

УДК 304.44

СПОРТ БЕЗ СПОНСОРСТВА В СООТВЕТСТВИИ С

МЕЖДУНАРОДНЫМИ МАРКЕТИНГОВЫМИ ТЕНДЕНЦИЯМИ 2020

Лопес Б. Джефферсон¹, Семёнова Г.И.¹

Уральский федеральный университет «УрФУ», г. Екатеринбург, e-mail: galsem@list.ru

Аннотация. В настоящее время индустрия спорта включает три отдельных, но частично совпадающих сектора: государственный сектор, коммерческий или профессиональный спортивный сектор и сектор без спонсорской поддержки или некоммерческий сектор. Эта статья посвящена некоммерческому сектору спортивной индустрии, различным спортивным организациям, которые будут классифицироваться как некоммерческие, которые не имеют спонсорской поддержки. Спортивное спонсорство экономически выгодно. Никогда раньше такие большие деньги не вкладывались в спортивной индустрии. Настало время молодым поколениям задуматься о построении профессиональной карьеры в спорте, поскольку сейчас отрасль находится в одном из лучших моментов, и, как показывает статистика, так будет продолжаться в течение длительного времени. Во времена перегрузки рекламных сообщений спорт предлагает нечто чрезвычайно ценное: настоящие эмоции. В связи с цифровыми возможностями возникают огромные возможности - как для глобальных игроков, так и для небольших стартапов. Тем не менее, спонсорство играет большую роль в этой области, и ниже мы познакомимся поближе, чтобы полностью понять, что спорт и экономика – два великих союзника. Можно предположить, что система волонтерства является ключом для спортивных организации, которые работают без спонсорства.

Ключевые слова: спорт, спонсорство, маркетинг, волонтерство, некоммерческий сектор.

SPORT WITHOUT SPONSORSHIP BASED ON 2020'S

INTERNATIONAL MARKETING TENDENCIES

Lopez Jefferson¹, Semenova G.I.¹

Ural Federal University "UrFU", Ekaterinburg, Russia. E-mail: galsem@list.ru

Annotation. Nowadays, the sports industry includes three different, but partially well settle sectors: the public sector, the commercial or professional sports sector, and the non-sponsored sector or the non-profit sector. This article is about the non-profit sector in the industry of sport, many sports organizations that currently are classified as non-profit, do not have sponsorship. Sports sponsorship is an economic rentable business. Nothing like this has ever been seen before, such a lot amount of money being invested in the sports industry. It is time for young generations to think about building a professional career through sport, because now the industry is in one of its best moments, and global statistics show that this will keep like that for a long time. In times of overloaded advertising messages as in the present, sport offers something extremely valuable: real emotions. In connection with technological development of sport and digital advantages, huge opportunities arise - both for global individuals and for small business startups. Therefore, sponsorship plays a large role in this area, and we will take a closer look below to fully understand that sport and economy are two great allies and at the same time we will research if volunteering system is the key for sports organizations to operate without sponsorship.

Key words: sport, sponsorship, marketing, volunteering, sport non-sponsor sector.

Введение. Некоммерческие организации по всему миру различаются по размеру, направленности и возможностям и включают в себя такие разные группы, как общественные ассоциации, торговые палаты, частные школы, благотворительные фонды, благотворительные агентства и спортивные организации. Некоммерческие организации являются основной частью многих отраслей в сфере здравоохранения, образования, культуры и также спорта. Слово «некоммерческий» относится к тем спортивным организациям, которые работают без

финансовой поддержки, институционально отделены от правительства и не возвращают прибыль владельцам компаний, которые являются самоуправляемыми.

Цель исследования: выявить возможности развития спорта без финансовой поддержки в различных странах мира.

Материал и методы исследования. В ходе написания статьи осуществлялся анализ литературных источников и материалом зарубежной прессы таких стран, как Австралия, Великобритания, Канада, Новая Зеландия, Гонконг и другие. Кроме того, проводилось сравнение полученной информации с данными по исследуемой проблеме в России.

