

# Спорт и право



Большой спорт - большой бизнес...

НОЯБРЬ 2010

ИГРАЙТЕ, НЕ ВЫХОДЯ ЗА ЛИНИЮ ПОЛЯ!



## ВИТАЛИЙ МУТКО: «МЫ ХОТЕЛИ БЫ, ЧТОБЫ ПРОГРАММА СТАЛА ОТКРЫТОЙ И ПУБЛИЧНОЙ»

Агентство PR+Sport, автор Александр Чернышевский



Министр спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации **Виталий Мутко** в рамках презентации пресс-центра **Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006-2015 годы»** заявил: «Роль физической культуры в стране должна быть значительно усилена. Когда мы принимали Стратегию, то определили для себя

два главных приоритета. Первый - развитие и модернизация массового спорта, второй - спорт высших достижений. **К 2020 году доля граждан, вовлеченных в регулярные занятия физической культурой, должна составить 40 процентов**. В. Мутко также отметил, что через несколько лет количество средств, выделяемых в среднем на каждого россиянина, занимающегося физкультурой и спортом, будет увеличено.

«Расходы на каждого человека из бюджета составят в следующем году около 1000 рублей», - сказал глава Минспорта России. - И это только начало. Это, может быть, и не так много, но надо иметь в виду, что нам нужно быть убедительными в запросах на средства. А ведь количество денег, выделяемых нам из общего бюджета, зависит от того, сколько человек регулярно занимается сегодня в нашей стране физической культурой и спортом. На сегодня это 26 миллионов че-

ловек - 17% населения. В стране на сегодняшний день около 243 тысяч спортивных сооружений. Мы ежегодно проводим около 13 000 спортивных соревнований - среди них такие, как «Лыжня России», «Кросс Нации». Нужно обеспечивать регионы инфраструктурой».

Как сказал В. Мутко, «ФЦП должна улучшить пропускную способность спортивных сооружений, создать условия для занятий физической культурой и спортом, прежде всего детей, молодежи, а также создать возможность для учебно-тренировочных занятий для национальной сборной страны. Помимо массового спорта и спорта высших достижений в программу включат разделы «точки роста, опорные виды спорта, которые будут определены для каждого из регионов России», - заявил глава Минспорта России. - Данная поправка уже разработана, и Президент России дал поручение каждому из губернаторов принять ее к исполнению».

В завершение Министр отметил: «Главное, чего мы добились: физическая культура и спорт - это отдельная строчка в федеральном бюджете. В следующем году будет выделено 52 миллиарда рублей».

Говоря о задачах, стоящих перед пресс-центром, В. Мутко сказал: «Мы хотели бы, чтобы Программа стала открытой и публичной, чтобы все граждане России и журналисты знали о ней и понимали ее цели и задачи, а также на серьезном уровне могли отслеживать ход ее реализации».

## К 2012 ГОДУ СПОРТКОМПЛЕКСЫ СТАНУТ НЕДОРОГИМИ, ЭКОНОМИЧНЫМИ И САМООКУПАЕМЫМИ

За прошедший месяц состоялось еще одно пресс-мероприятие, посвященное реализации **Федеральной целевой программы** и актуальным вопросам строительства спортсооружений - брифинг на тему **«Всероссийский конкурс на лучший проект спортивного сооружения для массового спорта»**, прошедший 21 октября в Министерстве спорта, туризма и молодежной политики РФ. Брифинг провели директор Департамента экономики, инвестиционной политики и управления государственным имуществом Минспорта России **Юрий Тихомиров** и генеральный директор ФГУП «Спорт-инжиниринг» **Александр Васюков**.

Конкурс организован Минспортом России, ФГУП «Спорт-инжиниринг» и Всероссийской политической партией «Единая Россия». На сегодняшний день одной из главных задач является эконо-

мичность спортивных сооружений. «Необходим проект физкультурно-оздоровительного комплекса (ФОКа), который будет стоить очень недорого», - заявил Васюков. Также он поднял проблему дорогостоящей эксплуатации многих спортивных сооружений. «Сегодня эксплуатация крытого ледового катка обходится в 1 миллион рублей в месяц», - подчеркнул он. Одна из целей конкурса на 2010 г. - определить проекты ФОКов, которые будут самоокупаемыми. «В 2012 году данная задача станет приоритетной», - подытожил Александр Васюков. На данный момент самоокупаемых ФОКов в России мало. Как признали ведущие брифинга, все они лежат в сфере частного бизнеса.

