

УДК 330.322:796

DOI: 10.26140/anie-2021-1002-0071



©2021 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0  
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license  
(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ИНВЕСТОРОВ В ПРОЕКТЫ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ МЕТОДИК И ТЕХНОЛОГИЙ В СПОРТИВНОЙ СФЕРЕ

© Автор(ы) 2021

AuthorID: 36092

SPIN: 9171-9969

**ТЕЛЬНЫХ Дмитрий Александрович**, преподаватель кафедры физической культуры

*Курский государственный медицинский университет*

*(305033, Россия, Курск, ул. К.Маркса, 3, e-mail: tilya46@mail.ru)*

**Аннотация.** Проблема поиска инструментов активизации социальной и экономической динамики в развитии спортивной сферы сохраняет по-прежнему свою актуальность. Россия с позиции состояния массового и профессионального спорта на данный момент все больше отстает от передовых в спортивном плане стран. Одной из причин является отставание в области применения инноваций и информационных технологий в спортивной сфере. Для решения сложившихся проблем необходимо изменить подходы к управлению финансированием, которое должно включать себя не только грамотное планирование и распределение средств, но и диверсификацию источников дохода за счет привлечения частных инвесторов. В статье предлагаются различные инновационные подходы, которые позволили бы установить тесное сотрудничество между инвесторами и спортивными командами, учреждениями или индивидуальными спортсменами. На сегодняшний день в отечественном спорте данная практика не развита в виду нерентабельности инвестиционных вложений. В статье предлагается совместить зарубежную практику привлечения инвестиций в спортивную сферу и футбольный опыт, выявить особенности и, учитывая их, создать новую форму сотрудничества. В ходе исследования было выяснено, что даже в футболе большинство команд находятся в определенной зависимости от отчислений их государственного бюджета, однако и процент во многих командах значительно меньше частной спонсорской поддержки, что снижает степень влияния различных неблагоприятных ситуаций на футбол. Именно такого соотношения необходимо добиться и в других видах спорта для его полноценного развития.

**Ключевые слова:** спортивная сфера, информационные системы и технологии, коммерциализация спорта, инвестиции, окупаемость, рентабельность, бюджетное финансирование, привлечение частных инвестиций.

## PROBLEMS OF ATTRACTING COMMERCIAL INVESTORS TO PROJECTS WITH THE USE OF INFORMATION METHODS AND TECHNOLOGIES IN THE SPORTS FIELD

© The Author(s) 2021

**TELNYKH Dmitry Alexandrovich**, lecturer of the department of physical culture

*Kursk State Medical University*

*(305033, Russia, Kursk, K.Marx st., 3, e-mail: tilya46@mail.ru)*

**Abstract.** The problem of finding tools to activate social and economic dynamics in the development of the sports sphere remains relevant. Russia, from the point of view of the state of mass and professional sports at the moment, is increasingly lagging behind the advanced countries in terms of sports. One of the reasons is the lag in the application of innovations and information technologies in the sports field. To solve the existing problems, it is necessary to change the approaches to financing management, which should include not only competent planning and distribution of funds, but also the diversification of income sources by attracting private investors. The article suggests various innovative approaches that would allow for close cooperation between investors and sports teams, institutions, or individual athletes. To date, in domestic sports, this practice is not developed due to the unprofitability of investment investments. The article proposes to combine the foreign practice of attracting investment in the sports sector and football experience, to identify the features and, taking them into account, to create a new form of cooperation. In the course of the study, it was found that even in football, most teams are somewhat dependent on the deductions of their state budget, but the percentage in many teams is significantly less than private sponsorship, which reduces the impact of various adverse situations on football. It is this ratio that must be achieved in other sports for its full development.

**Keywords:** sports sphere, information systems and technologies, commercialization of sports, investments, payback, profitability, budget financing, attracting private investment.