Результаты исследования и их обсуждение. Некоммерческие организации существуют для развития сообществ, удовлетворения потребностей идентифицируемых и дискретных групп в этих сообществах и работы на благо общества, а не создания материальных благ для отдельных лиц. Например, в Колумбии, в Южной Америке некоммерческие организации эволюционировали, чтобы заполнить пробелы в предоставлении услуг, таких как социальная помощь, которые не предоставляются государством или рыночным сектором, и в значительной степени движимы усилиями добровольцев с случайной поддержкой оплачиваемого персонала.

Международная классификация некоммерческих организаций «ICNPO» (The International Classification of Nonprofit Organizations) имеет специальную категорию для организаций спорта и отдыха. Эта категория включает в себя три большие группы:

1 - виды спорта, включая любительский спорт, тренировки, фитнес и спортивные сооружения, а также спортивные соревнования;

2 – развлекательные и социальные клубы, такие как загородные клубы, игровые ассоциации, туристические клубы и клубы досуга;

3 – сервисные клубы.

Особый интерес представляют те организации, которые работают на некоммерческой основе в спорте, включая профессиональные сервисные организации, отраслевые лоббистские группы, организации спортивных мероприятий и органы управления спортом. Некоммерческие профессиональные сервисные организации работают в спорте аналогично профессиональным ассоциациям, таким как аккредитация медицинских советов или ассоциации юристов и бухгалтеров [1]. Эти организации помогают устанавливать стандарты в своих отраслях, предоставляют профессиональную аккредитацию для квалифицированных членов и предлагают возможности профессионального развития через конференции, семинары или программы обучения. Они работают по-деловому, но цель их деятельности состоит в том, чтобы вернуть излишки участникам за счет улучшения предоставления услуг, а не создания материальных благ для владельцев.

Говоря о некоммерческих спортивных организациях, которые предоставляют спортивные состязания или возможности участия в мероприятиях своим членам и другим членам общественных органов управления спортом и спортивных клубов по всему миру, нельзя использовать Россию в качестве примера, поскольку российское правительство спонсирует спорт по всей стране более на 75 процентов. Стоит обратить внимание с этой точки зрения на такие страны, как Австралия, Великобритания, Канада, Новая Зеландия, Гонконг и другие. В этих странах почти все спортивные команды и соревнования организованы некоммерческими спортивными организациями [2]. Эти организации имеют разные формы. Например, это могут быть небольшие местные клубы, которые могут выставить несколько команд на местные футбольные соревнования; региональные ассоциации, которые координируют соревнования между клубами; или же государственные или провинциальные организации, которые не только содействуют соревнованиям, но также управляют развитием тренеров, выявлением талантов, обучением волонтеров, маркетингом и спонсорством.

Насколько можно понять, они также включают национальные спортивные организации, которые регулируют правила соревнований в стране, координируют национальные чемпионаты между командами штата или провинции, управляют программами элитных спортсменов, и выполняют множество других задач, способствующих участию в спорте. Наконец, существуют международные спортивные федерации, которые координируют развитие спорта по всему миру и способствуют изменению правил и взаимодействию между странами по таким вопросам, как международные соревнования [3]. Общим элементом среди всех этих спортивных организаций является их некоммерческая направленность, которая направлена на то, чтобы облегчить спортивные возможности для своих членов, которые могут быть отдельными спортсменами, тренерами, должностными лицами или администраторами, клубами, ассоциациями или другими спортивными организациями. Они также взаимозависимы, полагаясь друг на друга в предоставлении игровых талантов, информации для доступа к соревнованиям, ресурсах для тренеров, официальных и игровых навыков и финансирования для поддержки их деятельности.

Важно отметить, что добровольцы находятся в центре этих организаций и играют важную роль в предоставлении услуг и принятии решений на всех уровнях некоммерческих спортивных организаций. В то же время, однако, во многих крупных некоммерческих спортивных организациях имеется значительное количество оплачиваемых сотрудников, которые поддерживают их текущее администрирование и оказание услуг членам ассоциаций и клубов. Очевидно, что хорошая система волонтерства является ключом для спортивных организаций, которые работают без спонсорства.

