*

1. Характеристика экономики ФКиС как науки и учебной дисциплины: сущность, предмет, уровни, методология, функции, задачи. Возникновение и динамика развития науки «Экономика спорта».
2. Физическая культура и спорт как отрасль народного хозяйства.
3. Продукт отрасли «Физическая культура и спорт» – социально-культурная услуга. Классификация физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг.
4. Финансирование физической культуры и спорта. Спонсорство в спорте. Олимпийское спонсорство.

##### *Темы докладов и рефератов*

- Роль и значение физической культуры и спорта для экономики и общества.
- Анализ спортивного спонсорства (мировой аспект) за период с ... по ... годы.
- Анализ спортивного спонсорства в России за период с ... по ... годы.
- Финансирование спорта за рубежом (на примере конкретной страны).

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1

### Вводный тест

*Уважаемые студенты! Предлагаем Вам проверить свой базовый (начальный) уровень подготовки перед изучением дисциплины «Экономика»:*

- 1. Экономическая теория является:**
- а) технической наукой
  - б) естественной наукой
  - в) биологической наукой
  - г) гуманитарной наукой



**2. Устойчивое снижение цен на товары и услуги в течение длительного периода времени называется...**

- а) Неинфляция
- б) безработица
- в) стоп-инфляция
- г) стагфляция
- д) дефляция

**3. Что такое прибыль?**

- а) Разница между совокупными затратами и доходами
- б) Выручка за продажи
- в) Разница между совокупными доходами и затратами
- г) Выигрыш в викторине

**4. Если Вы положили 100 000 рублей в банк на полгода под 10% годовых, то в результате через полгода Вы получите...**

- а) 110 000 рублей
- б) 105 000 рублей
- в) точную сумму сказать нельзя
- г) 10 000 рублей

**5. Что такое облигация?**

- а) Ценная бумага
- б) Вклад в финансовой пирамиде
- в) Документ, подтверждающий освобождение от налогов Вклад в банке

**6. Превышение доходов бюджета над расходами называется...**

- а) баланс
- б) дефицит бюджета
- в) профицит бюджета
- г) чудес не бывает

**7. Что такое дефолт?**

а) Специальное обозначение, которое означает – кризиса не будет.  
Нарушение платежных обязательств заемщика перед кредитором, неспособность производить своевременные выплаты по долговым обязательствам или выполнять иные условия договора займа

б) Специальное обозначение, которое означает – инфляции не избежать.  
Меры экономической политики государства, направленные на снижение инфляции

**8. Что выгоднее: положить деньги в банк на год под 10% годовых или купить облигацию под 18% годовых. Доходы по вкладам в банке не облагаются налогом, а доходы по облигациям облагаются налогом в 13% от дохода.**

- а) купить облигацию
- б) положить деньги в банк
- в) доходность одинаковая

**9. На какие части из перечисленных ниже делят экономическую теорию?**

- а) Микроэкономика
- б) Макроэкономика
- в) Мезоэкономика
- г) Метаэкономика

**10. Кто написал "Капитал"?**

- а) Ф. Энгельс
- б) Е. Гайдар
- в) В. Ленин
- г) А. Столыпин
- д) К. Маркс

**11. Инвестиции должны быть равны:**

- а) сбережениям
- б) потреблению
- в) спросу
- г) предложению
- д) ВВП

**12. Что такое ОРТ?**

- а) канал по телевизору
- б) общественное разделение труда
- в) отраслевое объединение транзакций
- г) общественное развитие торговли

**Упражнение 1. Вопросы для устного ответа:**

1. К какому виду общественного производства относится физическая культура и спорт?

2. По каким основаниям можно классифицировать услуги в сфере ФКиС?

3. Что является предметом изучения экономики физической культуры и спорта?

4. Какие задачи решает экономика физической культуры и спорта?

5. На основе каких признаков физическую культуру и спорт можно рассматривать как одну из отраслей народного хозяйства?

6. Дайте определение понятию «непроизводственная сфера». Перечислите отрасли народного хозяйства, относящиеся к непроизводственной сфере.

7. Какие показатели характеризуют развитие отрасли «Физическая культура и спорт»? Как влияет физическая культура и спорт на экономический рост?

8. Охарактеризуйте экономические ресурсы, используемые в отрасли «Физическая культура и спорт».

9. На примере какого-либо вида спорта (по вашему выбору) приведите примеры материальных услуг сферы «Физическая культура и спорт». Охарактеризуйте субъектов, предоставляющих данные услуги.

10. Выделите основные факторы, влияющие на спрос, для следующих товаров и услуг: а) аксессуары для плавания; б) набор для бадминтона; в) билеты на футбольный матч; г) лечебная физическая культура.

11. На примере конкретной физкультурно-спортивной организации проведите классификацию оказываемых ею услуг по степени важности для потребителя (основные, дополнительные, сопутствующие).

### **Упражнение 2. Практические задания:**

1. С использованием данных Федеральной службы государственной статистики ([www.gks.ru](http://www.gks.ru)) проведите анализ динамики основных показателей развития отрасли «Физическая культура и спорт» за последние 10 лет. Сформулируйте выводы.

2. Рассмотрите государственную программу развития физической культуры и спорта в РФ. Выделите основные целевые показатели развития отрасли.

3. Сформулируйте основные тенденции развития отрасли ФКиС в мире / Российской Федерации / Смоленской области на ближайшие несколько лет.

### **Упражнение 3. Тест**

**1. Единым государственным органом управления отраслью «Физическая культура и спорт»:**

- 1) Министерство образования
- 2) Федеральное агентство по физической культуре и спорту
- 3) Министерство здравоохранения
- 4) Министерство спорта

**2. К какому виду общественного производства принято относить физическую культуру и спорт?**

- 1) материальное производство
- 2) нематериальное производство
- 3) услуги

**3. Совокупность отраслей материального производства, имеющих конечным результатом своей деятельности материальный продукт, называется:**

- 1) непроизводственной сферой
- 2) бытовой сферой
- 3) производственной сферой
- 4) потребительской сферой

**4. Совокупность предприятий и организаций, характеризующихся общностью выпускаемой продукции, технологии производства и основных фондов, называется:**

- 1) отраслью
- 2) кластером
- 3) холдингом

**5. Предметом экономики физической культуры и спорта как дисциплины является:**

- 1) изучение спроса потребителей на физкультурно-оздоровительные услуги
- 2) разработка модели управления сферой физической культуры и спорта
- 3) разработка маркетинговых средств для товаров и услуг физической культуры и спорта
- 4) проблема выбора наиболее рациональных способов использования ресурсов для расширения рынка производимых услуг и приближения их качества к потребительским запросам

**6. Какие виды ресурсов используются в процессе деятельности физкультурно-спортивных организаций?**

- 1) финансовые
- 2) материальные
- 3) трудовые
- 4) все ответы верны

**7. Экономика физической культуры и спорта изучает:**

- 1) экономические отношения между членами общества в сфере физической культуры и спорта
- 2) экономические циклы в сфере физической культуры и спорта
- 3) безработица в сфере физической культуры и спорта
- 4) эффективное распределение бюджетных средств

**8. Способы расчета оптимальной цены на услуги физкультурно-спортивной организации изучает:**

- 1) микроэкономика
- 2) макроэкономика
- 3) институциональная экономика

**9. Макроэкономика изучает:**

- 1) безработицу
- 2) экономический рост
- 3) структуру затрат организации
- 4) ценовую политику фирмы

**10. Укажите показатели, характеризующие развитие физической культуры и спорта:**

- 1) численность занимающихся
- 2) численность штатных работников
- 3) количество организаций, осуществляющих деятельность в данной сфере
- 4) количество спортивных сооружений
- 5) все ответы верны

**Тема: Физическая культура и спорт как отрасль народного хозяйства.  
Общие принципы финансирования физической культуры и спорта**

**ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2**

**Работа с кейсами**

**Кейс № 1. Этапы развития российской экономики спорта**

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

Исторически первым этапом развития экономики спорта в России стал период формирования инициативного (некоммерческого) и циркового (коммерческого) спорта. В XIX веке происходит становление двух базовых моделей организации физкультурно-спортивной деятельности, которые впоследствии станут взаимодействовать и конкурировать друг с другом. Таковыми выступили модель профессионального (оплачиваемого) и любительского (неоплачиваемого, инициативного) спорта. По канонам коммерческого спорта стало развиваться силовое направление, культивируемое под эгидой передвижных артистических трупп и стационарных цирков. Знаменитые борцы Иван Поддубный и Иван Заикин («Король железа»), силовой шоумен Александр Засс («Железный Самсон») вышли из недр циркового спорта. Экономической платформой их деятельности был шоу-бизнес, когда публика оплачивала зрелище.

Что же касается второго направления – некоммерческого и инициативного спорта, то оно функционировало на иных принципах – за счёт самофинансирования и членских взносов участников. На данном этапе, который продлился до начала XX века (примерно до 1910-х гг.), осуществлялось становление и строительство начальной спортивной инфраструктуры, спортивного образования, производства спортивной амуниции и экипировки.

Вторым значимым этапом развития экономики спорта в России стала фаза включения в физкультурно-спортивную сферу государства с его организующей и регулирующей функцией. В 1913 году в Российской империи была введена должность Главного наблюдателя за физическим развитием народонаселения, а в феврале 1914 года при Главном наблюдателем был создан Совет на базе образовательных и спортивных организаций (в том числе Российского Олимпийского комитета), в задачи которого входило развитие спорта и здорового образа жизни в стране. Но данный этап продлился совсем недолго из-за политических событий 1917 года, когда в стране произошло две революции и радикальным образом изменилось социальное устройство общества.

Третий этап развития экономики спорта прямым и непосредственным образом связан с государственным управлением и бюджетным финансированием. В связи с этим его можно назвать этатическим

(от французского слова «этат» — государство). Продолжительность данного этапа весьма большая – с 1917 по 1989-92 гг.

Практически сразу после революционных событий в руководстве советской власти начались активные дискуссии – каким должен быть пролетарский спорт, за чьи деньги он должен развиваться? Поначалу выдвигалось несколько основных концепций.

Первая из них состояла в том, что советскому народу не нужен буржуазный спорт, в котором присутствует предпринимательство и жажда наживы. Спорт в республике рабочих и крестьян должен быть оздоровительным, полезным и не влиять негативно на организм занимающихся. Это направление стало называться медицинским.

Другие представители партии предлагали сосредоточиться на парадно-эстетическом спорте, на участии атлетов в физкультурно-спортивных парадах и спортивных праздниках. При этом личные соревнования рекомендовалось не проводить, поскольку они воспитывали в физкультурниках и спортсменах дух индивидуализма. В коллективистской стране это было недопустимо по идеологическим соображениям.

В результате дискуссий и прений была предложена и реализована экономическая и социальная модель спорта как массового, непрофессионального, рабочего, финансируемого за счёт государства и предприятий, где работали физкультурники. На внешней арене в 1921 году был создан Спортинтерн, который противопоставлял себя буржуазным Олимпийским играм, чемпионатам мира и Европы.

Реализация этатической модели экономики спорта была остановлена глубоким внутренним конфликтом, последовавшим в 1936 и 1937 году. Как известно, в 1936 году Олимпиада состоялась в Берлине, а поздравлял олимпийцев с главной трибуны Адольф Гитлер. Тогда же, в 1936 году, соревнования атлетов стали транслироваться по телевидению. И в СССР заметили, насколько сильно действуют на массы достижения спортсменов-профессионалов. В пропагандистском плане отсутствие у СССР профессиональных атлетов, способных «утереть нос» западным странам раздражало Сталина и партийную элиту.

1937-ой год в значительной мере усугубил проблему отсутствия в стране атлетов-профессионалов. Приехавшая в СССР команда футболистов из Басконии стала буквально громить лучшие советские клубы. И это при переполненных стадионах, широких радиотрансляциях, насмешках в зарубежной прессе. Стало ясно, что СССР нужен элитный спорт, где выступали бы профессионалы, которые могли соревноваться на равных с лучшими спортсменами мира. Уже тогда, после встреч с командой Басконии, руководством страны было принято негласное решение о «государственном любительстве», то есть о создании профессионального спорта, закамуфлированного под любительский. Атлеты-профессионалы числились на предприятиях, в органах милиции, в авиации, в армии, получали зарплату

по месту трудоустройства. Но вместо выполнения должностных обязанностей активно тренировались, ездили на сборы и соревнования.

В известной степени такое исключение из советской модели экономики спорта не одобрялось за рубежом, где наши атлеты выступали в ранге любителей – в том числе и на Олимпиадах (СССР передумал в 1952 году и вступил в МОК).

В период существования СССР в стране начинает формироваться не только масса болельщиков и потребителей спортивного продукта, но и развиваться научная, образовательная и исследовательская база спорта. Правда, экономика спорта как наука в данной системе была представлена весьма слабо – первое учебное пособие по экономике спорта выходит в СССР лишь в 1983 году (под ред. В.У. Агеевца).

В четвёртый этап развития экономики спорта страна вступила в 1989-1992 гг., когда вслед за перестройкой распался Советский Союз. Вставшая на рыночный путь Россия преобразовала и экономическую модель спорта. В новых условиях были легализованы доходы футболистов, хоккеистов, баскетболистов и представителей прочих видов спорта. Понятно, что в период завершения третьего этапа это было невозможно. Отъезд за рубеж таких спортсменов как Людмила Белоусова и Олег Протопопов (фигурное катание) взбудоражил страну. Спортивная эмиграция Александра Могильного вызвала уже меньший всплеск эмоций – его просто лишили звания заслуженный мастер спорта (1989). И почти как норму восприняли любители хоккея отъезд из страны в США Вячеслава Фетисова (в том же 1989).

В 1993 году был принят первый российский закон о физической культуре и спорте в виде «Основ законодательства РФ о ФиС» (в СССР законов о спорте не принималось). В 1999 году и 2007 гг. вышли новые варианты законов о физкультуре и спорте. Но в части экономики спорта данные правовые акты оказались декларативными.

В середине 1990-х и начале 2000-х годов в новой России осуществляется переход в образовательных стандартах и научных заделах в части пополнения кадрового потенциала экономики спорта и спортивного менеджмента. В физкультурно-спортивных вузах страны открываются соответствующие специальности, специализации, кафедры. Начинают защищаться кандидатские и докторские диссертации по спортивной рекламе, организации и управлению спортом, маркетинговым проблемам спортивной индустрии.

Однако в современной России искажённая модель профессионального спорта существует до настоящего времени. Она не вполне рыночная, так как допускает передачу профессиональным спортсменам и спортклубам денежных средств из бюджетов всех уровней, а также существует за счёт денег госкорпораций.

### **Задания:**

1. Прочитайте отрывок и обсудите его.
2. Как менялось представление о роли физической культуры и спорта в жизни общества с течением времени?
3. Для каждого этапа развития экономики спорта дайте характеристику основных экономических субъектов отрасли «Физическая культура и спорт». Как менялось представление о предмете экономики физической культуры и спорта?
4. Опишите, каким вы видите «пятый этап» развития экономики физической культуры и спорта.

### **Кейс № 2. Российский спорт должен научиться зарабатывать**

Источник: Е. Зуенко Интервью с Игорем Левитиным / Советский спорт. – Режим доступа [https://www.sovsport.ru/olympic\\_games/articles/911630-igorlevitin-rossijskij-sport-dolzhen-nauchitsja-zarabatyvat](https://www.sovsport.ru/olympic_games/articles/911630-igorlevitin-rossijskij-sport-dolzhen-nauchitsja-zarabatyvat) (дата публикации 29.06.2016 г.)

На вопросы «Советского спорта» ответил помощник Президента России, вице-президент Олимпийского комитета России, член наблюдательного совета по проведению чемпионата мира по футболу 2018 Игорь Левитин.

*– В сравнении с ведущими мировыми спортивными державами российская спортивная индустрия выглядит слабо. Что нужно сделать, чтобы преодолеть отставание?*

– Нужно работать, развивать эту индустрию шаг за шагом. Первые шаги мы уже прошли. Еще в середине 2000-х годов государство поставило перед собой задачу по увеличению числа граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом. Была принята Федеральная целевая программа «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006-2015 годы», стратегия развития отрасли, образовано федеральное министерство. Эту задачу мы успешно решили. В результате спрос на спортивные товары в стране существенно вырос. Только в виде налога на добавленную стоимость от торговли спортивными товарами в бюджет страны ежегодно поступают около 40 млрд. рублей. Для сравнения, десять лет назад от торговли спортивными товарами в федеральный бюджет поступило около 27 млрд. рублей.

Все эти меры помогли создать отечественную спортивную индустрию, стимулировали организацию отечественного производства – причем без привлечения бюджетных средств. В Димитровграде открылась линия по производству искусственного покрытия для футбольных полей и комплектующих, в Вязьме – дополнительный цех по производству гранулята для засыпки искусственного покрытия для футбольных полей, в Ленинградской и Псковской областях, в Новочеркасске возникли производства тренажеров. Мы начинаем обеспечивать массовый спорт своим оборудованием, своей экипировкой. Конечно, с профессиональным спортом пока не все так успешно: спортивное оборудование и инвентарь, особенно используемое спортсменами

сборных команд Российской Федерации, более чем на 90% состоят из импорта. Чтобы преодолеть этот разрыв Президент дал соответствующее поручение, и Минпромторг России сейчас разрабатывает отраслевые планы импортозамещения.

В принятой Правительством Российской Федерации федеральной целевой программе «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы» предусмотрено субсидирование из федерального бюджета закупки отечественного спортивного оборудования для спортивных школ олимпийского резерва. При этом, безусловно, необходима помощь производственным предприятиям в виде доступных кредитов и, возможно, субсидирования обновления основных фондов. А чтобы повышать качество выпускаемой продукции, необходимо развитие современных стандартов на соответствующую продукцию. И в этом направлении у нас есть серьезные успехи – уже принято около 50 национальных стандартов на спортивное оборудование и инвентарь.

*– На последних двух заседаниях совета по развитию физической культуры и спорта обсуждалось развитие двух самых популярных в стране видов спорта – футбола и хоккея. Какая роль отведена в этом российскому бизнесу?*

– Это виды спорта, которые уже в полной мере основываются на профессиональном спорте. Роль бизнеса в их развитии складывается из двух основных частей: развитие профессиональных спортивных клубов и развитие инфраструктуры. Развитие профессиональных клубов должно стать как минимум безубыточным бизнес-процессом. А вот развитие инфраструктуры должно постепенно переходить из зоны ответственности государства в рамки государственно-частного партнерства (ГЧП). Для этого создаются все экономические условия и нормативные основания. Более того, для независимой оценки и продвижения механизмов этого партнерства при поддержке Правительства Российской Федерации при Комитете Государственной думы по физической культуре, спорту и делам молодежи создана рабочая группа, которая уже сформулировала более двух десятков поправок в действующее законодательство, направленных именно на стимулирование привлечения бизнеса в сферу физической культуры и спорта. Планируется, что результаты работы этой группы будут озвучены в рамках осеннего Форума «Россия – спортивная держава». Наконец, есть решения Президента Российской Федерации о целесообразности разработки подпрограмм развития футбола и хоккея в рамках федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2016-2020 годы».

*– Главным спортивным проектом ближайших лет для нашей страны является чемпионат мира по футболу 2018 года. Могут ли нынешние экономические трудности помешать организовать ЧМ-2018 как задумано?*

– Расходы на подготовку к чемпионату мира-2018 относятся к защищенным статьям бюджета, и те средства, которые запланированы, будут выделены. Работы практически по всем объектам идут в графике,

без значительных отставаний. Так что по спортивным сооружениям у нас вопросов нет.

*– То есть у вас не вызывают беспокойства новости из Самары, например, где за год до открытия стадиона меняют подрядчика?*

– Нет, не вызывают. В Самаре проект стадиона должен был еще раз пройти через Главгосэкспертизу, и теперь там снова будет продолжаться строительство.

Вопросы, которые у нас возникают, – это вопросы по строительству инфраструктуры. Есть несколько объектов, которые находятся в «красной зоне» – например, аэропорт в Саранске. Я туда выезжал, проводил совещание, все необходимые поручения были даны, и мы рассчитываем, что все будет выполнено в срок.

*– Предыдущий проект такого масштаба – Олимпийские игры в Сочи – оказал огромное влияние на развитие региона. Как вы считаете, чемпионат мира по футболу сможет придать сходный импульс? И какой должна быть роль бизнеса в этом процессе?*

– Я думаю, что чемпионат мира должен, прежде всего, оказать огромное влияние на развитие региональных субъектов Российской Федерации. В конце концов Москва и Санкт-Петербург и без футбола могут активно развиваться. А вот в регионах наследие чемпионата будет гораздо заметнее. Его наследие, прежде всего, – это транспортная и спортивная инфраструктура. Плюс вырастет количество отелей, что даст возможность привлекать большее количество туристов.

Что же касается участия бизнеса в этом процессе, то программой подготовки к проведению чемпионата мира предусмотрено финансирование из внебюджетных источников в объеме 196,2 млрд. рублей. Это 30% от общего объема финансирования программы. То есть треть всех расходов на организацию чемпионата несет российский бизнес, а не государство. За счет средств инвесторов построена в Москве «Открытие Арена», осуществляется строительство стадиона ЦСКА, который будет использован в качестве тренировочной площадки. За счет внебюджетных источников завершено строительство терминалов аэропортов в Самаре, Волгограде и Нижнем Новгороде.

