

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ КАК ОТРАСЛЬ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА

1. Сущность отрасли ФКиС, ее функции
2. Межотраслевые связи ФКиС
3. Структура ФКиС
4. Условия и факторы функционирования ФКиС
5. Основные показатели развития ФКиС

1. СУЩНОСТЬ ОТРАСЛИ ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И ЕЕ ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ

Отрасль экономики — совокупность организаций, предприятий и производств, характеризующихся:

- 1) единством назначения выпускаемой продукции (товаров, услуг);
- 2) общностью сырья, технологических процессов, основных фондов;
- 3) особым профессиональным составом кадров и спецификой условий труда.

При регистрации любого юридического лица предусмотрено обязательное определение отраслевой принадлежности.

Цели существования отрасли, как системы, совпадают с целями хозяйствующей организации:

- выпуск продукции;
- сохранение производственного потенциала (доступа к ресурсам);
- социальное развитие персонала отрасли;
- поддержка государственных структур.

Отрасль ФКиС – совокупность организаций и предприятий независимо от организационно-правовой формы и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в области физической культуры и спорта.

Основные признаки отрасли ФКиС:

1. Единство назначения продукта.
2. Специфическая материально-техническая база (спортивные сооружения).
3. Особый профессиональный состав кадров и специфика условий труда.
4. Бюджетное финансирование осуществляется в соответствии с самостоятельной статьей государственных расходов.
5. Собственные государственные, муниципальные и общественные органы управления.

Функции отрасли ФКиС:

1. Участие в воспроизводстве совокупной рабочей силы.
2. Профессионально-прикладная физическая подготовка кадров отдельных видов деятельности.
3. Воспитание патриотизма граждан, подготовка их к защите Родины.
4. Создание благ, расширение сферы потребления.
5. Расширение физических возможностей человека.
6. Политическая функция.
7. Укрепление международных связей, развитие международного туризма, рост экспортно-импортных операций.
8. Социальная функция.

2. Межотраслевые связи ФКиС

Другие отрасли экономики взаимодействуют с ФКиС через:

1. Формирование экономического потенциала.

2. Интеграционные процессы.

3. Получение внешнего положительного экономического эффекта.

Формируют экономический потенциал ФКиС:

1. Строительство – строительство спортивных зданий и сооружений.
2. Машиностроение – производство спортивного инвентаря и оборудования.
3. Образование – подготовка кадров.
4. Наука – проведение необходимых для развития физической культуры научных исследований.

Интеграционными процессами с отраслью ФКиС тесно связаны:

1. Туризм,
2. Образование,
3. Здравоохранение,
4. Культура,
5. Средства массовой информации,
6. Бытовое обслуживание,
7. Жилищно-коммунальное хозяйство.

3. Структура ФКиС

Основная структура отрасли:

- а) **физическая культура** – организация досуговой деятельности, приносящей радость, удовлетворяющей естественные потребности человека в движении, полноценном отдыхе, общении;
- б) **спорт** – организация зрелищных мероприятий – самых массовых, удовлетворяющих эстетические, познавательные, эмоциональные интересы потребителей.

Градации современного спорта (ФЗ «О ФКиС в РФ» от 04.12.2007 N 329-ФЗ):

- 1. Массовый спорт** - часть спорта, направленная на физическое воспитание и физическое развитие граждан;
- 2. Профессиональный спорт** - часть спорта, направленная на организацию и проведение спортивных соревнований, за участие в которых спортсмены получают вознаграждение;
- 3. Спорт высших достижений** - часть спорта, направленная на достижение спортсменами высоких спортивных результатов на официальных всероссийских и международных спортивных соревнованиях.

Структура ФКиС



Схема функционирования рынка услуг физической культуры и спорта



Классификация услуг сферы ФКиС

Критерий классификации	Виды услуг
По уровню спорта	Услуги спорта высших достижений Услуги массового спорта
По категории спорта	Услуги лечебной, адаптивной физической культуры и спорта
По виду спорта	Услуги по волейболу, футболу и т.п.
По форме распределения общественных форм потребления	Услуги платные Услуги бесплатные
По мотивам производства	Коммерческие Некоммерческие
По форме потребления	Массовые Индивидуальные
По характеру потребления	Физкультурно-спортивные, зрелищные, консультативные, образовательные (среднее, высшее, дополнительное образование, ДЮСШ, СДЮШОР и т.п.), информационные
По цели потребления	Личные, коллективные, деловые
По месту в процессе потребления	Основные, сопутствующие, дополнительные
По характеру потребности	Услуги организованных занятий спортом Услуги неорганизованных занятий спортом
По уровню услуги	Простые – стандартные, сложные – комплексные Профессиональные
По виду потребности	Цель улучшение здоровья, цель косметический эффект
По режиму потребления	Не регулярные Регулярные

4. Условия и факторы функционирования ФКиС

Внешняя среда прямого воздействия:

1. Рынок товаров и услуг.
2. Рынок средств производства.
3. Рынок труда.
4. Финансовый рынок.
5. Государственные и отраслевые органы управления.

Внешняя среда косвенного воздействия:

1. Экономическая ситуация.
2. Политическая обстановка.
3. Демографическая ситуация.
4. Социально-культурная среда.
5. Природно-климатические условия.
6. Научно-технический прогресс и т.д.

5. Основные показатели развития ФКиС

1. Численность систематически занимающихся спортом, общее число коллективов ФК и спортивных клубов.
2. Количество физкультурно-спортивных сооружений по видам.
3. Пропускная способность действующих спортивных сооружений.
4. Степень обеспеченности населения спортивными сооружениями, ее соответствие социальным и международным нормам.
5. Строительство новых спортивных сооружений, объемы капитальных вложений, пропускная способность новых спортсооружений.
6. Данные о кадрах системы ФКиС.
7. Данные по сети спортивных школ.
8. Объемы финансирования системы ФКиС.
9. Данные по объему платных физкультурно-спортивных услуг, предоставляемых населению.
10. Основные направления расходов.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА В ОБЛАСТИ ФКиС

1. Сущность государственная политики
2. Причины участия государства в развитии ФКиС
3. Меры государственной поддержки развития ФКиС

1. Сущность государственной политики

- **Государственная политика в области ФКиС** является частью социально-экономической политики государства.
- **Государственная экономическая политика** – генеральная линия действий и совокупность мер, проводимых правительством от лица государства в области производства, распределения, обмена, потребления, накопления, экспорта, импорта экономического продукта в стране.
- **Социальная политика** – это деятельность государства и других политических и социальных институтов, направленная на прогрессивное развитие социальной сферы жизни общества, на совершенствование условий, образа и качества жизни людей, на обеспечение их жизненных потребностей и т.д.

Основные задачи государственной социально-экономической политики:

1. Повышение доходов граждан и уровня их жизни.
2. Стабилизация жизненного уровня нетрудоспособного населения.
3. Гарантии потребления минимального объема социальных благ.
4. Развитие социальной сферы.
5. Охрана труда.
6. Региональное развитие.

Методы воздействия государства на экономику:

1. Прямое регулирование:

- прямое государственное финансирование;
- программно-целевые методы;
- госзаказ, квотирование, лицензирование;
- государственное предпринимательство.

2. Косвенное регулирование с помощью инструментов налоговой, кредитно-денежной, таможенной, амортизационной политики государства.

2. Причины участия государства в развитии ФКиС

Случаи «банкротства рынка»:

1. Предложение чистых общественных благ, обладающих признаками неисключаемости и несоперничества в потреблении;
2. Влияние положительных внешних эффектов;

Особенности соотношения спроса и предложения:

1. Несовершенная конкуренция между поставщиками физкультурно-спортивного продукта;
2. Альтернативная стоимость времени, необходимого для потребления услуг ФКиС, с развитием общества постоянно растет.
3. Особенности динамики издержек на производство физкультурно-оздоровительных и спортивных благ.
4. Несовершенная информированность потребителей, или информационная асимметрия.