### ВВЕДЕНИЕ

*Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.* В спорте, как и в любой другой сфере человеческой деятельности, часто приходится сталкиваться с решением различных экономических вопросов. Развитие видов спорта дошло до такого состояния, что сегодня для комфортных занятий спортом необходима специализированная одежда, хорошо развитая инфраструктура и материально-техническая база. Для этого необходимы постоянные финансовые вложения в различные спортивные проекты. Сегодня для развития и продвижения каждого вида спорта это является обязательным условием. При этом размеры инвестиций, вовлекаемых в эту сферу, и денежный оборот с каждым годом возрастают.

Одной из причин инвестиционной активности это увеличение технологичности отрасли - спорт все больше становится зависим от технологий. Это происходит как на уровне массового, так и профессионального спорта, где технологии позволяют расширить варианты тренировочного процесса для раскрытия физиологического потенциала. Современные технологии позволяют достигать целей, которые ставятся перед спортсменами

эффективнее и быстрее за счет изменения подходов к организационному и тренировочному процессам [1]. Разнообразие созданных сегодня технических идей и возможностей позволяет учитывать особенности каждого вида спорта, а также индивидуальность каждого спортсмена, что способствует улучшению результатов в массовом порядке.

В доступности для массового спорта использование инноваций на сегодняшний день не так высоко из-за разных финансовых возможностей спортивных организаций, на что также влияет характер собственности. В условиях структурного кризиса в экономике все труднее становится обеспечить обновление материально-технической базы, а также приобретать продукты информационных технологий. Как правило, большинство современных технологий представляют собой информационный комплекс, состоящий из двух важных составных частей: аппаратного и программного обеспечения. Стоимость программной реализации дешевле, чем технической. При этом использование нестандартных систем требует больших вложений. В других сферах человеческой деятельности стоимость технологий может быть сравнительно меньше, чем в спорте, что связано с необходимо-

стью использования дополнительного оборудования для обеспечения работы аппаратной части. Идеи решения большого количества задач в основном приходится на расширение функционала программ. В спорте же необходимо дополнительное электронное оборудование, которое сможет выполнять задачи различного класса. В зависимости от вида устройств будет изменяться конечная стоимость полного цифрового комплекса.

В виду того, что большинство спортивных учреждений имеют зависимость от государственного финансового содержания, уровень доступности технологий для массового сегмента, как для и потребительского рынка снижается [2]. Учитывая дифференциацию в уровне обеспеченности спортивной инфраструктурой и возможностями для занятия спортом между регионами, в рамках государственной политики остается по-прежнему актуальной задача развития массового спорта как элемента здорового образа жизни. В сложных экономических условиях государственный бюджет не может обеспечить реализацию проектов и направлений развития спорта в России, поэтому важно создать механизм рыночного регулирования экономических вопросов этой сферы. Ключевым является поддержка частных инвестиций как в области достижения коммерческих идей, так и выполнения бизнесом социальной функций в отношении населения и своих сотрудников. В таких вопросах становится важным эффективность проектов и программ

*Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы.* Проблема нехватки финансирования для спортивной области посвящено большое число работ [3-5]. В исследовании группы ученых отмечается, что государство выделяет недостаточно финансовых ресурсов для фундаментального изменения ситуации в массовом сегменте. Сохраняется полная финансовая зависимость многих спортивных учреждений от бюджета страны, которая наблюдается в России, делает их уязвимыми для воздействия различных факторов, таких как экономические кризисы, ухудшение политической ситуации, пандемия и другое [6]. Так, Матушанская Е.Е. [7] справедливо замечает, что под действием неблагоприятной обстановки в стране, связанной с появлением кризисных ситуаций, наблюдается одновременное снижение доходов и увеличение расходов, что в свою очередь замедляет выполнение государственных задач в сфере физической культуры и спорта.