*– Что будет со стадионами, базами и объектами инфраструктуры после чемпионата?*

– После чемпионата останутся не только новые стадионы, отвечающие по всем параметрам самым высоким мировым стандартам, но и 100 футбольных полей, построенных в различных регионах нашей страны, где разместятся тренировочные базы команд – участниц чемпионата мира. Останутся новые аэропорты, дороги, инженерная инфраструктура, которая может быть использована инвесторами.

Стадионы будут переданы субъектам Российской Федерации. Их дальнейшее использование предполагает не только проведение матчей российской футбольной премьер-лиги, но и крупных международных спортивных соревнований, а также концертов и театрализованных шоу.

Тренировочные базы команд – участниц чемпионата мира по футболу будут закреплены за профильными детско-юношескими спортивными школами и использованы в качестве материальной базы развития футбола в регионах. «Никто не против, чтобы наши спортсмены прилично получали – но не за счет государственных средств.

– *Вы упомянули новые московские стадионы, которые строятся за счет привлечения средств частных инвесторов. Но в регионах пока большинство сооружений возводятся за счет бюджетных средств. Как вы считаете, есть ли в обозримом будущем шанс изменить такое положение дел?*

– Есть. И это касается не только будущего чемпионата мира. Могу привести пример: 22 апреля президент проводил Совет по спорту, где было принято решение о программе развития хоккея с шайбой до 2025 года. И модель развития такова: государство вкладывает деньги в строительство подходов к спортивным объектам – транспорт, энергетика, прочая инфраструктура, а бизнес строит сам спорткомплекс. Что еще важно отметить: надо, чтобы бизнес не просто вкладывался в строительство самого здания, в бетон. Для нас важно, чтобы при таких комплексах были спортивные школы, которые будут готовить новых игроков для этих клубов. В хоккее именно так и работает КХЛ: при каждом клубе лиги должна быть спортивная школа. Это именно та модель, которую мы поддерживаем и будем поддерживать.

– *А если говорить о долгосрочной стратегии развития всего российского спорта. Какой она вам видится?*

– Мы сейчас находимся на этапе завершения реализации Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года. Эта стратегия сделала главное – обозначила государственную задачу отраслевого развития. Но теперь, когда мы в целом преодолели падение 90-х, настало время более детализированного подхода при формировании государственной политики в этой сфере.

Стратегия развития спорта в Российской Федерации на период до 2030 года должна ответить на несколько базовых вопросов. Каковы конечные цели развития отрасли с точки зрения экономики страны – то есть не просто количество занимающихся спортом в стране и призовые места сборной команды, а что это означает для экономики? Являются ли занятия физической культурой и спортом наших граждан их личным делом (и тогда государство ограничивается пропагандой) или это государственная задача, и тогда эти занятия надо поощрять и стимулировать? Каковы задачи создания спортивной инфраструктуры? Насколько государство должно быть погружено в профессиональный спорт? Какова модель развития и подготовки спортивного резерва – надо ли расширять начальную базу, чтобы как можно больше детей вовлекать в сферу спорта высших достижений на базе спортшкол, или сконцентрироваться на селективном отборе и развивать профессиональные спорт-интернаты? Должно ли проведение крупных спортивных мероприятий поддерживаться каждый раз в новых регионах России или нам следует сконцентрировать их проведение в уже созданных спортивных кластерах? Это стратегические вопросы, ответы

на которые определяют и государственные обязательства, и государственные ресурсы отраслевого развития. Планируется, что первое серьезное обсуждение этих вопросов произойдет в рамках осеннего форума «Россия – спортивная держава».

– *Может ли средний и малый бизнес сыграть заметную роль в развитии спорта в стране?*

– Сама формулировка вашего вопроса подразумевает доминирующую роль государства в развитии спорта. А между тем это не так. Если посмотреть на отдельные части всей сферы физической культуры и спорта, то увидим, что производством спортивного оборудования и инвентаря занимается только средний и малый бизнес, бурный рост количества и развитие сетей фитнес-клубов обеспечено исключительно средним и малым бизнесом. Вообще в зоне интереса государства должны остаться только детско-юношеские спортивные школы и сборные команды страны. Все остальное – создание спортивной инфраструктуры массового спорта, функционирование спортивных клубов, расширение системы зрелищных соревнований – должно развиваться в рамках бизнес-процессов или как максимум в рамках государственно-частного партнерства.

– *На совете по спорту в Казани Президент России Владимир Путин сказал, что профессиональный спорт должен зарабатывать сам. Возможно ли это сегодня в наших условиях?*

– Это наша цель, и она абсолютно достижима. Не прямо сейчас, конечно, но в обозримой перспективе точно. Есть доходная часть – продажа атрибутики, еды, напитков, организация парковок. Доходы от продажи билетов, от трансляций по телевидению, трансферной деятельности. Ведется работа по нормализации ситуации с букмекерской деятельностью. То есть доходная часть есть – и она будет увеличиваться. И тут важен баланс с расходами, большей частью которых являются расходы на содержание спортивных объектов и налоги. Кстати, многие регионы уже идут по пути снижения налоговой нагрузки на такие объекты, что серьезно стимулирует профессиональный спорт.

Еще вопрос – непомерно раздутые зарплаты профессиональных спортсменов. Никто не против того, чтобы наши спортсмены прилично получали – но не за счет государственных средств и средств компаний с госучастием. Президент прямо об этом говорил на одном из заседаний Совета.

– *Но ведь после финального свистка чемпионата мира-2018 государственная поддержка спорта в стране не прекратится? Как будет жить спортивная экономика России после 2018 года?*

– Сейчас в Государственной думе находится закон о профессиональном спорте, который должен частично изменить существующие подходы к спорту. Еще раз повторю слова Президента: очень важно, чтобы спорт научился зарабатывать деньги. Сейчас инфраструктура, которая создается вокруг спорта, уже приносит доходы. Но они не инвестируются обратно в спорт. Наша задача состоит в том, чтобы мы могли эти деньги инвестировать обратно в спорт. У нас, например, отсутствуют на необходимом уровне лотерея, тотализатор

и другие механизмы, которые используются в остальном мире. Мы подсчитали, что, если бы мы развили, например, тотализатор только в сфере ставок на лошадей и их бега, то нам бы хватило денег на поддержку всей инфраструктуры ипподромов. Это очень дорогой спорт, нужно вкладывать немалые средства и в поддержку разведения скаковых лошадей, и в инфраструктуру ипподромов – а ее содержание обходится недешево, и не все регионы смогут ее выдержать. Средства от тотализатора должны иметь целевое назначение, и тогда их хватит для того, чтобы у нас появились в регионах и современные ипподромы, и лучшие лошади. И эта схема применима к разным видам спорта.

– *Планируются ли после 2018 года крупные спортивные события, сопоставимые по масштабу с Олимпиадой или чемпионатом мира по футболу?*

– Ближайшее – это зимняя Универсиада 2019 года в Красноярске. Летние Универсиады мы уже проводили (в 1973 и 2013 годах), а зимнюю – примем впервые. Это серьезный проект, предполагающий крупные инвестиции в строительство инфраструктуры. И не только спортивной, но и объектов здравоохранения, дорожной сети. Это позволит достойно провести Универсиаду и дать импульс развитию Красноярска. И конечно, созданное будет долгое время служить жителям края.

– *Если позволите, несколько вопросов к вам не как к помощнику Президента России, а как к крупному спортивному функционеру. У вас есть опыт работы в Международной федерации настольного тенниса: вы активно лоббировали изменения в правилах, они приняты. Но во многих международных федерациях представители России почти незаметны. Как добиться того, чтобы они более активно отстаивали интересы нашего спорта, активнее привлекать в нашу страну новые соревнования и турниры, чтобы загружать те объекты, которые строятся сегодня?*

– Это очень важная тема! Конечно, наших представителей в международных федерациях очень мало – россияне возглавляют только три федерации. Но еще важнее, что нам нужны свои представители в исполкомах, в технических комитетах, где участвуют спортсмены, нам нужно, чтобы Россия имела свой голос на всех уровнях. И этот вопрос обсуждался на одном из Советов по спорту.

Что для этого надо? Нам необходимо подготовить людей. Не каждый бывший спортсмен способен стать хорошим спортивным чиновником. Поэтому Фонд поддержки олимпийцев сейчас финансирует курсы переподготовки. Недавно мы вручали в МГИМО дипломы 30 нашим спортсменам и спортивным функционерам, журналистам о прохождении специальных курсов. На этих курсах мы готовим наших представителей для международных федераций. Это очень важно и скоро должно дать результат.

### **Задания:**

1. Обсудите материалы интервью.

2. Какие проблемы развития физической культуры и спорта затронуты? Какие из них Вы считаете наиболее острыми?
3. Дайте понятие определению «спортивная индустрия». По каким показателям оценивается развитие спортивной индустрии?
4. Каковы наиболее перспективные направления государственно-частного партнерства в сфере физической культуры и спорта?
5. Каково влияние международных спортивных мероприятий на экономику региона их проведения и страны в целом?
6. Как могут использоваться возведенные спортивные объекты после проведения международных соревнований?
7. Охарактеризуйте роль малого бизнеса в развитии физической культуры и спорта в России.
8. Какой Вы видите стратегию развития физической культуры и спорта 2030?
9. За счёт каких, на Ваш взгляд, источников должны финансироваться профессиональные спортивные клубы. Ответ аргументируйте.

### **Тема: Спонсорство в спорте**

#### *Вопросы для самоконтроля:*

1. Что означает термин «спонсор»? В чем отличие спонсора от мецената?
2. Какие задачи решают для себя предприятия-спонсоры?
3. Каким способом спортивные организации привлекают к сотрудничеству спонсоров?
4. Какие особенности продажи входных билетов и абонементов на спортивные соревнования вы могли бы назвать?
5. В чем заключается процедура купли-продажи прав трансляции спортивных соревнований?
6. Как определяется цена на выкуп прав трансляции?
7. Как найти спонсора?
8. Что включает в себя спортивное спонсорство?
9. Какие цели преследует компания, участвующая в спонсорстве?
10. Что представляет собой система многоуровневого спонсорства?
11. В чем заключается работа со спонсорами до соревнований, во время соревнований и после соревнований?
12. Выгодно ли спорту иметь спонсоров?
13. Почему компании занимаются спонсированием спорта?
14. Какие задачи решают для себя предприятия-спонсоры?
15. Каким способом спортивные организации привлекают к сотрудничеству спонсоров?

## Раздел 2

### СПОРТ КАК ЧАСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

#### Тема 2. Экономические отношения в сфере физической культуры и спорта

##### Вопросы

1. Потребности и экономические интересы в области ФКиС.
2. Спрос и предложение на спортивном рынке. Эластичность спроса и предложения.
3. Ценообразование на спортивные товары и услуги. Составные элементы показателя «цена-качество».
4. Методы ценообразования.
5. Рыночная конкуренция.

##### Темы докладов:

- Развитие спортивной индустрии в России.
- Спорт и бизнес: формы успешного взаимодействия (на примере конкретной страны).
- Лидеры мировой спортивной индустрии (анализ за последние 20-30 лет).
- Современные методы конкурентной борьбы (ценовая и неценовая, внутриотраслевая и межотраслевая и др.)

### ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3

#### Упражнение 1. Основы анализа спроса и предложения

В таблице 1 представлены данные, характеризующие различные ситуации на рынке протеиновых батончиков.

Таблица 1

Цена (руб.)	Объем спроса (млн. шт. в год)	Объем предложения (млн. шт. в год)
8	70	10
16	60	30
24	50	50
32	40	70
40	30	90

##### Задание:

1. Изобразите кривые спроса и предложения по данным таб. 1.
2. Чему равна равновесная цена на этом рынке?

3. Если равновесная цена за батончик будет 32 рубля, что характерно для данного рынка – излишки или дефицит? Сколько? Покажите на графике.

### Упражнение 2. Решите задачи

1. Какова будет рыночная цена на товар и равновесный объём, если зависимость спроса и предложения определяется формулами  $Q_d = 10 - 2P$ ,  $Q_s = 4P - 14$ ?

2. Спрос на продукцию конкурентной отрасли:  $Q_d = 55 - P$ ; предложение:  $Q_s = 2P - 5$ . Рассчитайте равновесную цену и равновесный объём.

3. Найти равновесную цену и рыночный объём производства при условии, что рыночный спрос задан функцией  $Q_d = 1800 - 200P$ ; рыночное предложение  $Q_s = 50P - 1200$ .

4. Допустим, функция спроса равна  $Q_d = 100 - P$ , а функция предложения  $Q_s = 2P - 50$ , где  $P$  - это цена в рублях, а величина спроса  $Q_d$  и предложения  $Q_s$  в тысячах штук.

а) Найдите равновесную цену и равновесное количество.

б) Если правительство решит снизить цену до 40 рублей, стремясь стимулировать потребителя, к чему это приведет? Определите величины спроса и предложения, наблюдается ли избыточное предложение (перепроизводство, затоваривание) или избыточный спрос (дефицит)?

5. Функции спроса и предложения заданы:  $Q_d = 200 - 4P$  и  $Q_s = 6P - 100$ . Найдите равновесную цену и равновесное количество.

6. Фирма имеет кривую спроса:

$$Q = 200 - 0,5 * P$$

Зная, что  $P=100$ , определить равновесный объём.

7. При спросе, меняющемся в зависимости от цены:  $Q_d = 110 - P$ , и функции предложения  $Q_s = 2P - 70$  (в тыс. шт.). Найдите равновесную цену и равновесный объём.

8. Допустим, функции спроса и предложения холодильников «Север» составляют  $Q_d = 400 - P$  и  $Q_s = 2P - 260$  в тыс. шт., где  $P$  - цена в тыс. руб. Найдите равновесную цену и равновесный объём.

9. Функции спроса и предложения утюгов «Жар-птица» составляют  $Q_d = 300 - 2P$ ,  $Q_s = 2P - 100$  в тыс. шт., где  $P$  - цена в руб. Найдите равновесную цену и равновесный объём.

### Упражнение 3. Тест

*В каждом вопросе выберите один вариант ответа*

1. Готовность покупать дополнительные единицы производимого товара только по более низкой цене лучше всего объясняет:

а) Эффект замещения.

- б) Принцип убывающей предельной полезности.
- в) Эффект дохода.
- г) Закон предложения.

**2. Если спрос падает, кривая спроса сдвигается:**

- а) Вниз и влево.
- б) По вращению часовой стрелки.
- в) Вверх и вправо.
- г) Против вращения часовой стрелки.

**3. Если цена товара ниже точки пересечения кривой спроса и кривой предложения, то возникнет:**

- а) Избыток
- б) Дефициты.
- в) Растет безработица.
- г) Все варианты неверны.

**4. Вполне вероятно, что причиной падения цены на продукт является:**

- а) Рост налогов на частное предпринимательство.
- б) Рост потребительских доходов.
- в) Падение цен на производственные ресурсы.
- г) Падение цены на взаимодополняющий товар.

**5. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый вызовет:**

- а) Падение спроса на второй товар.
- б) Рост спроса на второй товар.
- в) Увеличение объема спроса на второй товар.
- г) Падение величины спроса на второй товар.

**6. Изменение какого фактора не вызывает сдвига кривой спроса?**

- а) Вкусов и предпочтений потребителей.
- б) Размера или распределения национального дохода.
- в) Цены товара.
- г) Численности или возраста потребителей.

**7. На рынке совершенной конкуренции отдельный продавец:**

- а) не влияет на цену;
- б) влияет на цену;
- в) контролирует цену и объем продаж;
- г) добивается установления приемлемой ему цены в конкурентной борьбе.

**8. Процесс производства не включает в себя процесс:**

- а) средства труда;
- б) предметы труда;
- в) предметы потребления;
- г) труд.

**9. Средства производства - это:**

- а) часть капитала;
- б) трудовые ресурсы и капитал;
- в) предметы труда и средства труда;

г) все материальные ресурсы.

**10. Важнейшая черта, отличающая олигополию:**

а) выпускаются дифференцированные товары;

б) на рынке действует множество покупателей и продавцов;

в) каждая фирма – олигополист сталкивается с горизонтальной кривой спроса на свой продукт;

г) рыночное поведение каждой фирмы зависит от реакции ее конкурентов.

**11. Единственная фирма производит штурманские приборы. Это:**

а) монополия;

б) олигополия,

в) совершенная конкуренция;

г) монополистическая конкуренция.

**12. Продажа одинаковой продукции разным покупателям по разным ценам это:**

а) научно-техническое соперничество;

б) ценовая дискриминация,

в) неценовая дискриминация;

г) промышленно-производственное соперничество;

д) все ответы верны.

**13. Для совершенной конкуренции не характерно:**

а) большое количество независимо действующих продавцов и покупателей;

б) на рынке действует несколько крупных фирм, производящих однородную или разнородную продукцию, а проникновение новых фирм в отрасль, как правило, затруднено;

в) ни один из продавцов и покупателей не оказывает решающего влияния на рыночную цену и количество товара;

г) входные барьеры на рынок минимальны или отсутствуют.

**14. Конкуренция - это:**

а) борьба производителей за получение наивысшей прибыли;

б) борьба потребителей за право покупать товары по более низким ценам;

в) экономическая состязательность за достижение наилучших результатов на каком-либо поприще;

г) движущая сила рынка;

д) все ответы верны;

е) все ответы неверны.

**15. Монополистическая конкуренция - это тип рыночной структуры, при котором оперирует:**

а) большое количество конкурирующих фирм, производящих однородный продукт;

б) большое количество конкурирующих фирм, производящих дифференцированный продукт;

в) небольшое количество конкурирующих фирм;

г) только одна крупная фирма;

д) только один крупный покупатель.

**16. Конкуренция:**

а) способствует производству необходимых обществу товаров, эффективному использованию ресурсов;

б) вызывает улучшение экологической ситуации в стране в процессе конкурентной борьбы;

в) способствует созданию условий для снижения издержек производства;

г) препятствует появлению в обществе богатых и бедных, так как предполагает равные права для производителей и потребителей и исключает преследование чьих-либо эгоистических интересов.

**17. Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту:**

а) выпускаются дифференцированные товары;

б) на рынке оперирует множество покупателей и продавцов;

в) выпускаются однородные товары;

г) рыночное поведение каждой фирмы зависит от реакции ее конкурентов.

**18. Предельная полезность - это:**

а) способность блага удовлетворять ту или иную потребность человека;

б) субъективная оценка блага индивидуумом;

в) сумма полезностей равновеликих частей блага;

г) полезность, которую потребитель получает от потребления дополнительной единицы блага.

**19. Товар - это продукт труда, предназначенный для:**

а) собственного потребления;

б) потребления другими лицами;

в) обмена на другие продукты в определенной пропорции;

г) дарения.

**20. На рынке оперирует большое количество поставщиков, каждый из которых предлагает фирменную спортивную обувь по относительно схожим ценам. Это:**

а) совершенная конкуренция;

б) монополия,

в) олигополия;

г) монополистическая конкуренция.

**Упражнение 4. Задача «Парадокс А. Смита»**

*Уважаемые студенты! Попробуйте разрешить данный парадокс-задачу: почему, при всей бесспорной полезности воды, она стоит гораздо дешевле бриллиантов?*

**Упражнение 5. Типы экономических систем.**

1. В Японии господствует частная собственность на факторы производства, но роль государства в экономической жизни очень велика. О какой экономической системе можно говорить в данном случае?

2. ... - это способ организации экономической жизни, при котором земля и капитал находятся в общем владении, а ограниченные ресурсы распределяются в соответствии с длительно существующими традициями. О какой экономической системе идет речь?

3. К какому типу экономических систем относится экономика современной России?

4. Каковы основные отличия командной системы от рыночной?

