

REFERENCES

1. Bguashev, A.B. and Khazova, S.A. (2016), "Personal qualities and abilities as determinants of the competitiveness of specialists in physical culture and sports", *Modern high-tech technologies*, No. 12-3, pp. 567–571.
2. Gaiduk, N.A. (2008), "Pedagogical aspects of the formation of the professional image of future teachers of physical culture", *Pedagogy, psychology and medico-biological problems of physical education and sports*, No. 11, pp. 79–81.
3. Makarova, K.V. and Novikova, N.A. (2011), "Features of structural components of the professional image of teachers with different experience", *Teacher XXI century*, No. 1, pp. 187–192.
4. Tarasenko, N.A. (2004), "Formation of an individual image of a teacher", *Psychological and pedagogical search*, No. 1, pp. 58–63.

Контактная информация: letchik45@bk.ru

Статья поступила в редакцию 25.06.2021

УДК 796.01:336

К ПРОБЛЕМЕ РАЗВИТИЯ СПОНСОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СПОРТЕ

Ольга Викторовна Савельева, старший преподаватель, Самарский государственный экономический университет; Алла Михайловна Данилова, кандидат педагогических наук, доцент, Александр Дмитриевич Воронин, преподаватель, Самарский государственный технический университет

Аннотация

В данной статье рассматривается состояние рынка российского спонсорства, его проблемы и риски окупаемости. Актуальность работы состоит в том, что спортивное спонсорство в России в данный момент не реализует весь свой потенциал. Авторы считают, что связано это с неправильным пониманием спонсорства, с большими рисками окупаемости и с отсутствием централизованных спонсорских организаций. Целью исследования является рассмотрение феномена «спонсорства» в спортивной сфере на соответствующих примерах. Увеличение объемов частных инвестиций, спонсорства и государственно-частного партнерства может поднять российский спорт на новый уровень. Очень важно не допустить упадка заинтересованности в спорте среди людей и потери перспективных спортсменов из-за недостаточного наблюдения сторонних компаний за спортивным миром. Общий вывод, сделанный авторами, говорит о том, что необходимы совершенно новые технологии в проведении конкурентной борьбы и техники «беспроблемного» ориентирования нуждающихся в поддержке спортивных клубов в поисках подходящего спонсора. А также крайне важно перестроиться под новые требования, которые предъявляет современная конъюнктура рынка.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, риски окупаемости, рыночная экономика, спортивное спонсорство, частные инвестиции, экономическая привлекательность.

DOI: 10.34835/issn.2308-1961.2021.6.p274-278

ON THE PROBLEM OF THE DEVELOPMENT OF SPONSORSHIP IN SPORTS

Olga Viktorovna Savelyeva, the senior teacher, Samara State University of Economics; Alla Mikhailovna Danilova, the candidate of pedagogical sciences, senior lecturer, Alexander Dmitrievich Voronin, the teacher; Samara State Technical University

Abstract

This article examines the state of the Russian sponsorship market, its problems and payback risks. The relevance of the work is that sports sponsorship in Russia at the moment does not realize its full potential. The author believes that this is due to a wrong understanding of sponsorship, with high payback risks and the lack of centralized sponsorship organizations. The purpose of the study is to consider the phenomenon of "sponsorship" in the sports field on the relevant examples. An increase in private invest-

ment, sponsorship, and public-private partnerships can take Russian sports to a new level. The state is already making attempts to popularize sports in Russia. This will certainly lead to an increase in the attention of sponsors and investors to the sport. Therefore, it is very important to prevent the decline of interest in sports among people and the loss of promising athletes due to insufficient monitoring of the sports world by third-party companies. The general conclusion made by the author suggests that completely new technologies are needed in conducting competition and techniques for "problem-free" orientation of sports clubs in need of support in search of a suitable sponsor. And it is also extremely important to adjust to the new requirements that the current market conditions impose.

Keywords: public-private partnership, payback risks, market economy, sports sponsorship, private investment, economic attractiveness.

ВВЕДЕНИЕ

Физическая культура и спорт – сфера, которая в значительной мере обеспечивает физическое и нравственное здоровье населения, способствует поддержанию работоспособности и конкурентоспособности человека на рынке труда. Более того, спорт рассматривается как эффективный инструмент политической жизни. А проведение крупных спортивных соревнований способствует развитию производственной и социальной инфраструктуры, при этом повышая международную привлекательность страны.