Предметом государственного регулирования ФКиС выступают:

1. Материальные и квалификационные условия осуществления определенных видов деятельности через лицензирование, аттестацию и прочее.
2. Отдельные характеристики производимых продуктов и предоставляемых услуг (например, услуги образовательных учреждений, спортивных школ).
3. Экономические условия осуществления деятельности (регулирование ценообразования, распределения дохода, уровня концентрации производства и т.д.).

Принципы государственной политики в области ФКиС:

1. Обеспечение права каждого на свободный доступ к ФКиС.
2. Единство нормативной правовой базы в области ФКиС на всей территории РФ.
3. Сочетание государственного регулирования с саморегулированием.
4. Установление государственных гарантий прав граждан в области ФКиС.
5. Запрет на дискриминацию и насилие в области ФКиС.
6. Обеспечение безопасности жизни и здоровья лиц, занимающихся ФКиС, участников и зрителей.
7. Соблюдение международных договоров РФ в области ФКиС.
8. Содействие развитию ФКиС инвалидов, лиц с ограниченными возможностями здоровья и других социально незащищенных групп населения.
9. Взаимодействие государственных органов исполнительной власти, органов местного самоуправления со спортивными федерациями.
10. Непрерывность и преемственность физического воспитания граждан различных возрастных групп.
11. Содействие развитию всех видов и составных частей спорта.

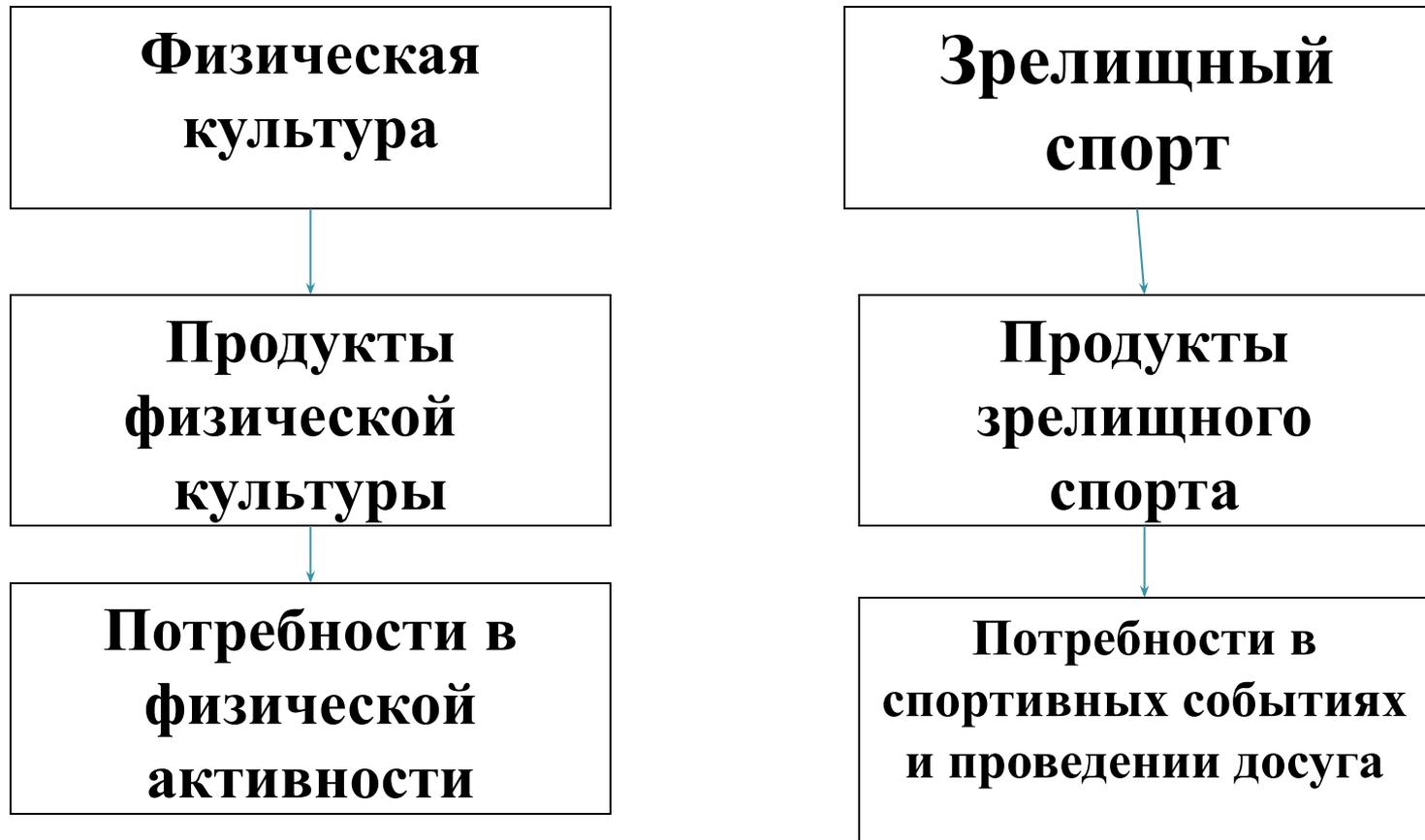
3. Меры прямого государственного регулирования ФКиС:

1. Ежегодное финансирование мероприятий в области ФКиС.
2. Предоставление государственных финансовых, материально-технических и информационных ресурсов.
3. Содержание физкультурно-оздоровительных, спортивных и спортивнотехнических сооружений, находящихся в собственности РФ.
4. Создание условий для строительства и содержания спортивных сооружений по месту жительства граждан.
5. Разработка, организация и финансирование целевых программ в области ФКиС.
6. Выделение ассигнований на комплексные научные исследования по проблемам развития спорта различных направлений.
7. Организация лицензирования деятельности в области ФКиС и обязательной сертификации спортивных изделий и техники.
8. Обеспечение пропаганды ФКиС, физкультурно-спортивного движения и олимпийского движения России.
9. Поощрение меценатства и благотворительности в сфере ФКиС.
10. Поддержка внешнеэкономических связей ФКиС.

Меры косвенного государственного регулирования:

1. Освобождаются от таможенной пошлины, налога на добавленную стоимость и акциза:
 - спортивные товары, оборудование и медикаменты, ввозимые на таможенную территорию РФ в качестве безвозмездной помощи иностранных юридических и физических лиц;
 - ввозимые на таможенную территорию РФ товары, предназначенные для обеспечения проведения международных спортивных соревнований;
2. При исчислении облагаемой прибыли от предпринимательской деятельности, валовая прибыль организаций уменьшается на сумму, целевым назначением направляемую в Олимпийский комитет России и Национальный фонд спорта.
3. Стоимость имущества предприятий, используемого исключительно для нужд ФКиС, на облагается налогом на имущество.
4. Суммы премий и вознаграждений спортсменам за выступления на чемпионатах и кубках мира, чемпионатах и кубках Европы, Олимпийских играх не облагаются налогом на доходы физических лиц.
5. Курортный сбор не взимается с лиц, прибывших для участия в учебно-тренировочных сборах и спортивных соревнованиях.