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4

### КОНТРОЛЬНЫЙ ТЕСТ ПО ТЕМАМ 1-2

*Выберите только один правильный вариант ответа, кроме вопроса № 21*

#### **1. Что составляет предмет экономики ФКиС?**

1. разработка научных прогнозов
2. группа экономических правил
3. нормативный базис
4. изучение экономических отношений

#### **2. Какими экономическими законами определяется характер деятельности отрасли ФКиС?**

1. привлечение финансов
2. ценообразование
3. спроса и предложения

#### **3. Государство принимает участие в финансировании строительства, реконструкции и эксплуатации спортивных сооружений**

- 1) административным ресурсом
- 2) только бюджетными средствами
- 3) как бюджетными средствами, так и привлечением на договорных условиях других организаций
- 4) привлечением на договорных условиях других организаций

#### **4. Количество услуг (товаров), которое производители готовы продать по определенной цене за определенный период времени, определяется как...**

1. предложение в отрасли «физическая культура и спорт»
2. спрос
3. рынок услуг
4. предложение

#### **5. Комплекс отраслей, не производящих непосредственно осязаемых материальных ценностей, связанных с удовлетворением нематериальных потребностей людей посредством предоставления разнообразных услуг, определяется как...**

1. производственная сфера
2. физическая культура и спорт
3. непроизводственная сфера
4. сфера управления

**6. На практике рынок услуг отрасли «физическая культура и спорт» представляет собой сложную совокупность рыночных сегментов, объединяющих потребителей с(со):**

1. схожими потребностями
2. схожими физическими способностями
3. близкими по уровню доходами
4. схожими потребностями и близкими по уровню доходами

**7. Отрасль деятельности, исследующая экономику как целое, а также важнейшие ее секторы с использованием для этого агрегированных макроэкономических показателей и их связей, определяется как**

1. политэкономия
2. философия экономики
3. макроэкономика
4. микроэкономика

**8. По форме распределения общественных фондов потребления среди социально-культурных услуг отрасли «физическая культура и спорт» выделяют ... услуги**

1. бесплатные и платные
2. индивидуальные и массовые
3. личного характера и деловые
4. коммерческие и некоммерческие

**9. Полезный эффект услуги является результатом:**

1. усилий ее производителя
2. усилий ее потребителя
3. квалификации педагога по физической культуре
4. совместных усилий ее производителя и потребителя

**10. Продукт производственно-экономической деятельности в материально-вещественной форме, т.е. материальный и интеллектуальный продукт, выступающий как объект купли-продажи, определяется как...**

1. услуга
2. потребительная стоимость
3. товар
4. полезная вещь

**11. Совокупность отраслей материального производства, имеющих конечным результатом своей деятельности некий материальный продукт (средства производства и предметы потребления), определяется как:**

1. производственная сфера
2. промышленность
3. непроизводственная сфера

4. торговля

**12. Согласно одному из ведущих специалистов Франции W. Andreff, экономика спорта может быть представлена в виде следующих составляющих:**

1. мезоэкономика и микроэкономика
2. макроэкономика и микроэкономика
3. макроэкономика и мезоэкономика
4. макроэкономика, мезоэкономика и микроэкономика

**13. Специфический продукт труда, потребительная стоимость которого заключается в полезном эффекте живого труда, который может быть объектом купли-продажи, предметом потребления, определяется как:**

1. услуга отрасли «физическая культура и спорт»
2. услуга
3. товар
4. благо

**14. Специфическими характеристиками социально-культурных услуг являются:** 1) неосвязаемость; 2) неотделимость социально-культурной услуги от ее источника; 3) постоянство качества; 4) несохраняемость.

1. 2, 3, 4
2. 2, 3
3. 1, 2, 4
4. 1, 2, 3

**15. Поддержка, оказываемая спорту, спортивным мероприятиям, спортивным организациям и соревнованиям внешней по отношению к ним фирмой или лицом называется ...**

1. Кредитование
2. Покровительство
3. Спонсорство
4. Меценатство

**16. Экономика физической культуры и спорта изучает:**

1. экономические отношения между членами общества в сфере физической культуры и спорта;
2. экономические циклы в сфере физической культуры и спорта;
3. безработицу в сфере физической культуры и спорта;
4. эффективное распределение бюджетных средств.

**17. Существование государственной собственности обусловлено:**

1. наличием капиталоемких и нерентабельных отраслей (угольная промышленность, железные и автомобильные дороги и т.п.);
2. необходимостью решения общенациональных и социальных задач, поддержания уровня жизни населения;
3. стремлением увеличить государственные доходы;
4. все ответы верны.

**18. Наибольшей свободой при установлении цен на свою продукцию располагает:**

1. одна из 300 фирм данной отрасли;
2. одна из трех компаний данной отрасли;
3. единственный производитель товара, для которого не существует заменителей;
4. единственный производитель товара, для которого существует множество заменителей.

**19. Рыночная конкуренция очень важна, потому что она:**

1. ограничивает влияние спроса и предложения;
2. сводит на нет мотив получения прибыли;
3. стимулирует производителей работать эффективно;
4. создает рынок, на котором производители могут контролировать цены.

**20. Олигополия – это рыночная структура, где оперирует:**

1. большое количество конкурирующих фирм, производящих однородный продукт;
2. большое количество конкурирующих фирм, производящих дифференцированный продукт;
3. небольшое количество конкурирующих фирм;
4. только одна крупная фирма;
5. только один крупный покупатель.

**21. Примерами естественных монополий могут служить:**

1. автомобильная компания «Дженерал Моторс»;
2. АО «Газпром»;
3. метрополитен Санкт-Петербурга;
4. фирма «Адидас»;
5. АО «РЖД»;
6. все ответы не верны.

**22. На рынке производителей гоночных лыж функционирует несколько крупных фирм. Это:**

1. монополия;
2. олигополия;
3. совершенная конкуренция;
4. монополистическая конкуренция.

### **Тема 3. Спортиндустрия**

*Вопросы:*

1. Понятие и структура индустрии спорта.
2. Рынок спортивных товаров и его структура. Спортивный ритейл в России.
3. Предпринимательство, субъекты предпринимательской деятельности, формы предпринимательства. Предпринимательская деятельность в спорте.

4. Предприятия – производители спортивных товаров в условиях действия закона свободной конкуренции, их организационно-правовые формы. Виды собственности физкультурно-спортивных организаций.

*Темы докладов и рефератов:*

- Развитие спортивной индустрии в России.
- Спорт и бизнес: формы успешного взаимодействия (на примере конкретной страны).
- Лидеры мировой спортивной индустрии (анализ за последние 20-30 лет).
- Реклама в спорте: понятие, цели, виды, формы и средства. Анализ наружной спортивной рекламы в городе Смоленске.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5**

*Упражнение 1. Продолжите предложения:*

- Спортивная индустрия - часть национальной экономики, связанная с...
- Основные субъекты спортивного рынка: ...(перечислить)
- В структуру современной спортивной индустрии включают: ... (перечислить)
- Спортивный бизнес – это...
- Субъектами предпринимательской деятельности могут быть ...(перечислить)
- 5 видов предпринимательской деятельности: ... (перечислить)
- Предпринимательская деятельность в спорте осуществляется в трех основных направлениях: ... (перечислить)
- По видам собственности физкультурно-спортивных организаций может быть: ...(перечислить)

*Упражнение 2. Ответьте на вопросы:*

- Охарактеризуйте российский рынок спортивных товаров.
- Что называют хозяйственной деятельностью с использованием новизны, риска, изобретательства с целью получения прибыли?

*Упражнение 3. Вопросы для обсуждения:*

- Типы и формы собственности, их характеристика.
- Владение, пользование, распоряжение собственностью.
- Денежная система. Происхождение денег. Современные мировые деньги.
- Инфляция.

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 6

### Упражнение 1. Отношения собственности в сфере ФКиС

Из перечня различных объектов собственности, приведенного в таблице, необходимо выбрать и отметить (+) те, которые, могут быть в личной (частной) собственности отдельного человека. Затем установить объекты, которые могут быть государственной (федеральной, региональной, муниципальной) собственностью. Отдельно следует выделить объекты возможной коллективной (совместной) собственности ряда лиц, образующих трудовой коллектив, жителей города, региона.

Таблица 1

Название объекта	Личная собственность	Государственная собственность	Коллективная (совместная) собственность
1. Продукты питания			
2. Одежда			
3. Обувь			
4. Квартира			
5. Торговый центр ООО «Центрум»			
6. Земельный участок стадиона «Спартак»			
7. Газ, нефть, руда			
8. Легкоатлетический манеж СГУС			
9. Акции АО «Адидас»			
10. Автомобиль мэра			
11. Магазин «Спортландия»			
12. Заповедник			
13. Детская площадка возле многоквартирного дома			
14. Железные дороги			
15. Акционерное общество «Заря»			

### Упражнение 2. Тест

#### 1. Собственность – это:

- а) отношения людей к вещам, закрепленные в юридических законах;
- б) отношения между людьми по поводу присвоения вещей;
- в) отношения между общественными классами;
- г) отношение человека к вещи.

**2. Основным содержанием понятия собственности для экономистов является:**

- а) пользование и распространение;
- б) владение и управление;
- в) получение дохода;
- г) присвоение.

**3. Formой общественной собственности является:**

- а) муниципальная собственность;
- б) акционерная собственность;
- в) кооперативная собственность;
- г) коллективная собственность.

**4. Собственником акционерного общества является:**

- а) президент общества;
- б) члены правления;
- в) наблюдательный совет;
- г) акционеры.

**5. Экономическая свобода может определяться:**

- а) юридическими законами;
- б) экономическими законами;
- в) материальным достатком;
- г) отношениями собственности на средства производства и производимой

с их помощью продукции.

**6. Как называется процесс передачи или продажи государственного имущества в частную собственность?**

- а) национализация;
- б) приватизация;
- в) кооперация;
- г) конфискация.

**7. Муниципальная собственность - это имущество, принадлежащее:**

- а) городским, районным поселениям;
- б) областям;
- в) краям;
- г) республикам.

**8. Извлечение из имущества полезных свойств –**

- а) владение;
- б) пользование;
- в) распоряжение;
- г) дарение.

**Упражнение 3.** Прочитайте отрывок из романа Д. Дефо «Робинзон Крузо».

*В каком случае деньги становятся «ненужным хламом»?*

*Можно ли представить себе современное человеческое общество, обходящееся без денег?*

В первые разы я так основательно обшарил нашу каюту, что, мне казалось, там уж ничего невозможно было найти; но тут я заметил шифоньерку с двумя ящиками: в одном я нашел три бритвы, большие ножницы и с дюжину хороших вилок и ножей; в другом оказались деньги, частью европейской, частью бразильской серебряной и золотой монетой, всего до тридцати шести фунтов.

Я улыбнулся при виде этих денег. "Ненужный хлам! – проговорил я, – зачем ты мне теперь? Ты и того не стоишь, чтобы нагнуться и поднять тебя с полу. Всю эту кучу золота я готов отдать за любой из этих ножей. Мне некуда тебя девать: так оставайся же, где лежишь, и отправляйся на дно морское, как существо, чью жизнь не стоят спасать!" Однако ж, поразмыслив, я решил взять их с собой и завернул все найденное в кусок парусины.

...

Как я уже сказал, у меня было немного денег, серебра и золота, всего около тридцати шести фунтов стерлингов. Увы, они лежали, как жалкий, ни на что негодный хлам: мне было некуда их тратить. С радостью отдал бы я пригоршню этого металла за десяток трубок для табаку или ручную мельницу, чтобы размалывать свое зерно! Да что я! - я отдал бы все эти деньги за шестипенсовую пачку семян репы и моркови, за горсточку гороху и бобов или за бутылку чернил. Эти деньги не давали мне ни выгод, ни удовольствия. Так и лежали они у меня в шкафу и в дождливую погоду плесневели от сырости моей пещеры. И будь у меня полон шкаф брильянтов, они точно так же не имели бы для меня никакой цены, потому что были бы совершенно не нужны мне».

#### **Упражнение 4. Ответьте на вопросы и объясните свой ответ:**

1. Могли ли ледяные кубики стать денежной единицей в Северной Америке?
2. Правильно ли утверждение, что деньги – это такой же товар, как и любой другой товар или услуга?
3. Мог ли стать деньгами товар, очень редкий в данной местности?
4. Как связаны название денежной единицы Древней Руси “куна” и пушной зверек куница?
5. Объясните пословицу “Зарыть свой талант в землю”.
6. Зачем на русских монетах, имеющих номинал 3, 5 копеек, выдавливались три, пять точек?
7. Какими свойствами должен обладать товар, который выступает в качестве денежной единицы?
8. На раскопках в Херсонесе, где до нашей эры находилось большое греческое поселение, археологи нашли клад с монетами. На одной из них был отчеканен профиль царя Креза и написано: “X век до нашей эры”. Могло ли быть такое?

9. Почему в данных странах именно эти товары стали выступать в качестве денег: на островах Полинезии – раковины каури, в России – пушнина, на Аляске – золотой песок, у кочевых народов – скот?

**Упражнение 5. Совместите вопросы с ответами правильно:**

**Вопросы:**

1. Прямой товарообмен без участия денег -...
2. Человек, который подделывал монеты или снижал содержание в них драгоценных металлов - ...
3. Национальная денежная единица в России появилась ...
4. Первые бумажные деньги в России появились в ...
5. Страна, которая первой в мире стала печатать бумажные деньги - ...
6. Иена – это денежная единица страны...
7. Человек, который хорошо разбирался в монетах всех стран, знал пропорции обмена одной монеты на другую - ...
8. Как называется коллекционирование монет?
9. Обесценивание бумажных денег, которое сопровождается ростом цен на товары - ...
10. Общее название ордынских денег на Руси - ...

**Ответы:**

1. Япония
2. Бартер
3. Тенге
4. Меняла
5. Фальшивомонетчик
6. Во времена царствования Ивана III
7. Во времена царствования Екатерины II
8. Китай
9. Нумизматика
10. Инфляция

**Домашнее задание.** Напишите эссе (свободное сочинение-рассуждение) на тему «Деньги – добро или зло?». Выскажите в нем свое мнение, аргументируйте его и приведите доказательства своей точки зрения (из жизни, литературных источников, трудов ученых и мыслителей, истории и т. д.), сделайте вывод.

#### **Тема 4. Основы спортивного бизнеса**

**Вопросы:**

1. Предпринимательство: понятие, сущность, виды ПД.
2. Организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих физкультурно-спортивных организаций.
3. Бизнес-план физкультурно-спортивной организации.
4. Доходы некоммерческих и коммерческих физкультурно-спортивных организаций от предпринимательской деятельности

*Темы докладов, рефератов:*

- ✓ Управление спортивным бизнесом: роль и функции менеджеров.
- ✓ Направления развития маркетинговой деятельности МОК. Программа ТОП (TOP - The Olympic Program).
- ✓ Спортивная мода как экономическое и социальное явление.
- ✓ Риск предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта. Банкротство спортивных организаций. Признание спортивной организации банкротом.

*Вопросы для обсуждения:*

1. Услуги профессионального спорта и их специфика.
2. Рынки труда профессиональных спортсменов. Характерные черты рынков труда профессиональных спортсменов.
3. Спортивный контракт и его особенности.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 7**

*Практическая работа (по желанию студента)* - разработайте **бизнес-проект (план) собственного коммерческого предприятия** по плану:

1. Концепция бизнеса. Брендинг: наименование, логотип, товарный знак.
2. Организационно-правовая форма. Правовое обеспечение.
3. Виды (ассортимент) товаров/услуг (с указанием цен).
4. Анализ рынка сбыта. Целевая аудитория.
5. Конкуренция на рынке сбыта.
6. План маркетинга.
7. План производства.
8. Организационный план.
9. Финансовый план. Источники первоначального капитала.
10. Предполагаемые риски и потери.

***Представление бизнес-проекта подготовить в виде доклада с презентацией к семинару № 10!***

**Упражнение 1.** Проект печатного / электронного спортивного издания  
Форма проведения: имитационное упражнение, ролевая игра

***Ваша роль:*** вы маркетологи в издательстве «Спорт-Пресс». В имитационных условиях вы получаете возможность разрабатывать проекты и принимать или отклонять решения об их реализации.

***Ваша задача:*** разработать и представить проекты журналов:

- *группа № 1* – журнала для мужчин;
- *группа № 2* – для женщин.

### **Ориентировочное направление ваших действий:**

- Придумайте название журнала.
- Определите тематику разделов журнала, целевую аудиторию.
- Определите примерный объем журнала.
- Подсчитайте примерные издержки на производство, рекламную компанию и т.д., и решите, на потребителя с каким доходом будет ориентировано издание?
  - Чем ваш журнал будет выгодно отличаться от уже имеющихся на рынке?
  - Продумайте Ваш маркетинговый ход, который привлечет покупателя и заставит его приобрести именно Ваш журнал.
  - Проанализируйте конкурентную среду, рынки сбыта и возможные риски.
  - Определите за какое примерно время и при каких условиях ваши затраты окупятся? Сделайте вывод о целесообразности реализации данного проекта.

**Упражнение 3.** Разработайте смету подготовки и проведения спортивного соревнования (вид спорта и масштаб мероприятия на ваш выбор).

**Упражнение 4.** На основании интернет-источников, официального сайта Министерства спорта РФ, Всероссийских спортивных Федераций, составить перечень крупных спортивных событий (соревнований, фестивалей, конгрессов и т.п.) на территории России на ближайшие три года.

*Домашнее задание:* составить перечень услуг реально существующей физкультурно-спортивной организации (по выбору студента).

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 8**

### **КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА ПО ТЕМАМ 3-4**

#### **1. Спонсорство в физкультурно-спортивной сфере:**

- а) предоставление в безвозвратном порядке средств из государственного бюджета организациям для полного или частичного покрытия их расходов;
- б) процесс привнесения юридическим или физическим лицом финансового или имущественного вноса в физкультурно-спортивную организацию, проводящую спортивное мероприятие, или в её уставной фонд совершенно безвозмездно, не претендуя получить что-либо взамен;
- в) взаимодействие спонсора и спонсируемого с возможным участием различных посредников, в процессе которого физкультурно-спортивные субъекты получают разнообразную материальную поддержку в ответ на их участие в реализации маркетинговых функций изготовителей средств производства и потребления, а также фирм сферы обслуживания.

## **2. Предпринимательство:**

а) инициативная самостоятельная деятельность граждан и их объединений, направленная на получение прибыли;

б) совокупность социально-экономических отношений в сфере обмена, посредством которых осуществляется реализация товаров;

в) проверка финансово-хозяйственной деятельности юридических или физических лиц.

## **3. Бюджетное финансирование:**

а) предоставление в безвозвратном порядке средств из государственного бюджета организациям для полного или частичного покрытия их расходов;

б) предоставление государством денежных средств предприятиям для покрытия превышения ими расходов над доходами;

в) предоставление средств бюджету другого уровня, юридическому или физическому лицу на условиях долевого финансирования целевых расходов.

## **4. Бюджет физкультурно-спортивной организации:**

а) финансовый план ФСО, выраженный в виде сметы расходов и доходов физкультурно-спортивной организации на текущий (финансовый) год, отражающий источники формирования дохода и направления его расходов;

б) составная часть бухгалтерского учета, представляющая собой сводную ведомость с отражением: стоимостной оценки средств предприятия, источников их формирования; информации о наличии у предприятия собственных средств; соблюдением платежной дисциплины;

в) документ, отражающий сумму предстоящих доходов и расходов.

## **5. Прибыль предприятия:**

а) денежные средства и материальные ценности, получаемые юридическими или физическими лицами в результате производства и реализации продукции, оказания услуг и т.п.;

б) способность организации своевременно погашать задолженность по своим обязательствам;

в) основная цель предпринимательской деятельности; в условиях рыночных отношений – приращенная форма прибавочной стоимости, позволяющая установить эффективность хозяйственной деятельности предприятия.

## **6. Материально-техническая база физической культуры и спорта:**

а) взаимосвязанный комплекс отраслей народного хозяйства;

б) денежные средства, постоянно находящиеся в распоряжении физкультурно-спортивного предприятия;

в) совокупность вещественных элементов, используемых для занятий физической культурой и спортом (спортивные сооружения, спортивное оборудование, инвентарь и др. спортивное имущество, находящееся в распоряжении предприятий и организаций физической культуры и спорта или в собственности отдельных граждан).

## **7. Некоммерческая организация:**

а) юридическое лицо, преследующее извлечение прибыли в качестве

основной цели своей деятельности;

б) совокупность предприятий и объединений, выполняющих однотипные функции в системе общественного разделения труда;

в) юридическое лицо, не имеющее извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющее полученную прибыль между участниками.

#### **8. Трудовые ресурсы:**

а) денежные средства, являющиеся собственностью государства, предприятия, организации и других юридических и физических лиц;

б) расчетные величины затрат рабочего времени, материальных, денежных ресурсов, применяемые при нормировании труда и планировании производственной и хозяйственной деятельности организации;

в) понятие, включающее: население в трудоспособном возрасте (мужчины 16-65 лет, женщины 16-60 лет), за исключением инвалидов и лиц, имеющих право на льготную пенсию; работающих в народном хозяйстве подростков в возрасте до 16 лет; работающих в народном хозяйстве пенсионеров.

#### **9. К основным фондам массового спорта относят:**

А) налоговые льготы, спонсорские взносы, субсидии бюджетов различных уровней, доходы от платных услуг и продажи товаров;

Б) спортивных менеджеров, специалистов государственного управления, юристов, ученых и исследователей, тренеров и преподавателей;

В) здания и сооружения, оборудование, спортивный инвентарь;

Г) информационный обмен на международных, всероссийских и региональных мероприятиях, информационные сети, накопление статистической информации, банки данных, научные исследования.

#### **10. Пороговой называется выручка, соответствующая ...**

А) среднему объёму продаж

Б) минимальному объёму продаж

В) максимальному объёму продаж

Г) точке безубыточности

#### **11. Под себестоимостью понимают:**

А) затраты всех видов ресурсов в расчёте на единицу продукции, выраженные в денежной форме;

Б) материальные затраты в стоимостном выражении;

В) стоимостное выражение использования трудовых ресурсов.

#### **12. Равновесная цена - цена, при которой равны ...**

А) объём спроса на товар и объём его предложения;

Б) прибыль и затраты на производство товара;

В) объём реального производства и потенциальные возможности предприятий.

