

*Иванов Валентин Дмитриевич*

канд. пед. наук, доцент

*Нурмашева Эльвира Маратовна*

студентка

ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный университет»

г. Челябинск, Челябинская область

## **ИНДУСТРИЯ СПОРТА В РОССИИ**

*Аннотация:* как отмечают авторы, в России спорт перестал относиться к сектору отдыха и досуга. Современный спорт стал динамично развивающейся индустрией, одной из прибыльных отраслей экономики. В статье даётся характеристика индустрии спорта в России, различные формы её проявления, значение этого сектора экономики для нашего государства.

*Ключевые слова:* индустрия спорта, основные сегменты, спортивные менеджеры, стратегия.

В современном спортивном обществе большую роль играет индустрия спорта, особенно это заметно в странах постиндустриального общества, где спорт поставлен на коммерческую основу и из него извлекаются большие прибыли. Спорт стал полноценной отраслью экономики, куда вкладываются огромные инвестиции в развитие спортивных клубов, сопутствующей инфраструктуры. В европейских странах спорт является важной сферой предпринимательской деятельности, обеспечивая занятость людей в отраслях спортивной индустрии. Данные отрасли вносят налоговые поступления в бюджеты, что позволяет государству решать многие насущные социальные проблемы населения. Развитие спорта на современном этапе связано с экономикой, торговлей, правовой сферой не только в отдельных видах спорта, но и профессиональных спортсменов, интересы которых представляют спортивные агенты, менеджеры.

В России индустрия спорта только вступает в фазу своего развития, но сделано многое. В нашей стране спорт был действительно зрелищным, массовым видом, доступный каждому человеку. Понятия «спорт» и «здоровый образ

жизни» неразрывно связаны, все занимались спортом, чтобы быть здоровыми. Но времена меняются, меняется и отношение к спорту. В конце XX века модернизация охватила и российский спорт, нам нужно было шагать в ногу со временем, ибо после распада СССР в спорте образовалась огромная брешь: отъезд спортсменов, тренеров, потеря спортивных сооружений, ликвидация спортивных учреждений и многое другое. С распадом СССР рушились многолетние связи с бывшими советскими республиками, необходимо было фактически заново строить спортивный мир нашего нового государства России. После олимпиады 1992 года в Барселоне, где в последний раз выступала объединённая сборная СНГ, наша страна оказалась в незавидном положении, необходимо предпринимать какие-то управленческие действия, выводить спорт на более качественный уровень.

В 90-е годы XX века важную роль стало играть телевидение, где массово пропагандировались различные спортивные проекты, которые относились к сектору досуга и развлечений, не играя при этом существенной роли. Позиции спортивных достижений нашей страны в эти годы оказались за пределами «призовой тройки». Для этого существовали объективные и субъективные причины. Одной из важных причин стало отсутствие мотивации со стороны государства, которое фактически пустило на самотёк развитие российского спорта: небольшой поток инвестиций, отсутствие профессиональных управленческих кадров, роль сыграло и падение международного авторитета страны.

Ситуация коренным образом начала меняться в начале XXI века. И здесь большую роль сыграло государство, в последние годы сделан большой прорыв в развитии индустрии спорта. Согласно «Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года», развитие физической культуры и спорта является одним из приоритетных направлений социальной политики государства [2, с. 1].

Исходя из данной Стратегии, государство до 2020 года разработало комплекс мер по пропаганде физической культуры и спорта как важнейшей состав-

ляющей здорового образа жизни. Да, спорт сейчас стал профессионально коммерческим, не имеющий национальных границ, но имеющий во многих отношениях политический контекст. В нашей стране в понятие «индустрия спорта» вкладывается более широкое значение:

1) создание новой национальной системы физкультурно-спортивного воспитания населения;

2) разработка и реализация комплекса мер по пропаганде физической культуры и спорта как важнейшей составляющей здорового образа жизни;

3) модернизация системы физического воспитания различных категорий и групп населения, в том числе в образовательных учреждениях профессионального образования;

4) совершенствование подготовки спортсменов высокого класса и спортивного резерва для повышения конкурентоспособности российского спорта на международной спортивной арене. Усиление мер социальной защиты спортсменов и тренеров;

5) развитие организационно-управленческого, кадрового, научно-методического, медико-биологического и антидопингового обеспечения физкультурно-спортивной деятельности;

6) развитие инфраструктуры сферы физической культуры и спорта и совершенствование финансового обеспечения физкультурно-спортивной деятельности;

7) создание системы обеспечения общественной безопасности на объектах спорта и организации работы с болельщиками и их объединениями [2, с. 2].