Существует целый ряд проблем, которые мешают дальнейшему развитию данной сферы в техническом и социальном аспектах. В это же время все они требуют финансирования и материальной помощи. Сегодня наблюдается значительное отставание России во многих аспектах развития спортивной сферы от развитых стран. Например, передовые страны обозначили перед собой главной стратегической целью максимальное внедрение цифровых технологий. Инновации стали интегрироваться в мировой спорт сравнительно недавно, однако уже можно говорить о том, что Россия по уровню цифровизации так же занимает отстающие позиции. Ряд ученых определяет, что обеспечение спорта технологиями является стратегической задачей [8-10]. Однако для этого так же необходимы инвестиционные вложения.

Существует большое количество исследований на данную тему, однако решение проблемы поиска средств на развитие спорта остается плохо изученной. Опыт зарубежных стран опирается на помощь коммерческих спонсоров, которые на определенных условиях поддерживают определенные виды спорта. Чаще всего это рекламные контракты. В России данный опыт не является распространенным. Спорту оказывается финансовая поддержка некоторых крупных государственных компаний, однако поток выделяемых инвестиций не является постоянным. Одним из немногих видов спорта, в которых практика сотрудничества со спортом успешно

продвигается, стал футбол, где имеются возможности для использования разнообразных методик, основанных на информационных технологиях. Финансовые возможности дают возможность футбольным клубам закупать новейшее оборудование для сопутствующих тренировкам процессам. В тоже время финансовая возможность приобретения дорогих информационных систем делает футбол привлекательным для ученых, которые разрабатывают технологии [11-13].

Часть фирм, которые занимаются созданием электроники и цифровых продуктов так же являются коммерческими, а, следовательно, ориентированными на получение прибыли. Вследствие этого разработки и исследования проводятся в тех видах спорта, у которых есть возможность купить и поддерживать технологии. Поэтому задачей многих видов является повысить свою рентабельность вложений.

#### МЕТОДОЛОГИЯ

*Формирование целей статьи.* Оценить значение использования информационных технологий для повышения рентабельности вложений в каждом виде спорта. Провести исследование существующих методик оценки инвестиционной эффективности.

*Постановка задания.* Изучить различные способы повышения рентабельности проекта за счет внедрения информационных систем и технологий, выделить аспекты поиска средств для начала сотрудничества с разработчиками. Оценить их эффективность.

*Используемые в исследовании методы, методики и технологии.* В ходе данной работы была использована научная-методическая литература по принципам расчета рентабельности вложений в определенный род деятельности, официальные отчетные материалы государственных источников, отображающие различные спортивные статистические данные. В качестве методов для исследования были выбран ряд общенаучных инструментов для работы с информацией. Особую роль сыграло использование методик, на основе информационных программных технологиям, которые позволяют провести более полную аналитику данных.

#### РЕЗУЛЬТАТЫ

*Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.* Сегодня в спортивной сфере сформировалась зависимость от технологий, влияющих на конкурентоспособность на уровне профессионального спорта. Чтобы развиваться спортсмену помимо упорного труда и работы над собой необходимы передовые методики, использование новых подходов для открытия новых физических качеств и навыков. Все это можно достичь при помощи информационных систем и технологий. Однако высокая стоимость не позволяет приобретать новинки техники. Для их приобретения нужно дополнительное спонсирование, поэтому важной частью спортивной деятельности является поиск спонсоров. В контексте рыночных отношений для этого отдельному спортсмену или спортивной команде важно соответствовать определенным требованиям, привлекать маркетинговое внимание к себе своими результатами или особенностями выступлений. Важно выделяться среди соперников, чтобы быть замеченными, как болельщиками, так и спонсорами. Но для того, чтобы выделяться и быть лучшим необходимо использовать нестандартные подходы. Таким образом, формируется замкнутый круг.

Основная проблема заключается в том, что большинство сторонних инвестиций пытаются привлечь на правах рекламы. Но для того, чтобы данный вид сотрудничества был выгоден необходимо, чтобы у спортсмена или команды уже были определенные успехи. Для начинающих спортсменов данный вариант является неподходящим. Так же важным фактором является популярность самого вида спорта. На это влияет качество маркетинговой компании, зрелищность. Последний фактор заключается не только в действиях, происходящих

на соревновательной площадке, но и способов проведения трансляций. Для этого так же можно использовать информационные системы и технологии. В качестве попытки решения проблемы по опыту зарубежных стран можно заключить контракты на льготных условиях непосредственно с производителями технологий.