#### **13. Что включает в себя анализ финансово-хозяйственной деятельности ФСО?**

А) Управленческий анализ

Б) Анализ финансовых показателей

- В) Анализ внешней среды
- Г) Анализ внутренней среды

**14. Затраты, связанные с объемом выпускаемой продукции, - ...**

- А) постоянные
- Б) прямые
- В) переменные
- Г) косвенные.

**15. Производственные активы, используемые неоднократно или постоянно в течение длительного периода, но не менее одного года, для производства товаров, оказания рыночных и нерыночных услуг, определяются как...**

- А. табельное имущество
- Б. материальные основные фонды
- В. нематериальные основные фонды
- Г. оборотные фонды

**16. Выберите из приведённых ниже определений наиболее полное и правильное определение «оборотных фондов».**

а) Это предметы труда и материалы, стоимость которых возмещается в стоимости готового продукта и возвращается предпринимателю в денежной форме в случае успешной реализации товаров и услуг.

б) Это основные и вспомогательные материалы, имеющиеся в распоряжении физкультурно-спортивного сооружения и служащие менее одного года.

в) Это материалы, которые потребляются полностью и их стоимость сразу переносится на стоимость произведённой продукции или оказанных услуг

**17. К какому виду услуг относится большинство услуг, производимых в сфере ФКиС?**

- А) материальные
- Б) интеллектуальные
- В) социально-культурные
- Г) информационные

**18. Что является основной целью производства коммерческих услуг?**

- А) выполнение социально-важных функций
- Б) повышение качества услуг
- В) получение прибыли производителем
- Г) расширение ассортимента услуг

**19. Что такое предложение на рынке услуг?**

А) количество услуг, которые производители готовы продать по определённой цене

Б) услуги, которые предлагаются производителями в определённый период времени

В) потребность населения в услугах

Г) предложение отдельных производителей на отдельные услуги

**20. Основными источниками доходов некоммерческих физкультурно-спортивных организаций являются:**

А) поступления от учредителей  
Б) средства госбюджета, добровольные взносы и пожертвования, выручка от платной реализации услуг

В) доходы от платных услуг

Г) спонсорская помощь

**21. Укажите вариант, где перечислены основные виды расходов некоммерческой физкультурно-спортивной организации:**

А) расходы на выполнение основной уставной деятельности

Б) расходы, связанные с предпринимательской деятельностью

В) расходы на выполнение основной уставной деятельности, расходы, связанные с предпринимательской деятельностью, списание пришедшего в негодность оборудования

Г) хозяйственные и командировочные расходы

**22. Что такое прибыль?**

А) разница между ценой товара и затратами на его производство

Б) превышение доходов от продажи товаров и услуг над затратами на их производство и продажу

В) разница между ценой товара и затратами на его продажу

Г) разница между рыночной ценой и его себестоимостью

**23. Если спрос на услуги меньше предложения, то цены на них:**

А) повышаются

Б) остаются постоянными

В) снижаются, независимо от затрат на их производство

Г) меняются в зависимости от затрат на их производство

**24. Ответьте кратко письменно на вопросы:**

а) Что такое услуги?

б) Какими свойствами они обладают?

в) Назовите отличие услуги от товара-вещи.

г) Что такое ассортимент услуг?

д) Перечислите факторы, влияющие на формирование спроса на рынке физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг.

**25. Как повлияют на цену абонемента в плавательный бассейн следующие события? Ответ обоснуйте, напишите для каждой позиции.**

а) В стране увеличилось число любителей плавания.

б) Поднялись цены на медицинские услуги.

в) Резко подскочили цены на сервисное обслуживание бассейнов.

г) Врачи стали больше рекомендовать закаливание на свежем воздухе.

**26. Можно ли определить эластичность спроса на беговые кроссовки, если цена на них снизилась на 10%, а выручка при этом увеличилась на 8%?**

## **Тема 5-6. Экономический анализ деятельности физкультурно-спортивных организаций. Экономика ФСО**

### *Вопросы:*

1. Коммерческие и некоммерческие физкультурно-спортивные организации: понятие, признаки, основные организационно-правовые формы.
2. Финансово-хозяйственная деятельность физкультурных и спортивных некоммерческих организаций.
3. Основные и оборотные фонды предприятий отрасли «Физическая культура и спорт».
4. Издержки и амортизация. Критерии эффективности физкультурно-спортивной организации: внутренний и внешний аспект, факторы эффективности, экономические эффекты отрасли ФКиС.
5. Основные методы экономического анализа в сфере физической культуры и спорта: сравнения, группировки, факторного анализа, стандартизации.

### *Темы докладов, рефератов:*

1. Экономическая деятельность международных спортивных организаций.
2. Оценка эффективности работы физкультурно-спортивной организации на конкретном примере (например, спортивной школы, УОР, спортивного клуба, фитнес-центра и т. д.).

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 9**

### *Вопросы для обсуждения:*

1. Бюджет и смета физкультурно-спортивной организации.
2. Основные и оборотные фонды предприятий отрасли «Физическая культура и спорт».
3. Критерии эффективности физкультурно-спортивной организации: внутренний и внешний аспект, факторы эффективности, экономические эффекты отрасли ФКиС.
4. Основные методы экономического анализа в сфере физической культуры и спорта: сравнения, группировки, факторного анализа, стандартизации.

**Упражнение 1.** *Дайте определение следующим понятиям:* доход, прибыль, издержки, амортизация.

### **Упражнение 2.** *Ответьте на вопросы:*

- Как рассчитывается: валовой доход (R), средний доход (AR), предельный доход (MR)?
- Какие виды издержек Вы знаете? Что они показывают?
- Каково условие максимизации прибыли?

– Какова процедура, механизм признания убыточной спортивной организации банкротом?

**Упражнение 3.** Дайте характеристику основных (материальных и нематериальных) и оборотных фондов, необходимых для проведения занятий по избранному виду спорта (по выбору студента), объяснить характер возмещения их износа и воспроизводства.

**Упражнение 4.** Охарактеризуйте основные фонды (средства) спортивных сооружений.

**Упражнение 5.** Предположим, что вы содержите и управляете конкурентной фирмой по производству электросамокатов. Текущая цена за один электросамокат - 300 долларов. При этой цене вы производите 100 штук в год. Средние издержки производство при этом уровне выпуска продукции – 150 долларов на каждый электросамокат. *Подсчитайте свою прибыль.*

### **Упражнение 6. ТЕСТ**

**1. Инициативную самостоятельную хозяйственную деятельность человека, осуществляемую на свой риск в рамках закона, направленную на получение прибыли, называют...**

- 1) предпринимательством
- 2) реформированием
- 3) производством
- 4) творчеством

**2. Постоянные издержки фирмы – это:**

- 1) затраты на ресурсы по ценам, действовавшим в момент их приобретения;
- 2) минимальные издержки производства любого объема продукции при наиболее благоприятных условиях производства;
- 3) издержки, которые несет фирма даже в том случае, если продукция не производится;
- 4) неявные издержки;
- 5) ни один из ответов не является правильным.

**3. Что, с точки зрения неоклассической экономической теории, лежит в основе мотивации поведения фирмы?**

- а) стремление использовать наименее энергоемкий процесс производства;
- 2) желание получить максимальную прибыль;
- 3) намерение избежать высоких налогов;
- 4) попытки свести к минимуму экологический урон.

**4. Лучшим для понятия «предельные издержки» является определение:**

- 1) дополнительные расходы фирмы, вызванные общим повышением цен на сырье на один процент;
- 2) максимум того, что может позволить себе потратить потребитель на данный товар;

3) сумма расходов сверх фиксированных и переменных затрат вместе взятых;

4) стоимость производства дополнительной единицы продукции.

**5. Какая организационно-правовая форма предприятий относится к некоммерческим организациям:**

1) единоличное (индивидуальное) предприятие;

2) товарищество;

3) производственный кооператив;

4) потребительский кооператив.

**6. Издержки производства, которые несёт товаропроизводитель, называются:**

1) издержками предприятия;

2) переменными издержками;

3) бухгалтерскими издержками;

4) экономическими издержками.

**7. Заполните клеточки конкретными примерами, характеризующими спортивную инфраструктуру (не менее четырех).**



**8. Прибыль является платой за:**

1) капитал;

2) землю;

3) труд;

4) предпринимательские способности.

**9. Альтернативные издержки строительства физкультурно-спортивного-комплекса – это:**

1) оплата вспомогательного персонала;

2) цена строительства ФОК в будущем году;

3) цена других товаров и услуг, производство которых принесено в жертву строительству этого ФОКа.

**10. Что понимается под неявными издержками фирмы?**

1) Затраты на содержание оборудования (амортизационные отчисления)

2) Затраты, которые не зависят от объема выпускаемой продукции

3) Альтернативная стоимость ресурсов, находящихся в собственности владельца фирмы

4) Затраты на организацию фирмы

5) Затраты на охрану окружающей среды

**10. Какие издержки из перечисленных ниже могут быть отнесены к постоянным (TFC)?**

1) Заработная плата рабочих

2) Расходы на электроэнергию

3) Затраты на сырье и материалы

4) Обязательные страховые платежи

5) Затраты основного капитала на приобретение производственных площадей и оборудования.

**12. Определите, какие из нижеперечисленных видов затрат служат типичным примером переменных затрат для фирмы:**

1) расходы на сырье;

2) расходы на управленческий персонал;

3) расходы на зарплату вспомогательному персоналу;

4) плата за лицензию на ведение деятельности.

**13. Чтобы найти постоянные затраты необходимо?**

1. из средних общих затрат вычесть средние переменные затраты

2. из общих затрат вычесть переменные

3. из общих затрат вычесть переменные и разделить на объем выпуска

4. из постоянных затрат вычесть переменные

**14. Решив начать производство, любая фирма, максимизирующая прибыль, должна производить такое кол-во товара, при котором?**

1. средние издержки минимальны

2. общий доход максимален

3.  $ATR=ATC$

4.  $MR=MC$

**15. Владелец акции АО является его...**

1. кредитором

2. должником

3. совладельцем

4. управляющим

**16. Амортизация основных фондов – это?**

1. износ основных фондов

2. процесс перенесения стоимости основных фондов на себестоимость изготавливаемой продукции

3. восстановление основных фондов

4. расходы на содержание основных фондов

**17. Амортизационные отчисления расходуется на?**

1. приобретения сырья и машин

2. выплату заработной платы

3. закупку машин и оборудования взамен изношенных

4. аренду машин и оборудования

**18. Прибыль предприятия может быть рассчитана как...**

1. доходы минус налоги и амортизация

2. доход минус заработная плата
3. доход минус затраты на сырье и материалы
4. доход минус совокупные издержки

**19. Утрата элементами основного капитала потребительской стоимости – это:**

1. физический износ
2. функциональный износ
3. моральный износ
4. все ответы неверны
5. все ответы верны

**20. Неявные издержки – это...**

1. бухгалтерские издержки
2. экономические издержки
3. издержки упущенных возможностей
4. издержки использования ресурсов, являющихся собственностью фирмы

**21. Фирма построила многофункциональную спортплощадку на арендованном участке земли, где на протяжении всего года организует спортивные мероприятия и тренировки. Площадкой также пользуются и жители близлежащих районов города. Что относится к капиталу фирмы?**

- 1) спортивная площадка и оборудование на ней
- 2) работники фирмы
- 3) участок земли
- 4) руководитель фирмы

**22. Работники швейной мастерской по пошиву спортивной формы одновременно выступают в качестве собственников и работников. К какой организационно-правовой форме относится данное предприятие?**

- 1) Акционерное общество.
- 2) Общество с ограниченной ответственностью.
- 3) Кооператив.
- 4) Товарищество.

**23. Работники спортивного клуба «Челси» получают доходы от имеющихся у них ценных бумаг этого клуба. Это право сохраняется за ними даже в случае увольнения. Какую форму собственности представляет данный футбольный клуб?**

- 1) государственную
- 2) кооперативную
- 3) индивидуальную частную
- 4) акционерную

**Упражнение 7. Раскройте содержание вопросов:**

1. Какие методы экономического анализа используются в отрасли физическая культура и спорт?

2. Назовите документы финансового учета и отчетности в различных физкультурно-спортивных организациях.

3. Охарактеризуйте основные фонды (средства) спортивных сооружений. Что такое оборот основных фондов и нематериальных активов?

4. Что является источником воспроизводства основных фондов и нематериальных активов?

### **Упражнение 8. ТЕСТ**

#### **Вариант 1**

**1. Что такое экономический анализ:**

- а) оказание услуг населению;
- б) обоснование планов и заданий;
- в) улучшенная производственная операция.

**2. Что включает в себя анализ финансово-хозяйственной деятельности ФСО?**

- А) Управленческий анализ
- Б) Анализ финансовых показателей
- В) Анализ внешней среды
- Г) Анализ внутренней среды

**3. Анализ эффективного использования материальных ресурсов является целью:**

- А) внешнего анализа
- Б) внутреннего анализа
- В) налоговой проверки

**4. Эффективность основной деятельности организации характеризует:**

- А) выручка
- Б) рентабельность
- В) валовая прибыль

**5. Прибыль – это показатель:**

- А) Рентабельности производства
- Б) Эффективности производства
- В) Экономического эффекта
- Г) Эффективности продаж

**6. Характерной особенностью оборотных средств спортивной организации является то, что они в процессе оказания услуг:**

- А) авансируются;
- Б) расходуются;
- В) потребляются;
- Г) утрачиваются.

**7. Увеличение доходов спортивных организаций:**

А) это основная проблема менеджмента, большинство физкультурно-спортивных организаций решают ее посредством расширения сектора внепроизводственной деятельности;

Б) это способ, широко используемый за рубежом, однако в российских условиях его применение ограничено проблемами;

В) имеет меньший масштаб, чем за рубежом, что может быть объяснено недостаточной научной разработкой возможностей применения их в практике российского массового спорта.

**8. Под себестоимостью понимают:**

А) затраты всех видов ресурсов, выраженных в денежной форме

Б) материальные затраты в стоимостном выражении

В) стоимостное выражение использования трудовых ресурсов

**9. Полная себестоимость определяется как:**

А) затраты на сырье, материалы, заработную плату

Б) затраты предприятия на производство и реализацию продукции

В) затраты на финансирование инвестиционных проектов

Г) затраты на приобретение ценных бумаг

**10. Равновесная цена – цена, при которой равны ...**

А) объём спроса на товар и объём его предложения

Б) прибыль и затраты на производство товара

В) объём реального производства и потенциальные возможности предприятий

**11. Порог рентабельности продукции (точка критического объема продукции) определяется отношением:**

А) постоянных затрат к переменным

Б) постоянных затрат к маржинальному доходу на единицу продукции

В) постоянных затрат к выручке от реализации продукции

Г) переменных затрат к выручке от реализации продукции

**12. Пороговой называется выручка, соответствующая ...**

А) среднему объёму продаж

Б) минимальному объёму продаж

В) максимальному объёму продаж

Г) точке безубыточности

**13. Метод ценообразования с ориентацией на уровень конкуренции рекомендуется при условии:**

А) покупатели не чувствительны к изменению уровня цен

Б) емкость рынка товара значительна

В) покупатели чувствительны к изменению уровня цен

Г) продавцу товара сложно экономически обосновать уровень издержек

**14. Затратный подход к ценообразованию учитывает:**

А) спрос, его ценовую эластичность

Б) расходы только на производство

В) расходы на производство и реализацию

Г) расходы переменные и постоянные

## Вариант 2

**1. В материально-техническую базу спортивной организации входят:**

- А) спортивный инвентарь;
- Б) все активы спортивной организации;
- В) часть активов спортивной организации;
- Г) активы, определяющие специфику деятельности спортивной организации.

**2. Отношение выручки от оказанных платных услуг по объекту к общей сумме расходов по бюджетной и внебюджетной деятельности учреждения за период – это:**

- А) Ресурсный показатель по уровню отдаче активов
- Б) показатель доходности объекта
- В) показатель уровня загрузки объекта
- Г) ресурсные показатель по использованию фонда рабочего времени

**3. Затраты, связанные с объемом выпускаемой продукции:**

- А) постоянные
- Б) прямые
- В) переменные
- Г) косвенные

**4. Налоги (сборы), являющиеся структурными элементами цены:**

- А) транспортный налог
- Б) НДС
- В) земельный налог
- Г) акциз
- Д) госпошлина

**5. Психология покупателя наиболее часто учитывается при исчислении:**

- А) розничной цены потребительских товаров
- Б) отпускной цены на продукцию производственного назначения
- В) издержек производства

**6. Величина постоянных издержек производства:**

- А) зависит от величины объема производства;
- Б) не зависит от объема выпуска продукции;
- В) не зависит от времени производства;
- Г) не зависит от качества продукции.

**7. В рыночной экономике главную роль играют:**

- А) крупные предприятия;
- Б) государственные предприятия;
- В) средние и мелкие предприятия;
- Г) акционерные общества.

**8. Какая организационно-правовая форма предприятий относится к некоммерческим организациям:**

- А) единоличное (индивидуальное) предприятие;

- Б) различные формы товарищества;
- В) производственный кооператив;
- Г) потребительский кооператив.

**9. Рост прибыли и расширение производства характерны для:**

- А) всех предприятий;
- Б) только для предприятий малого бизнеса;
- В) только для крупных предприятий;
- Г) ни для каких предприятий.

**10. Переменные издержки производства не включают:**

- А) оплату труда рабочих;
- Б) затраты на материалы;
- В) затраты на энергию;
- Г) амортизацию оборудования.

**11. Какая из перечисленных целей коммерческой ФСО является наиболее важной?**

- А. максимизация продаж
- Б. получение прибыли;
- В. расширение рынка сбыта товаров и услуг;
- Г. повышение качества продукции.

**12. Какие издержки относятся к постоянным?**

- А. арендная плата;
- Б. затраты на сырье;
- В. заработная плата, стоимость энергии;
- Г. все производственные затраты, необходимые для выпуска продукции.

**13. \*К оборотному капиталу относят...**

- А. сырье
- Б. электроэнергию
- В. машины и оборудование
- Г. сооружения

**14. Какое из предлагаемых определений является лучшим для понятия «предельные затраты»:**

- А. дополнительные расходы, вызванные общим повышением цен на рынке на 1%;
- Б. максимум того, что может позволить себе потратить потребитель на данный товар;
- В. сумма расходов сверх средних переменных затрат, необходимая для производства дополнительной единицы продукции;
- Г. затраты на производство дополнительной единицы продукции.

**Упражнение 9. ВЕРНО / НЕ ВЕРНО (каждый правильный ответ – 1 балл)**

1. Чем больше объём производства, тем меньше постоянные затраты.  
1. да                      2. нет

2. Жалованье высшему управляющему персоналу фирмы в краткосрочном периоде – постоянные издержки.

1. да                    2. нет

3. Расходы на приобретение сырья – переменные затраты.

1. да                    2. нет

4. Средние издержки – это себестоимость продукции.

1. да                    2. нет

5. Предельные издержки показывают, во что обойдётся фирме производство дополнительной единицы продукции.

1. да                    2. нет

## **Тема 7. Спортивный менеджмент и маркетинг в физкультурно-спортивных организациях**

*Вопросы:*

1. Понятие, функции, виды менеджмента в спорте.
2. Понятие, функции, виды маркетинга в спорте.
3. Маркетинг-микс в спорте. PR (public relations) в спорте.
4. Роль и значение эффективного маркетинга и менеджмента в современном спорте.

*Темы докладов, рефератов:*

- Спортивная интернет-экономика. Преимущества бизнес-коммуникаций и использования интернет-пространства.
- Маркетинг-микс в спорте.
- PR (public relations) в спорте.
- Олимпийский маркетинг. Ключевые направления маркетинговой деятельности МОК на современном этапе. Цели олимпийского маркетинга.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 10**

**Упражнение 1. Ответьте на вопросы:**

- Каковы основные функции менеджмента в физической культуре и спорте?
- Какие принципы используются в менеджменте в физической культуре и спорте?
- Что такое методы управления физической культурой и спортом, и каковы основания их классификации?
- Охарактеризуйте современные функциональные разновидности менеджмента в физической культуре и спорте.

– Что такое управленческое решение, каковы основные этапы разработки управленческого решения?

## **Упражнение 2. Управленческое решение**

Форма проведения: имитационное упражнение, ролевая игра

Управленческое решение представляет собой творческий акт субъекта управления (руководителя, коллегиального органа управления и т. д.), определяющий программу деятельности физкультурно-спортивной организации (отрасли) по эффективному разрешению возникшей проблемы на основе знания объективных законов функционирования объекта управления и анализа информации о его состоянии.

### **Задания:**

*Графическая разработка проблемного поля с последующей презентацией.*

Проблемное поле:

- *проблема* в целом и составляющие ее элементы (*что* требует решения?),
- *средства* (финансовые, материальные и т. п.), необходимые для решения проблемы в целом и составляющих ее элементов (*для чего* требуются средства?);
- *действия* по разрешению проблемы в целом и составляющих ее элементов (*как* можно решить проблему?);
- *общие и частные сроки* решения проблемы в целом и составляющих ее элементов (*когда* должна быть решена проблема?);
- *лица, ответственные* за разрешение проблемы в целом и составляющих ее элементов (*кто* решает проблему?).