По итогам конкурса на заседании Координационного совета **Федеральной целевой программы** будут названы проек-



Агентство PR+Sport, автор Георгий Шикалов

ты спортивных сооружений, которые не рекомендуются к реализации. По словам **Юрия Тихомирова**, эти проекты не смогут получать финансирование в рамках **ФЦП «Развитие физической культуры и спорта в РФ на 2006 - 2015 годы»**.

В рамках брифинга названы основные критерии оценки проектов спортивных сооружений: общая площадь здания, «спортивная» площадь, максимальная пропускная способность объекта, стоимость строительства. Васюков подчеркнул: «Нам важна не красота, а функциональность».



Анна Жукова, главный редактор

Несмотря на оптимистичные прогнозы спортивных чиновников относительно роста вовлеченности российского населения в спортивно-оздоровительное движение пропорционально увеличению количества возводимых ФОКов, в редакцию поступают материалы, в которых авторы-эксперты выражают некий скептицизм. Взгляды на эффективность и методы реализации **Федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006-2015 годы»** разнятся у представителей государства и коммерческих структур отрасли. В данном случае политика редакции согласуется с курсом Минспорта на открытость и публичность Программы, в целях общественного обсуждения для выработки эффективных мер. Мы предоставляем дискуссионную площадку для обмена конструктивными предложениями.

Темой ноябрьского номера стал комплекс проблем строительства действительно эффективных спортивных сооружений в ходе реализации **ФЦП**, возможности коммерческого использования спортивных объектов и развития массового спорта в стране. На предмет эффективности государственной политики в этих вопросах в рамках нашей дискуссии выступят оппоненты: **Т. Бесташишвили**, **Е.Б. Мякинченко** и **Д.Г. Холодник** - с позиций коммерческого спорта, и **В.В. Матвеев** - представитель «Единой России». Также на страницах «СПОРТ и ПРАВО» Вы сможете ознакомиться с некоторыми аспектами деятельности в русле проблематики Минспорта и профильных ведомств. В продолжение темы конкретными предложениями по работе спортсооружений в современных рыночных условиях и совершенствованию отраслевого законодательства с нашим изданием поделился генеральный директор ОАО «Олимпийский комплекс «Лужники» **В.В. Алешин**.

«СПОРТ и ПРАВО» приглашает специалистов спортивной индустрии присоединиться к обсуждению актуальных проблем отрасли. В следующем номере мы поднимем тему частного-государственного партнерства.



Медиапроект «СПОРТ и ПРАВО» рекомендован Ассоциацией юристов России (Председатель Попечительского совета Президент РФ **Д.А. Медведев**), Комиссией АЮР по спортивному праву

стр. 10



Сергей Чебан: «Трудности, безусловно, будут, потому что изменена вся структура российского футбола»

стр. 12



Дмитрий Чернышенко: «Организация и проведение крупнейших спортивных мероприятий - это не только эвент-менеджмент, но и крупномасштабная бизнес-программа»



# ФЕДЕРАЛЬНАЯ ЦЕЛЕВАЯ ПРОГРАММА.



Тимур Бесташивили,  
Генеральный директор Центра  
«Evolution – спортивный консалтинг»  
(Санкт-Петербург)

Я – далёкий от политики человек. Большую часть жизни я работаю в сфере массового спорта и фитнес-бизнеса. Сфера моей деятельности – действительно МАССОВЫЙ спорт в том виде, который имеет место в настоящее время. Более того, предмет моей профессиональной деятельности – коммерческий спорт. Вид спортивного объекта, который не приносит денег, или хотя бы не окупаются, вызывает у меня аллергию. Ниже я постараюсь пояснить, что именно имею в виду. Сейчас – не об этом. Страна на грани деградации и вымирания! А реально обещает какие-то сдвиги пока только то, что мы имеем, то есть Федеральная Целевая Программа. Можно рвать её на части, критиковать, отвергать, но ведь другой-то нет! И, если я не соглашусь с чем-то в этой программе, то не потому, что считаю её неприемлемой, но только потому,

