

DOI: 10.17747/2618-947X-2021-3-252-261
JEL L32, Z2
УДК 796.022

Предпринимательство в индустрии спорта: направления, инновации и формы поддержки

В.А. Леднев¹
И.В. Солнцев²¹ Московский финансово-промышленный университет «Синергия» (Москва, Россия)
² Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Москва, Россия)

Аннотация

В рамках настоящей статьи авторы проанализировали следующие направления предпринимательской деятельности в индустрии спорта: спортивно-оздоровительные услуги, в том числе фитнес-клубы, спортивные клубы, школы и академии; организация соревнований (лиг); корпоративный спорт; медиаресурсы; букмекерские конторы, киберспорт. В рамках работы отмечены положительные примеры предпринимательства в индустрии спорта, а также роль, интересы и задачи государства. Отдельно рассмотрены направления инновационного развития в рамках каждого из выделенных блоков. Также авторы систематизировали меры поддержки предпринимательства и выявили его особенности для индустрии спорта. В качестве направлений дальнейших исследований в данной сфере предложены: анализ отдельных рынков предпринимательства в индустрии спорта; разработка и апробация методик оценки эффективности мер поддержки предпринимательства в индустрии спорта; развитие профессиональной подготовки предпринимателей для индустрии спорта.

Ключевые слова: управление в спорте, управление в фитнесе, спортивный менеджмент, инновации в спорте, инновации в фитнесе, фитнес-индустрия, корпоративный спорт, рынок марафонов, спортивные медиа, букмекеры, киберспорт.

Для цитирования:

Леднев В.А., Солнцев И.В. (2022). Предпринимательство в индустрии спорта: направления, инновации и формы поддержки. *Стратегические решения и риск-менеджмент*, 12(3): 252–261. DOI: 10.17747/2618-947X-2021-3-252-261.

Статья подготовлена на основе результатов исследования «Влияние факторов создания, развития и роста предприятий малого бизнеса на предпринимательскую активность различных групп населения», проведенного за счет средств бюджетного финансирования в рамках госзадания Финансового университета в 2021 году.

Entrepreneurship in sports industry: Directions, innovations and support

V.A. Lednev¹
I.V. Solntsev²¹ Moscow Financial and Industrial University “Synergy” (Moscow, Russia)
² Financial University under the Government of the Russian Federation (Moscow, Russia)

Abstract

Within the framework of this article, the authors analyze the following areas of entrepreneurial activity in sports industry: sports and health services, including fitness clubs, sports clubs, schools and academies; managing the competitions (leagues); corporate sports; media resources; bookmakers, e-sports. As part of the work, positive examples of entrepreneurship in sports industry were noted, as well as the role, interests and tasks of the state. The directions of innovative development within each of the identified blocks are considered separately. The authors also systematized support measures for development entrepreneurship (small and medium enterprises – SME) and identified its features for the sports industry. Following directions for further research are proposed: analysis of individual markets for entrepreneurship in the sports industry; development and testing of methods for assessing the effectiveness of support measures for SME in sports industry; development of professional training of entrepreneurs for the sports industry.

Keywords: sports management, fitness management, sports innovation, fitness industry, corporate sports, marathon market, sports media, bookmakers, eSports.

For citation:

Lednev V.A., Solntsev I.V. (2022). Entrepreneurship in sports industry: Directions, innovations and support. *Strategic Decisions and Risk Management*, 12(3): 252–261. DOI: 10.17747/2618-947X-2021-3-252-261. (In Russ.)

Acknowledgements

The article was prepared on the basis of the research project “Influence of factors showing creation, development and growth of SME on the entrepreneurial activity of various groups of population”, carried out at the expense of budgetary funding within the framework of the state assignment of the Financial University in 2021.

Введение

Среди ценностей физической культуры и спорта, содержащихся в Стратегии развития физической культуры и спорта до 2030 года, присутствует устойчивое экономическое развитие – стремление к инновациям, поддержка конкуренции и частной инициативы, а также развитие форм пропорционально сочетаемого бюджетного и внебюджетного финансирования спорта. При этом такое понятие, как «предприниматель», в Стратегии даже не упоминается.

Среди российских ученых, системно занимающихся вопросами развития предпринимательской деятельности в России и конкуренции в ней, необходимо выделить Ю.Б. Рубина [Рубин, 2021], который доказывает, что предпринимательство является специфическим видом трудовой деятельности.

В.А. Леднев [Леднев, Братков, 2019; Леднев, 2020; 2021] в своих трудах показывал заинтересованность государства в развитии предпринимательской деятельности в индустрии спорта. Автором были обозначены основные тренды развития предпринимательства в массовом спорте, показано, как клубная система может повлиять на привлечение различных категорий граждан России к занятиям спортом.

В.В. Кудрявцев [Кудрявцев, 2019] анализирует роль государства и предпринимательского сообщества в развитии физической культуры и спорта, а также предлагает ряд мер по стимулированию частных инициатив, в том числе налоговые льготы (частично уже реализованные в России), создание системы информационных интернет-порталов, которые смогли бы объединить государство, спортивные организации, спортсменов, предпринимателей и потребителей спортивных услуг, а также предоставление доступных кредитов, обеспечение низких арендных ставок, «особенно там, где можно создавать велосипедные, спортивные, беговые, лыжные и горнолыжные трассы, там, где можно организовывать спортивные школы, клубы, проводить спортивные мероприятия». Также автор в [Кудрявцев, 2017] выделяет четыре области, где может осуществляться предпринимательская деятельность в сфере спорта:

- подготовка, организация и проведение спортивных мероприятий и оказание спортивно-оздоровительных услуг;
- подготовка спортсменов, производство спортивного инвентаря, экипировки, оборудования, информационно-рекламное сопровождение;
- строительство спортивных объектов, обеспечение безопасности, оказание транспортных, бытовых, информационно-технологических и других услуг;
- СМИ, беттинговые компании и т. д.

Данная классификация представляется несколько запутанной – некоторые виды деятельности могут быть отнесены сразу к нескольким группам, а принцип отнесения к той или иной области описан недостаточно точно. Также вызывает сомнения отнесение к предпринимательским таким структур, как:

- общероссийские и региональные физкультурно-спортивные организации (федерации, союзы, ассоциации) по различным видам спорта;
- общественные физкультурно-спортивные общества;
- оборонные спортивно-технические организации.

Наконец, едва ли предпринимательство в индустрии спорта может иметь некоммерческий характер, так как первичная цель любого предпринимателя вне зависимости от сферы деятельности – это получение прибыли.