*Алгоритм разработки управленческого решения.*

Группа студентов делится на три подгруппы, каждой из которых выдается пакет карточек с характеристиками этапов:

- подготовки (1 гр.),
- принятия (2 гр.),
- реализации управленческого решения (3 гр.).

Задача студентов определить последовательность этапов и соответствующим образом разместить на доске карточки.

*Подготовка и представление управленческого решения.*

Каждой из трех подгрупп предлагается подготовить решение: 1) ввести третий урок физической культуры; 2) организовать сотрудничество средней общеобразовательной школы с детско-юношескими спортивными школами; 3) открыть фитнес-клуб в средней общеобразовательной школе.

## **Упражнение 3. ТЕСТ**

### **1. Управление физической культурой и спортом представляет собой:**

А) управление подготовкой спортсменов

Б) систему конкретных форм и методов сознательной деятельности, направленной на обеспечение эффективного функционирования отрасли физической культуры и спорта

В) функцию определения систем, обеспечивающих поддержание их режима деятельности

Г) управление в сфере социальной жизни

**2. Зарубежные специалисты понятие «менеджмент» трактуют как:**

А) эффективное использование ресурсов

Б) административная единица

В) административные навыки

Г) управление в конкретной организации, «внутрифирменное управление»

**3. Дайте наиболее правильное определение понятия «спортивный менеджмент»:**

А) область знаний, помогающая осуществлять эффективное управление

Б) система организации управления производственной деятельностью

В) теория и практика эффективного управления физкультурно-спортивными организациями в рыночных условиях

Г) социальный слой людей, осуществляющих работу по управлению

**4. Спортивные менеджеры должны:**

А) быть профессионально подготовленными в области управления

Б) разбираться в специфике отрасли «физическая культура и спорт»

В) ориентироваться на персонал физкультурно-спортивной организации

Г) А+Б+В

**5. Какой продукт производится в отрасли «Физическая культура и спорт»?**

А) нематериальный

Б) зрелища

В) услуги

Г) спортивные достижения

**6. Кто был основателем школы человеческих отношений?**

а) У. Тейлор;

б) Э. Мито;

в) А. Файоль

**7. Что является объектом изучения менеджмента?**

1. Отдельные подразделения организации.

2. Вся структура организации.

3. Экономические и социальные процессы.

4. Организации и процессы, которые в них осуществляются.

**8. Школа научного управления предполагает:**

1. Наличие в каждой организации научно-исследовательского подразделения.

2. Ведение бизнеса с помощью нормативов, установленных путем систематических наблюдений, экспериментов и логических рассуждений.

3. Использование в бизнесе последних достижений науки и техники

4. Неиспользование в управлении интуитивных, ненаучных методов.

**9. Упорядочите последовательность сменяющих друг друга общих функций менеджмента:**

1. мотивация
2. организация
3. планирование
4. контроль
5. координация

**10. В каком планировании отводится важное место анализу перспектив организации, рискам, возможностям, которые способны изменить сложившиеся и существующие тенденции?**

1. перспективном;
2. стратегическом;
3. тактическом;
4. общем планировании

**11. Верно ли, что миссия организации понимается как утверждение, раскрывающее смысл существования организации?**

1. да;
2. нет.

**Родиной спортивного маркетинга является**

1. Канада
2. Англия
3. США
4. Япония

**12. К основным принципам маркетинга не относится следующее (укажите лишнее):**

1. целью маркетинга является достижение фирмой наиболее высокой прибыли
2. залогом достижения целей спортивных организаций служит определение нужд и потребностей целевого рынка и наиболее эффективное их удовлетворение
3. маркетинг ориентирован на предвосхищение изменений ситуации и управлению

**13. Какое из этих положений раскрывает взаимоотношения спортивного маркетинга и спортивного менеджмента:**

1. спортивный маркетинг - это один из подходов в менеджменте спорта
2. спортивный менеджмент - это важный компонент спортивного маркетинга
3. верно "а" и "б"
4. верно только "а"
5. верно только "б"

**14. Концепция социально ответственного маркетинга может быть определена как:**

1. Современный маркетинг, предполагающий в центре планирования всех усилий конкретного потребителя.

2. Установление нужд и потребностей, интересов целевых рынков, и удовлетворение потребителей более эффективными способами при укреплении благополучия потребителя и общества в целом.

3. Комплекс приемов поведения предпринимателей на рынке.

4. Результат целенаправленной работы профессионалов маркетологов на фирме.

#### **15. Определение маркетинга:**

1. Это стратегия фирмы, ориентируемая на общность интересов и предпочтений покупателей, а не на различия в нуждах и отношениях.

2. Это один из главных элементов рыночной стратегии фирмы.

3. Это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей путем обмена.

#### **16. Функции маркетинга:**

1. Аналитическая – изучение рынка, потребителей, товарной структуры, конкурентов и т. п.

2. Производственная – организация производства новых товаров, разработка и внедрение новых технологий, организация материально-технического снабжения, обеспечение высокого качества и конкурентоспособности продукции.

Сбытовая – организация каналов сбыта, системы формирования спроса и стимулирования сбыта, системы транспортировки и хранения, проведение ценовой политики, реклама.

3. Управленческая – организация стратегического и оперативного планирования, информационное обеспечение маркетинга, организация системы коммуникаций, контроль маркетинга.

4. Все выше перечисленное.

#### **17. Что такое покупательский спрос на спортивный продукт?**

1. Готовность покупателя в данный отрезок времени приобретать определенные количества по каждой из предложенных на рынке цен.

2. Готовность покупателей в данный отрезок времени приобрести товар по вполне определенной цене.

3. Состояние готовности потенциальных потребителей приобрести товар.

### **Упражнение 4. ТЕСТ НА ПОВТОРЕНИЕ**

**1. В каких организационно-правовых формах может быть создана спортивная организация (спортклуб)?**

А) Только в виде государственного (муниципального) унитарного предприятия.

Б) Только в виде публичного акционерного общества.

В) Только в виде общества с ограниченной ответственностью или товарищества.

Г) Только в виде общественной некоммерческой организации.

Д) В любой из указанных выше организационно-правовых форм.

**2. Является ли Центр гребли элементом инфраструктуры, спортивным сооружением или спортивным объектом?**

А) Центр гребли является элементом экономической инфраструктуры, частью спортивной индустрии.

Б) Центр гребли не является частью экономической инфраструктуры и объектом спортивной индустрии, но является спортсооружением.

В) Центр гребли является спортивным объектом, который не является спортсооружением.

Г) Центр гребли одновременно является элементом хозяйственной инфраструктуры, спортсооружением и спортивным объектом.

**3. Можно ли считать профессиональный спорт средством политической рекламы, достижений той или иной страны?**

А) Да, можно, поскольку профессиональный спорт смотрят миллионы людей (потребителей) по всему миру, они оценивают достижения нации и страны.

Б) Нет, нельзя, поскольку всегда действует принцип: «Спорт вне политики», спортивные достижения отдельных атлетов или команд не затрагивают политических и экономических процессов.

В) Нет, нельзя, ведь достижения отдельного атлета не есть достижение страны. По этой причине Международный олимпийский комитет даёт возможность выступать спортсменам на Играх под нейтральным флагом.

Г) Да, можно, поскольку именно профессиональные атлеты часто участвуют в избирательных кампаниях, являются членами каких-либо политических партий, используют свою известность для влияния на электорат.

**4. Может ли спортивная организация или спортивный клуб в РФ стать банкротом?**

А) Нет, не может, поскольку Российское государство финансово поддерживает физкультуру и спорт в стране.

Б) Нет, не может, поскольку финансирование спортивных организаций и спортклубов – обязанность местных бюджетов, это положение закрепляет Конституция РФ и Закон о физической культуре и спорте в РФ.

В) Банкротство спортивных организаций и спортклубов в России теоретически возможно, но на практике никогда не случается.

Г) Банкротство спортивных организаций и спортклубов в РФ возможно — как и для всех прочих коммерческих и некоммерческих организаций в стране.

**5. Какие задачи решают для себя предприятия-спонсоры, сотрудничающие со спортивными организациями?**

А) Предприятия-спонсоры планируют вовлечь в двигательную активность и спорт собственный персонал.

Б) Предприятия-спонсоры желают продемонстрировать конкурирующим компаниям свои финансовые возможности, привлечь к себе внимание, вызвать уважение.

В) Предприятия-спонсоры пытаются уйти от налогов, используя для минимизации финансовых затрат благотворительные фонды и институт спонсорства.

Г) Предприятия-спонсоры продвигают через спорт свою продукцию и торговые марки, поскольку обычная реклама стала менее эффективным инструментом.

**6. Какую роль играют в экономике спорта маски и клубные талисманы?**



Талисманы Олимпийских игр

А) Маскоты и клубные талисманы призваны поднимать настроение болельщикам, рекламировать продукты рекламодателей или продвигать клубную символику.

Б) Маскоты и талисманы соревнований (например, олимпиад и чемпионатов мира) должны способствовать продажам сувениров, атрибутики, напитков, продуктов питания.



Волк Забивака – официальный талисман ЧМ по футболу 2018 г.

В) Маскоты и талисманы способствуют созданию атмосферы карнавала, праздника, радостного воодушевления. В таких условиях любители спорта и зрители больше делают эмоциональных покупок, тратят больше денег.

Г) Маскоты и талисманы играют большую роль в экономике соревнований и клубном менеджменте, поскольку обеспечивают «впечатывание» зрительных образов в событийную память, являясь эффективным инструментом пиар-деятельности спортивных организаций.

Д) Верно всё выше перечисленное.

#### **7. Что называют в экономике спорта термином «гудвилл»?**

А) Термином «гудвилл» (или «гудвил») в экономике спорта называют «добрую волю» по отношению к сопернику, приверженность правилам фэр плэй (честной игры).

Б) Гудвиллом называют качественное торговое обслуживание на стадионах и в спортивных комплексах.

В) Термином «гудвилл» именуют эффективную рекламу внутри спортивных объектов, притягивающую внимание зрителей.

Г) Термином «гудвилл» обозначают нематериальный актив спортивной организации, включающий в себя любовь и доверие болельщиков, репутацию в спортивном мире, славу, влияние.

#### **8. Кто является волонтерами в спорте? Какова, на ваш взгляд, роль волонтеров в экономике спорта?**

А) Волонтерами в спорте выступает, как правило, молодёжь, готовая работать безвозмездно. Роль волонтеров отрицательная, поскольку они сбивают цены и вытесняют с рынка других игроков (в торговле, туризме, сервисе).

Б) Волонтерами в спорте становятся молодые и зрелые люди, оставшиеся без работы. Роль волонтерства позитивная, поскольку добровольные помощники снижают напряжение на рынке труда, меньше выходят на акции протеста.

В) Волонтерами в спорте зачастую становятся молодые люди, а также спортсмены и тренеры, которые участвуют в благотворительных акциях. В этом смысле роль волонтерства положительная, поскольку молодёжь, атлеты,

тренеры помогают детям и юношеству в профориентации, учат бескорыстию и благородству.

Г) Волонтерами в спорте становятся неработающие пенсионеры, которые не востребованы в других сферах социальной и экономической жизни. В этом ракурсе роль волонтерства отрицательна, поскольку для молодежи остаётся меньше рабочих мест.

**9. Для каких целей спортивные организации составляют бизнес-планы?**

А) С целью обоснования и получения банковского кредита.

Б) С целью получения финансовых ресурсов от внешних инвесторов и спонсоров.

В) Бизнес-план спортивной организацией составляется для себя, чтобы определиться с последовательностью выполняемых операций и контролем за их выполнением.

Г) Бизнес-план составляется спортивной организацией для поддержания надлежащего имиджа в глазах болельщиков, для улучшения к себе общественного мнения.

**10. Является ли экономика спорта точной или экспериментальной наукой?**

А) Экономика спорта является точной наукой, все хозяйственные параметры в ней точно просчитываются на основе формул и экономических законов.

Б) Экономика спорта является эмпирической наукой, в которой многое приходится познавать на опыте, поскольку в различных условиях реклама, пиар, ценовая политика работают по-разному.

В) Экономика спорта базируется, в основном, на творчестве, искусстве, креативности хозяйственных субъектов. Поэтому её нельзя считать наукой, основанной на чётких законах и формулах.

Г) Экономика спорта является моральной наукой, в которой главную роль играют ценности людей. Таким образом, экономика спорта является философской наукой.

**11. Какие формы оплаты труда имеют место в спортивной индустрии?**

А) Сдельная, то есть работник получает вознаграждение только за сделанную работу.

Б) Сдельно-премиальная, когда работник получает зарплату за выполненную и/или перевыполненную работу.

В) Повременная, когда работодатель платит работнику за отработанное время.

Г) Аккордная, когда коллектив работников (спортклуб) получает вознаграждение за полностью выполненную работу – например, по итогам сезона за место в турнирной таблице.

Д) Применяются все выше приведенные формы.

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 11

**Упражнение 1.** Спортивный брендинг. Разработка и представление собственного спортивного бренда.

*Прежде чем приступить к выполнению задания, ознакомьтесь, пожалуйста, с инструкцией.*

### Инструкция

Перед написанием реферата, доклада и подготовкой презентации Вам нужно:

- ✓ Изучить основные понятия брендинга в спорте.
- ✓ Исследовать факторы, влияющие на формирование бренда в сфере физкультурно-спортивных услуг.
- ✓ Определить значение различных факторов в технологии спортивного брендинга.
- ✓ Обозначить важные аспекты, требующие внимания при разработке спортивного бренда.

**Вводная.** Брендинг – это маркетинговая деятельность по созданию долгосрочного предпочтения товару данной фирмы. К основным понятиям брендинга относятся: «бренд», «торговая марка», «PR».

Бренд – это торговая марка со сложившимся имиджем. Технология по созданию и внедрению бренда получила название брендинг. Бренд помогает идентифицировать товар; создать у потребителей привлекательный образ, вызывающий доверие; принять решение о покупке или выборе услуги и получить удовлетворение от принятого решения; сформировать группу постоянных покупателей, ассоциирующих с брендом свой образ жизни.

Степень узнавания торговой марки – важная составляющая любой фирмы. Например, торговая марка «Nike» в виде «галочки». Этот знак одинаково хорошо узнается как вместе со словом «Nike», так и без него. Даже если вы уберете слово, «галочка» все равно подскажет вам, какая компания имеется в виду.

В основе позиционирования могут находиться различные направления маркетинговой деятельности – товарное, ценовое, сбытовое, сервисное или рекламное. В зависимости от того, какое из этих направлений является самым важным, различают следующие **виды позиционирования бренда:**

- Позиционирование по особенностям товара. Этот вид используют, когда выводят на рынок качественно новый товар, функционально отличающийся от аналогов.
- Позиционирование по выгоде. Этот способ основан на предложении потребителям специфической пользы и выгоды.
- Позиционирование по использованию товара. В этом случае основной акцент делается на нестандартном использовании традиционного товара.
- Позиционирование по пользователям. Этот метод заставляет нас вспомнить о сегментировании потребителей по географическим, социально-демографическим или психографическим особенностям.

– Ценовое позиционирование. Можно предложить потребителям привычный товар по нетрадиционно высокой (или низкой) цене.

– Позиционирование по дистрибуции. Это направление определяется выбранными каналами распространения и продвижения товара по известной схеме: анализ рынка – товар – конкуренты – сегментирование – сравнение (выгоды, преимущества) – позиционирование.

**Сегментирование** разделяют на три основных направления: география, демография и психография.

– Географическое сегментирование. Этот способ деления потребителей выражается в определении территориальных границ рынка, внутри которого потребители представляют собой однородный слой. Различают региональный, национальный, интернациональный, мультинациональный и глобальный рынки. Можно проводить географическое сегментирование по месту проживания потребителей, по месту совершения покупок, по месту использования товара и т. п.

– Наиболее распространенным способом деления потребителей является социально-демографическое сегментирование – определение однородной группы покупателей по полу и возрасту, семейному положению и размеру семьи, образованию, роду занятий, социальному положению и доходу. Западные исследования включают также вероисповедание, политические предпочтения, национальность, культуру и язык общения.

– Психографическое сегментирование берет за основу психологические характеристики, жизненные ценности и стили жизни потребителей. Психографическое сегментирование имеет большие перспективы для практики брендинга, так как позволяет детально изучить жизненные ценности и ориентацию на уважение потребителей, лояльных определенной марке, чтобы использовать эти сведения для точных и эффективных маркетинговых коммуникаций.

Для того чтобы потребитель смог различить марку среди аналогов, он должен четко представлять, чем данный бренд отличается от остальных марок. **Особенности бренда** могут быть восприняты зрением, слухом, осязанием, обонянием или вкусом, такие отличия являются ощущаемыми. К ним относятся размер, вес, форма, дизайн, цвет, запах, вкус, мягкость и т. п.

При создании спортивного бренда **следует учитывать следующие моменты:**

- Демографические характеристики клиентов (пол, возраст);
- Принадлежность к социальной группе (дошкольники, школьники, студенты, пенсионеры, домохозяйки и т. п.);
- Принадлежность к медицинской группе, включая наличие и характер отклонений в состоянии здоровья;
- Цель, мотивы, проблемы и амбиции потребителя услуг;
- Уровень физической и технико-тактической подготовленности, спортивной квалификации занимающихся;
- Уровень платёжеспособности клиентов.

– Особенности менталитета населения.

**Оформление работы.** Презентация Вашего спортивного бренда должна включать:

- Задачи исследования.
- Методы исследования.
- Организация исследования.
- Анкетирование и (или) опрос и их результаты.

Описание организации исследования выглядит примерно так: исследование проводилось в период с ... по ... гг. / мес. / недели.

На первом этапе исследования было проанализировано ... источников научно-методической литературы и интернет-сайтов по вопросам брендинга и маркетинга в сфере физкультурно-спортивных услуг.

Проведено двухэтапное анкетирование: 1) по вопросам осведомленности в сфере спортивного брендинга студентов ... факультета(ов) СГУС; 2) по вопросам особенностей восприятия спортивных брендов российскими потребителями.

Всего в анкетировании приняли участие ... респондентов в возрасте от 17 до ... лет. Среди них, имеющие спортивные разряды (сколько), звания (сколько) и т.д.

В анкетировании, посвященном вопросам осведомленности в сфере спортивного брендинга студентов СГУС, использовались следующие вопросы (представляете вопросы и варианты ответов, и результаты ответов подсчитанные в процентах и представленные в виде гистограмм, диаграмм, графиков). В анкетировании, посвященном восприятию спортивных брендов российскими потребителями, использовалась десятибалльная шкала в оценке тех или иных предпочтений (представляете результаты в графическом виде).

Далее, на основании полученных данных, представляете концепцию своего спортивного бренда (его визуализацию – фирменное наименование, логотип, товарный знак, символ и др.), его особенностей, оригинальности, миссии, идеи и т. д.

**Упражнение 2.** *Представление и защита бизнес-проекта собственного предприятия.*

Практическая работа (по желанию студента) – разработайте бизнес-проект (план) собственного коммерческого предприятия по плану:

1. Концепция бизнеса. Брендинг: наименование, логотип, товарный знак.
2. Организационно-правовая форма. Правовое обеспечение.
3. Виды (ассортимент) товаров/услуг (с указанием цен).
4. Анализ рынка сбыта. Целевая аудитория.
5. Конкуренция на рынке сбыта.
6. План маркетинга.
7. Организационный план.
8. Финансовый план. Источники первоначального капитала.
9. Предполагаемые риски и потери.

*Подробное описание всех разделов бизнес-плана смотри в Приложении 2!*

Время для презентации бизнес-проекта – 15 минут. Затем обсуждение в группе, ответы на вопросы, вывод о степени продуманности, реализуемости проекта и т. д.

### Упражнение 3. ТЕСТ

*Выберите только один вариант правильного ответа в каждом вопросе*

1.	Как называется должность профессионального спортсмена, по которой он получает заработную плату в государственной ФСО	1. Спортсмен-профессионал; 2. Спортсмен-инструктор; 3. Спортсмен.
2.	Для открытия спортивного клуба в форме ООО с правом юридического лица необходимы учредительные документы: заявление о регистрации организации, свидетельство об уплате госпошлины, документы, подтверждающие оплату не менее 50% уставного капитала организации, а также:	1. Учредительный договор и решение собрания участников конференции; 2. Устав организации и коллективный договор организации; 3. Учредительный договор и устав организации
3.	Правовой акт, регулирующий трудовые, социально-экономические и профессиональные отношения между работодателями и работниками в организациях называется:	1. Устав; 2. Коллективный договор; 3. Трудовой договор
4.	Какие физкультурно-спортивные услуги потребляют занимающиеся ФКиС	1. Уроки ФК; спортивные секции; спортивные команды; программы физического воспитания; спортивные клубы; учебно-тренировочные группы. 2. Система подготовки спортсменов; соревнования; уроки ФК; спортивные секции; команды по игровым видам спорта; спортивные клубы; учебно-тренировочные группы. 3. Команды по игровым видам спорта; учебно-тренировочные группы; уроки ФК; спортивные секции; спортивные клубы.
5.	Что является основными видами физкультурно-спортивных услуг	1. Спортивные зрелища; программно-методический продукт; организованные формы занятий ФУ и спортом. 2. Программы по ФКиС; уроки и тренировочные занятия по ФКиС; соревнования. 3. Методики занятий ФУиС; спортивные мероприятия; спортивные клубы, секции и группы.