Развитие индустрии спорта началось ещё в начале 80-х годов, когда Международный Олимпийский комитет (МОК) возглавил Х.А. Самаранч. Именно при его участии МОК разработал и внедрил маркетинговую программу, которая направлена на привлечение крупного бизнеса к олимпийским соревнованиям. Это время и стало точкой отсчёта коммерциализации профессионального спорта [1, с. 8]. Индустрия спорта включает так называемые основные сегменты. Основными сегментами для нашей индустрии спорта являются: профессиональный

спорт, массовый спорт, студенческий спорт, детский спорт. Большое внимание сейчас уделяется спорту для лиц с ограниченными возможностями, оздоровительному спорту. Есть проблемы у таких сегментов, как школьный, дворовый спорт, спорт ветеранов. Государство делает всё необходимое для привлечения инвестиций бизнеса в данные сегменты, но проблем здесь хватает.

Давая характеристику индустрии спорта, необходимо отметить и различные формы её проявления, к которым относится: вид профессиональной трудовой деятельности (для спортсменов, тренеров и менеджеров); важнейший экономический ресурс, влияющий на уровень и динамику экономического развития страны; бизнес (для профессиональных клубов и лиг, спортивных и маркетинговых агентств, спортивных менеджеров и промоутеров, телеканалов и СМИ); эффективный канал продвижения на рынке своей продукции и своего бренда (для спонсоров и рекламодателей); возможность формирования позитивного и привлекательного для покупателей имиджа своей компании (через участие в спортивных событиях) [1, с. 7]. В нашей стране из предложенных форм проявления индустрии спорта не все сформированы на том уровне, на котором они должны находиться. У нас не в полной мере задействован спортивный бренд таких видов спорта, как хоккей, футбол, баскетбол и т. д. Нет массового привлечения потребителей через систему вещания спортивных каналов, доступных для населения.

Нельзя не отметить источники доходов мировой индустрии спорта, которые, по сути, делают эту сферу полноценным сектором экономики. К ним относят: доходы от продажи билетов и абонементов на спортивные соревнования; спонсорство спортивных соревнований, федераций, лиг, клубов, команд и спортсменов; продажа прав на телетрансляции; мерчандайзинг (включая как спортивную атрибутику, так и спортивные товары) [1, с. 8]. В России данные источники доходов работают не в полной мере. У нас нет культуры потребления спорта как товара. В этом направлении российская индустрия спорта делает фактически первые шаги, но результаты уже есть. Благодаря государственной поддержке, отечественный спорт вышел на более качественный уровень своего раз-

вития. Подтверждение этому Олимпиада в Сочи, которая наглядно продемонстрировала всему миру, что индустрия спорта в нашей стране есть и будет дальше развиваться.

Современная индустрия спорта – это довольно динамичная система экономических отношений и интересов, которые имеют основные субъекты этой индустрии. Важнейшими субъектами индустрии спорта являются спортивные лиги, спортивно-оздоровительные клубы, спортивные агентства, которые осуществляют успешную предпринимательскую деятельность в спорте [3, с. 10].

Партнерское взаимодействие государства, спортивных организаций и бизнеса может помочь создать смешанные каналы финансирования российского спорта, сохранив при этом интересы каждого из участников этого партнерства. Государство на современном этапе заинтересовано в том, чтобы в стране работала пропаганда здорового образа жизни, ибо здоровье нации в конечном итоге влияет и на престиж страны на международной арене, и на повышение экономического потенциала страны. Необходимо начинать с создания благоприятных условий и сопутствующей инфраструктуры в развитии детского, массового и оздоровительного спорта.

Примером может служить Всероссийская массовая лыжная гонка «Лыжня России» и другие спортивные мероприятия, проводимые каждым регионом страны. В Челябинской области в каждом муниципальном районе проводится ежегодно школьная Спартакиада, представленная несколькими видами спорта. Особое внимание уделяется греко-римской борьбе, самбо, дзюдо. Не случайно наш регион принимал в этом году чемпионат мира по дзюдо.

Государство сегодня активно привлекает такие крупные госкорпорации, как «Газпром», «Роснефть», ВТБ и другие для привлечения капиталовложений в индустрию спорта. Спорт является самой благоприятной средой для продвижения своей продукции, поиска новых рынков сбыта и новых покупателей, а также формирует максимум позитивных эмоций для положительного восприятия рекламируемых продуктов и услуг по сравнению с другими каналами продвижения [1, с. 9].

Условием успешного партнерского взаимодействия спортивных организаций с бизнесом является наличие высококвалифицированных спортивных менеджеров. Таких специалистов, к сожалению, мало, но это является стимулом для развития отечественного спорта. Ведь не только государство должно продвигать интересы спорта на рынке, сами спортивные федерации, клубы, лиги, ДЮСШ во главе с Министерством спорта, туризма и молодежной политики РФ. Таким образом, работа с бизнесом является огромным резервом для формирования устойчивых и необходимых бюджетов спортивных соревнований и спортивных организаций.

### *Список литературы*

1. Леднев В. Роль бизнеса в индустрии спорта / В. Леднев // Спорт и право. 2011. – №3 (5). – С. 7–9.
2. Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года // Распоряжение Правительства РФ от 07.08.2009. №1101-р. С. 1–16.
3. Солнцев И.В. Роль индустрии спорта в развитии современной экономики / И.В. Солнцев // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2012. – №6 (24). – С. 1–13.