Предложение и спрос на рынке услуг отрасли «Физическая культура и спорт»



Разница в содержании понятий «физическая культура» и «спорт»

Классификация продуктов физической культуры и спорта

Группы/типы	Продукты физической культуры	Продукты зрелищного спорта
Материальные продукты	<p>✓ Домашние/ полупрофессиональные тренажеры и приспособления для выполнения физических упражнений;</p> <p>✓ Спортивная одежда и обувь;</p> <p>✓ Спортивное площадки/ сооружения для внедомашних занятий</p>	<p>✓ Профессиональное спортивное оборудование/ инвентарь/ снаряжение для тренировок и выступлений;</p> <p>✓ Профессиональная экипировка;</p> <p>✓ Спортивные сооружения/арены/ стадионы/ комплексы/бассейны</p>

<p>Информационные продукты</p>	<p>Программы занятий ✓ комплексы физических упражнений, методики оздоровительной тренировки; ✓ Записи комплексов занятий в видео и аудио формате; ✓ Консультации по вопросам рациона питания, коррекции фигуры, по способам и формам занятий ✓</p>	<p>Телевизионные и радиотрансляции спортивных событий; ✓ Правила и сценарии проведения соревнований, игр, матчей, олимпиады; ✓ Реклама спортивных событий, видов спорта, спортивных товаров, профессиональных спортсменов, команд, сообществ и объединений</p>
---------------------------------------	---	--

<p>Услуги ✓</p>	<p>Комплексы физических упражнений;</p> <p>✓ Организованные массовые соревнования, игры, марафоны, турниры, эстафеты и т.д.;</p> <p>✓ Организованные занятия массовыми видами спорта (футбол, волейбол и др.).</p>	<p>✓ Показательные выступления спортсменов (шоу, зрелища);</p> <p>✓ Международные, национальные, региональные, местные соревнования/кубки/чемпионаты/олимпиады;</p> <p>✓ Матчи, игры, турниры, марафоны, заезды, гонки</p>
------------------------	--	--

Классификация физкультурно-оздоровительных услуг



- **Рынок физкультурно-оздоровительных услуг** — совокупность отношений между основными участниками по поводу обмена физкультурно-оздоровительных услуг, удовлетворяющих потребности в физической активности на определенной территории.
- **Рынок спортивных событий** — совокупность спроса со стороны зрителей и предложения со стороны различных лиц, организаций, движений и стран, задействованных в создании, обслуживании, трансляции, спонсорстве, продвижении спортивных событий на своей территории с целью достижения коммерческих и социальных эффектов от многочисленного проявления внимания и интереса к событиям.
- **Рынок спортивных товаров** — совокупность спроса различных потребительских групп на материальные спортивные товары различного целевого предназначения и предложения производителей, поставщиков, перепродавцов, обеспечивающих продажи своей продукции в коммерческих целях.

- **Спрос** – это представленная на рынке потребность в услугах (товарах), ограниченная действующими ценами и платежеспособностью потребностей.

Процесс принятия решения о покупке физкультурно-оздоровительных услуг



Признаки сегментирования рынка услуг физкультурно-спортивных организаций

Причины	Основные	Специфические
Объективные	<p>СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ: пол, возраст, состав семьи, этап жизненного цикла семьи, уровни доходов, род занятий, уровни образования</p> <p>ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ: место жительства, численность и плотность населения, природно-климатические особенности территории</p>	<p>ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ: статус пользователя услуг, интенсивность и длительность потребления услуг</p>
Субъективные	<p>ПСИХОГРАФИЧЕСКИЕ: образ жизни, принадлежность к определенному классу, приверженность к определенным формам проведения досуга</p>	<p>ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ: искомые выгоды, отношение к услуге, восприятие услуги, ожидания от потребления услуги, личностные предпочтения</p> <p>ПСИХОГРАФИЧЕСКИЕ: система ценностей, тип личности</p>

Виды спроса:

Совокупный спрос - на рынки услуг отрасли определяется такими основными неценовыми факторами, как численность населения, уровень доходов и наличие времени, которое оно хотело бы затратить на потребление конкретных услуг.

Частный спрос – на рынке услуг отрасли характеризуется спросом отдельных потребителей (или групп) на отдельные услуги (или пакет услуг).

Сегмент рынка (market segment) — часть единого рыночного пространства, очерченная границами, определенными четко выявленными в результате исследования: географическими, социальными, отраслевыми различиями субъектов рынка. Сегменты рынка получаются в результате сегментации рынка.

Сегментация рынка - это процесс разбивки потребителей или потенциальных потребителей на рынке на различные группы (или сегменты), в рамках которых потребители имеют схожие или аналогичные запросы.

Сегментация рынка может осуществляться с использованием критериев:

- **региональной демографии** (расположение региона, климат, численность, плотность населения, динамика развития региона);
- **персональной демографии** (возраст, пол, уровень образования, профессия, национальность и т.п.);
- **стиля жизни** (социальный статус, приверженность к определенным формам проведения досуга);
- **частного критерия** — систематичность, приверженность определенному виду спорта.

Рынок покупателя - ситуация когда предложение преобладает над спросом. Данное положение обеспечивает покупателям больше власти на рынке за счет возможности широкого выбора услуг и в связи с этим воздействие на ценообразование и иные условия их предоставления.

Существуют различные виды спроса:

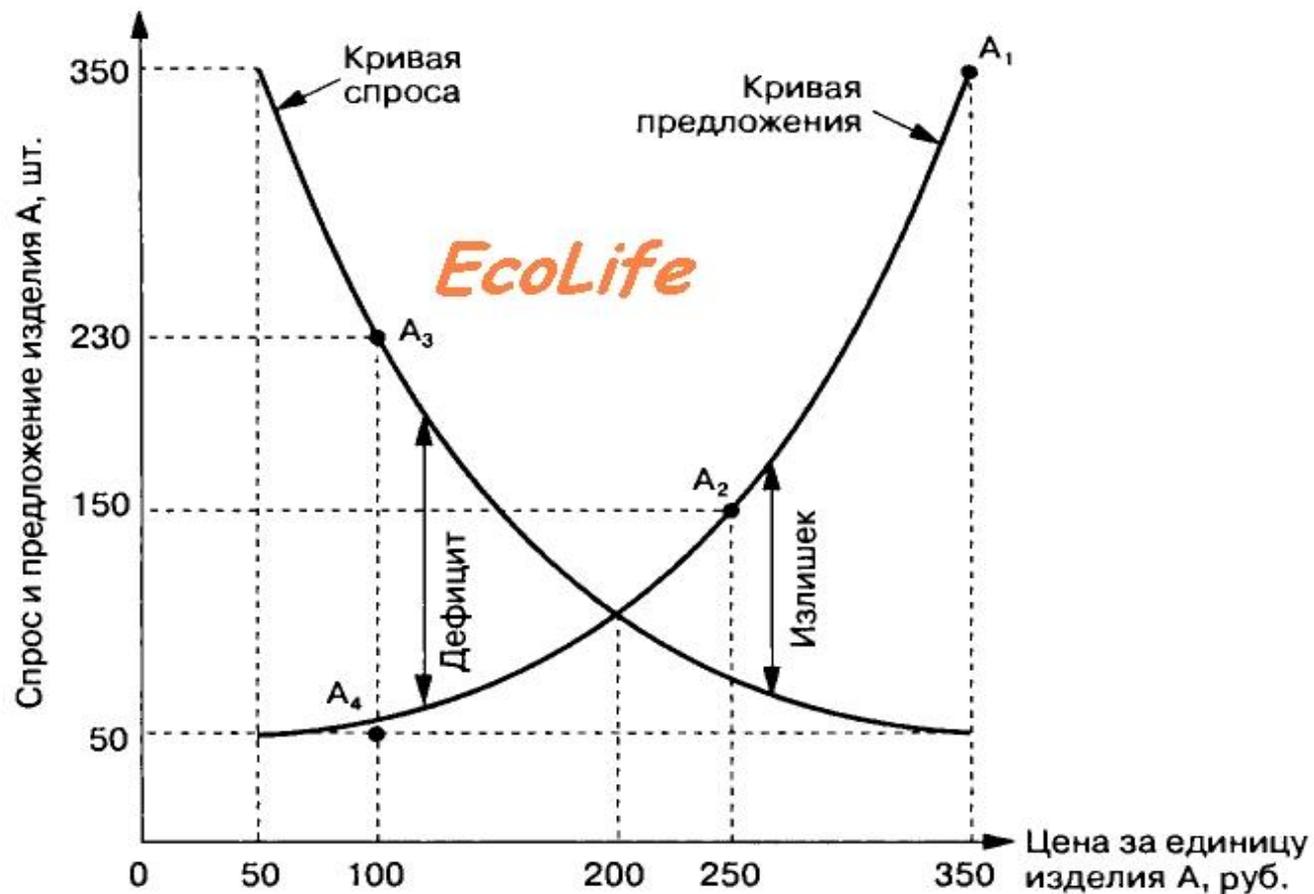
1. **Отсутствие спроса** (безразличие потребителей в отношении определенной услуги).
2. **Отрицательный спрос** (отсутствует интерес к услуге).
3. **Падающий спрос** (негативная тенденция на определенную услугу).
4. **Нерегулярный спрос** (сезонность услуги).