6.	По организационно-правовой форме физкультурно-спортивные объединения являются:	1.Муниципальной организацией 2.Общественным объединением 3.Государственной организацией 4.Комерческой организацией
7.	Основные управленческие функции тренера, это:	1. Материально-техническое обеспечение; руководство старшего тренера деятельностью подчиненных тренеров; функция представительства; организация набора занимающихся; судейство соревнований. 2. Материально-техническое обеспечение; руководство старшего тренера деятельностью подчиненных тренеров; функция представительства; организация набора занимающихся; организация и проведение соревнований и УТС. 3. Материально-техническое обеспечение; руководство старшего тренера деятельностью подчиненных тренеров; функция представительства; организация набора занимающихся; методическое обеспечение тренировочного процесса.
8.	Правовой акт, регулирующий трудовые, социально-экономические и профессиональные отношения между работодателями и работниками в организациях называется:	1. Устав; 2. Коллективный договор; 3. Трудовой договор
9.	К субъектам (поставщикам) физкультурно-спортивных услуг относятся:	1. Тренеры, учителя, преподаватели и инструкторы ФКиС; 2. Занимающиеся 3. Зрители, болельщики, спонсоры; 4. Все относятся
10.	Физкультурно-спортивные организации РФ являются:	1. Предметом спортивного менеджмента 2. Условием спортивного менеджмента 3. Объектом спортивного менеджмента
11.	В РФ общественные объединения могут создаваться в следующих формах: общественная организация, общественный фонд, общественное движение, а также:	1. Общественное учреждение, орган общественной самодеятельности; 2. Общественный клуб, общественное учреждение; 3. Общественное учреждение, общественное заведение.
12.	Укажите термин: это стадия управления, задачей которой является оценка качества выполнения принятых решений, количественная оценка результатов работы ФКС организаций, а так же оперативный учет проводимой в организации работы:	1. Координация 2. Мотивация 3. Контроль и учет 4. Организация
13.	В физкультурно-спортивных услугах, на какой контингент людей направлен программно-методический продукт:	1. Учителя, занимающиеся ФКиС, тренеры, болельщики, преподаватели.

		<p>2. Тренеры, учителя, преподаватели, самостоятельно занимающиеся ФКиС, зрители.</p> <p>3. Инструкторы по ФКиС, учителя, преподаватели, тренеры, самостоятельно занимающиеся ФКиС.</p>
14.	Специалист, занимающий, как правило, руководящую должность в физкультурно-спортивной организации и владеющий искусством научного управления:	<p>1. Главный бухгалтер</p> <p>2. Зав. хозяйством</p> <p>3. Главный тренер</p> <p>4. Спортивный менеджер</p>
15.	Какие физкультурно-спортивные услуги потребляют занимающиеся ФКиС	<p>1. Уроки ФК; спортивные секции; спортивные команды; программы физического воспитания; спортивные клубы; учебно-тренировочные группы.</p> <p>2. Система подготовки спортсменов; соревнования; уроки ФК; спортивные секции; команды по игровым видам спорта; спортивные клубы; учебно-тренировочные группы.</p> <p>3. Команды по игровым видам спорта; учебно-тренировочные группы; уроки ФК; спортивные секции; спортивные клубы.</p>
16.	Слово «менеджмент» в переводе обозначает:	<p>1. Разговор</p> <p>2. Общее дело</p> <p>3. Управление</p> <p>4. Общение</p>
17.	Общие функции менеджмента включают в себя планирование, организацию, координацию, контроль и ..... Выберите одну не достающую функцию:	<p>1. Реализация</p> <p>2. Мотивация</p> <p>3. Конкретизация</p>
18.	К общей функции в спортивном менеджменте относится:	<p>1. Формирование структуры организации;</p> <p>2. Осуществление контроля за использованием бюджетных средств, находящихся в ведении департамента;</p> <p>3. Утверждение календаря спортивно-массовых мероприятий</p>
19.	Что способствует функционированию физической культуры и спорта в рыночных условиях?	<p>1. Спортивные зрелища;</p> <p>2. Организованные формы занятий физическими упражнениями и спортом;</p> <p>3. Многообразие организационно-правовых форм физкультурных и спортивных организаций</p>
20.	К какой организации относится Олимпийский комитет России?	<p>1. Государственной и муниципальной</p> <p>2. Коммерческой</p> <p>3. Общественному объединению, некоммерческой организации</p>
21.	Фирму физкультурно-спортивного профиля называют некоммерческой фирмой или организацией, если ...	<p>1. прибыль не является основной целью ее деятельности</p>

		2. число предпринимателей фирмы меньше трех человек 3. ее участники участвуют в региональных соревнованиях 4. она проводит бесплатные занятия для определенных слоев населения (школьники, пенсионеры и т. п.)
22.	Обязательные сборы с юридических и физических лиц, проводимые государством на основе государственного законодательства, – это	ответ напишите
23.	Установление рыночной цены исходя из издержек производства при определенном уровне загрузки производственных мощностей и заранее установленном или прогнозируемом целевом уровне прибыли предусматривает метод ... затрат	1. усредненных 2. предельных 3. прямых 4. полных

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 12

### КОНТРОЛЬНЫЙ ТЕСТ ПО ТЕМАМ 5-7

*Инструкция к тесту.* Вопросы, отмеченные символом \*, содержат несколько вариантов правильных ответов. Все остальные вопросы имеют только один вариант правильного ответа. Удачи!

**1. К какому виду услуг относится большинство услуг, производимых в сфере физической культуры и спорта?**

- 1) материальные
- 2) интеллектуальные
- 3) социально-культурные
- 4) информационные

**2. Что является основной целью производства коммерческих услуг?**

- 1) выполнение социально-важных функций
- 2) повышение качества услуг
- 3) получение прибыли
- 4) расширение ассортимента услуг

**3. Что такое предложение на рынке услуг?**

- 1) количество услуг, которые производители готовы продать по определённой цене в определённое время
- 2) услуги, которые предлагаются производителями в определённый период времени

- 3) потребность населения в услугах
- 4) предложение отдельных производителей на отдельные услуги

**4. Как называется положение на рынке, когда спрос превышает предложение и возникает дефицит?**

- 1) рынок покупателя
- 2) рынок продавца
- 3) потребительский рынок
- 4) дефицитный рынок
- 4) неотделимость от источника услуги

**5. Занятия спортом в секциях относятся к услугам:**

- 1) индивидуальным
- 2) массовым
- 3) зрелищным

**6. Источники поступления финансовых ресурсов в отрасль ФКиС можно объединить в две основные группы:**

- А) государственные и частные
- Б) личные и коллективные
- В) бюджетные и внебюджетные
- Г) частные и коллективные

**7. Совокупность предприятий и организаций, характеризующихся общностью выпускаемой продукции, технологии производства и основных фондов, называется:**

- А) отраслью
- Б) хозяйственной единицей
- В) трудовым коллективом
- Г) коллективным хозяйством

**8. Услуги автопарковки у ФОК относятся к ... услугам:**

- 1) основным
- 2) дополнительным
- 3) сопутствующим

**9. К материальным услугам физической культуры и спорта относят:**

- 1) медицинское обследование
- 2) прокат спортивного инвентаря
- 3) массаж
- 4) спортивно-зрелищные мероприятия

**10. Какой тип рыночной структуры характерен для услуг физической культуры и спорта:**

- 1) совершенной конкуренции
- 2) монополии
- 3) монополии
- 4) монополистической конкуренции

**11. К табельному имуществу физкультурно-спортивной организации обычно относится:**

- 1) транспорт и оборудование

- 2) инвентарь, оборудование и спортивная форма
- 3) спортивные сооружения
- 4) вычислительная техника и инвентарь

**12. По функциональному назначению выделяют следующие группы физкультурно-спортивных сооружений:**

- 1) физкультурно-оздоровительные и спортивные
- 2) спортивные и спортивно-технические
- 3) основные, вспомогательные и предназначенные для зрителей
- 4) основные и вспомогательные

**13. Какими материальными фондами обладают физкультурно-спортивные сооружения?**

- 1) основными и дополнительными
- 2) основными и оборотными
- 3) основными и транспортными
- 4) производственными и хозяйственными

**14. \*Что относится к основным фондам физкультурно-спортивных организаций?**

- 1) тренажеры
- 2) автомобили
- 3) канцелярия
- 4) бытовая химия

**15. \*Что относится к оборотным фондам физкультурно-спортивных организаций?**

- 1) быстроизнашивающийся инвентарь
- 2) тренажеры
- 3) автомобили
- 4) канцелярия
- 5) бытовая химия

**16. Что является исходной базой для нормирования труда работников физической культуры и спорта?**

- 1) затраты труда на изготовление единицы продукции
- 2) затраты времени на изготовление единицы продукции
- 3) продолжительность рабочего времени
- 4) наполняемость спортивно-оздоровительных групп

**17. В оплате труда работников физической культуры и спорта определяющим фактором является:**

- 1) возраст сотрудника
- 2) отношение к работе
- 3) способности
- 4) уровень квалификации

**18. Какой преимущественный характер носит труд в отрасли ФКиС?**

- А) педагогический
- Б) экономический
- В) психологический

Г) технический

**19. Уровень квалификации работника определяется следующими факторами:**

- 1) умение работать с людьми и образование
- 2) общее образование, профессиональная подготовка и стаж работы
- 3) уровень общего развития и стаж работы
- 4) стаж работы и психологические характеристики

**20. Денежное вознаграждение, получаемое работником в зависимости от проработанного времени и квалификации:**

- 1) Повременная заработная плата
- 2) Сдельная заработная плата
- 3) Номинальная заработная плата
- 4) Реальная заработная плата

**21. \*Какие организации являются главными распределителями средств федерального бюджета в отрасли «Физическая культура и спорт»?**

- 1) Федерации по видам спорта
- 2) Министерство науки и высшего образования РФ
- 3) Органы местного самоуправления
- 4) Министерство спорта РФ
- 5) Министерство просвещения РФ

**22. Имеют ли право некоммерческие физкультурно-спортивные организации осуществлять предпринимательскую деятельность и получать от неё прибыль?**

- 1) не имеют
- 2) имеют, но прибыль может быть использована только на уставные цели организации
- 3) имеют, прибыль может быть распределена между сотрудниками
- 4) имеют, прибыль может быть использована на цели развития организации и распределена между сотрудниками

**23. Что представляет собой бюджет физкультурно-спортивной организации?**

- А) учёт денежных поступлений
- Б) учёт расходов денежных средств
- В) учёт денежных средств от реализации услуг
- Г) баланс денежных доходов и расходов организации

**24. Основным документом, определяющим объем, целевое назначение и поквартальное распределение ассигнований, отпускаемых на содержание спортивной школы, является:**

- 1) План
- 2) Смета
- 3) Бюджет

**25. Расходы, включаемые в смету, должны быть соответствующими расчетами по каждой статье. Выделите показатели, влияющие на величину расходов сметы.**

- 1) число учащихся, занимающихся данным видом спорта
- 2) число групп по видам спорта в соответствии классификацией по наименованию и годам обучения
- 3) число педагогических ставок, рассчитанных на планируемое количество учебных часов
- 4) число вспомогательных помещений

5) все ответы верны

**26. Проведение городского соревнования финансируется за счет:**

- 1) Федерального бюджета
- 2) Регионального бюджета
- 3) Местного бюджета

**27. Доходы от лотерейной деятельности относятся к .... источникам финансирования:**

- 1) Бюджетным
- 2) Внебюджетным
- 3) Заемным
- 4) Коммерческим

**28. Основным источником доходов некоммерческих физкультурно-спортивных организаций являются:**

- 1) поступления от учредителей
- 2) добровольные взносы и пожертвования
- 3) выручка от реализации услуг
- 4) спонсорская помощь
- 5) поступления из федерального бюджета

**29. Что не является основным финансовым источником дохода ДЮСШ?**

- 1) выручка от реализации услуг
- 2) средства местных бюджетов
- 3) добровольные взносы и пожертвования
- 4) спонсорская помощь

**30. Что такое прибыль?**

- 1) разница между ценой товара и затратами на его производство
- 2) превышение доходов от продажи товаров и услуг над затратами на их производство и продажу
- 3) разница между ценой товара и затратами на его продажу
- 4) разница между рыночной ценой и его себестоимостью

**31. Какой показатель является основным при установлении цены на услуги?**

- 1) себестоимость
- 2) затраты на реализацию
- 3) издержки производства
- 4) уровень рыночных цен

**32. В условиях рыночной экономики цена на товар диктуется не столько затратами на их производство, сколько:**

- 1) масштабами производства
- 2) качеством товара
- 3) количеством производителей
- 4) соотношением спроса и предложения

**33. Спортивное спонсорство – это:**

- А) меценатство;
- Б) благотворительность;
- В) реклама на средствах массовой информации;
- Г) один из элементов маркетинговой политики в спорте многих стран.

**34. Зарубежные специалисты понятие «менеджмент» трактуют как:**

- А) эффективное использование ресурсов
- Б) административная единица
- В) административные навыки
- Г) управление в конкретной организации, «внутрифирменное управление»

**35. Дайте наиболее правильное определение понятия «спортивный менеджмент»:**

- А) область знаний, помогающая осуществлять эффективное управление
- Б) система организации управления производственной деятельностью
- В) теория и практика эффективного управления физкультурно-спортивными организациями в рыночных условиях
- Г) социальный слой людей, осуществляющих работу по управлению

**36. Спортивные менеджеры должны:**

- А) быть профессионально подготовленными в области управления
- Б) разбираться в специфике отрасли «физическая культура и спорт»
- В) ориентироваться на персонал физкультурно-спортивной организации
- Г) А+Б+В

**37. Родиной спортивного маркетинга является...**

- А) Канада
- Б) Англия
- В) США
- Г) Япония

**38. В чем состоит ограничение возможностей применения маркетинга в спортивных организациях России в современный период?**

- А) на незрелом рынке возможен только незрелый маркетинг
- Б) квалифицированный маркетинг может быть осуществлен только под руководством зарубежных специалистов
- В) маркетинг в отечественном спорте пока чисто теоретическая дисциплина и станет, по мере выхода экономики России на уровень развитых стран.

**39. Определение маркетинга:**

- А) Это стратегия фирмы, ориентируемая на общность интересов и предпочтений покупателей, а не на различия в нуждах и отношениях.
- Б) Это один из главных элементов рыночной стратегии фирмы.

В) Это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей путем обмена.

**40. Перечислите основные принципы спортивного маркетинга:**

А) знание возможности рынка, изучение потребителя, производство в соответствие со спросом, формирование спроса

Б) стимулирование продажи товаров и услуг

В) планирование ассортимента товаров и услуг

Г) организация распространения товаров и услуг

**41. Не является функцией маркетинга:**

А) Аналитическая – изучение рынка, потребителей, товарной структуры, конкурентов и т. п.;

Б) Производственная – организация производства новых товаров, разработка и внедрение новых технологий, организация материально-технического снабжения, обеспечение высокого качества и конкурентоспособности продукции;

В) Сбытовая – организация каналов сбыта, системы формирования спроса и стимулирования сбыта, системы транспортировки и хранения, проведение ценовой политики, реклама;

Г) Управленческая – организация стратегического и оперативного планирования, информационное обеспечение маркетинга, организация системы коммуникаций, контроль маркетинга.

Д) Все выше перечисленное.

**42. Маркетинговое исследование – это:**

А) исследование маркетинга

Б) постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации

В) сбор, упорядочивание, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения различных маркетинговых проблем

**43. Сегментирование рынка – это:**

А) разделение рынка на отдельные части (сегменты)

Б) деятельность по классификации возможных потребителей в соответствии с качественными особенностями их спроса

В) стратегия выборочного проникновения на рынок

**44. Продукт в спортивном маркетинге – это:**

А) результат исследований разработок и производства

Б) продукт деятельности, который становится товаром в момент осуществления по его поводу сделки купли-продажи

В) физические осязаемые спортивные товары, спортивные и физкультурно-оздоровительные услуги, отдельные лица и знаменитости, места проведения соревнований, идеи в области спорта и физической культуры

**45. Качество спортивного продукта в маркетинге – это:**

А) совокупность физических, химических, эргономических, других измеряемых характеристик изделия

Б) степень успешности решения проблем потребителей

В) характеристика конкурентоспособности продукта степень его отличия от продуктов конкурентов

**46. Внедрение нового товара на рынок надо осуществлять:**

А) как только наметился спад объема продаж наиболее ходового товара

Б) в зависимости от того сформировалась ли потребность в нем на рынке

В) на основании результатов рыночных исследований

**47. Продлению жизненного цикла товара не способствует (укажите лишнее):**

А) развитие методов сбыта

Б) выявление новых групп потребителей и повышение адресности продукции

В) расширение объема продаж

**48. Если понимать рекламу как информацию, распространяемую для неопределенного круга лиц, то рекламой нельзя будет назвать (укажите лишнее):**

А) информацию в изданиях, распространяемых только по подписке

Б) информацию, адресованную конкретным сегментам потребительского рынка

В) информацию недоступную для отдельных категорий возможных клиентов

**49. Что такое покупательский спрос на спортивный продукт?**

А) Готовность покупателя в данный отрезок времени приобретать определенные количества по каждой из предложенных на рынке цен;

Б) Готовность покупателей в данный отрезок времени приобрести товар по вполне определенной цене;

В) Состояние готовности потенциальных потребителей приобрести товар

**50. Фирменное название – это:**

А) товарная марка, которую можно произвести;

Б) фирменный знак, который можно опознать в виде символа;

В) товарная марка, зарегистрированная и обеспеченная правовой защитой.

**51. Наиболее распространенным методом определения суммы расходов на рекламу является метод:**

А) расчет в процентах к уровню сбыта или объему продаж;

Б) в зависимости от целей и задач;

В) в зависимости конкурентного паритета;

Г) в зависимости от наличных средств.