Многие компании создают электронно-цифровые средства не только для профессиональных спортсменов, но и для массового распространения и использования в личных целях. Таким образом, спортсмены могут получить инновации на льготных условиях. Здесь так же для компании-разработчика основной целью является реклама. Однако данный способ будет намного рентабельнее, чем привлечение дополнительных сторонних лиц. Данный вид деловых отношений характерен не только в случаях распространения цифровой продукции в совокупности с программно-аппаратным обеспечением, но и инновационного инвентаря, а так же новинок в экипировке. Так же зарубежная практика демонстрирует большое количество примеров, когда спортсмены принимали участие в тестировании и доработке изделия, что в глазах покупателей формирует определенный уровень качества. Однако данный опыт не подходит для крупных систем. Более того, большинство используемой продукции создано зарубежными компаниями.

В качестве альтернативы двум предложенным вариантам может стать поиск инвестиций в создающийся ИТ-проект. Это сделать гораздо сложнее, однако в данном случае возможно объединить коммерческую и государственную помощь. С одной стороны, такое сотрудничество поможет развитию молодым компаниям-разработчикам, с другой стороны, поможет в спорт внедрить цифровой продукт на более выгодных условиях. Сотрудничество с развивающимися отечественными компаниями значительно снизит итоговую стоимость информационного комплекса. Однако отсутствие большого опыта может создать определенный ряд проблем:

- увеличенные сроки периодов жизненного цикла вплоть до введения в эксплуатацию;
- в первое время работы возможны сбои;
- необходимость дальнейшей поддержки программного продукта для устранения возникших неточностей в работе;
- неоптимизированная работа (большой затрат ресурсов).

Данные факторы могут влиять на дополнительные расходы, что делает проект менее рентабельным. В следствии этого найти спонсоров для него будет достаточно трудно. Однако снизить риски позволит наличие хорошо проработанного бизнес-плана, составленного по современным теоретическим методикам, которые позволяют составить четкий прогноз, составить планирование распределения ресурсов (человеческих, материальных, финансовых, временных) и рассчитать необходимые затраты, найти убыточные статьи и ликвидировать их. Причем, данные процессы проводятся с помощью стандартных информационных инструментальных средств. Ответственность за разработку данного плана должен брать на себя разработчик. Однако итоговую оценку его экономической эффективности проводит непосредственно спонсор с целью проверки правдоподобности представленных данных. При совместной работе спортивного учреждения и инвесторов можно организовать отбор компаний на проектирование информационной системы на конкурсной основе. В условиях конкуренции улучшается качество предоставляемых услуг. Более того, появляется возможность оптимального выбора с наиболее низкими рисками и приемлемой ценой.

На сегодняшний день перейти полностью к коммерциализации спорта невозможно. Поддержка и совместное сотрудничество с государством на данном этапе является необходимым условием развития спорта. Даже в футболе, который сегодня считается самым коммерциализованным видом спорта, только несколько

футбольных клубов является полностью частными, тогда как остальные получают финансовую поддержку из бюджетных средств и государственных компаний. На рисунке 1 представлена процентная структура дохода некоторых футбольных клубов по исследованию [14].