В последние годы все большее внимание уделяется спонсорству и частным инвестициям в спорт. В них сокрыт огромный потенциал для развития не только спорта, но и для экономического роста самих компаний.

На фоне растущей тенденции ведения здорового образа жизни, все чаще предприниматели видят будущее именно в "спортивных" инвестициях. Однако спортивное спонсорство в России в данный момент не реализует весь свой потенциал. Связано это с неправильным пониманием спонсорства, с большими рисками окупаемости и с отсутствием централизованных спонсорских организаций. Поэтому состояние рынка российского спонсорства, изучение его проблемы и рисков окупаемости, наиболее актуально в данной сфере.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Одной из основных социально-экономических целей государства на данный момент является создание условий для обеспечения возможности регулярных занятий граждан физической культурой и спортом. В связи с этим государству приходится сталкиваться с множеством задач:

- развитие инфраструктуры, необходимой для развития физической культуры, учитывая также ее доступность лицам с ограниченными возможностями;
- проведение технических и организационных мероприятий, обеспечивающих защиту инфраструктурных объектов от различного рода воздействий;
- обеспечение развития научной деятельности в сфере физической культуры и спорта и др. [7].

Становится очевидным, что для реализации поставленных целей и задач особое значение необходимо предавать возможности государства финансово обеспечить сферу физической культуры и спорта, а также необходимости определения источников финансирования.

Финансирование физической культуры и спорта в РФ осуществляется за счет трех источников средств:

- федерального бюджета;
- консолидированного бюджета субъекта Российской Федерации, который включает в себя бюджет субъекта РФ и бюджет муниципального образования;
- внебюджетных средств (к ним относят: доходы физкультурно-спортивных организаций от предпринимательской деятельности, поступления из разнообразных внебюджетных фондов содействия развитию физической культуры и спорта, от спонсоров,

спортивных лотерей, а также других доходов, не запрещенных законодательством) [1].

Целью исследования является рассмотрение феномена «спонсорства» в спортивной сфере на соответствующих примерах.

Спонсорство в области физической культуры – это договорные отношения, заключающиеся в обмене рекламными, маркетинговыми функциями и обязательствами со стороны собственно спонсора и использованием логотипов и других отличительных знаков в экипировке, а также достижением показательных результатов со стороны организации. Такой вид поддержки не носит благотворительный характер, так как взаимодействие участников построено на взаимовыгоде, основанной на стремлении к увеличению прибыли у спонсора и повышению зарплат спортсменов, доходов клубов. Поручитель (тот, кто вкладывает денежные средства в «спортивное предприятие») осуществляет взнос в определенном размере в организацию, например, в оргкомитет, или же в сам уставный капитал. Именно поэтому достаточно активно заключаются контакты по сотрудничеству на долгосрочные периоды времени, тем самым, создавая предпосылки для большего привлечения не только зрителей, но и потенциальных спонсоров.

На данный момент в России большое внимание уделяется развитию государственно-частного партнерства (ГЧП) в сфере физической культуры [2]. Государство обеспечивает инвесторов заказами, как бы являясь гарантом окупаемости проектов. По словам Павла Колобкова, Министра спорта Российской Федерации, «применение ГЧП позволяет экономить странам от 15% до 20% государственных расходов». Поэтому тема ГЧП нередко поднимается на различных заседаниях. Так на заседании Совета при Президенте РФ в марте 2019 году Павел Колобков отметил, что в Министерстве спорта системно работают над привлечением внебюджетных инвестиций и развитием государственно-частного партнёрства, кроме того формируется комплекс мер, направленный на привлечение частных инвестиций в спортивную отрасль [3]. Помимо этого, развитие ГЧП является одной из задач Федерального проекта «Спорт – норма жизни», так 5 июня 2020 года на заседании Коллегии Минспорта Олег Матыцин отметил, что необходимо «привлекать частных инвесторов, особенно для крупных, коммерчески интересных объектов... с предоставлением гарантированного объёма госзадания». По данным ВГТРК уже в 2018 году ГЧП было запущено около 60 проектов, а объём частных инвестиций составил 12,5 млрд. рублей. В июне 2020 года на заседании коллегии Министерства спорта РФ было предложено создать бюро спортивных инвестиций, целью которого стало бы привлечение средств частных компаний для финансирования спортивных проектов. При этом было замечено снижение объёма финансирования спортивных программ со стороны федерального бюджета на 9% в 2020 году по сравнению с 2019 годом [4].