Рынок продавца - такое положение на рынке, когда спрос превышает предложение и возникает дефицит. В данной ситуации продавцам обеспечена большая рыночная власть по сравнению с покупателями и возможностью диктовать свои условия.

Существуют различные виды спроса:

1. **Скрытый спрос** - спрос потребителя невозможно удовлетворить спектром существующих услуг.
2. **Чрезмерный спрос** - спрос потребителей на определенную услугу значительно выше возможностей ее удовлетворения.
3. **Нерациональный спрос** – спрос на экстремальные услуги.

Баланс предложения и спроса, рынков покупателя и продавца характеризует полноценный спрос, продавцы удовлетворены своей работой, а покупатели спектром и качеством предоставляемых услуг (равновесие).



Эластичность спроса и предложения

Для характеристики степени влияния изменения цены на поведение покупателей и продавцов в экономике используется понятие **эластичность**, которую можно определить как степень реакции одной величины на изменение другой.

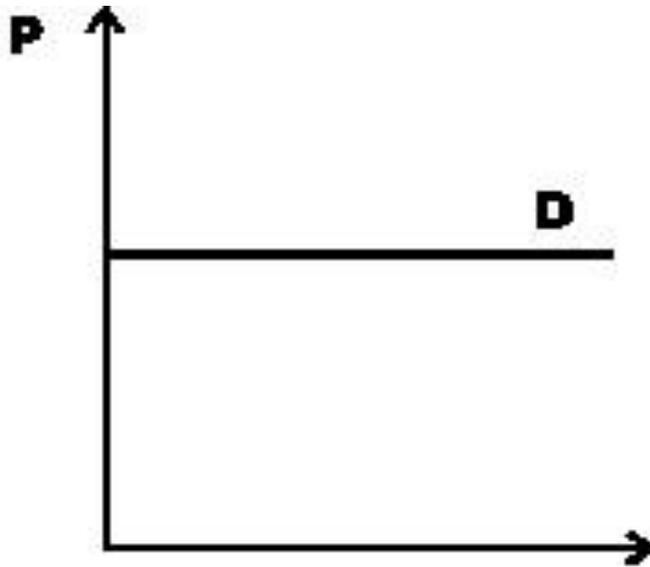
Зависимость изменения спроса на товар от изменения его цены называется эластичностью спроса по цене, или **ценовой эластичностью**.

Принято различать три варианта ценовой эластичности спроса:

- 1) **эластичный спрос**, когда при незначительных понижениях цены объем продаж значительно возрастает;
- 2) **единичная эластичность спроса**, когда изменение цены, выраженное в процентах, равно проценту изменения объема продаж;
- 3) **неэластичный спрос**, если вслед за изменением цены не происходит существенного изменения продаж.

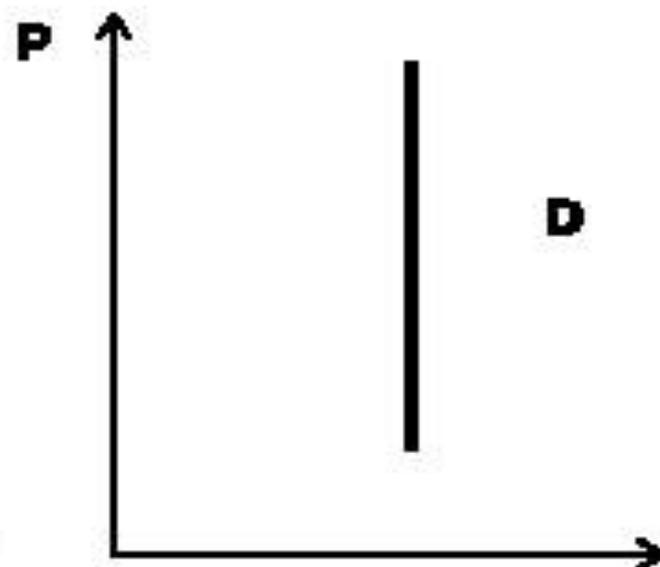
Экстремальные случаи эластичности спроса:

- а) абсолютно эластичный;
- б) абсолютно неэластичный.



а)

Q



б)

Q

Трудовые ресурсы отрасли «физическая культура и спорт»

Работники сферы ФКиС по роду своей деятельности объединены в три группы:

1. Специалисты принимающие участие в подготовке спортсменов и физкультурников (преподаватели, инструкторы-методисты, тренеры, учителя). Услуги данной группы принято называть «чистыми услугами».

2. Работники отрасли - инженерно-технические работники, специалисты, рабочие, служащие, обслуживающий персонал клубов, спортшкол, сооружений, тех кто оказывает материальные услуги (подготовка, изготовление инвентаря, оборудования, медицинское и транспортное обслуживание).

3. Спортсмены – профессионалы, оказание зрелищных услуг, пассивно потребляемые населением.

Организация труда работников сферы ФКиС

Экономические инструменты организации труда:

- **Нормирование** – установление нагрузки при которой достигается высокая эффективность в работе без ущерба для здоровья трудящихся (40- часовая рабочая неделя, недельная рабочая неделя тренера, преподавателя составляет 24 рабочих часа в неделю на преподавание учебно-тренировочной работы, 16 часов – методическая и организационная работа.
- **Организация оплаты труда;**
- **Режим труда и отдыха.**

Тарифно-квалификационная характеристика имеет три раздела:

Для эффективной организации трудового процесса в отрасли разработаны тарифно-квалификационные характеристики.

1. Должностные обязанности.
2. Должен знать.
3. Требования к квалификации.

Тарифно-квалификационные характеристики бывают трех видов:

1. **Общепрофессиональные** (методист по ФКиС)
2. **Отраслевые:**
 - 2.1. Должности руководителей (директор, старший тренер, старший инструктор)
 - 2.2. Должности специалистов (администратор, инструктор, массажист, спортсмен-инструктор, тренер-преподаватель по спорту)
 - 2.3. Должности технических исполнителей включает в себя тарифно-квалификационные характеристики по должности.
3. **Ведомственные** – разработаны Министерством образования РФ и Комитетом по делам молодежи для должностей работников физического воспитания (руководитель физического воспитания, тренер-преподаватель образовательного учреждения, инструктор по физической культуре).

Стимулирование в отрасли ФКиС

- **Материального** – осуществляется через систему заработной платы, премирование. **Заработная плата** (первая форма оплаты труда) начисляется в двух формах:

- помесечная;
- почасовая.

Заработная плата работников бюджетных физкультурно-спортивных организаций рассчитывается на основе Единой тарифной сетки, ряд доплат от 10-20% к заработной плате разнообразных категорий работников.

Заработная плата работников коммерческой организации осуществляется согласно трудовому соглашению или контракту (почасовая форма оплаты труда).

Премирование (вторая форма оплаты труда) – выплаты сверх основного заработка труда в целях поощрения достигнутых результатов труда и стимулирование дальнейшего повышения производительности труда.

Морального – побуждение человека к труду.

Структура и содержание бизнес-плана физкультурно-спортивной организации

Бизнес-план – это краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемой деятельности физкультурно-спортивной организации.

Структура бизнес-плана:

- Концепция бизнеса (резюме).
- Виды товаров/услуг.
- Рынки сбыта.
- Конкуренция на рынке сбыта.
- План маркетинга.
- План производства.
- Организационный план.
- Правовое обеспечение деятельности.
- Оценка риска и страхование.
- Финансовый план.

Внеэкономическая деятельность

Термин «внеэкономическая деятельность» (ВЭД) впервые был законодательно закреплён в Конституции СССР 1977 г., где указывалось, что внешняя торговля и другие виды внешнеэкономической деятельности осуществляются на основе государственной монополии.

Субъекты ВЭД – юридические и физические лица, которые занимаются предпринимательской деятельностью в соответствии с действующим законодательством данной страны и могут осуществлять ВЭД.

В Законе «Об основах государственного регулирования *внешнеторговой деятельности*» 2003 г. *внешнеторговая деятельность* (ВТД) определена как деятельность по осуществлению сделок в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственностью.