что она, как любая Программа, несёт на себе отпечаток профессионального менталитета её создателей, их видения ситуации и путей развития. Каждый человек имеет своё видение по любому вопросу. Основная проблема – не считать своё профессиональное видение единственно верным, когда речь идёт о таком прозаическом предмете, как целевое использование бюджетных средств. Пока не началось движение купюр – мы можем разговаривать о чём угодно. Но с момента начала движения мы должны хорошо понимать, что можем подняться на гору, но можем и вырыть себе яму. Причём, почти в прямом смысле.

Да, любая партия стремится к закреплению во власти. Да, любая партия использует для этого социальные проекты, которые способствуют её популяризации среди людей. А почему это плохо? Однако здесь таится и большая опасность. Проекты, которые были проведены и выполнены так, что людям они не нужны, не удобны, не рациональны, всегда могут быть использованы политическими оппонентами в качестве «точки недовольства», то есть наглядной демонстрации «непрофессионализма, воровства, тоталитаризма» и прочего, в чём они любят обвинять любую власть. При этом очень удобно тыкать пальцем в очередную «пирамиду Хеопса», монументальную, дорогую и столь же бесполезную для ОБЫЧНЫХ людей. Однако лукаво обходить стороной вопрос о том, почему так получилось – дорого, монументально и практически

бесполезно. Очень легко объявить «власти» в злонамеренности и воровстве. Но причина в другом: очень часто люди, которые создают спортивные сооружения, просто не знают, как именно это делать. И, что бывает особенно обидно, многие из них действительно хотят сделать хорошо.

Чувствую, что сейчас на меня обрушат все громы и молнии, и мои оппоненты приведут длиннейшие списки заслуженных архитекторов, строителей, с перечислением регалий, титулов, постов и званий, которые причастны к разработке программы, выдающихся (без всякой иронии!), людей, которые способствовали спортивной славе России. Уважаемые, я ни в коем случае не дерзну сказать что-то плохое в адрес этих людей, однако хотел бы заметить, что весь их огромный опыт не имеет отношения к массовому спорту в принципе. И тот комплекс мер, который предлагается в Программе не приведёт к реализации поставленных задач. И тогда политические оппоненты «Единой России» получат прекрасную возможность тыкать пальцами с обгрызанными ногтями и кусать её за пятки. Оно вам надо?

Не буду голословным, а постараюсь это доказать. Начну с шокирующей, на первый взгляд, посылки: **строительство монументальных спортивных сооружений, о которых так много говорится в Программе, не имеет никакого отношения к массовому спорту и оздоровлению нации.**

Для реализации любого проекта в об-

ласти массового спорта нужно, прежде всего, определиться с понятием того, что мы называем «массовым спортом». Согласитесь, можно было бы отнести к нему всё, что стоит в стороне от спорта высоких достижений, то есть спортивно-тренировочной деятельности, направленной на рекорды. Значит, к приверженцам массового спорта мы могли бы отнести школьников и студентов, которые занимаются в рамках учебных планов, добавив туда же воспитанников детских садов, курсантов военных училищ и личный состав армии и флота России, тех, увы, редких работников бюджетных предприятий, которые ещё посещают ныне полуразрушенные ведомственные «Дворцы Спорта», которые когда-то строили по всей стране. Справедливости ради сюда же нужно причислить и селян, для которых в предыдущую историческую эпоху строили по всей стране, от Арктики до Средней Азии усечённые алюминиевые пирамиды, построенные по программе «Тысяча ФОКов». Мне приходилось видеть не одну такую пирамиду, в которой холодильник – зимой и душегубка – летом, но я не видел НИ ОДНОЙ, которая работала бы по прямому назначению. Но, как бы то ни было, сложив всех перечисленных людей, мы получили бы массовый спорт. Но мы-то все знаем, что это – не так. Здоровье всех вышеозначенных категорий граждан, увы, только ухудшается из года в год. С другой стороны (и это просто поражает!!!) ни в одном документе ГОСУДАРСТВЕННОГО уровня

ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ



Матвеев Вячеслав Владимирович, специалист по организационно-партийной работе исполнительного комитета местного отделения Всероссийской политической партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ» Восточного административного округа г. Москвы

## ЗАМЕТКИ СТОРОННИКА ПАРТИИ ВЛАСТИ

В нашей стране давно предпринимаются активные попытки сформулировать и реализовать целый ряд ответственных стратегий социально-экономического развития. Процесс этот достаточно трудоемкий, учитывая, что традиционные механизмы принятия управленческих решений в России, в принципе, еще отличаются от стандартных инструментов менеджмента, накопленных в западных системах управления. У нас традиционно принято принимать решения единолично, в то время как в ряде рыночных стран многие решения готовят отделы, службы, иногда и научно-исследовательские учреждения. То есть, в западном менеджменте любая реформа – это результат работы десятков тысяч менеджеров «средних» способностей. У нас решения принимаются, зачастую, по субъективному произволу, и хорошо, если принимающий решение – гений. В противном случае неизбежны социальный травматизм, рост издержек и результаты, отличающиеся от ожидаемых.

Но не все в России настолько грустно. Несколько лет назад в отечественной политике ушло в прошлое время отделенных от общества финансово-бюрократических кланов. Сегодня интересы российских граждан представляют крупные, проверенные временем и реальными делами партии. На смену поспешным единоличным решениям и экспериментам над людьми приходит коллективный менеджмент и социальный консерватизм. Появились социальные проекты, которые в случае ус-

пеха находят продолжение в программах и стратегиях социально-экономического развития. При этом, нельзя сказать, что ситуация идеализировалась. Приглашение к участию в принятии решений более широкого круга общественности объективно предопределило валообразный рост социальных инициатив при ограниченности ресурсов на их осуществление. Появилось много инициаторов предложить свой вариант расходования бюджетных средств. Одни предлагают масштабней бороться с наркоманией и алкоголизмом, другие бросить все силы на развитие межрегиональных культурных связей, третьих интересует проблема недостаточного финансирования науки, кто-то болеет за культуру, кто-то за повсеместную толерантность. И огорчает не большое наличие вполне разумных инициатив, а появление среди радетелей представителей тех сфер, которые вполне нашли себя в рыночных реалиях, но не прочь расширить свои обороты за государственный счет. Не стал здесь исключением и коммерческий спорт.

Одним из приоритетных направлений социально-экономического развития страны, наряду с доступным жильем, развитием медицины и образования стало возрождение понятия массовый спорт. Ведущие общественно-политические силы страны, в лице Партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ», реализуют целый ряд спортивных проектов: «Школьный спорт», «Дворовый тренер», «Лучший детский тренер страны» и т.д. В рамках спортивных проектов и программ выделяются значительные средства для развития инфраструктуры массового спорта, позволяющего на безвозмездной основе создавать условия для привлечения населения к самостоятельному участию в решении проблемы физического воспитания и здорового образа жизни.

В основе решений направить средства на строительство спортивных площадок нового поколения и быстровозво-

димых физкультурно-оздоровительных комплексов по всей стране лежит элементарная сегментация населения с точки зрения запросов на занятия спортом. Реальная картина такова, что, несмотря на то, что экономика страны несколько лет подряд демонстрировала положительную динамику, а меры правительства по преодолению социального кризиса, позволили выйти на советский уровень потребления большинству граждан страны, о появлении среднего класса говорить еще рано. Есть много людей, которые в последние годы от постоянной борьбы за выживание перешли к незначительным сбережениям. Но, широкой прослойки мелких собственников еще нет.

Около 85% населения не готово в структуру своих расходов включать регулярные занятия спортом. Есть масса других хронически недофинансированных личных расходов населения. Это – жилье, образование и медицина. Поэтому работа Партии власти по обеспечению опережающего роста реальных доходов населения скорее приведет к тому, что дополнительные расходы граждане направят на удовлетворение более актуальных потребностей, чем физическое воспитание. Ну не может человек, который значительное время обеспечивал свое питание за счет ведения подсобного хозяйства, при получении дополнительных финансовых средств, принести их в фитнес-клуб.