«На снижение объёма финансирования спортивных программ со стороны федерального бюджета повлияло завершение глобальных проектов – чемпионата мира по футболу, Универсиады в Красноярске», – пояснил министр спорта Олег Матыцин. В целом на многих заседаниях Минспорта обращается внимание на необходимость усиления внебюджетного финансирования спортивных программ, но конкретных мер, помимо создания бюро спортивных инвестиций, предложено не было.

Доля спонсорства, по данным ведущих российских спортивных агентств, в бюджетах частных компаний в среднем едва ли составляет 2,5–3%, при этом такие небольшие цифры достигаются в основном за счет крупнейших общероссийских компаний, таких как «Лукойл», «Газпром», «Ростелеком».

В свою очередь российский спорт по своей инфраструктуре и качеству предлагаемых событий не всегда конкурентоспособен в сравнении с зарубежным, это значительно снижает интерес людей и затрудняет «продажу» российского спорта как продукта [5]. По исследованиям TNS Gallup AdFact, компании, занимающейся мониторингом рекламы в России наиболее популярными, а фактически наиболее эффективными с точки зрения спонсорских вложений, видами спорта в России являются футбол и фигурное катание. Но

вот детскому спорту в России по-прежнему не хватает спонсоров. Связано это с отсутствием глобальных мероприятий и именитых игроков, которые привлекали бы их внимание. Кроме того, спонсорство до сих пор воспринимается многими предпринимателями как благотворительность, а не инвестиции. Однако здесь, в отличие от благотворительности, вложенные деньги и усилия возвращаются в виде роста продаж, рекламы, улучшения репутации, повышению лояльности потребителей [6].

Например, во время чемпионата мира по футболу в 2018 году Самарская область, где главным спонсором является Правительство данного субъекта РФ, получило 2,5 млрд рублей. Деньги поступали как от российских болельщиков, так и от иностранных граждан. Здесь учитывалась и сувенирная продукция в футбольной тематике, и билеты на спортивные состязания, и различные услуги, например экскурсии в «СамараАрену», сопровождающиеся знакомствами с нашими знаменитыми футболистами.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, спонсорство представляет собой форму задействования и продвижения обоюдных интересов с помощью различных способов: финансовая, организационная, маркетинговая и иные виды поддержки, с целью привлечения клиентов для покупки товаров и услуг, наблюдения за спортсменами или отдельными командами, а также участия в качестве зрителей на соревнованиях. Поэтому очень важно не допустить упадка заинтересованности в спорте среди людей и потери перспективных спортсменов из-за недостаточного наблюдения сторонних компаний за спортивным миром.

На данный момент становится все сложнее найти коммерческого спонсора, который бы в достаточном объеме оказывал финансирование организаций. Необходимы также совершенно новые технологии в проведении конкурентной борьбы и техники беспроblemного ориентирования нуждающихся в поддержке спортивных клубов в поисках подходящего спонсора.

Увеличение объемов частных инвестиций, спонсорства и ГЧП, может поднять российский спорт на новый уровень. Уже сейчас государством делаются попытки популяризировать спорт в России. Так целью федерального проекта «Спорт – норма жизни» является увеличение занимающихся спортом до 55%. Это, безусловно, приведет к повышению внимания спонсоров и инвесторов к спорту, несмотря на влияние пандемии, которая сильно подкосила спонсорский рынок. Сейчас крайне важно перестроиться под новые требования, которые предъявляет современная конъюнктура рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Махмудов Т.Г. Проблемы и перспективы развития физической культуры в России и мире / Т.Г. Махмудов, О.В. Савельева // OlymPlus. Гуманитарная версия. – 2017. – № 2 (5). – С. 36–38.
2. Методические материалы для органов власти субъектов Российской Федерации о реализации проектов на основе государственно-частного партнерства по развитию спортивной инфраструктуры // Официальный сайт министерства спорта РФ: [сайт]. – URL : https://www.minsport.gov.ru/2017/doc/A5_Sport_2_2017_e_.pdf (дата обращения: 06.03.2021).
3. О национальных целях и стратегических задачах развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2024 года и на последующий период : доклад // Официальный сайт министерства спорта РФ: [сайт]. – URL: <https://sportunros.ru/admin/Доклад%20к%20заседанию%20Совета%20при%20Президенте%20РФ%20по%20развитию%20физической%20культуры%20и%20спорта.pdf> (дата обращения: 04.03.2021).
4. Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2030 года // Официальный сайт министерства спорта РФ: [сайт]. – URL: <https://minsport.gov.ru/activities/proekt-strategii-2030/> (дата обращения: 04.03.2021).
5. Попова, А.О. Экономическая составляющая индустрии услуг физической культуры и спорта в России и за рубежом / А.О. Попова, Л.А. Иванова, А.Ю. Алексин // OlymPlus. Гуманитарная версия. – 2017. – № 1 (4). – С. 80–84.