Рассмотрим подробнее, что именно делает каждая часть спортивной индустрии, чтобы работать без спонсоров. Спортивные клубы соревнуются с другими клубами в соревновательных структурах, предоставляемых региональными, государственными или провинциальными спортивными организациями. Государственные команды соревнуются в соревнованиях, проводимых национальными спортивными организациями, а страны соревнуются в лигах или соревнованиях, проводимых международными федерациями спорта.

Важно помнить, что эти спортивные организации основаны на волонтерах, а волонтеры участвуют в принятии решений на всех уровнях, от клубов до международных федераций. Как обсуждалось ранее, некоммерческие спортивные организации не действуют в качестве нисходящей иерархии власти, когда клубы всегда соблюдают региональные директивы или национальные руководящие органы соглашаются с инициативами международной политики. Связь и соглашение могут быть затруднены между этими организациями, которые могут иметь конкурирующие приоритеты и локальные проблемы [4]. Дух сотрудничества и переговоров необходим для эффективной работы некоммерческой спортивной системы. Простое проявление власти в традиционной организационной иерархии не подходит для большинства некоммерческих спортивных организаций.

В центре развития спорта в таких странах, как Канада, Новая Зеландия, Австралия и Великобритания, находится местный или общественный спортивный клуб. Стоит потратить некоторое время на размышления о роли спортивного клуба, о том, как работают волонтеры и персонал в клубной среде и как клубы способствуют развитию спорта [5].

Самое поразительное в местных спортивных клубах – это их разнообразие. Спортивные клубы имеют много функций, структур, ресурсов, ценностей и идеологий, и они предоставляют огромный спектр возможностей для участия людей в спорте. Большинство клубов обеспечивают деятельность в единственном виде спорта, и в центре их внимания наслаждение спортом, а не соревновательный успех. Подавляющее большинство спортивных клубов почти исключительно полагаются на добровольцев для управления, администрирования и управления своими организациями, а также для предоставления коучинга, судейства и общей помощи в обучении, проведении матчей и сбора средств.

Значительные средства, выделяемые некоммерческим спортивным организациям правительствами для поддержки их деятельности в областях массового участия или деятельности элиты, означают, что правительства все чаще пытаются влиять на то, как функционирует некоммерческий сектор спорта.

Австралийская спортивная комиссия разработала программу вовлечения добровольцев в 1994 году в партнерстве с Австралийским обществом спортивных администраторов, конфедерацией австралийского спорта и государственными департаментами спорта и отдыха.

Программа была направлена на улучшение деятельности некоммерческих спортивных клубов и ассоциаций путем предоставления серии публикаций о администрации спортивных клубов. В 2000 году были опубликованы программы управления волонтерами и Программы управления клубами и ассоциациями, и ASC (Австралийская спортивная комиссия) призвал все клубы присоединиться к сети развития клубов и заниматься стратегическим планированием [5].

Обстоятельства варьируются между клубами и видами спорта, но процесс аккредитации одинаков. Преимущества внедрения единого национального стандарта для деятельности спортивных клубов дают руководство спортивным клубам всех типов, особенно в таких областях, как:

- развитие клуба (Основой любого клуба является его молодежная структура. Поощряя и привлекая молодых людей, он строит сильное будущее).
- расширение членства (Решение таких вопросов, как равенство и защита детей, дает родителям уверенность в выборе клуба для своих детей).
- развитие тренеров и волонтеров [6].

Для некоммерческого спортивного сектора во всем мире существует целый ряд проблем. Главным среди них является зависимость от добровольцев для поддержания спортивной системы в таких областях, как коучинг, администрация и судейство. Как было отмечено ранее, есть основания полагать, что уровень добровольчества снижается для таких ролей, как судейство и управление в спорте. Правительства и некоммерческие спортивные организации должны будут решить эту проблему, чтобы их участие в организованном спорте было достигнуто.