М.М. Ищенко и С.И. Изаак в работе [Ищенко, Изаак, 2017] относят к предпринимателям спортивной индустрии производителей спортивных товаров, спортивные телеканалы, радиостанции, веб-сайты, профессиональные клубы, спортивные магазины, спортооружия, фитнес-клубы, инфраструктурные объекты, букмекеров. При этом авторы подчеркивают важность применения инновационных технологий, которые позволяют оптимизировать использование бюджетных и внебюджетных источников финансирования, улучшить спортивные результаты, вовлечь в спорт широкие слои населения, улучшить качество спортивных услуг.

В настоящем исследовании будет представлен авторский подход к структурированию предпринимательства в индустрии спорта, рассмотрены направления инновационной деятельности в этой сфере, а также актуальные меры поддержки.

1. Государство и предпринимательство

Государство сегодня крайне заинтересовано в развитии предпринимательства в спорте. В первую очередь это касается спорта массового. В России поставлены очень амбициозные задачи по привлечению к занятиям спортом различных категорий российских граждан. В рамках национальных целей необходимо выйти на уровень вовлеченности различных категорий граждан в занятия спортом до 55% к 2024 году. А в рамках Стратегии развития физической культуры и спорта до 2030 года этот показатель должен быть увеличен до 70%. Совершенно очевидно, что государственные органы, отвечающие за развитие физической культуры и спорта (федерального и регионального уровней), самостоятельно с такими задачами не справятся. Поэтому необходимо привлекать частный бизнес, делать это системно и во всех субъектах Российской Федерации. Конечно, сегодня предпринимательство в индустрии спорта уже развивается, есть определенные успехи и достижения. Но все-таки долгосрочной и системной поддержки этой деятельности со стороны государства пока не хватает. В качестве положительных примеров развития предпринимательской деятельности в спорте можно назвать уже многолетнее развитие фитнес-индустрии, появление большого количества марафонов, развитие частных корпоративных лиг и появление частных спортивных клубов и школ. Это очень важные явления, которые уже приобретают устойчивый характер. Поэтому можно сказать, что интересы государства и бизнеса наконец-то совпадают, и очень хорошо, что речь идет о национальных целях и выполнении показателей Стратегии развития физической культуры и спорта.

Если говорить о различных категориях российских граждан, то надо помнить, что многие занимаются спортом по месту учебы, работы и жительства. Далее будет показано, как сегодня развиваются отдельные сегменты, в частности фитнес-индустрия, корпоративный спорт и массовый спорт в разных формах своего развития.

2. Рынок предпринимательства в индустрии спорта

Если объективно оценивать уровень предпринимательства в индустрии спорта России, необходимо отметить, что в профессиональном спорте пока очень мало реальных примеров частной инициативы. Сейчас главные задачи – постепенный уход от использования бюджетных средств, широкое применение

ние маркетинговых инструментов для зарабатывания денежных средств и поэтапный переход к моделям самокупаемости. Точно можно сказать, что это задачи долгосрочные. О низкой предпринимательской активности в профессиональном спорте свидетельствует скромная доля частных клубов [Солнцев, 2020].

Например, в Российской премьер-лиге (РПЛ) полноценно частным можно назвать только «Краснодар». При этом его владелец Сергей Галицкий не считает футбол бизнесом¹. Московский «Спартак» не раскрывает полную структуру собственности, а также сильно аффилирован с нефтяной компанией «Лукойл», а ЦСКА перестал быть частным после перехода в собственность государственного ВЭБ. Положительная динамика наметилась в других футбольных лигах: число частных клубов в ФНЛ и ФНЛ-2 плавно растет, однако ни один из них пока не может похвастаться стабильными и положительными финансовыми результатами. Собственники клубов также не воспринимают спорт в качестве бизнеса. В подтверждение этого можно привести цитату акционера футбольного клуба «Велес» Евгения Шиленкова: «Футбол для меня не бизнес, денег он не приносит»².

А вот в массовом спорте, или, как говорят за рубежом, спорте для всех, в России довольно много успешных примеров развития предпринимательской деятельности. Рассмотрим основные из них.

1. Российская фитнес-индустрия является сегодня явным лидером в предпринимательстве. Это полноценный и самостоятельный сегмент индустрии спорта со сложившейся инфраструктурой. В России почти 8 тысяч фитнес-клубов, фитнес-центров и фитнес-студий. Эта деятельность при определенных условиях может быть инвестиционно привлекательной на рынке, даже несмотря на то что пандемия коронавируса сильно повлияла на доходы фитнес-клубов.

2. Массовый спорт дает сегодня много успешных примеров предпринимательских проектов. Регулярно проводится большое количество соревнований по разным видам спорта (марафоны и полумарафоны, велопробеги, соревнования по триатлону, лыжные гонки и т. д.). И все это, как правило, частная инициатива и частный бизнес. Причем очень часто такие соревнования собирают тысячи платежеспособных участников.

3. В последние годы начался реальный бум на создание частных спортивных клубов, школ, академий и центров. Причем это касается и игровых, и индивидуальных видов спорта: футбола, хоккея, бокса, ММА, киберспорта, скейтбординга, фигурного катания, прыжков в воду, спортивной гимнастики, синхронного плавания. Это говорит только об одном: клиент хочет заниматься спортом и готов платить деньги за качественную услугу.

4. Много лет развиваются различные корпоративные лиги, которые предлагают своим клиентам возможность участвовать в соревнованиях на регулярной основе. Когда-то все начиналось с футбола, а сегодня есть лиги даже не по игровым видам спорта. Для клиентов очень важно, когда многочисленные проблемы по организации соревнований берут на себя руководители этих лиг, а клиенты платят организационные взносы за участие и просто получают удовольствие.

5. Спортивные СМИ сегодня представлены не только государственными изданиями – существует целый ряд успеш-

ных проектов, созданных частными предпринимателями. Одним из критериев успеха выступают сделки слияния-поглощения на миллионы долларов.

6. Букмекерский бизнес был и остается одним из самых закрытых, однако в его развитии очевидна роль частных инвесторов. Ни одна из сфер спортивного бизнеса не показывает подобных темпов роста. Государство продолжает ограничивать продвижение азартных игр, при этом допуск беттинговых компаний на рынок профессионального спорта позволил сформировать стабильный источник дохода и даже помог выжить многим клубам.

7. Киберспорт может соперничать с букмекерами по росту оборота, а с традиционными видами спорта – по числу вовлеченных участников. Для многих любителей компьютерных игр это направление стало не просто хобби, но и доходным бизнесом, который отличается довольно низким порогом входа с точки зрения первоначальных инвестиций.