## ОБОБЩАЮЩИЙ ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬНЫЙ ТЕСТ

*Выберите только один правильный вариант ответа в каждом вопросе кроме вопросов, отмеченных \*. Удачи!*

### ТЕМА 1. Предмет экономики физической культуры и спорта

**1. Совокупность отраслей материального производства, имеющих конечным результатом своей деятельности материальный продукт, называется:**

- А) непроеизводственной сферой
- Б) бытовой сферой
- В) производственной сферой
- Г) потребительской сферой

**2. Совокупность предприятий и организаций, характеризующихся общностью выпускаемой продукции, технологии производства и основных фондов, называется:**

- А) отрасль
- Б) хозяйственной единицей
- В) трудовым коллективом
- Г) коллективным хозяйством

**3. Предметом экономики ФКиС как дисциплины является:**

- А) изучение спроса потребителей на физкультурно-оздоровительные услуги
- Б) разработка модели управления сферой физической культуры и спорта
- В) разработка маркетинговых средств, продвигающих товары ФКиС к потребителям
- Г) проблема выбора наиболее рациональных способов потребления ресурсов для расширения рынка производимых услуг и приближения их качества к потребительским запросам

**4. Что изучает микроэкономика?**

- А) экономику в целом
- Б) маломасштабные экономические процессы (на уровне предприятия)
- В) международные экономические связи
- Г) экономические связи между предприятиями

**5. Оказывают ли влияние высококачественные спортивные товары на уровень спортивных достижений?**

- А) не оказывают
- Б) этот вопрос не изучался
- В) оказывают
- Г) это зависит от вида спорта

## **ТЕМА 2. Продукт отрасли «Физическая культура и спорт»**

### **1. Что такое товар?**

- А) продукт труда в вещественной форме
- Б) продукт производственно-экономической деятельности в материально-вещественной форме, выступающий как объект купли-продажи
- В) итог труда в информационной форме
- Г) продукт сферы материального производства в условиях рыночных отношений

### **2. К какому виду услуг относится большинство услуг, производимых в сфере ФКиС?**

- А) материальные
- Б) интеллектуальные
- В) социально-культурные
- Г) информационные

### **3. Что является основной целью производства коммерческих услуг?**

- А) выполнение социально-важных функций
- Б) повышение качества услуг
- В) получение прибыли производителем
- Г) расширение ассортимента услуг

### **4. Что такое предложение на рынке услуг?**

- А) количество услуг, которые производители готовы продать по определённой цене
- Б) услуги, которые предлагаются производителями в определённый период времени
- В) потребность населения в услугах
- Г) предложение отдельных производителей на отдельные услуги

### **5. Как называется положение на рынке, когда спрос превышает предложение?**

- А) рынок покупателя
- Б) рынок продавца
- В) потребительский рынок
- Г) дефицитный рынок

## **ТЕМА 3. Рынок труда в отрасли «Физическая культура и спорт»**

### **1. Какой преимущественный характер носит труд в отрасли ФКиС?**

- А) педагогический
- Б) экономический
- В) психологический
- Г) технический

### **2. Безработица представляет собой социально-экономическое явление, при котором:**

- А) часть населения не работает по своей специальности

- Б) часть населения не хочет работать
- В) часть трудоспособного населения не находит себе работы
- Г) часть населения не находит себе работы в бюджетных организациях

**3. Существует ли безработица в отрасли ФКиС?**

- А) не существует
- Б) существует
- В) только в России
- Г) только в зарубежных странах

**4. Анализ трудоустройства выпускников средних и высших физкультурных учебных заведений показывает, что:**

- А) все они работают в сфере ФКиС
- Б) они не работают в сфере ФКиС
- В) около 60% из них работает в сфере ФКиС
- Г) только около 20% из них работает в сфере ФКиС

**5. Подавляющее большинство работников физической культуры и спорта (74%) работает в:**

- А) образовательных учреждениях и учреждениях дополнительного образования
- Б) коммерческих организациях
- В) на промышленных предприятиях
- Г) в сфере торговли

**ТЕМА 4. Экономические аспекты организации труда работников физической культуры и спорта**

**1.\* Что является исходной базой для нормирования труда работников ФКиС?**

- А) затраты труда на изготовление единицы продукции
- Б) затраты времени на изготовление единицы продукции
- В) продолжительность рабочего времени
- Г) наполняемость спортивно-оздоровительных групп

**2. Как осуществляется материальное стимулирование работников ФКиС?**

- А) через систему зарплаты (включая надбавки и доплату) и премирование
- Б) предоставлением услуг
- В) предоставлением льгот
- Г) награждение ценными подарками

**3.\* Как рассчитывается зарплата работников бюджетных физкультурно-спортивных организаций?**

- А) по количеству проработанных часов
- Б) на основе Единой тарифной сетки
- В) в зависимости от результатов труда
- Г) в зависимости от количества обучающихся в группах

**4. В оплате труда работников ФКиС определяющим фактором является:**

- А) возраст сотрудника
- Б) отношение к работе
- В) способности
- Г) уровень квалификации

**5. Уровень квалификации работника определяется следующими факторами:**

- А) умение работать с людьми и образование
- Б) общее образование, профессиональная подготовка и стаж работы
- В) уровень общего развития и стаж работы
- Г) стаж работы и психологические характеристики

## **ТЕМА 5. Основные фонды отрасли «Физическая культура и спорт»**

**1. Чем образована материально-техническая база любой отрасли народного хозяйства?**

- А) материальными средствами отрасли
- Б) техническими средствами отрасли
- В) совокупностью материальных и технических средств, обеспечивающих её функционирование
- Г) материальными средствами и сотрудниками отрасли

**2. Какие виды основных фондов отрасли ФКиС существуют?**

- А) материальные и нематериальные
- Б) оборудование и электронно-вычислительная техника
- В) спортивный инвентарь и сооружение
- Г) здания и транспортные средства

**3. Что такое табельное имущество физкультурно-спортивной организации?**

- А) имущество бюджетных организаций
- Б) имущество коммерческих организаций
- В) основные фонды бюджетных организаций, которые передаются по специальным перечням
- Г) спортивный инвентарь и спортивная форма физкультурно-спортивных организаций

**4. К табельному имуществу физкультурно-спортивной организации обычно относится:**

- А) транспорт и оборудование
- Б) инвентарь, оборудование и спортивная форма
- В) спортивные сооружения
- Г) вычислительная техника и инвентарь

**5. По функциональному назначению выделяют группы физкультурно-спортивных сооружений:**

- А) физкультурно-оздоровительные и спортивные

- Б) спортивные и спортивно-технические
- В) основные, вспомогательные и предназначенные для зрителей
- Г) основные и вспомогательные

## **ТЕМА 6. Эффективная эксплуатация физкультурно-спортивного сооружения**

### **1. Какими материальными фондами обладают физкультурно-спортивные сооружения?**

- А) основными и дополнительными
- Б) основными и оборотными
- В) основными и транспортными
- Г) производственными и хозяйственными

### **2. Что относится к основным средствам труда на физкультурно-спортивных сооружениях?**

- А) оборудование
- Б) транспортные средства
- В) здания и сооружения с оборудованием
- Г) приборы и инструменты

### **3. Что относится к оборотным фондам физкультурно-спортивных организаций?**

- А) быстроизнашивающийся инвентарь, топливо и оборудование, которые служат менее одного года
- Б) здания и сооружения
- В) машины
- Г) приборы и техника

### **4. Характеристика основных материальных фондов физкультурно-спортивных сооружений содержится в:**

- А) журнале физкультурно-спортивного сооружения
- Б) паспорте (учётной карточке) физкультурно-спортивного сооружения
- В) ведомости физкультурно-спортивного сооружения
- Г) книги учёта

### **5. С целью повышения эффективности эксплуатации физкультурно-спортивных сооружений утверждены показатели режимов их эксплуатации, которые включают следующие данные:**

- А) продолжительность периода эксплуатации физкультурно-спортивного сооружения в течение года
- Б) продолжительность периода эксплуатации физкультурно-спортивного сооружения в течение дня
- В) показатель заполняемости трибун зрителями
- Г) продолжительность периода эксплуатации физкультурно-спортивного сооружения в течение года, продолжительность эксплуатации этого сооружения

в течение дня, средняя продолжительность одного занятия, численность одновременно занимающихся

## **ТЕМА 7. Финансирование физической культуры и спорта в России**

**1. Источники поступления финансовых ресурсов в отрасль ФКиС можно объединить в две основные группы:**

- А) государственные и частные
- Б) личные и коллективные
- В) бюджетные и внебюджетные
- Г) частные и коллективные

**2. Бюджетное финансирование – это предоставление:**

- А) средств из государственного бюджета с последующим их возвратом
- Б) средств из госбюджета в безвозвратном порядке
- В) собственных средств организации
- Г) паевых взносов и кредитов

**3. Какие организации являются главным распределителем средств федерального бюджета в отрасли ФКиС?**

- А) только Министерство спорта РФ
- Б) государственный комитет по туризму
- В) местные органы управления
- Г) Министерство спорта РФ и федерации по видам спорта

**4. Какие категории составляют экономическую классификацию расходов бюджетов Российской Федерации?**

- А) общие и частные
- Б) постоянные и временные
- В) текущие и капитальные
- Г) ведомственные и вневедомственные

**5. Имеют ли право некоммерческие физкультурно-спортивные организации осуществлять предпринимательскую деятельность и получать от неё прибыль?**

- А) не имеют
- Б) имеют, но прибыль может быть использована только на цели развития организации
- В) имеют, прибыль может быть распределена между сотрудниками
- Г) имеют, прибыль может быть использована на цели развития организации и распределена между сотрудниками

## **ТЕМА 8. Финансово-хозяйственная деятельность физкультурно-спортивной организации**

**1. Что представляет собой бюджет физкультурно-спортивной организации?**

- А) учёт денежных поступлений

- Б) учёт расходов денежных средств
- В) учёт денежных средств от реализации услуг
- Г) баланс денежных доходов и расходов организации

**2. Основными источниками доходов некоммерческих физкультурно-спортивных организаций являются:**

- А) поступления от учредителей
- Б) средства госбюджета, добровольные взносы и пожертвования, выручка от платной реализации услуг
- В) доходы от платных услуг
- Г) спонсорская помощь

**3. Что является основным источником дохода коммерческой организации?**

- А) выручка от реализации произведённых услуг (товара)
- Б) средства госбюджета
- В) средства местных бюджетов
- Г) добровольные взносы, спонсорская помощь

**4. Перечислите основные виды расходов некоммерческой физкультурно-спортивной организации:**

- А) расходы на выполнение основной уставной деятельности
- Б) расходы, связанные с предпринимательской деятельностью
- В) расходы на выполнение основной уставной деятельности, расходы, связанные с предпринимательской деятельностью, списание пришедшего в негодность оборудования
- Г) хозяйственные и командировочные расходы

**5. Какие модели анализа эффективности финансово-хозяйственной деятельности физкультурно-спортивной организации используют специалисты?**

- А) модель анализа расходования бюджетных средств
- Б) модель анализа финансово-хозяйственной деятельности
- В) модель анализа экономической эффективности
- Г) целевую модель анализа эффективности функционирования организаций, модель анализа системы средств эффективности функционирования организации, модель анализа процесса эффективности функционирования организации

## **ТЕМА 9. Ценообразование на физкультурно-спортивные услуги**

**1. Что такое прибыль**

- А) разница между ценой товара и затратами на его производство
- Б) превышение доходов от продажи товаров и услуг над затратами на их производство и продажу
- В) разница между ценой товара и затратами на его продажу
- Г) разница между рыночной ценой и его себестоимостью

**2. Ценообразование – это процесс установления цены в зависимости:**

А) от себестоимости продукции

Б) от цен конкурентов

В) себестоимости продукции, цен конкурентов, соотношение спроса и предложения

Г) от величины спроса

**3. Какой показатель является основным при установлении цены на товар?**

А) себестоимость

Б) затраты на реализацию

В) издержки производства

Г) уровень рыночных цен на товар

**4. Если спрос на услуги меньше предложения, то цены на них:**

А) повышаются

Б) остаются постоянными

В) снижаются, независимо от затрат на их производство

Г) меняются в зависимости от затрат на их производство

**5. В условиях рыночной экономики цена на товар диктуется не столько затратами на их производство, сколько:**

А) масштабами производства

Б) качеством товара

В) количеством производителей

Г) соотношением спроса и предложения

**ТЕМА 10. Внешнеэкономические связи в отрасли «Физическая культура и спорт»**

**1. По признаку движения товаров из одной страны в другую внешнеэкономические связи подразделяются на:**

А) коммерческие и государственные

Б) частные и общественные

В) экспортные и импортные

Г) промышленные и кооперативные

**2. К наиболее распространённым административным методом государственного регулирования внешнеэкономических связей относится:**

А) заключение международных договоров и подписание соглашений

Б) международное сотрудничество

В) международные обязательства

Г) международная торговля

**3. Как называются административные методы количественного ограничения экспорта и импорта с целью защиты внутреннего рынка страны?**

А) сертификация

Б) таможенный тариф

- В) таможенные пошлины
- Г) квотирование и лицензирование

**4. Как называется долгосрочная аренда машин и оборудования?**

- А) рентинг
- Б) хайринг
- В) лизинг
- Г) бартер

**5. Что такое бартерные операции?**

- А) встречная закупка товаров
- Б) эквивалентный обмен товарами
- В) выкуп устаревшей продукции
- Г) встречная торговля

### **ТЕМА 11. Менеджмент в физической культуре и спорте. Менеджмент как социально-экономический процесс**

**1. Что такое объект управления?**

- А) это коллектив работников предприятия, организации
- Б) это орган управления – аппарат управленческих работников и руководителей
- В) неформальная группа
- Г) формальная группа

**2. Кто является одним из авторов школы «научного менеджмента»?**

- А) У. Тейлор
- Б) Э. Мейо
- В) А. Файоль
- Г) Г. Форд

**3. Кто был основоположником административной школы управления?**

- А) У. Тейлор
- Б) Э. Мейо
- В) А. Файоль
- Г) Г. Форд

**4. Выделяют три вида информационной роли менеджеров. Какой из перечисленных является неверным?**

- А) поиск информации
- Б) распространение информации
- В) выступления
- Г) беседа

**5. Выделяются три роли менеджера в работе с людьми. Какая из нижеприведенных является неправильной?**

- А) представительская роль
- Б) направляющая роль
- В) неформальное общение

Г) формальное общение

**6. Управление физической культурой и спортом представляет собой:**

А) управление подготовкой спортсменов

Б) систему конкретных форм и методов сознательной деятельности, направленной на обеспечение эффективного функционирования отрасли физической культуры и спорта

В) функцию определения систем, обеспечивающих поддержание их режима деятельности

Г) управление в сфере социальной жизни

**7. Зарубежные специалисты понятие «менеджмент» трактуют как:**

А) эффективное использование ресурсов

Б) административная единица

В) административные навыки

Г) управление в конкретной организации, «внутрифирменное управление»

**8. Дайте наиболее правильное определение понятия «спортивный менеджмент»:**

А) область знаний, помогающая осуществлять эффективное управление

Б) система организации управления производственной деятельностью

В) теория и практика эффективного управления физкультурно-спортивными организациями в рыночных условиях

Г) социальный слой людей, осуществляющих работу по управлению

**9. Спортивные менеджеры должны:**

А) быть профессионально подготовленными в области управления

Б) разбираться в специфике отрасли «физическая культура и спорт»

В) ориентироваться на персонал физкультурно-спортивной организации

Г) А+Б+В

**10. Одной из ролей менеджера является функция антрепренёра (предпринимателя), которая заключается:**

А) распределении ресурсов

Б) повышении эффективности деятельности организации путём внедрения инновационных проектов

В) передаче информации о деятельности организации

Г) разрешение конфликтов

**11. Какие функции менеджмента различают?**

А) главные и второстепенные

Б) основные и конкретные

В) первичные и вторичные

Г) организации и контроля

**12. Основными функциями менеджмента в физической культуре и спорте являются:**

А) организация и планирования

Б) планирование и контроль

В) контроль и координирование

Г) планирования, организация, мотивация, контроль, кондинирование и подготовка кадров

**13. К конкретным функциям менеджмента в физической культуре и спорте относятся:**

А) подготовка спортсменов высокой квалификации

Б) физической воспитание молодёжи, организации физкультурно-спортивной работы с населением, подготовка высококвалифицированных спортсменов, подготовка спортивного резерва, производства спортивных товаров

В) осуществление международных спортивных связей

Г) научное и методическое обеспечение физического воспитания и спорта

**14. Основными функциональными разновидностями менеджмента в физической культуре и спорте является:**

А) внутрифирменный и организационный менеджмент

Б) стратегический, организационный, инновационный и финансовый менеджмент

В) стратегический и организационный менеджмент

Г) инновационный и финансовый менеджмент

**15. Что такое риск-менеджмент?**

А) деятельность по оценке рисков, которые могут возникнуть в работе организации

Б) деятельность по формированию трудовых коллективов

В) деятельность по управлению временными программами

Г) деятельность по выяснению платёжеспособности предпринимателей

**16. Что такое управленческое решение?**

А) решение о соблюдении законодательства

Б) творческий акт субъекта управления, определяющий программу деятельности организации

В) решение, от реализации которых ожидается получение дохода

Г) разработка планов работы коллектива

**17. Что такое законность управленческих решений?**

А) это соответствие их требований законодательным актам

Б) это соответствие функциональным обязанностям лица, принимающего его

В) это непротиворечивость ранее принятым решениям

Г) это соблюдение принятых ранее решений

**18. Определите тип управленческого решения, когда руководитель легко генерирует разнообразной идеей, но не утруждает себя действиями по их проверке и оценке**

А) осторожное решение

Б) инертное решение

В) импульсивное решение

Г) уравновешенное решение

**19. Основными признаками управленческого решения является:**

- А) наличие цели
- Б) возможность выбора из множества альтернатив
- В) необходимость волевого акта лица, принимающего решения
- Г) отсутствие конфликтов в организации

**20. Укажите вид эффективности управленческого решения последующей его характеристики: «максимальный результат при минимальных затратах».**

- А) организационная эффективность
- Б) социальная эффективность
- В) экономическая эффективность
- Г) бытовая эффективность

**21. Конечной целью менеджмента коммерческой физкультурно-спортивной организации является обеспечение ... ее работы путем рациональной организации труда?**

- а) прибыльности
- б) доходности
- в) убыточности
- г) банкротства
- д) криминализации

**ТЕМА 12. Технология создания физкультурно-спортивной организации**

**1. Какие виды процедур содержит технология создания физкультурно-спортивной организации:**

- А) формальные и неформальные
- Б) основные и дополнительные
- В) первичные и вторичные
- Г) экономические и технологические

**2. В группу основных процедур технологии создания физкультурно-спортивной организации входит (расположите в правильной последовательности):**

- А) выбор организационно правовой формы
- Б) получение информации и оформление документации
- В) выбор средств и способов финансирования
- Г) получение лицензии

**3. Является ли отказ в государственной регистрации общественного объединения препятствием для повторной подачи документов?**

- А) является
- Б) не является
- В) не является, если устранены основания, вызвавшие отказ
- Г) такие случаи законом не оговариваются

**4. Деятельность каких физкультурно-спортивных организаций подлежит лицензированию?**

- А) негосударственных организаций и индивидуальных предпринимателей
- Б) государственных предприятий
- В) государственных и коммерческих предприятий
- Г) индивидуальных предпринимателей

**5. Решение о выдаче или отказе в выдаче лицензии принимается лицензионной палатой в течение:**

- А) семь дней со дня подачи заявлений
- Б) 30 дней со дня подачи заявления
- В) двух месяцев со дня подачи заявления
- Г) шести месяцев со дня подачи заявления

**ТЕМА 13. Физкультурно-спортивные организации по предоставлению детям и молодёжи социально-культурных услуг**

**1. На какие типы подразделяются клубы физической культуры и спорта общеобразовательных учреждений?**

- А) младших и старших классов
- Б) мужские и женские
- В) детско-подростковые, подростковые и юношеские
- Г) взрослые и детские

**2. По видам клубы физической культуры и спорта образовательных учреждений могут быть классифицированы на:**

- А) спортивные и оздоровительные
- Б) спортивные и технические
- В) оздоровительные и технические
- Г) физкультурно-спортивные, спортивные, спортивно-технические

**3. Имеет ли право спортивная школа осуществлять предпринимательскую деятельность?**

- А) имеет право, если она осуществляется не в ущерб основной уставной деятельности
- Б) не имеет право
- В) имеет право, но доход нельзя использовать для увеличения зарплаты сотрудникам
- Г) имеет, без всяких условий

**4. Кем финансируется деятельность спортивной школы?**

- А) Госкомитетом РФ по физической культуре и спорту
- Б) её учредителем
- В) средствами родителей
- Г) средствами спонсоров

**5. Общее руководство спортивной школы осуществляет:**

- А) директор школы
- Б) учредитель школы

- В) спонсоры школы
- Г) совет спортивной школы, представляющий работников и занимающихся

#### **ТЕМА 14. Контрактирование в сфере физической культуры и спорта**

##### **1. Что такое контракт о спортивной деятельности?**

- А) договор об аренде спортивного сооружения
- Б) соглашение о сотрудничестве между спортивными клубами
- В) соглашение между спортсменом и руководителем физкультурно-спортивной организацией в письменной форме
- Г) договор между предприятием и спортивным клубом о предоставлении услуг

##### **2. С какого возраста спортсмену разрешается самостоятельное заключение контракта о спортивной деятельности?**

- А) с 14 лет
- Б) с 16 лет
- В) с 18 лет
- Г) с 20 лет

##### **3. С целью проверки профессиональных качеств спортсмена в контракте может оговариваться испытательный срок длительностью до:**

- А) 3-х месяцев
- Б) 1-го года
- В) 1-го месяца
- Г) 6-ти месяцев

##### **4. Какие меры ответственности спортсмена предусматривает контракт о спортивной деятельности?**

- А) дисквалификация спортсмена
- Б) разрыв контракта
- В) предупреждение
- Г) штрафные санкции, материальная ответственность, разрыв контракта, возмещение средств, затраченных на подготовку спортсмена

##### **5. Ответственность организации перед спортсменом по контракту заключается в:**

- А) в штрафных санкциях
- Б) письменном предупреждении, досрочным расторжением контракта, в ответственности за причинение вреда здоровью спортсмена
- В) лишение лицензии
- Г) снижение финансирования

## **ТЕМА 15. Маркетинг в сфере физической культуры и спорте**

**1. Маркетинговая деятельность в сфере физической культуры и спорта строится на основе таких принципов, как:**

- А) направленность на достижения конечного практического результата
- Б) концентрация производства
- В) направленность на новые условия хозяйствования
- Г) концентрация научно-исследовательских, организационных усилий на маркетинговую деятельность

**2. Применительно к спортивной организации, концентрация стратегического управления маркетингом представляется в следующем виде:**

- А) анализ рынка и возможностей спортивной организации
- Б) определение целей маркетинга
- В) внешняя среда спортивного маркетинга, анализ рынка, возможности и ресурсы спортивной организации
- Г) выработка стратегии маркетинга

**3. Управление маркетингом в новых условиях хозяйствования состоит в:**

- А) планировании, кадровой политике, управлении и финансировании маркетинговой деятельности
- Б) финансировании маркетинга
- В) подготовке кадров, финансирование маркетинговой деятельности
- Г) подготовке кадров

**4. К основным функциям спортивного маркетинга относятся:**

- А) анализ окружающей среды, потребителей и рыночные исследования
- Б) планирование продукции
- В) спрос и цена на продукцию
- Г) планирование, анализ потребителей и обеспечение социальной ответственности и управления маркетингом

**5. Перечислите основные принципы спортивного маркетинга:**

- А) знание возможности рынка, изучение потребителя, производство в соответствие со спросом, формирование спроса
- Б) стимулирование продажи товаров и услуг
- В) планирование ассортимента товаров и услуг
- Г) организация распространения товаров и услуг

**6. Родиной спортивного маркетинга является**

- А) Канада
- Б) Англия
- В). США
- Г) Япония

**7. В чем состоит ограничение возможностей применения маркетинга в спортивных организациях России в современный период**

- А) на незрелом рынке возможен только незрелый маркетинг

Б) квалифицированный маркетинг может быть осуществлен только под руководством зарубежных специалистов

В) маркетинг в отечественном спорте пока чисто теоретическая дисциплина и станет, необходим по мере выхода экономики России на уровень развитых стран.