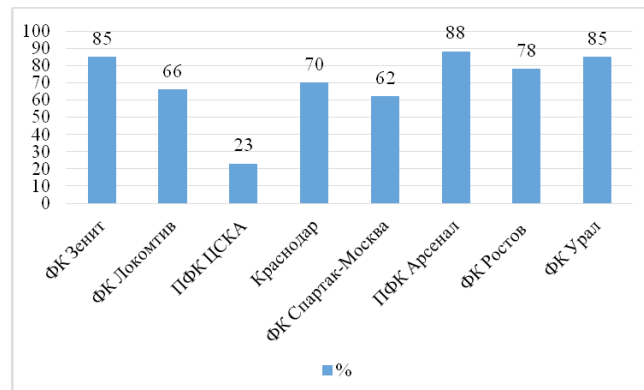


Рисунок 1 – Доходы российских футбольных клубов от спонсоров

Исходя из рисунка 1 видно, что для многих футбольных клубов больший процент дохода приходится именно на финансовую помощь коммерческих инвесторов. Однако часть дохода приходится именно на поддержку со стороны государства. ЦСКА при этом считается клубом с низкой коммерциализацией, хотя размер его дохода является достаточно высоким по сравнению с соперниками.

*Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях.* В ходе данного исследования был выделен ряд подходов, которые позволили бы увеличить привлекательность проектов, направленных на развитие спорта, у коммерческих инвесторов. Основной упор делался на применении инновационных методик, которые включают как теоретические, так и практические подходы. Сотрудничество с коммерческими спонсорами дает возможность увеличить уровень цифровизации спорта. Другие исследователи так же рассматривают похожие методики [15-17]. Однако их применение распространяется в других областях. На этом удачном опыте возможно внедрение похожих технологий и в спортивную сферу. Конечно, выделение инвестиций в спорте и помощь в закупке спортивных технологий имеет свои особенности. Положительную практику можно взять за основу и с учетом отличительных аспектов возможно сформировать уникальную методику развития коммерческого финансирования в спорте.

Так же было выяснено, что на данном этапе даже в условиях перехода спорта на коммерческий формат материальная поддержка государства важна и необходима. Такая позиция разделяется широким кругом ученых [18-20]. Действительно, пока успеха и эффективного решения возникших проблем можно добиться только в условиях совместного сотрудничества бюджетных и коммерческих структур.

#### ВЫВОДЫ

*Выводы исследования.* Наличие большого количества проблем в сфере отечественного спорта затрудняет его развитие не только как одной из сфер экономической деятельности, но и как элемента жизнедеятельности человека. Многие страны проводят объемный порядок работ, связанный с разработкой и внедрением технологий, которые бы позволили улучшить условия функционирования и повышения эффективности всех процессов, возникающих в спортивной сфере. В российском спорте информатизация является далеко не главной проблемой, так как их применение зависит от решения фундаментальных задач в области развития спортивной инфраструктуры и построение самоокупаемой рыночной модели работы сегмента спортивного рынка.



Именно нехватка финансирования при потребности высокой стоимости технологий влияют на их доступность и скорость распространения в спорте, а инвестиционный голод в экономике страны не способствует решению вопросов активизации производства. В следствии того, что средства, выделяемые из государственного бюджета, не могут покрыть даже основные запросы спортивной сферы, необходимо изменение структуры общего финансирования за счет стимулирования прихода частных инвестиций. Однако здесь возникает целый ряд препятствий. Одним из способов улучшить инвестиционную активность является сопряжение технических возможностей информационных систем в экономике и государственное регулирование, направленное на стимулирование притока частных инвестиций в высокотехнологичный сектор и спортивную сферу.