Все эти тенденции показывают, что частный бизнес хорошо изучил потенциальные желания клиентов и готов сегодня предоставлять разнообразный набор продуктов и услуг.

3. Фитнес-индустрия

Когда мы говорим о предпринимательской деятельности в индустрии спорта, можно признать, что фитнес-индустрия является сегодня самым динамично развивающимся и коммерчески привлекательным ее сектором. Если брать за отсчет 1990–1991 годы, когда в России появились первые фитнес-клубы, то отечественная фитнес-индустрия за неполных 30 лет добилась великолепных результатов.

Справедливости ради необходимо вспомнить, что на ранних этапах своего развития государство практически не замечало это явление. В Минспорта России часто говорили, что фитнес-клубы – это коммерческие предприятия и к спорту они вообще не имеют никакого отношения. Потом ситуация стала постепенно меняться, по мере того как перед государственными органами власти, отвечающими за развитие физической культуры и спорта, стали ставиться задачи привлечения граждан России к спорту. Выяснилось, что интересы государства и всей фитнес-индустрии совпадают.

Сегодня ситуация изменилась – государственные органы власти и фитнес-индустрия работают вместе. В 2019 году были внесены исторические поправки в Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», и фитнес-центры стали полноценными субъектами сферы

Таблица 1
Динамика развития российской фитнес-индустрии,
2015–2020 годы

Table 1
Development dynamics of fitness industry in 2015–2020

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Количество фитнес-клубов, тыс. шт.	5355	6069	6308	7065	7593	7812
Численность занимающихся в фитнес-клубах, млн чел.	3413	3992	5230	5399	6268	6674

¹ Сергей Галицкий: Футбол – это спорт или бизнес? (2015). *Спорт-экспресс*. URL: <https://www.sport-express.ru/football/rfpl/reviews/896606/>.

² Ильев С. (2020). Евгений Шиленков: Хочу создать такой проект, где клуб – лицо человека. Как у Галицкого. URL: https://news.sportbox.ru/Vidy_sporta/Futbol/Russia/1st_division/spbnews_N1194078_Jevgenij_Shilenkov_Khochu_sozdaj_takoj_projekt_gde_klub_lico_cheloveka_Kak_u_Galickogo.

физической культуры и спорта. Теперь Минспорта России определенным образом регулирует фитнес-индустрию.

Если анализировать масштабы развития фитнес-индустрии, то лучше всего обратиться к официальной статистике. Данные по динамике развития фитнес-индустрии приведены в табл. 1.

Еще одним важным нововведением стал налоговый вычет, который можно оформить при оплате физкультурно-оздоровительных услуг с 2022 года. Вернуть можно 13% расходов за абонемент, но не более 15 600 рублей.

В официальную статистику попали только те фитнес-клубы, которые подают официальную отчетность. Фактическое число клубов может быть и больше. Однако в любом случае общая динамика развития фитнес-индустрии впечатляет – ведь 30 лет назад все начиналось с полного нуля.

Если проводить анализ структуры фитнес-клубов, то необходимо признать, что они различаются по имеющейся инфраструктуре, набору спортивно-оздоровительных услуг и по количеству занимающихся. Есть уже довольно много сетей фитнес-клубов, как федеральных, так и региональных. Но несмотря на эти различия, их объединяют несколько важных черт.

Среди главных особенностей российской фитнес-индустрии можно выделить следующие.

1. Все фитнес-клубы изначально создавались как коммерческие предприятия, как чей-то конкретный частный бизнес, сразу ориентированный на получение прибыли.

2. У истоков каждого фитнес-клуба стояли частные инвесторы, которые надеялись исключительно на себя и свои возможности, в том числе и финансовые. Они совершенно не рассчитывали на помощь государства.

3. Чтобы зарабатывать на предоставлении спортивно-оздоровительных услуг, необходимо было быстро и эффективно освоить весь набор разнообразных маркетинговых инструментов для работы с каждым клиентом фитнес-клуба. Необходимо помнить, что когда клиенты платят собственные деньги за услуги, они очень придирчиво относятся к соотношению «цена/качество».

4. Сегодня в российской фитнес-индустрии складывается определенная конкуренция за клиента, и это обязательно приведет к повышению общего уровня качества спортивно-оздоровительных услуг. В результате с рынка уйдут недобросовестные игроки.

Для эффективного развития фитнес-индустрии очень важны и смежные отрасли, к которым можно отнести производителей спортивного оборудования. Отечественные игроки пока уступают таким международным компаниям, как Technogym или Peloton, однако уже добились безусловных успехов. Например, компания Kenguru строит спортивные площадки по всему миру: за Полярным кругом, на берегу Японского моря и в Австралии. Сегодня официальные представительства Kenguru открыты в 21 стране. То же самое можно сказать и о производителях экипировки. Такие российские компании, как «Форвард», Zsport и Bosco, пока не могут конкурировать с Nike, Adidas и Puma, однако уже занимают определенную долю рынка и могут рассчитывать на рост.

Поэтому сейчас, даже несмотря на пандемию коронавируса, у российской фитнес-индустрии есть неплохие возможности дальнейшего развития с учетом совпадения интересов с государством, имея в виду национальные цели по развитию здорового образа жизни и вовлеченности в занятия спортом.

4. Массовый спорт

В последнее время в России проходит довольно много массовых соревнований по разным видам спорта. Пандемия повлияла на их количество, но в определенной степени обеспечила и отложенный спрос на будущее. Среди самых популярных можно назвать марафоны и полумарафоны, соревнования по триатлону, велопробеги, лыжные гонки. В каждом таком соревновании принимают участие десятки тысяч людей. Что объединяет эти соревнования? Подавляющее большинство из них проводят организаторы, для которых это частный бизнес. Поэтому можно утверждать, что сегодня есть большой интерес к предпринимательству в массовом спорте.

Наверное, в качестве положительных примеров лучше всего назвать динамику развития марафонских дистанций в нашей стране. В 2013 году был впервые проведен Московский марафон. Массовый потребитель сразу проявил интерес к этому событию. Всего через несколько лет организаторы решили создать «Беговое сообщество» Московского марафона и теперь предлагают своим клиентам уже более десяти различных событий. Например, кросс «Быстрый пес», забег «Апрель», «Ночной забег», «Крылатский трейл», кросс «Лисья гора» и др., то есть большое количество соревнований по интересам и в зависимости от физической подготовки. Кроме того, организаторы создали беговой клуб, где можно регулярно тренироваться и готовиться к соревнованиям.