6. Савельева, О.В. Роль частных инвестиций в сфере физической культуры и спорта / О.В. Савельева, Л.А. Иванова, В.И. Шеханин // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2020. – № 1 (179). – С. 241–245.
7. Стратегия развития спортивной индустрии до 2035 года. – URL : <http://static.government.ru/media/files/hAdS1Ag79t4b0gc0fxhmA6MZb8VLbYGR.pdf> (дата обращения: 04.03.2021).

REFERENCES

1. Makhmudov, T.G. and Savelyeva, O.V..(2017), "Problems and prospects of development of physical culture in Russia and the world ", *OlymPlus. Humanitarian version*, Vol. 5, No. 2, pp. 36–38.
2. Ministry of sport Russian Federation (2017), *Methodological materials for the authorities of the subjects of the Russian Federation on the implementation of projects based on public-private partnership for the development of sports infrastructure*, available at: https://www.minsport.gov.ru/2017/doc/A5_Sport_2_2017_e_.pdf. (accessed 06.03.2021).
3. Report (2020), "On national goals and strategic objectives for the development of physical culture and sports in the Russian Federation until 2024 and beyond", available at <https://sportunros.ru/admin/Доклад%20к%20заседанию%20Совета%20при%20Президенте%20РФ%20по%20развитию%20физической%20культуры%20и%20спорта.pdf>, (accessed: 04.03.2021).
4. Strategy (2020), "Development of physical culture and sports in the Russian Federation until 2030"», available at: <https://minsport.gov.ru/activities/proekt-strategii-2030/>, (accessed: 04.03.2021).
5. Popova, A.O., Ivanova, L.A. and Aleksin, A.Yu. (2017), "Economic component of the service industry of physical culture and sports in Russia and abroad", *OlymPlus. Humanitarian version*, Vol. 4, No. 1, pp. 80–84.
6. Saveleva, O.V., Ivanova, L.A. and Shekhanin, V.I. (2020), "The role of private investments in the sphere of physical culture and sports", *Uchenye zapiski universiteta imeni P.F. Lesgafta*, Vol. 179, No.1, pp. 241–245.
7. *Strategy of development of the sports industry until 2035*, available at: <http://static.government.ru/media/files/hAdS1Ag79t4b0gc0fxhmA6MZb8VLbYGR.pdf> (accessed 04.03.2021).

Контактная информация: saveleva_leya@mail.ru

Статья поступила в редакцию 12.04.2021

УДК 796.355

МЕТОДИКА ФИЗИЧЕСКОЙ И ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ЮНЫХ ХОККЕИСТОВ 8-9 ЛЕТ НА ОСНОВЕ СРЕДСТВ ФИТНЕСА

Виктор Александрович Савушкин, магистрант, Александра Эдуардовна Савушкина, преподаватель, Смоленская государственная академия физической культуры, спорта и туризма

Аннотация

В статье рассматриваются существующие проблемы при подготовке юных хоккеистов. Одним из решений проблем, видится введение в учебно-тренировочные занятия юных хоккеистов методик на основе применения средств фитнеса. Целью исследования является проверка гипотезы, разработанной нами методики на основе средств фитнеса, направленной на повышение физической и технической подготовленности юных хоккеистов. В формирующем эксперименте приняли участие 48 юных хоккеистов, было отобрано 30 спортсменов и образованы контрольная и экспериментальная группы. Педагогический эксперимент выявил статистически значимую динамику показателей физической и технической подготовленности. Таким образом, систематическое применение комплекса упражнений на основе средств фитнеса в тренировочном процессе привело к улучшению физической и технической подготовки юных хоккеистов 8-9 лет.

Ключевые слова: хоккей, фитнес средства, методика, физическая и техническая подготовка.