В законе выделено четыре группы объектов (предметов) ВТД:

1. Товары;
2. Услуги;
3. Информация;
4. Интеллектуальная собственность.

Внешняя торговля товарами – импорт и (или) экспорт товаров. Товаром как предметом ВТД считается **движимое имущество, недвижимое имущество, суда** – воздушные, морские, внутреннего и смешанного (река – море) плавания и космические объекты, а также электрическая энергия и другие виды. При этом в качестве товара **не рассматриваются транспортные средства**, используемые по договорам международных перевозок.

Внешняя торговля услугами – оказание услуг (в том числе выполнение разнообразных работ), включающее производство, распределение, маркетинг и доставку услуг (работ).

Оказание услуг осуществляется следующими способами:

1. с территории РФ на территорию иностранного государства;
2. с территории иностранного государства на территорию РФ;
3. на территории РФ иностранному заказчику услуг;
4. на территории иностранного государства российскому заказчику услуг.

Применяемая в ГАТС (*Генеральное соглашение по торговле услугами*) классификация услуг по их содержанию (объекту) включает 161 вид услуг, сгруппированных в 12 разделов:

1. Деловые услуги.
2. Услуги связи.
3. Строительные и инжиниринговые услуги.
4. Дистрибьюторские услуги.
5. Общеобразовательные услуги.
6. Услуги по защите окружающей среды.
7. Финансовые услуги, включая страхование.
8. Услуги по охране здоровья и социальные услуги.
9. Туризм и путешествия.
10. **Услуги в области организации досуга, культуры и спорта.**
11. Транспортные услуги.
12. Прочие услуги.



Учитывая, что в российском законодательстве к услугам отнесено также **выполнение работ**, ряд видов работ могут являться предметом внешнеторговых сделок:

- 1.научно-исследовательские и опытноконструкторские (НИОКР);
- 2.изыскательские, геологоразведочные,
- 3.проектные, конструкторские,
- 4.строительно-монтажные, пусконаладочные, технологические, ремонтные,
5. реставрационные и др.

Многие виды работ осуществляются на подрядных условиях, в том числе на условиях генерального подряда.

Основными видами ВЭД являются:

- **внешняя торговля** – обмен товарами в вещественно-материальной форме и услугами, связанными с осуществлением товарооборота;
- **технико-экономическое сотрудничество** – содействие в области промышленного и гражданского строительства и предоставление услуг инженерно-технического характера;
- **научно-техническое сотрудничество** – обмен достижениями науки и техники и совместное осуществление научно-технических работ;
- **вывоз капитала за рубеж** с целью получения предпринимательской прибыли, а также участия в операциях на иностранных фондовых и валютных рынках.

Следующие операции не включаются в экспорт и импорт товаров:

- поставка товаров в счет безвозмездной помощи (в том числе спортивные товары, оборудование и медикаменты);
- транзит товаров через территорию страны;
- перемещение товаров, предназначенных для показа на выставках и ярмарках;
- ввозимые товары, предназначенные для обеспечения проведения международных спортивных соревнований;
- вывоз и ввоз товаров, не носящих коммерческого характера.



Приоритетом во внешней торговле следует считать **ориентацию на развитие экспорта.** Важным является структура экспорта и импорта. **Структура российского экспорта недовлестворительна,** так как на долю сырьевых ресурсов приходится около 70 % всех продаж.

Разработанные государственные программы стимулирования экспорта предусматривают **финансовое содействие** экспортерам, **налоговые льготы,** **организационно-правовые** и **специальные меры.**

По данным Федеральной таможенной службы, внешнеторговый оборот России за 2016 год составил **471,2 млрд. долларов**. Этом меньше, чем за 2015 год на **11,2%**.

Решающую роль в снижении показателей сыграла девальвация рубля, которая последовала за сильнейшим падением цен на нефть в начале 2016 года. В январе котировки на нефть марки Brent опустились ниже **30 долларов за баррель** из-за избытка предложения на рынке, а также сокращения спроса со стороны Китая.

Курс доллара к рублю при этом резко взлетел до **78 рублей**.

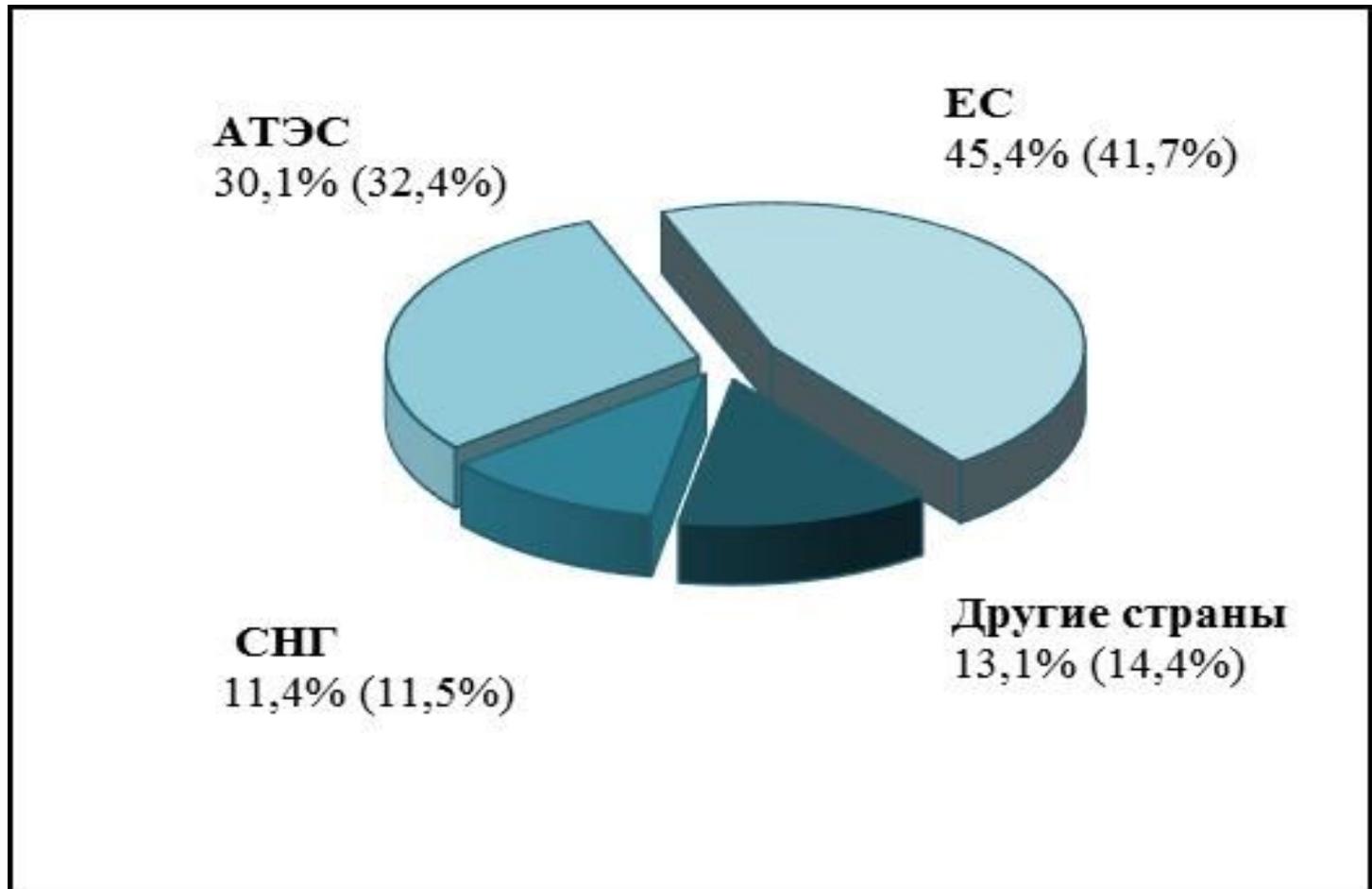


По итогам года импорт тоже снизился. В стоимостном выражении он составил **183,6 млрд. долларов**, что меньше, чем за прошлый год **на 0,3%**.