Более спорный вопрос связан с увеличением расходов на страхование для некоммерческих спортивных организаций, который напрямую влияет на стоимость участия. В Австралии все меньше страховых компаний предоставляют страховое покрытие спортивным организациям, и в последние годы цены на страховые взносы значительно выросли. Например, страховая премия за гражданскую ответственность для Австралийской федерации парашютистов увеличилась с 127 000 (€ 6'000.000) до 1,1 млн (€ 515'000.000) Австралийских долларов за два года [5]. Страхование гражданской ответственности имеет жизненно важное значение для проведения спортивных мероприятий и программ, и эти расходы переносятся на участников без дополнительных льгот, что поднимает вопрос о том, могут ли люди позволить себе сохранить занятия спортом в традиционных некоммерческих системах.

Еще одной проблемой для некоммерческих спортивных организаций является тенденция перехода от участия в традиционных видах спорта, организованных через клубы и ассоциации, к более неформальной форме участия [7].

Заключение. Некоммерческие организации определяются как организации, которые институционально отделены от государства, не возвращают прибыль владельцам, являются самоуправляемыми, имеют значительный элемент добровольного вклада и официально зарегистрированы. Некоммерческие организации существуют для развития сообществ, удовлетворения потребностей идентифицируемых и отдельных групп в этих сообществах и работы на благо общества, а не создания материальных благ для отдельных лиц. Большинство некоммерческих организаций руководствуется в основном усилиями добровольцев, а не оплачиваемых сотрудников.

Спортивные организации, которые работают на некоммерческой основе, включают профессиональные сервисные организации, отраслевые лоббистские группы, организации спортивных мероприятий и органы управления спортом. Безусловно, наибольшее количество некоммерческих спортивных организаций – это те, которые предоставляют спортивные состязания или возможность участия в мероприятиях своим членам и другим членам общественности: спортивным руководящим органам и спортивным клубам. Общим элементом среди всех этих спортивных организаций является их некоммерческая направленность – они существуют для облегчения спортивных возможностей для своих членов, которые могут быть отдельными спортсменами, тренерами, должностными лицами или администраторами, клубами, ассоциациями или другими спортивными организациями.

Спортивные руководящие органы и клубы почти исключительно полагаются на добровольцев для управления, администрирования и управления своими организациями, а также для предоставления коучинга, судейства и общей помощи в обучении, мероприятиях и сборе средств. Значительные средства, выделяемые некоммерческим спортивным организациям правительствами для поддержки их деятельности в областях массового участия или деятельности элиты, означают, что правительства все чаще пытаются влиять на то, как функционирует некоммерческий сектор спорта.

И, наконец, основная проблема с которой в настоящее время сталкивается спорт без спонсорства, заключается в том, что существует ряд проблем для некоммерческого спортивного сектора, включая зависимость от добровольцев в поддержании спортивной системы, все более спорный характер общества и связанный с этим рост расходов на страхование некоммерческих спортивных организаций – тенденция отказа от участия в традиционных видах спорта, значительные проблемы с пропускной способностью, а также дополнительная сложность руководства и управления этих организаций.

Список литературы

1. ICNPO. The International Classification of Non-profit Organizations. [Электронный ресурс]. URL: <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/13-015-x/2009000/sect13-eng.htm> . (дата обращения: 12.05.2020).
2. Йоша Тирингер. Why Running and CSR Are Taking Over Sports Sponsorship. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ispo.com/en/trends/why-running-and-csr-are-taking-over-sport-sponsorship> . (дата обращения: 15.05.2020).
3. Йоша Тирингер. Sports Sponsorship: Marketing Trends 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ispo.com/en/trends/sports-sponsorship-marketing-trends-2019>. (дата обращения: 10.05.2020).
4. Йоша Тирингер. Changing a Brand Image by Sponsoring Trend Sports. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ispo.com/en/trends/changing-brand-image-trend-sport-sponsorship> . (дата обращения: 10.06.2020).
5. The Australian Sports Commission. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sportaus.gov.au> . (дата обращения: 10.05.2020).
6. EURO NEWS. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.euronews.com/news/sport> . (дата обращения: 15.05.2020).
7. The guardian Newspaper. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/uk/sport> . (дата обращения: 18.05.2020).