Перспективы дальнейших изысканий в данном направлении. Привлечение коммерческих инвесторов для российского спорта является по-прежнему актуальной, но вместе с тем труднорешаемой задачей. Существующие методики интеграции информационных систем и спорта относительно хорошо развиты только в футболе, тогда как другие виды спорта пока только начинают сотрудничать с другими компаниями и заключать рекламные контракты. Пока данные случаи единичны и полностью зависят от уникальности спортсмена, который обладает маркетинговой ценностью. Спортивным учреждениям необходимо теперь все больше обращаться к вопросам маркетинга и заниматься повышением эффективности своей деятельности, чтобы увеличить рентабельность и быструю окупаемость вложений, что увеличит их привлекательность для спорта.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Егорова М.Н. Современные технологии продвижения в индустрии спорта // Журнал правовых и экономических исследований. - 2019. - №1. - С. 124-128.
2. Перькова Е.А. Экономические аспекты развития спорта в России // Наука и практика регионов. - 2020. - № 3 (20). - С. 73-76.
3. Перькова Е.Ю. Анализ динамики и структуры источников финансирования физической культуры и спорта в России // Наука и практика регионов. - 2019. - № 2 (15). - С. 31-35.
4. Зюкин Д.А. Влияние здорового образа жизни на мировую экономику и экономику страны // Политика, экономика и инновации. - 2020. - № 6 (35). - Режим доступа: <http://pei-journal.ru/index.php/PEI/article/view/956/1105>
5. Заболотских Л.Ю., Андросова Г.А. Альтернативные источники финансирования спортивной деятельности // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. - 2020. - № 4 (29). - С. 48-50.
6. Экономические направления популяризации здорового образа жизни населения как способ продления социальной активности граждан / Д.А. Зюкин, Д.А. Самофалов, Е.В. Харченко, С.Н. Петрова // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. - 2020. - №8. - С. 53-60.
7. Матушанская Е.Е. Место физической культуры и спорта в структуре расходов бюджетной системы Российской Федерации // Вектор экономики. - 2018. - № 12 (30). - С. 91.
8. Костюкова К.С. Политика цифровой трансформации Японии на примере развития технологий искусственного интеллекта // МНР. - 2019. - Т.10. - № 4. - С. 516-529.
9. Зюкин Д.А. Использование информационных технологий при решении социальных вопросов и роль государства в экономической поддержке их продвижения // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. - 2020. - № 7. - С. 118-126.
10. Актуальные проблемы перехода к практике эффективно-го управления физкультурно-спортивными сооружениями / С.В. Сапогова, С.В. Перицина, М.А. Пиунова, Л.Б. Шорохова // Теория и практика физической культуры. - 2020. - № 3. - С. 69-71.
11. Левин М.А. Финансовые аспекты деятельности ведущих спортивных объединений (на примере высших футбольных лиг) // Вектор экономики. - 2019. - № 5 (35). - С. 156.
12. Солнцев И.В. Разработка унифицированного подхода к оценке стоимости футбольных клубов // Корпоративные финансы. - 2018. - Т.12. - № 1. - С. 77-90.
13. Абдрашев Н.Н. Особенности финансирования Российских футбольных клубов: основные проблемы и методы их решения // Государственное управление. Электронный вестник. - 2020. - № 81. - С. 120-143.
14. Солнцев И.В. Повышение финансовой устойчивости Российских футбольных клубов // Экономический журнал Высшей школы экономики. - 2020. - Т.24. - № 1. - С. 117-145.
15. Аишуралиева Д.Р., Духудева К.Д. Основные направления инвестиционной деятельности в республике Дагестан // Экономика вчера, сегодня, завтра. - 2019. - Т.9. - № 12-1. - С.162-170.

16. Аббосов Б.А., Худайбердиева Д.А. Спортивный менеджмент // Проблемы и достижения современной науки. - 2019. - № 1 (6). - С. 75-76.

17. Изенева А.Г., Савельева О.В. Спортивный менеджмент // Скиф. Вопросы студенческой науки. - 2019. - № 11 (39). - С. 554-557.

18. Бобровский Е.А. Развитие материально-технической базы как фактора повышения доступности занятий спортом // Наука и практика регионов. - 2018. - № 3 (12). - С. 103-107.

19. Айвазова Е.С., Кононенко А.В., Проскурина Е.Ф. Экономические отношения в области физической культуры и спорта // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. - 2020. - № 1. - С. 110-114.

20. Аксененко Я.С. Бюджетная политика Российской Федерации в социальной сфере: направления и риски развития // Вестник современных исследований. - 2020. - № 4-7 (34). - С. 13-15.

Статья поступила в редакцию 25.02.2021

Статья принята к публикации 27.05.2021