С учетом того что интерес к бегу наблюдается по всей стране, в 2015 году в России было создано Национальное беговое сообщество, которое организационно и методически объединяет сегодня более 200 марафонов и полумарафонов по всей России. Организаторы ставят своей целью к 2022 году увеличить свою целевую аудиторию до 2 млн чел. в 80% субъектов Российской Федерации. Безусловно, это очень амбициозная задача.

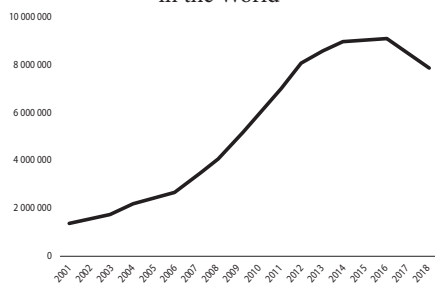
Несмотря на взрывной рост популярности беговых марафонов, следует отметить ее снижение (рис. 1), которое тем не менее оставляет возможности для развития.

Пока одним из самых популярных в России остается Московский марафон, в котором в 2020 году приняли участие более 22 тыс. чел. В 2021 году мероприятие отменили из-за тяжелой эпидемиологической обстановки³. Пока спрос на российские забеги серьезно отстает от мировых лидеров. Например, на Лондонский марафон (который входит в так называемый World Marathon Majors, объединяющий Бостон, Чикаго, Нью-Йорк, Берлин, Лондон и Токио) в 2020 году было зарегистрировано 457 861 претендента – более чем на 10% больше, чем в 2019 году. Из них только 17 500 были приняты (в основном из-за пандемии)⁴. У крупнейших марафонов солидный призовой фонд – от 313 000 долл. в Лондоне

³ Забгаева А. (2020). Новый рекорд и неоднозначный финиш: как прошел Московский марафон-2020. URL: <https://www.championat.com/lifestyle/article-4140361-rezultaty-moskovskogo-marafona-2020-kak-proshjol-zabeg.html>.

⁴ Carter K. (2021). Everything you need to know about Running All 6 Abbott World Marathon Majors from the hardest marathon to get into (it's not Boston) to the easiest course to run. URL: <https://www.runnersworld.com/races-places/a28307813/world-marathon-majors-faq/>.

Рис. 1. Общее число участников беговых марафонов в мире
Fig. 1. Total number of people participating in running marathons in the World



Источник: The state of running. 2019. URL: <https://runrepeat.com/state-of-running>.

до 825 000 долл. в Нью-Йорке. Занявшие первое место получают примерно по 100 000 долл. (данные 2018 года).

В России себестоимость забега на 1000 человек в среднем начинается от 2–2,5 млн руб. (без учета призовых). При этом массовые городские старты с перекрытиями улиц стоят более 100 млн руб. Как правило, существенная часть финансируется местными властями. Часть денег можно компенсировать за счет взносов участников. За рубежом они могут составлять половину затрат, в России эта цифра не превышает 20%⁵. Главный источник дохода приходится на спонсоров и при грамотной организации и благоприятной конъюнктуре позволяет рассчитывать на окупаемость и небольшую рентабельность. Важно отметить, что практически каждый марафон или другие массовые забеги – это частный бизнес, что подтверждает устойчивый интерес к предпринимательской деятельности в беговой индустрии.

5. Частные спортивные клубы, школы и академии

В последние несколько лет отмечается бум создания в разных регионах России частных клубов, школ и академий. Причем это явление приобретает довольно устойчивый характер. Частные клубы и школы создаются как в популярных и коммерчески привлекательных видах спорта (футболе, ММА, фигурном катании, боксе и др.), так и не самых пока популярных (гимнастике, коньках, прыжках в воду и т. д.). Создано много клубов по шахматам и киберспорту.

Почему это происходит? Можно назвать несколько основных причин.

- Достаточно большое количество российских граждан готовы активно и регулярно заниматься спортом, причем делать это в хороших условиях и под присмотром тренеров. Многих не устраивают цены и услуги фитнес-клубов. К тому же взыскательные и подготовленные клиенты хотят заниматься в специализированных клубах, например только в беговых или лыжных.
- Спортивные школы и академии появились как некая альтернатива уже существующим государственным. Плюсов в частных школах как минимум два. Берут практически всех желающих – ведь клиент платит

деньги. Родители не всегда хотят, чтобы из их детей делали олимпийских чемпионов. Мотив второй: дети должны заниматься спортом для здоровья, и они находятся под присмотром тренеров и в комфортных условиях. К тому же очень часто в частных школах и академиях более индивидуальный подход к каждому ребенку с учетом его особенностей, как физических, так и психологических.

- Потенциальные предприниматели осознали, что есть достаточно большой спрос на такие спортивно-оздоровительные услуги, а значит, это может стать хорошим и долгосрочным бизнесом. Так, например, сеть футбольных школ «Чемпионика» насчитывает 170 франчайзи, обучающих детей в 750 точках более чем в 150 регионах. В самом удачном для компании 2019 году выручка сети составила 77,9 млн руб. без НДС, а чистая прибыль – 16,4 млн руб.⁶

В последнее время наметился еще один тренд при создании частных клубов, школ и академий. Довольно много известных спортсменов и тренеров решили попытать счастья и попробовать себя в предпринимательстве. Они пытаются использовать свою популярность, звездность и узнаваемость в спортивном мире и среди болельщиков. Кстати, в мире это распространенная практика, и очень хорошо, что это делают российские спортсмены. В качестве примера приведем некоторые из них⁷:

- лыжная академия Никиты Крюкова – олимпийского чемпиона по лыжным гонкам;
- академия гимнастики Антона Голоцуцкова – призера Олимпийских игр по спортивной гимнастике;
- школа чемпионов Екатерины Лобышевой – призера Олимпийских игр по конькобежному спорту;
- школа по прыжкам в воду FlyDiving Глеба Гальперина – призера Олимпийских игр по прыжкам в воду;
- «Академия чемпионов» Никиты Нагорного – олимпийского чемпиона по спортивной гимнастике.

Считаем, что это очень хорошая практика, ведь у нас огромное количество чемпионов по разным видам спорта и просто звездных спортсменов. А когда они создают свой бизнес в индустрии спорта, это дает им прекрасную возможность, оставаясь в спорте, приносить пользу себе, своим клиентам и в конечном итоге – государству.