Падение общих объемов импорта стало результатом действия продовольственного эмбарго, которое привело к рекордному снижению поставок продовольствия из стран Европы и США.

Структура внешнеторгового оборота по группам стран в январе 2017 года (январь 2016 год)

(по данным таможенной статистики, в процентах)



* Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество (АТЭС): Бруней, Индонезия, Канада, Южная Корея, Малайзия, Сингапур, Япония, Китай и т.д.

Рынок спортивных товаров в мире по мнению многих экспертов можно отнести к числу самых крупных, его объем в последние годы по некоторым оценкам превысил **\$200 млрд. в год.**

Лидерство по объемам продаж принадлежит категориям спортивного снаряжения и спортивной одежды, за которыми следует спортивная обувь.

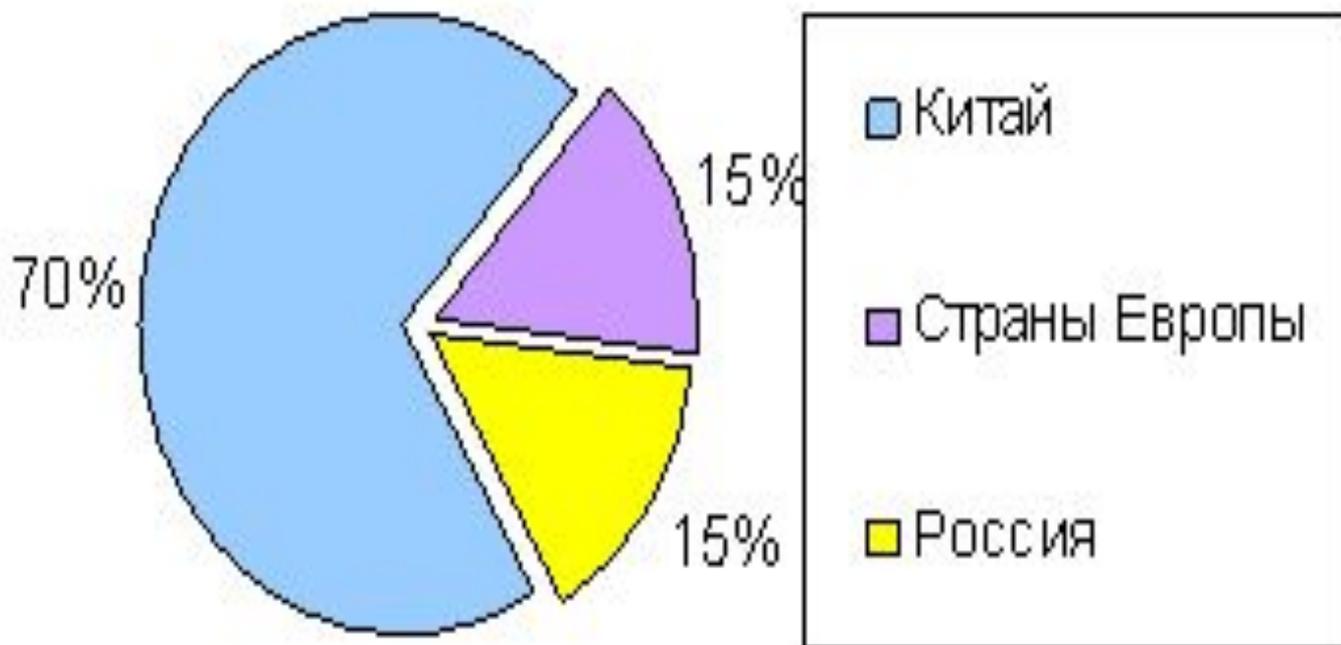
Значительная доля потребления спорттоваров приходится на развитые страны – США и Европу. Большая часть (свыше **70%**) всего мирового производства спортивной продукции приходится на **Китай**, однако в этой стране пока нет ни одного **собственного раскрученного спортивного бренда.**

Доля России в объеме мирового рынка спортивных товаров невелика и составляет около **1,2-1,5%.**

Тенденции развития российского спортивного рынка:

1. Высокие темпы роста.
2. Обострение конкуренции.
3. Усиление позиций крупных международных компаний.
4. Развитие региональных рынков.
5. Формирование рыночной инфраструктуры.
6. Рост интереса к спорту, активному образу жизни.

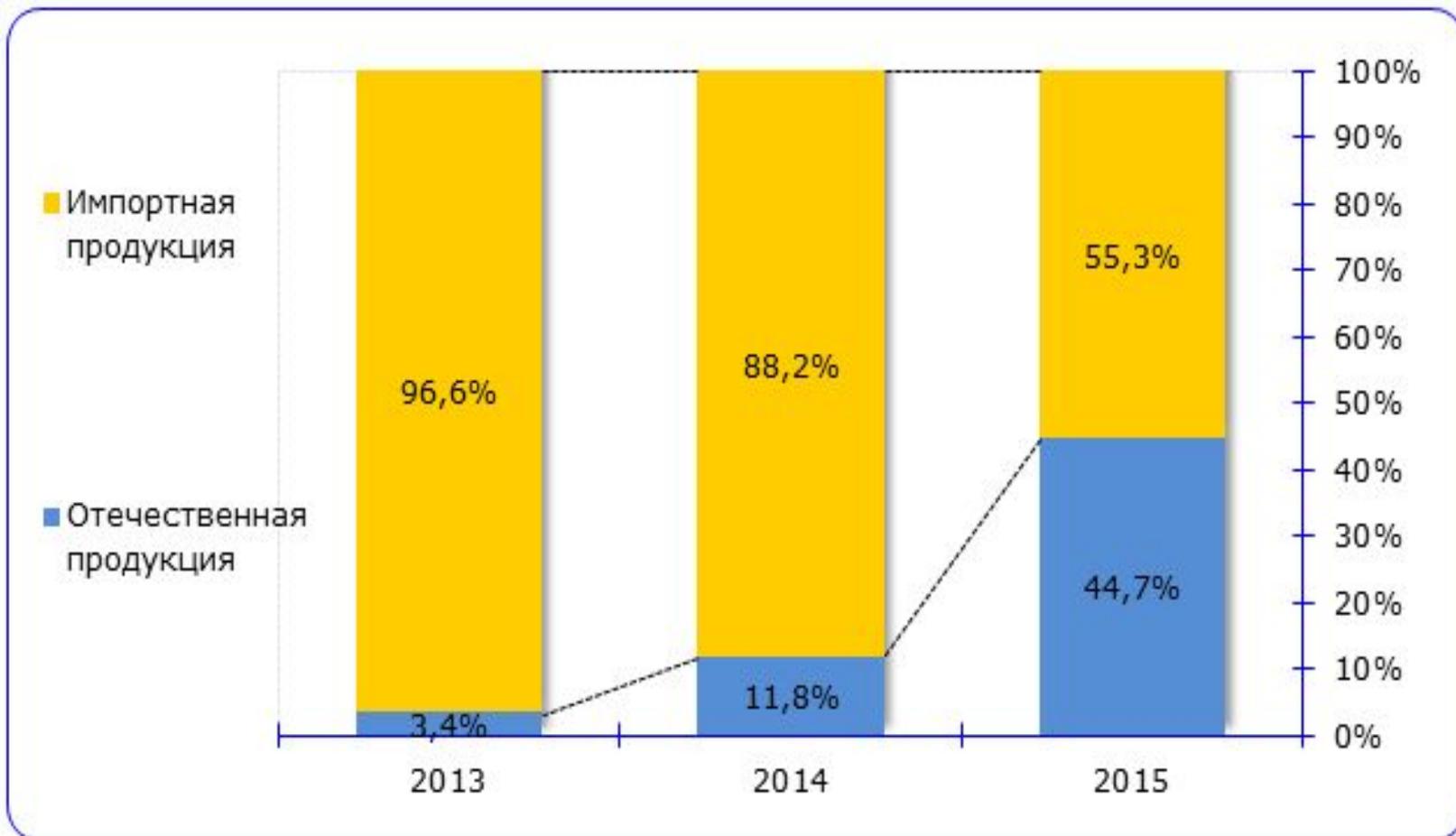
Структура российского рынка спортивных товаров по географии производства на 2017г.