**8. Маркетинговая модель не является (укажите лишнее):**

А) комплексом принципов управления

Б) инструментом для рыночных прогнозов

В) идеальным типом экономической деятельности на рынке

Г) объяснением, как функционирует рынок и его отдельные сегменты

**9. Определение маркетинга:**

А) Это стратегия фирмы, ориентируемая на общность интересов и предпочтений покупателей, а не на различия в нуждах и отношениях.

Б) Это один из главных элементов рыночной стратегии фирмы.

В) Это вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей путем обмена.

**10. Маркетинговое исследование это:**

А) исследование маркетинга

Б) постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации

В) сбор, упорядочивание, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения различных маркетинговых проблем

**11. Вторичные данные в маркетинге.**

А) перепроверенная информация

Б) второстепенная информация

В) информация, полученная из посторонних источников

Г) информация из внешних источников или собственная информация, первоначально полученная с другими целями

**12. Сегментирование рынка – это:**

А) разделение рынка на отдельные части (сегменты)

Б) деятельность по классификации возможных потребителей в соответствии с качественными особенностями их спроса

В) стратегия выборочного проникновения на рынок

**13. Какие факторы не относятся к географическому принципу сегментирования (укажите лишнее):**

А) плотность населения

Б) климат

В) регион, город

Г) возраст

**14. Поведенческие признаки сегментирования это (укажите лишнее):**

А) повод для совершения покупки

Б) искомые выгоды

В) интенсивность потребления

Г) уровень доходов

Д) статус пользователя

**15. Студенты вузов физической культуры и спорта сегментированы по:**

- А) географическому признаку
- Б) демографическому признаку
- В) психографическому признаку
- Г) поведенческому признаку

**16. Демографические признаки сегментирования (укажите лишнее):**

- А) возраст и размер семьи
- Б) жизненный цикл семьи
- В) пол и образование
- Г) уровень доходов и род занятий
- Д) образ жизни

## **ТЕМА 16. Рекламная деятельность в спорте**

**1. Прямая реклама не использует следующие формы:**

- А) письма, открытки, календари
- Б) каталоги, проспекты
- В) рекламные TVролики

**2. В развитых странах ведущей формой, продвижения инвестиционных товаров на рынке в последние годы стала:**

- А) телереклама
- Б) реклама на выставках и ярмарках
- В) система "Паблик Рилейшнз"

**3. Если понимать рекламу как информацию, распространяемую для неопределенного круга лиц, то рекламой нельзя будет назвать (укажите лишнее):**

- А) информацию в изданиях, распространяемых только по подписке
- Б) информацию, адресованную конкретным сегментам потребительского рынка
- В) информацию недоступную для отдельных категорий возможных клиентов

**4. Что такое покупательский спрос на спортивный продукт?**

- А) Готовность покупателя в данный отрезок времени приобрести определенные количества по каждой из предложенных на рынке цен;
- Б) Готовность покупателей в данный отрезок времени приобрести товар по вполне определенной цене;
- В) Состояние готовности потенциальных потребителей приобрести товар

**5. Для того чтобы охарактеризовать какое-то сообщение как рекламное важно убедиться в следующем:**

- А) наличный характер представления и продвижения идей, товаров и услуг

Б) оплачиваемость сообщения заинтересованным в продаже определенным лицом

В) верно и то и другое

Г) верно, если первое сочетается со вторым

**6. Марочное название – это:**

А) товарная марка, которую можно произвести

Б) фирменный знак, который можно опознать в виде символа

В) товарная марка, зарегистрированная и обеспеченная правовой защитой

**7. Наиболее распространенным методом определения суммы расходов на рекламу является метод:**

А) расчет в процентах к уровню сбыта или объему продаж

Б) в зависимости от целей и задач

В) конкурентного паритета

Г) в зависимости от наличных средств

**8. Указать последовательность этапов процесса принятия потребителем решения о покупке спортивного товара предварительного выбора:**

А) сравнения вариантов, сбор информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку

Б) осознание проблемы, реакция на покупку

В) осознание проблемы, сбор информации, сравнение вариантов, решение о покупке, реакция на покупку

Г) сбор вариантов, осознание проблемы, сравнение вариантов, решение о покупке, реакция на покупку

**9. Спортивное спонсорство – это:**

А) меценатство

Б) благотворительность

В) реклама на средствах массовой информации

Г) один из элементов маркетинговой политики в спорте многих стран

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Образец оформления титульного листа**  
**СМОЛЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СПОРТА**

Кафедра менеджмента и естественно-научных дисциплин

Научно-исследовательская работа по дисциплине  
«Экономика физической культуры и спорта»  
на тему:

**Рынок труда и проблема безработицы в сфере физической  
культуры и спорта в России (сравнительный анализ за ... период)**

**Иванова Максима Леонидовича,**  
студента 3 курса, гр. 1-1-09,  
факультет физической культуры и спорта

**Преподаватель:**  
к.п.н., доцент  
И.А. Ефременкова

Смоленск – 2025

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2

### Проект бизнес-плана

#### Разделы бизнес-плана

1. Резюме
2. Анализ рынка
3. Характеристика товаров (услуг), производимых фирмой
4. Организационный план
5. Производственный план
6. Маркетинговый план
7. Финансовый план
8. Риски.

#### Описание содержания разделов

**1. Резюме.** Резюме содержит следующую информацию:

- цель бизнес-плана,
- потребность в финансовых ресурсах и их предназначение,
- краткое описание бизнеса и его целевого клиента,
- преимущества бизнеса,
- выдержки из основных финансовых предложений.

Ваш бизнес-план должен начинаться с выводов. Вы напишите их в самую последнюю очередь, но именно они должны быть самым первым пунктом вашего бизнес-плана. Выводы должны быть краткими – не более 1-2 страниц. Резюме – это самостоятельный рекламный документ, т. к. в нем содержатся основные положения всего бизнес-плана.

**2. Анализ рынка.**

В данном разделе бизнес-плана описываются проведенные Вами исследования тенденций на рынке, групп потребителей (целевые аудитории), их привычек и предпочтения, также исследования рынка аналогичных товаров: основные конкуренты, преимущества и недостатки их продукции (услуг), как они могут отреагировать на появление Вашего товара (услуги). Следует заострить внимание на тех качествах Вашего товара (услуги), на которые Вы будете обращать внимание потребителя, чтобы выиграть в конкуренции.

**3. Характеристика услуги.**

- основные задачи, которые выполняет Ваша предприятие для клиента;
- характеристика предлагаемых товаров и/или услуг (ассортимент и прейскурант), описание инфраструктуры местности, сроков.

**4. Организационный план** включает описание:

1. организационно-правовой формы;
  2. потребности в кадрах:
- организационная схема предприятия;

- обоснование потребности в кадрах;
- штатное расписание и должностные инструкции.

### 3. потребности в административных и производственных помещениях.

Факторы, влияющие на определение потребности в административных и производственных помещениях:

- Специфика производства;
- Персонал предприятия;
- Финансовые возможности предприятия (аренда или покупка помещений)

и т. д.

### **5. Производственный план.**

Здесь могут быть описаны основные технологические решения, необходимое оборудование, лицензии, патенты, особенности производства, источники поставки основных материалов и оборудования, цены на них. Необходимо учесть все производственные потребности: техническое оснащение (оборудование), сырье и материалы и т. д. В производственном плане также должны быть рассчитаны затраты на производство и составлен план производства продукции.

### **6. Маркетинговый план.**

В данном разделе необходимо продумать и описать основные элементы своего плана маркетинга:

- конкурентные преимущества услуги, товара;
- предполагаемые каналы реализации услуги, товара; ценообразование;
- схему распространения товаров/услуг;
- рекламу;
- методы стимулирования продаж;
- организацию послепродажного сопровождения, формирования имиджа.

### **7. Финансовый план.**

Основные направления раздела:

- Расчет необходимых инвестиций;
- Расчет кредита и схема возврата кредита (если требуется);
- Прогноз выручки и достижения точки безубыточности;
- Прогноз и расчет текущих затрат;
- Расчет налогов;
- Расчет движения денежных средств.
- Расчет прибылей (убытков).

Цель раздела – спрогнозировать на основе результатов предыдущих разделов выручку, затраты на производство и реализацию продукции/услуги по годам (месяцам) и определить эффективность деятельности (прибыль, рентабельность, срок окупаемости).

При этом финансовые прогнозы составляются на 3-5 лет.

*Пример финансового плана:*

#### **Расчет расходов**

- **Инвестиции на открытие**
- Регистрация, включая получение всех разрешений 10 000 руб.

- Вывеска 35 000
- Косметический ремонт 25 000
- Создание и продвижение сайта 130 000
- Рекламная кампания 30 000
- Рекламные материалы 20 000
- Закупка оборудования 230 800
- Прочее 10 000
- *Итого 490 800*
- **Ежемесячные затраты**
- ФОТ (включая отчисления на соцстрах) 144 550
- Аренда 25 000
- Коммунальные услуги 4 000
- Реклама 25 000
- Бухгалтерия (удаленная) 10 000
- Непредвиденные расходы 10 000
- *Итого 218 550*

План продаж на 12 месяцев с учетом сезонности, прогноз эффективности инвестиций и расчет экономических показателей бизнеса.

#### **Расчет доходов**

- Доходы за год = Сумма ежемесячных доходов за 12 месяцев
- Прибыль от деятельности = Доходы – Расходы

#### **Основные финансовые показатели**

- Сумма первоначальных инвестиций
- Точка безубыточности<sup>2</sup>
- Срок окупаемости
- Рентабельность проекта

**8. Риски.** Риск-вероятность возникновения потерь или недополучения доходов.

В данном разделе указываются риски и описываются способы уменьшения влияния данных негативных факторов на деятельность организации (страхование и т.д.). Также рассчитывается устойчивость проекта к возможным внешним экономическим изменениям (инфляция, несвоевременные выплаты потребителей), и внутренним (изменение себестоимости продукции, объема сбыта).

Виды рисков:

---

<sup>2</sup> Точку безубыточности рассчитывают в денежных единицах или в натуральном выражении:

- **В натуральном выражении** рассчитывают компании, которые продают один товар или услугу.

Формула для расчёта: точка безубыточности (в натуральном выражении) = Постоянные затраты / (Цена единицы товара или услуги – Переменные затраты на единицу товара или услуги).

- **В денежном выражении** рассчитывают, если бизнес производит или продаёт несколько товаров и услуг. Формула: точка безубыточности (в денежном выражении) = Постоянные затраты / (Выручка – Переменные затраты) × Выручка.

Также для наглядного определения точки безубыточности можно использовать **графический метод**. На горизонтальной оси указывают объём реализованной продукции в натуральном выражении, на вертикальной — отмечают все затраты бизнеса в денежном выражении и выручку. Точка безубыточности — пересечение линий общих издержек и выручки.

1. Финансово-экономические
2. Политические
3. Природно-климатические
4. Экологические и т. д.

Анализируется необходимость страхования бизнеса.

### **ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Формулы расчета основных экономических показателей**

**Валовой доход (R)** равен выручке от реализации всей продукции (в денежных единицах, рублях, долларах и др.):  $R = P \cdot Q$ , где **P** – цена продукта, **Q** – количество проданных единиц товара.

**ВВП по расходам** определяет ВВП через вычисление суммы всех расходов субъектов хозяйственной деятельности на приобретение конечных продуктов и услуг:  $ВВП = C + I_g + G + NX$ , где: **C** – потребительские расходы населения; **I<sub>g</sub>** – валовые частные инвестиции в национальную экономику; **G** – государственные закупки товаров и услуг; **NX** – чистый экспорт (абсолютная разница между экспортом и импортом государства).

**ВВП по доходам** – сумма доходов владельцев субъектов хозяйственной деятельности. То есть суммируются доходы всех субъектов хозяйственной деятельности, осуществляющих деятельность на территории государства. При этом суммируются доходы как резидентов, так и нерезидентов. Формула расчета:  $ВВП = W + Q + R + P + T$ , где **W** – заработная плата, выплаченная субъектами хозяйственной деятельности, независимо от наличия (отсутствия) гражданства; **Q** – отчисления на социальное страхование и другие обязательные платежи; **R** – валовая прибыль субъектов хозяйственной деятельности; **P** – валовой смешанный доход; **T** – налоги на производство и импорт (из данной суммы вычитаются государственные субсидии, если таковые имеют место).

$$\text{ВВП-дефлятор} = \frac{\text{номинальный ВВП}}{\text{реальный ВВП}}$$

**ВВП по расходам** – сумма благ и услуг в распоряжении общества в определенный период времени; денежная оценка конечных продуктов и услуг, произведенных за год. В показатель ВВП входят:

1. Потребительские расходы (C).
2. Валовые частные инвестиции в национальную экономику (I<sub>g</sub>).
3. Государственные закупки товаров и услуг (G).
4. Чистый экспорт X<sub>n</sub>, который представляет разность между экспортом и импортом.

Т. о., суммарный ВВП можно вычислить по формуле:  
$$\text{ВВП} = C + I_g + G + X_n$$

**ВВП по доходам** составляет сумму доходов отдельных лиц и предприятий (зарплата, процент, прибыль, рента) и определяется как сумма вознаграждения владельцев факторов производства. В этом случае в ВВП также включены косвенные налоги на предприятия, амортизация, доходы от собственности. ВВП может также определяться как сумма доходов отраслей народного хозяйства.

**Издержки производства:**  $C + V = K$  (3), где  $C$  – материальные затраты, т. е. стоимость израсходованных средств производства, а  $V$  – расходы по оплате труда.

**Коэффициент эластичности спроса:**  
$$E_d = \frac{\text{процент изменения } Q \text{ (количество)}}{\text{процент изменения } P \text{ (цена)}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P}$$

**Общие издержки (ТС)** – сумма постоянных и переменных затрат фирмы, производящей определенный объем выпуска в краткосрочном периоде.

Определяются по формуле:  $ТС = FC + VC$

**Правило максимизации полезности** –  $\frac{MU_1}{P_1} = \frac{MU_2}{P_2} = \frac{MU_3}{P_3}$ , где  $MU_1$  – предельная полезность первого набора товаров и т. д.,  $P_1$  – цена первого набора товаров и т. д.

**Предельные издержки (МС)** – дополнительные или добавочные издержки, связанные с производством еще одной единицы продукции. Предельные издержки помогают определить предельную загруженность, выше которой производство неэффективно. Рассчитываются по формуле:  $МС = \Delta ТС / Q$ , где  $ТС$  – совокупные общие затраты;  $Q$  – объем производства.

Поскольку постоянные издержки не меняются, то постоянные предельные издержки всегда равны нулю, т. е.  $MFC = 0$ . Поэтому предельные издержки – это всегда предельные переменные издержки, т. е.  $MVC = MC$ . Из этого следует, что увеличивающаяся отдача переменных факторов сокращает предельные издержки, а понижающаяся отдача – наоборот, их увеличивает.

**Предельный доход (MR)** представляет собой приращение валового дохода  $R(Q)$  от продажи дополнительной единицы продукции. Его рассчитывают как отношение прироста валового дохода к приросту количества продукции: Предельный доход = прирост валового дохода / прирост продукции =  $MR = \Delta R(Q) / \Delta Q$

**Предельная полезность**  $MU = \frac{U_{11}-U_{10}}{11-10} = \frac{U_{11}-U_{10}}{1}$ , где  $U$  – количество товара

**Предельная склонность к потреблению (MPC):**  $MPC = \frac{\text{изменения в потреблении}}{\text{изменения в доходе}}$

### Прибыль предприятия:

Вид прибыли	Способ расчета
Общая прибыль	= валовой доход – издержки производства
Экономическая прибыль	= валовой доход – экономические издержки на все ресурсы
Бухгалтерская прибыль	= валовой доход – явные издержки
Чистая экономическая прибыль	= бухгалтерская прибыль – неявные издержки производства
Чистая прибыль	= общая прибыль – налоги, обязательные платежи
Нормальная прибыль	= нормативная отдача на капитал + норма предпринимательского дохода
Хозяйственная прибыль	= нормальная прибыль + экономическая прибыль
Предельная прибыль	= предельный доход – предельные издержки

**Равновесная цена** – это цена, при которой объем спроса ( $Q_d$ ) на рынке равен объему предложения ( $Q_s$ ).

$$P_e = \frac{Q_d + Q_s}{P_1 + P_2}$$

Если  $Q_d = Q_s$  – рынок равновесный

$Q_d > Q_s$  – рынок дефицитный

$Q_d < Q_s$  – рынок избыточный

**Средние издержки (AC)** – издержки в расчете на единицу продукции. Используются для формирования цены. Средние постоянные издержки определяют путем деления суммарных постоянных издержек на количество произведенной продукции:  $AC = TC/Q$ , где  $TC$  – совокупные общие затраты;  $Q$  – объем производства

**Средний доход (AR)** рассчитывается на единицу проданной продукции путем деления валового дохода на количество реализованной продукции:  $AR = R(Q) / Q$

**Средняя склонность к потреблению (APC):**  $APC = \frac{\text{потребление}}{\text{доход}} \cdot 100\%$

**Средняя склонность к сбережению (MPS):**  $MPS = \frac{\text{изменения в сбережениях}}{\text{изменения в доходах}}$

**Средние постоянные издержки (AFC)** – общие постоянные издержки на единицу продукции. Они определяются путем деления постоянных издержек (FC) на соответствующее количество (объем) выпущенной продукции:  $AFC = FC/Q$ .

Средние постоянные издержки будут падать по мере увеличения количества выпускаемой продукции, ибо фиксированная сумма издержек распределяется на все большее и большее количество единиц продукции. И наоборот, при сокращении объема производства средние постоянные издержки будут расти.

**Средние переменные издержки (AVC)** – общие переменные издержки на единицу продукции. Определяются путем деления переменных издержек на соответствующее количество выпущенной продукции:  $AVC = VC / Q$

Средние переменные издержки вначале падают, достигая своего минимума, затем начинают расти.

**Ставка процента на капитал** =  $\frac{\text{процент}}{\text{сумма капитала}} \cdot 100\%$

**Ставка процента реальная** = номинальная ставка – темп инфляции

**Уровень безработицы** =  $\frac{\text{число безработных}}{\text{численность трудовых ресурсов}} \cdot 100\%$

## **Перечень основной и дополнительной литературы**

### **Рекомендуемая литература (основная):**

1. Боровских С.В. Экономика [Электронный ресурс]: учеб. пособие / С.В. Боровских. – Иркутск: ООО «Мегапринт», 2016. – 137 с. – Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/586505>
2. Ефременкова И.А. Экономика физической культуры и спорта: учебно-методическое пособие [Электронный ресурс]: – Смоленск, 2023. – 146 с. – Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/706488>

### **Дополнительная литература**

1. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта: учебное пособие / М. И. Золотов. – М: Академия, 2004. – 432с.
2. Пузыня, Т.А. Финансово-экономический анализ деятельности

спортивной организации [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Т.А. Пузыня. – Великие Луки: Великолукская государственная академия физической культуры и спорта, 2016. – 151 с. – Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/458168>

3. Перфильева, И.В. Деловые игры и ситуации для практических занятий по дисциплине «Менеджмент и экономика физической культуры и спорта» [Электронный ресурс]: учеб.-метод. пособие / Е.Ю. Тимошенко, И.В. Перфильева. – Волгоград: ВГАФК, 2011. – 114 с. – Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/230535>

4. Золотов, М.И. Актуальные проблемы экономики и предпринимательства в сфере физической культуры и спорта [Электронный ресурс]: метод. указания, задания и учеб. материал для практ. занятий / М.М. Золотов, Н.А. Ушакова, М.И. Золотов. – М.: РГУФКСМиТ, 2015. – 35 с. – Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/373505>

### **Перечень ресурсов информационно-коммуникативной сети Internet, необходимый для освоения дисциплины**

1. Электронно-библиотечная система (ЭБС) «РУКОНТ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/>

2. Электронно-библиотечная система (ЭБС) «BOOK.ru» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.book.ru/>

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/>

4. Центральная отраслевая библиотека по физической культуре и спорту [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.sportedu.ru>

5. Спортивная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sportfiction.ru/>

6. Экономика. Социология. Менеджмент (ЭСМ) – Федеральный образовательный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>

7. Экономический справочник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://econtool.com/entsiklopedii-ekonomicheskoy-nauki.html>

#### ***Справочно-информационные системы:***

1. «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]: справочная правовая система. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

2. «Гарант» [Электронный ресурс]: справочная правовая система. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>

Дата сдачи в печать 29.01.2025 г. Формат 60x841/16.  
Усл. печ. л. 7,31. Тираж 200 экз. Заказ № 25/12.

---

Отпечатано в ФГБОУ ВО «СГУС»,  
г. Смоленск, проспект Гагарина, 23.  
Тел.: (4812) 30-71-69