6. Корпоративный спорт

В корпоративном спорте появились частные спортивные клубы и лиги, причем корпоративные лиги стали массовым явлением. Речь идет не о лигах, создаваемых крупными компаниями и банками («Сбером», «Роснефтью», «Газпромом», «Ростехом» и др.), – корпоративные лиги создаются как частный бизнес по разным видам спорта: футболу, волейболу, баскетболу. Причем есть лиги и по неигровым видам спорта. Они предлагают своим клиентам участвовать в соревнованиях на регулярной основе, сами формируют состав участников, разрабатывают календарь и условия, решают вопросы организации соревнований, начиная от спортивных сооружений

⁵ Синицына И. (2018). Кто зарабатывает на проведении марафонов. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2018/09/20/781538-kto-zarabatyvaet-marafonov>.

⁶ Подшербов М. (2021). Как два московских финансиста детский футбол развивали. URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2021/05/24/871151-detskii-futbol>.

⁷ Причем мы осознанно не берем так называемые коммерческие виды спорта (футбол, хоккей, фигурное катание, бокс и другие), а показываем не самые популярные виды спорта.

и заканчивая судьейством. От клиентов требуется только дать свое согласие и заплатить организационный сбор. Чаще в таких лигах участвуют команды одного холдинга. Это зависит от возможности собрать нужную по составу команду. Иногда за участие в таких лигах платит организация, но чаще всего участники команды оплачивают оргвзнос вкладчину. Эти команды тренируются и участвуют в соревнованиях, то есть за собственные деньги занимаются любимым видом спорта, получая удовольствие. А собственники этих уже довольно многочисленных лиг стараются делать качественно свою работу, расширяют свою целевую аудиторию, прекрасно понимая, что от этого зависит успех их собственного бизнеса.

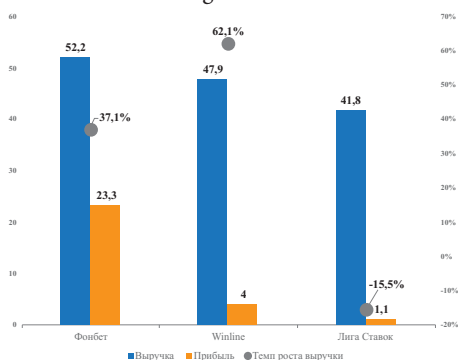
7. СМИ

Рост рынка спортивных СМИ подтверждают сделки слияния-поглощения. Так, в конце февраля 2021 года сменил владельца портал sports.ru, мажоритарным акционером которого выступал президент консалтинговой компании ProSport Management Герман Ткаченко. Покупателем стал Алексей Нечаев – основатель и основной акционер компании Faberlic, инициатор образовательной программы «Капитаны», нацеленной на военно-патриотическое воспитание и обучение азам ведения бизнеса. Также Нечаев входит в центральный штаб движения «Общероссийский народный фронт», созданный по инициативе президента России, а в 2020-м создал политическую партию «Новые люди», получившую 15 мест в Государственной Думе на выборах 2021 года. Выручка головного ООО «Спортс.ру» по РСБУ в 2019 году составила 416,5 млн руб., чистая прибыль – 17,5 млн руб. Официально сумма сделки не раскрывается, но участники рынка оценивают ее приблизительно в 25 млн долл.⁸

Еще одна перспективная сделка, о которой было объявлено в июне 2021 года, – возможная покупка «Сбером» компании «Телеспорт», которой принадлежат права на показ нескольких турниров, в том числе Кубка России по футболу.

Однако несмотря на рост частных игроков на рынке спортивных СМИ, им довольно сложно конкурировать с государственными компаниями. Это наглядно продемонстрировала

Рис. 2. Финансовые показатели лидеров российского рынка беттинга
Fig. 2. Financials of Russian betting companies leading in the market



Источник: 600 крупнейших компаний России 2021. URL: <https://www.kommersant.ru/apps/group/462?regionid=77>.

⁸ Экс-владелец Sports.ru рассказал о решении продать издание в 2020 году (2021). *РБК*. URL: <https://sportrbc.ru/news/6038f8749a79477afa017955?ruid=uUj1A15HqrZP34lwAxZuAg>.

⁹ Предложение «Матч ТВ» подкупило Премьер-лигу. Что изменится для клубов (2021). *РБК*. URL: <https://sportrbc.ru/news/615c8fb69a79478c8e534f94>.

¹⁰ Лебедева В. (2021). Ставки выросли, господа. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4997818>.

¹¹ Рождественская Я. (2021). Киберспорт увлек футболистов и инвесторов. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4739827>.

сделка по продаже телеправ на показ матчей Российской премьер-лиги. Изначально планировалось провести конкурс среди «Матч ТВ» («Газпром-Медиа»), «Яндекс», а также видеосервисов Start (основной владелец – «МегаФон») и Okko («Сбер»). Однако в итоге права были проданы «Матч ТВ» без проведения конкурса. В сезонах 2022/23 и 2023/24 лига получит по 6,6 млрд руб., в сезонах 2024/25 и 2025/26 – по 7,7 млрд руб.⁹ При этом официально эти суммы стороны соглашения не подтвердили. Также не раскрывается структура сделки, в частности не ясно, входит ли в названные суммы стоимость производства контента («продакшн»). Тем не менее данный пример свидетельствует о появлении конкуренции на рынке и усилении роли частных предпринимателей.

8. Букмекеры

По итогам 2021 года легальный букмекерский рынок в России может вырасти примерно до 295 млрд руб. Это на 25% больше, чем в 2020 году, и на 40% – чем в 2019-м. В 2020 году рост рынка составлял 13%. Всего за 2020 год легальные букмекерские конторы заработали 238 млрд руб.¹⁰ Рост демонстрируют и зарубежные компании. Например, международная группа компаний Entain, куда входят букмекеры Bwin, Ladbrokes, BetMGM, Sportingbet, игорные компании PartyPoker, CasinoClub и др., в первом полугодии 2021 года заявила о росте выручки на 11%. Показатели лидеров рынка представлены на рис. 2. Интересно, что такие впечатляющие показатели лидеры российского рынка букмекеров показали в период общего спада для ключевых компаний страны.

Однако эти темпы роста могут замедлиться. В России существенное влияние окажет новое законодательство: с сентября 2021 года букмекеры выплачивают процент выручки не лигам, а единому регулятору, а сами отчисления существенно вырастут. Это снизит маржинальность бизнеса, но, принимая во внимание обороты на рынке, все равно позволит получать приличную прибыль.

9. Киберспорт

В середине октября 2021 года российская команда Team Spirit выиграла десятый чемпионат мира по компьютерной игре Dota 2 – The International, призовой фонд которого составил 40 млн долл. В период пандемийных ограничений киберспорт не только не пострадал, но и получил новый импульс для развития. Это стало возможным благодаря пересечению сразу двух направлений, которые выросли с началом пандемии COVID-19: технологических сервисов и систем, а также развлекательного контента, который можно потреблять не выходя из дома.