Сегментирование российского рынка спортивной одежды

Сегмент	Основные марки	Основные страны-производители
Верхний	Giorgio Armani, Prada Sport, Ralph Lauren, John Galiano, Sportmax, Dolce & Gabana, Yohji Yamamoto, а также марки компаний, производящих дорогую одежду для профессионального спорта	Финляндия, Италия, Франция, Германия и Япония.
Средний	Adidas, Nike, Reebok, Puma	В основном США и Германия.
Нижний	Вега, Штурман, Пилот и другие	Производители из России, страны Юго-Восточной Азии (Китай, Южная Корея), а также Турция.

Структура рынка спортивного питания по происхождению



Источник: данные компаний, Росстат, ФТС, аналитика IndexBox

**К числу ведущих российских
производителей спортивного питания
можно отнести:**

1. ООО «ПЬЮР ПРОТЕИН» (г. Санкт-Петербург),
2. ООО «АРТ СОВРЕМЕННЫЕ НАУЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ» (Московская область),
3. ООО «Р-ЛАЙН» (г. Санкт-Петербург),
4. ООО «ГЕОН» (Московская область) и ООО «ГЕНЕТИКЛАБ» (г. Санкт-Петербург),
5. ООО «АКАДЕМИЯ-Т» (г. Москва),
6. ООО «АРСЕНАЛ АТЛЕТА» (Самарская область).
7. ООО «СУПЕРСЕТ» (г. Санкт-Петербург).

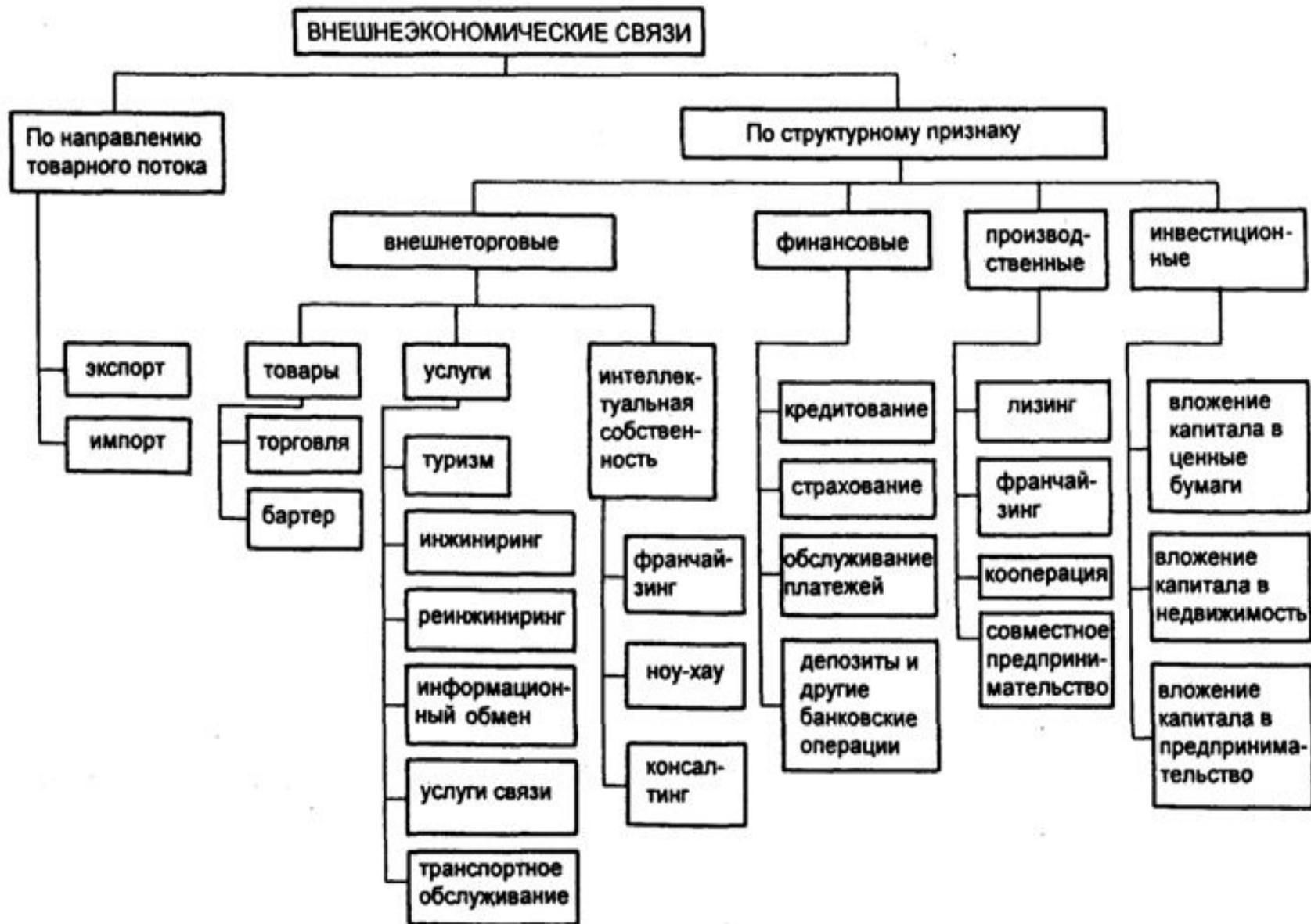
Внешнеэкономические связи

Внешнеэкономические связи — это международные экономические и торгово-политические отношения, в сферу которых входят обмен товарами, работами, услугами, специализация и кооперация производства, научно-техническое сотрудничество, оказание экономического и технического содействия, создание совместных предприятий и другие формы экономического сотрудничества.

**Экономическую сущность
внешнеэкономических связей определяет ряд
важнейших факторов:**

1. Динамичное развитие товарного производства, вышедшее за пределы удовлетворения общественных потребностей отдельных стран;
2. Специализация товарного производства, в связи с чем удовлетворение общественных потребностей требует купли-продажи произведенного продукта;
3. Международное разделение труда, имеющее целью экономию общественного труда в процессе производства и обмен его результатами между различными странами.

Классификация внешнеэкономических связей



**К основным формам
внешнеэкономических связей
относятся:**

- 1. Торговые отношения.** С помощью этой формы осуществляется купля-продажа товаров широкого потребления, лицензии и "ноу-хау", инжиниринговая продукция.
- 2. Совместное предпринимательство.**
- 3. Оказание услуг.**
- 4. Сотрудничество, содействие** (научное, техническое, экономическое сотрудничество, культурный обмен и спортивные мероприятия).
- 5. Валютно-финансовые, кредитные отношения.**

Механизм государственного регулирования внешнеэкономической деятельности в РФ

Основные элементы механизма государственного регулирования внешнеэкономической деятельности в РФ



На объем и структуру внешнеэкономических связей РФ оказывают влияние различные **факторы**, наиболее существенными среди которых являются следующие:



Внешнеторговые сделки



Органы государственного управления внешнеэкономической деятельностью в РФ



Тотализатор спортивных ставок в букмекерской конторе

История ставок и букмекерства насчитывает не одну сотню лет. Одним из наиболее древних видов является **тотализатор спортивных ставок**. В то время их принимали на **итоги гладиаторских боев**. Фактически, участники пари играли друг против друга, собирая общий фонд и отдавая часть в виде комиссии организатору.

Законодательные акты регулирующие деятельность букмекерских контор

Первые полноценные тотализатор-ставки стали приниматься только в 1874 году. В России она появилась ближе к середине 1890 годов.

Федеральный закон от 29 декабря 2006 г. N 244-ФЗ "О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр".

Регулирующий деятельность букмекерских контор и тотализаторов - Федеральный закон от 21 июля 2014 г. № 222-ФЗ .

Основные понятия

Ставка - денежные средства, передаваемые участником азартной игры организатору азартной игры.