По данным исследовательской компании NewZoo, аудитория киберспортивных соревнований в мире в 2020 году выросла почти на 10%, составив 436 млн чел. NewZoo прогнозирует, что средний рост в ближайшие годы составит 7,7% и к 2024 году число зрителей достигнет 577 млн чел. Выручка рынка киберспорта в 2020 году снизилась на 1,1% – до 947 млн долл. Однако уже в 2021 году ожидается рост на 14,5%. В среднем до 2024 года она будет расти на 11,1% в год¹¹.

За 2020 год в мире провели 664 сделки, связанные с игровой индустрией. Из них 359 напрямую относились к играм, 149 – к платформам и технологиям, 103 – к киберспорту, 53 – к другим сегментам. Общий объем сделок составил 33,6 млрд долл. На игровые компании было потрачено 24,5 млрд долл., на платформы и технологии – 7 млрд долл., на киберспортивные компании – 614 млн долл., на остальное – 1,4 млрд долл. Чаще всего сделки заключали в США, на втором месте – Китай¹².

Крупнейшим игроком российского киберспортивного рынка можно признать компанию Esforce, которая входит в Mail.ru Group и объединяет киберспортивный Virtus.pro; русскоязычную студию киберспортивных трансляций RuHub; киберспортивное СМИ Cybersport.ru; организатора турниров Epic Sports Events и киберспортивно-развлекательный комплекс Yota Arena. Однако пока этот актив не приносит финансовой отдачи акционеру: по данным годового отчета Mail.ru, за 2020 год Esforce принес убытков на сумму 425 млн руб. Убыток от обесценивания актива составил 1,3 млрд руб. Ранее по итогам 2019 года холдинг уже списывал 4,5 млрд руб. из-за переоценки Esforce. То есть всего Mail.ru Group списала из-за Esforce убытков на сумму 5,8 млрд руб., а справедливая стоимость киберспортивного холдинга снизилась в 12 раз – до 500 млн руб.¹³ Вместе с тем число новых проектов в киберспорте растет, формируя перспективное направление для частного капитала даже в условиях пандемии.

10. Инновации, реализуемые предпринимателями в индустрии спорта

Последнее из рассмотренных направлений деятельности в индустрии спорта – киберспорт сам по себе является инновацией, существующей и коммерциализируемой благодаря новым технологическим решениям.

Инновации, внедряемые в фитнес-индустрии, могут быть классифицированы следующим образом:

1. Перенос тренировок в онлайн, разработка профильных приложений и производство оборудования, позволяющего смотреть трансляции, общаться с тренерами и другими участниками, устраивать соревнования (например, компании Mirror и Peloton).

2. Разработка технологий компьютерного зрения, датчиков и сенсоров, осуществляющих мониторинг целого ряда показателей и контролирующих правильность выполнения упражнений.

3. Применение технологий виртуальной реальности для моделирования тренировок.

Марафоны в условиях пандемии также переносились в виртуальное пространство, что, безусловно, можно признать инновационным решением. В части новых технологий нужно отметить проекты по мониторингу состояния бегунов и лыжников, реализуемому с помощью датчиков в кроссовках и стелек в лыжных ботинках, которые интегрируются

со специальными приложениями и позволяют соревноваться и общаться с другими участниками.

Спортивные СМИ сегодня работают преимущественно в интернет-пространстве, что сложно признать инновацией. Вместе с тем новые технологические решения применяются в трансляциях спортивных событий, которые переносятся в виртуальную реальность, позволяют посещать стадионы и музеи клубов. Кроме того, и традиционная съемка матчей переходит на новый уровень: растет число камер, качество изображения, увеличивается использование 3D-графики в анализе игр.

Современные букмекерские компании также становятся высокотехнологичной сферой, которая требует много IT-решений: сбор спортивной статистики, обработка платежей, борьба с мошенничеством, организация трансляций, расчет коэффициентов, системы лояльности для клиентов, разработка сайта, мобильного приложения, Telegram-ботов. В среднем затраты на IT в 2021 году выросли примерно до 10% от дохода компании¹⁴. Например, у «Фонбета» за первое полугодие 2021 года общий объем инвестиций в разработку программного обеспечения и IT-инфраструктуру составил более 700 млн руб. – на 30% больше, чем в предыдущем году. Инвестиции в разработку и онлайн-поддержку букмекерской линии составляют более 1 млрд руб. за полугодие. Главным стимулом для автоматизации стал рост доли онлайн-ставок: около 90% ставок приходится именно на онлайн, столько же примерно составляет доля онлайн в выручке. Кроме того, потребности в IT-ресурсах стимулируются необходимостью интеграции с единым центром учета перевода ставок.

Спортивные школы используют цифровые решения, применяемые профессиональными спортивными клубами, но в силу ограниченных финансовых возможностей – в более скромных масштабах. В основном они связаны с мониторингом действий спортсменов во время игр и тренировок, а также в рамках медицинского обеспечения. Как правило, все эти решения интегрируются в мобильное приложение, которое позволяет игрокам общаться с тренером и друг с другом.

Таким образом, сегодняшним предпринимателям доступен целый ряд инновационных решений, позволяющих сделать тренировку более эффективной и интересной, собрать и обработать необходимые данные, вовлечь максимальное число участников (спортсменов, болельщиков, тренеров) и, наконец, расширить границы рынка и увеличить продажи. Представляется, что наибольшим потенциалом в индустрии спорта в условиях продолжающихся ограничений могут стать технологии виртуальной реальности.

11. Меры поддержки предпринимателей в индустрии спорта

Тема поддержки предпринимательского сообщества приобрела особую актуальность в период пандемии. Наиболее полный перечень мер поддержки (классифицированный по определенному признаку) можно найти в обзорах ОЭСР [Policy Responses to Coronavirus..., 2021] и Мирового банка

¹² Беснятова Е. (2021). InvestGame: в 2020 году в игровой индустрии было проведено сделок на \$ 33,6 млрд. URL: <https://app2top.ru/analytics/investgame-v-2020-godu-v-igrovoj-industrii-by-lo-provedeno-sdelok-na-33-6-mlrd-180269.html>.

¹³ Mail.ru потеряла миллиарды рублей на киберспорте (2021). URL: https://www.cnews.ru/news/top/2021-04-29_mailru_poteryala_milliardy_rublej.

¹⁴ Лебедева В. (2021). Ставка на IT. Почему букмекеры наращивают затраты на свою IT-инфраструктуру. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5050994>.

[Map of SME-Support., 2020]. Среди зарубежных и российских авторов, исследовавших инструменты поддержки предпринимателей, можно отметить [Watson et al., 1998; Storey, 2008; Mole et al., 2011; Vertakova et al., 2016; Zabolotskaya, 2019; Oguntoye, Quartey, 2020]. Также стоит отметить меры, реализованные в Москве. На основе анализа названных работ меры поддержки предпринимателей могут быть систематизированы следующим образом (рис. 3).

Безусловно, все эти инструменты релевантны для индустрии спорта. Нужно признать, что поддержка по многим из этих направлений уже осуществляется. Например, был введен налоговый вычет для занимающихся физической культурой и спортом. Целый ряд преференций предоставляется спортивным проектам, нацеленным на решение социальных вопросов, активно реализуются механизмы государственно-частного партнерства. В качестве одной из мер поддержки может быть предложено создание спортивных кластеров (по аналогии с особыми экономическими зонами), предоставляющих участникам комплексную поддержку по всем выделенным направлениям. На первых порах подобные кластеры могут объединять не только спортивный бизнес, но и все отрасли креативной экономики, индустрии развлечений и туризма.

При этом представляется, что поддержка со стороны государства должна осуществляться не для сектора в целом, а исходя из определенных критериев, характеризующих эффективность работы предпринимателей и влияния их деятельности на экономику и социальную сферу. Среди подобных критериев могут оцениваться:

- создание новых рабочих мест;
- налоговые отчисления (перспективные и за предыдущие периоды);
- содействие в достижении показателей, установленных в национальных проектах, а также отдельных метрик, установленных на региональном уровне (например, увеличение численности занимающихся физической культурой и спортом);
- экономия бюджетных расходов, например развитие физической культуры и спорта может способствовать снижению преступности, укреплению здоровья, достижению успехов в образовании, следовательно, государство, вкладывая средства в развитие спорта, получит

возможность снизить расходы на другие сферы [Davies et al., 2021].

Разработке и апробации методик оценки подобных критериев и эффектов могут быть посвящены дальнейшие исследования.

Заключение

В рамках настоящей статьи авторы попытались провести анализ развития предпринимательства в индустрии спорта, показав специфические особенности и тренды для разных направлений этого уже устоявшегося явления. Очень важно понимать, что интересы государства совпадают с интересами частного бизнеса. Причем направлений предпринимательства в спорте довольно много. Есть предпринимательские структуры, которые оказывают спортивно-оздоровительные услуги, такие как фитнес-клубы, спортивные клубы, школы и академии. Успешно работают различные медиаресурсы, начиная с интернет-сайтов и цифровых платформ и заканчивая телеканалами. Букмекерские конторы напрямую финансируют в качестве спонсоров различные спортивные организации (федерации, лиги и клубы) и рассчитывают через спортивные события увеличить свою целевую аудиторию и получить максимальную прибыль.

Пока очень мало положительных примеров предпринимательства в профессиональном спорте. Но это вопрос времени, так как государство уже обозначило свои интересы и задачи. Будет постепенно сокращаться финансирование из бюджетных источников, а значит, профессиональным клубам неминуемо придется самим зарабатывать денежные средства и выходить на самоокупаемость, поэтому придется осваивать различные маркетинговые инструменты и привлекать подготовленных менеджеров с необходимыми профессиональными компетенциями. Но это уже другая тема, возможно для будущего исследования.

Важной особенностью предпринимательства, которую нужно учитывать в любых отраслях, является порог входа в бизнес или необходимый объем первоначальных инвестиций. В индустрии спорта этот порог довольно низок для частных школ, лиг, корпоративного спорта, интернет-изданий, где на первых порах не требуется серьезных вложений и первичным является точный анализ рынка, выбор своей ниши, каче-

Рис. 3. Инструменты поддержки предпринимателей
Fig. 3. Tools aimed at entrepreneurs' support



Источник: составлено авторами.

ство услуг. При этом фитнес-индустрия и профессиональный спорт, напротив, доступны лишь ограниченному кругу инвесторов, обладающих достаточным капиталом.

Исходя из проведенного анализа, авторы могут сформулировать следующие направления дальнейших исследований в данной сфере:

- анализ рынков (направлений) предпринимательства в индустрии спорта;
- разработка и апробация методик оценки эффективности мер поддержки предпринимательства в индустрии спорта;
- направления профессиональной подготовки предпринимателей для индустрии спорта.

Литература

1. Ищенко М.М., Изаак С.И. (2017). Инновации. Предпринимательство. Спорт. *Экономические системы*, 10, 3(38): 59–63.
2. Кудрявцев В.В. (2019). Развитие спорта: о выборе приоритетов и областях предпринимательства. *Вестник Российского Международного олимпийского университета*, 4(33): 22–27.
3. Кудрявцев В.В. (2017). Цель определяет средства. факторы развития предпринимательства в сфере спорта в России. *Вестник Российского Международного олимпийского университета*, 2(23): 28–41.
4. Леднев В.А. (2020). Предпринимательство в спорте: необходимо развивать клубную систему. *Современная конкуренция*, 1(77): 106–117.
5. Леднев В.А., Братков К.И. (2019). Предпринимательство в индустрии спорта: возможности, ожидания и результаты. *Современная конкуренция*, 13, 1(73): 120–130.
6. Рубин Ю.Б. (2021). *Управление собственным бизнесом*. М.: Университет «Синергия». DOI:10.37791/978-5-4257-0504-4-2021-1-1104.
7. Солнцев И.В. (2020). Повышение финансовой устойчивости российских футбольных клубов. *Экономический журнал ВШЭ*, 24(1): 117–145.
8. Davies L.E., Taylor P., Ramchandani G., Christy E. (2021). Measuring the social return on investment of community sport and leisure facilities. *Managing Sport and Leisure*, 26: 1–2, 93–115. DOI:10.1080/23750472.2020.1794938.
9. *Map of SME-support measures in response to COVID-19* (2020). World Bank. URL: <https://www.worldbank.org/en/data/interactive/2020/04/14/map-of-sme-support-measures-in-response-to-covid-19>.
10. Mole K.F., Hart M., Roper S., Saal D.S. (2011). Broader or deeper? Exploring the most effective intervention profile for public small business support. *Environment and Planning, A*, 43(1): 87–105. DOI:10.1068/a43268.
11. Oguntoye O., Quartey S.H. (2020). Environmental support programmes for small businesses: A systematic literature review. *Business Strategy and Development*, 3(3): 304–317. DOI:10.1002/bsd2.96.
12. *Policy responses to coronavirus (COVID-19). One year of SME and entrepreneurship policy responses to COVID-19: Lessons learned to «build back better»* (2021). OECD. URL: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/one-year-of-sme-and-entrepreneurship-policy-responses-to-covid-19-lessons-learned-to-build-back-better-9a230220/>.
13. Storey D. (2008). *The blackwell handbook of entrepreneurship*. Book Chapter: 176–193. DOI:10.1002/9781405164214.ch9.
14. Vertakova Y., Polozhentseva Y., Klevtsova M., Leontyev E. (2016). *Government support tools for small business: Russian and foreign experience*. Proceedings of the 27th International Business Information Management Association Conference – Innovation Management and Education Excellence Vision 2020: From Regional Development Sustainability to Global Economic Growth. IBIMA: 1134–1144.
15. Watson K., Hogarth-Scott S., Wilson N. (1998). Small business start-ups: Success factors and support implication. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 4(3): 217–238. DOI:10.1108/13552559810235510.
16. Zabolotskaya V.V. (2019). Governmental programs of small business support in the USA. *World Economy and International Relations*, 63(12): 15–22. DOI:10.20542/0131-2227-2019-63-12-15-22.