Интерактивная ставка - денежные средства, в том числе электронные денежные средства, передаваемые с использованием электронных средств платежа центром учета переводов интерактивных ставок букмекерских контор или тотализаторов организатору азартных игр в букмекерской конторе.

Лицензия на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах.

Центр учета переводов интерактивных ставок букмекерских контор или тотализаторов - кредитная организация, в том числе небанковская кредитная организация

Виды ставок

На сегодняшний день существует три популярных типа сделки:

- 1. Ординар** - представляет собой ставку на одно конкретное событие. В случае его несовпадения игроку засчитывается поражение.
- 2. Экспресс** - представляет собой совокупность ординаров. При этом все коэффициенты событий перемножаются. Ставка считается выигранной, если все исходы в ней совпали.
- 3. Система** - ставка разбирается на отдельные экспрессы, поэтому игрок может не потерять всю сумму сразу. В случае совпадения всех событий деньги умножаются на общий коэффициент. Если выиграла одна экспресс-часть, то пользователь получает сумму только за нее.

Принцип организации

1. В тотализаторе **формируется банк** из всех поставленных денежных средств, которые распределяются поровну между всеми выигравшими участниками.
2. **Чем меньше участников угадали точный результат спортивного события, тем большую прибыль получит каждый из них** (точная сумма определяется только после завершения приема всех ставок).
3. Игорные заведения получают определенный процент от общего числа поставленных денежных средств.

Не допускается прием ставок организатором азартных игр в букмекерских конторах или тотализаторах:

1. Перевод денежных средств почтовым переводом организатору азартных игр.
2. Не могут выступать организаторами азартных игр юридические лица, учредителями (участниками) которых являются Российская Федерация, субъекты Российской Федерации или органы местного самоуправления.
3. Прием ставок и выплата выигрышей должна осуществляться только лицам достигшим 18 лет.

Налогообложение

1. **Налоговая база** — выигрыш в букмекерских конторах.
2. **Ставка налога** — 13% от полученного дохода физического лица.
3. **Налоговый агент** — букмекерская компания рассчитывает, удерживает и перечисляет в бюджет суммы налога. То есть, букмекерская контора удерживает 13% налога на выигранные ставки.
4. Проигранные ставки налогообложению не подлежат — **налог взимается только с чистого выигрыша.**

Спортивный тотализатор — предметом выступает **спортивное событие**, как одна из разновидностей азартной игры это **денежные ставки на спорт**.

Особенности:

- 1. Знание стратегии игры.**
- 2. Знания в области определенного вида спорта.**
- 3. Использование знаний математического анализа.**
- 4. Создание статистической выкладки** (под статистикой понимают череду предыдущих результатов данной команды против своего сегодняшнего соперника). Рассматривать необходимо минимум пять – шесть матчей команды или боев.
- 5. Учет психологических аспектов.**

Общие положения

1. Организатором могут приниматься ставки на любые виды событий, которые разрешены в соответствующей лицензии.
2. Правила тотализатора публикуются на специальном стенде на видном месте. Все изменения должны быть отображены своевременно.
3. После приема ставки ответственным лицом букмекерской конторы должен быть предоставлен соответствующий купон, подкрепляющий сделку с обеих сторон. В нем указываются выбранные события, подсчитывается коэффициент и обозначается возможная сумма выигрыша.
4. Полная программа возможных исходов матчей должна быть опубликована на стенде или официальном сайте конторы.
5. Коэффициенты тотализатор-контора обязана устанавливать в соответствии с внутренним регламентом подсчета.
7. Организатор вправе в любой момент отказать игроку в приеме ставки без объяснения причин до заключения пари.
8. В случае доказательства нарушения канонов спортивной борьбы (договорные матчи) или некорректности исходов, принимающая сторона может аннулировать сделку без возврата денег.

Экономический эффект от проведения спортивных соревнований

1. **Спорт** – один из главных приоритетов политики государства.
2. **Спортивные победы** повышают статус государства, являются **доказательством конкурентоспособности нации.**
3. **Спорт** в настоящее время стал **сферой зрелищного бизнеса**, индустрией развлечений с большим денежным оборотом.
4. Является **значимой частью экономики** большинства стран.

Источники финансирования спортивных соревнований

1. Государственное финансирование из федерального бюджета.
2. Государственные инвестиции и банковские кредиты.
3. Спонсорская помощь.
4. Государственные преференции.

Основные источники дохода

1. Продажа билетов на соревнованиях.
2. Продажа прав на телетрансляцию и радиотрансляцию.
3. Маркетинг, мерчендайзинг.
4. Продажа клубной атрибутики.
5. Трансферты спортсменов.
6. Доходы от аренды стадионов и других спортивных площадок.
7. Доходы от парковки автотранспорта у спортивных комплексов.
8. Продажи еды и напитков во время спортивных мероприятий.

Модели моделирования товарных потоков

1. Гравитационная модель международной торговли - модель двусторонних торговых потоков между двумя странами, где товарооборот рассчитывается исходя из расстояния между ними и других независимых экономических переменных (ВВП, ВНП). Для проведения соревнований выбираются страны, открытые для торговли.

ВВП экспортирующей страны отражает производственные возможности, в то время как **ВВП импортирующего государства** – ёмкость его рынка. В общем случае эти две переменные прямо пропорционально связаны с объёмами торговли.



2. Модель сигналирования используется в ситуациях асимметрии информации на рынке. Продавцы располагают большей информацией о своем товаре, чем покупатели, поэтому при сигналировании инициативу в свои руки берет сторона, располагающая информацией:

1. Либерализация экономики (более гибкая экономическая политика).
2. Увеличение инвестиций в экспортный сектор.
3. Инвестиции в транспортную, туристическую, телекоммуникационную инфраструктуру.

Комплексный эффект от проведения крупномасштабных спортивных соревнований

1. Социальный эффект – охватывает образование, здравоохранение, развитие детского спорта:

- влияние волонтерской программы на уровень образования;
- потенциальное снижение уровня преступности в результате инвестиций в систему безопасности;
- социальные выгоды, обусловленные инвестициями в инфраструктуру;
- расширение видов экономической деятельности населения;
- усовершенствование существующих рабочих мест и появление новых;
- увеличение числа людей, занимающихся спортом.

2. Экономический эффект формируется за счет вложений государства и частного бизнеса, а также расходов населения и туристов.

Подходы к оценке совокупного экономического эффекта от проведения крупного спортивного соревнования:

1. «**Ex post**» (постфактум) исследования подразумевают анализ и сопоставление затрат на подготовку и проведение соревнований с полученными доходами по итогам их завершения.

2. «**Ex ante**» (прогноз) исследования проводятся в рамках подготовки заявки на проведение соревнований и строятся как прогноз денежных потоков на базе опыта других стран, предварительных смет расходов и допущений в части будущих доходов.

Структура расходов и выгод при проведении крупных спортивных соревнований

Расходы	Выгоды
<p><i>Организационные расходы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – административные расходы – эксплуатационные расходы – расходы на обеспечение безопасности <p><i>Расходы на строительство олимпийских объектов:</i> спортивные объекты, стадионы и др.</p> <p><i>Развитие инфраструктуры:</i> улучшение транспортной инфраструктуры, строительство дорог, систем связи, электронных коммуникаций</p> <p><i>Защита окружающей среды.</i></p>	<p><i>Прямые:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – поддержка спонсоров; – лицензирование; – продажа билетов. <p><i>Косвенные:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – снижение безработицы, рост добавочной занятости рабочей силы; – рост количества туристов; – повышение платежеспособного спроса; – развитие транспортной и производственной инфраструктуры; – оживление деловой активности в целом (в том числе за счет беспошлинного перемещения товаров через границу); – реализация активов; – проведение соревнований и других мероприятий на спортивных объектах.

Анализ затратной составляющей

В качестве источников данных могут быть использованы:

- федеральные целевые программы;
- федеральные законы о бюджете и федеральные законы об исполнении бюджета;
- отчеты оргкомитета и структур, отвечающих за строительство спортивной и сопутствующей инфраструктуры;
- отчеты компаний, задействованных в подготовке и проведении соревнований.