References

1. Ishchenko M.M., Izaak S.I. (2017). Innovation. Entrepreneurship. Sport. *Economic Systems*, 10, 3(38): 59–63. (In Russ.)
2. Kudryavtsev V.V. (2019). Development of sports: On the choice of priorities and areas of entrepreneurship. *Bulletin of the Russian International Olympic University*, 4(33): 22–27. (In Russ.)
3. Kudryavtsev V.V. (2017). The end determines the means. Factors for the development of entrepreneurship in the field of sports in Russia. *Bulletin of the Russian International Olympic University*, 2(23): 28–41. (In Russ.)
4. Lednev V.A. (2020). Entrepreneurship in sports: It is necessary to develop the club system. *Modern Competition*, 1(77): 106–117. (In Russ.)
5. Lednev V.A., Bratkov K.I. (2019). Entrepreneurship in the sports industry: opportunities, expectations and results. *Modern Competition*, 13, 1(73): 120–130. (In Russ.)
6. Rubin Yu.B. (2021). *Managing your own business*. Moscow, University “Synergy”. DOI:10.37791/978-5-4257-0504-4-2021-1-1104. (In Russ.)

7. Solntsev I.V. (2020). Improving the financial stability of Russian football clubs. *Economic Journal of the HSE*, 24(1): 117-145. (In Russ.)
8. Davies L.E., Taylor P., Ramchandani G., Christy E. (2021). Measuring the social return on investment of community sport and leisure facilities. *Managing Sport and Leisure*, 26: 1-2, 93-115. DOI:10.1080/23750472.2020.1794938.
9. *Map of SME-support measures in response to COVID-19* (2020). World Bank. URL: <https://www.worldbank.org/en/data/interactive/2020/04/14/map-of-sme-support-measures-in-response-to-covid-19>.
10. Mole K.F., Hart M., Roper S., Saal D.S. (2011). Broader or deeper? Exploring the most effective intervention profile for public small business support. *Environment and Planning, A*, 43(1): 87-105. DOI:10.1068/a43268.
11. Oguntoye O., Quartey S.H. (2020). Environmental support programs for small businesses: A systematic literature review. *Business Strategy and Development*, 3(3): 304-317. DOI:10.1002/bsd2.96.
12. *Policy responses to coronavirus (COVID-19). One year of SME and entrepreneurship policy responses to COVID-19: Lessons learned to “build back better”* (2021). OECD. URL: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/one-year-of-sme-and-entrepreneurship-policy-responses-to-covid-19-lessons-learned-to-build-back-better-9a230220/>.
13. Storey D. (2008). *The blackwell handbook of entrepreneurship*. Book Chapter: 176-193. DOI:10.1002/9781405164214.ch9.
14. Vertakova Y., Polozhentseva Y., Klevtsova M., Leontyev E. (2016). *Government support tools for small business: Russian and foreign experience*. Proceedings of the 27th International Business Information Management Association Conference - Innovation Management and Education Excellence Vision 2020: From Regional Development Sustainability to Global Economic Growth. IBIMA: 1134-1144.
15. Watson K., Hogarth-Scott S., Wilson N. (1998). Small business start-ups: Success factors and support implication. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 4(3): 217-238. DOI:10.1108/13552559810235510.
16. Zabolotskaya V.V. (2019). Governmental programs of small business support in the USA. *World Economy and International Relations*, 63(12): 15-22. DOI:10.20542/0131-2227-2019-63-12-15-22.

Информация об авторах

Владимир Алексеевич Леднев

Доктор экономических наук, профессор, вице-президент Московского финансово-промышленного университета «Синергия», научный руководитель факультета «Индустрия спорта», заведующий кафедрой спортивного менеджмента (Москва, Россия). SPIN-код: 4542-3123, Author ID: 759923.

Область научных интересов: экономика спорта, спортивный менеджмент, предпринимательство в индустрии спорта.
vlednev@synergy.ru

Илья Васильевич Солнцев

Доктор экономических наук, доцент, руководитель департамента менеджмента и маркетинга в спорте Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (Москва, Россия). ORCID: 0000-0001-9562-8535, Researcher ID: C-5644-2013, Scopus ID: 56976343300, SPIN-код: 2618-0770, Author ID: 683561.

Область научных интересов: экономика спорта, управление в спорте, финансы и инвестиции спортивных организаций, стратегия развития спортивных организаций.
Iliia.solntsev@gmail.com

About the authors

Vladimir A. Lednev

Doctor of economic sciences, professor, vice-president of the Moscow Financial and Industrial University “Synergy”, scientific director of the Faculty of Sports Industry, head of Sports Management Department (Moscow, Russia). SPIN-code: 4542-3123, Author ID: 759923.

Research interests: sport economics, sport management, sport entrepreneurship.
vlednev@synergy.ru

Ilya V. Solntsev

Doctor of economic sciences, head of Management and Marketing in Sports Department of Financial University under the Government of the Russian Federation (Moscow, Russia). ORCID: 0000-0001-9562-8535, Researcher ID: C-5644-2013, Scopus ID: 56976343300, SPIN-code: 2618-0770, Author ID: 683561.

Research interests: sport economics, sport management, finance and investments in sports, development strategies for sport entities.
Iliia.solntsev@gmail.com

Статья поступила в редакцию 18.11.2021; после рецензирования 20.11.2021 принята к публикации 21.12.2021. Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

The article was submitted on 18.11.2021; revised on 20.11.2021 and accepted for publication on 21.12.2021. The authors read and approved the final version of the manuscript.