А между тем, социальный, духовный и физический задел наших граждан в «лихие девяностые» был очень сильно исчерпан. Проблема состояния здоровья, действительно, одна из самых серьезных в современной России. И работа по физическому воспитанию подрастающего поколения, регулярно здоровому образу жизни всех граждан актуальна как никогда. Без этой работы, мы наряду с ростом экономики и доходов, будем продолжать получать рост смертности, рост показателей со-





# ЗАМЕТКИ АПОЛИТИЧНОГО ЧЕЛОВЕКА

даже не упоминается такое явление, как коммерческий спорт, фитнес-бизнес, в рамках которого в России действительно занимаются оздоровительным спортом сотни тысяч людей. Молчание — тотальное,

ных документах, да и в Программе нет даже упоминания об этом, ну, разве что расплывчатые рассуждения о государственно-частном партнёрстве. Это ли не столь вождельный «массовый спорт»?

контор, которые и дают эти материалы. Ну-с, посмотрим...

Итак, перед нами официальный отчёт под названием «Показатели развития физической культуры и спорта в разрезе субъектов Российской Федерации за 2008 год» (<http://sport.minstm.gov.ru/.cmsc/upload/docs/200906/251343511N.xls>)

Рассмотрим структуру статистического отчёта, представленного в виде таблицы по субъектам Федерации.

В ней приведены данные о количестве «плоскостных спортивных сооружений, бассейнов, залов, стадионов», приведено количество занимающихся, процент женщин, количество подготовленных разрядников, количество занимающихся «по группам и секциям», количество по предприятиям и учебным заведениям. Что именно наводит на размышления?

В отчёте опять, как во времена социализма, акцентируется вопрос о «количестве подготовленных разрядников». Отдавая должное важности спорта высоких достижений, я не вижу прямой связи между количеством разрядников и состоянием здоровья нации, так как на сегодняшний день системы массовой квалификации спортсменов - любителей, хотя бы на уровне многократно обурганной (и совершенно несправедливо!), системы ГТО попросту нет. Количество чемпионов и «разрядников», увы, ещё не сделает массы людей здоровыми и не из-

бавит их от вредных привычек. Однако исследовать реальное состояние оздоровительного спорта и превратить эти данные в объективный материал для отчёта куда труднее, чем послать запросы на места на «подготовленных разрядников», и пересчитать их со слов тех, кто такие данные поставляет, то есть местных чиновников. Тем более, что мы прекрасно понимаем (и помним!), что на местах многие персоны и властные структуры очень заинтересованы в том, чтобы таких «разрядников» было как можно больше, предполагая, что внушительные данные будут благосклонно оценены «наверху». Эта «благосклонность» может превратиться и в направление средств из бюджета для развития массового спорта. Действительно, справедливо: если спорт в регионе так хорошо развивается, то его нужно стимулировать деньгами! Поэтому большая часть «статистических разрядников» получает эти мелкие разряды абсолютно формально, на бумаге. Тем более, что в указанной таблице фигурируют и учащиеся. А что нам стоит зачислить в спортсмены всех, у кого есть в расписании уроки физкультуры? Но там есть и носители высоких разрядов. Однако количество обладателей реальных, высших спортивных званий, при всём к ним уважении, никак не связано с количеством людей, занимающихся оздоровительным спортом. И, кстати, почему на основании их относительного количества

**«Ключевыми в части оказания услуг населению в сфере ФКСиТ в контексте малого и среднего предпринимательства являются фитнес-индустрия (предоставление коммерческих услуг спортивного характера населению) и индустрия внутреннего туризма.»**

**В России сегодня насчитывается по разным данным более двух тысяч фитнес-клубов. Очевидно, что рынок далек от насыщения. Объем российского рынка фитнес услуг составил: 2003 г. - 300-350 млн. \$; 2004 г. - 420-500 млн. \$; 2005 г. - 550-600 млн. \$; Москва - в 2006 г. порядка 600 млн. \$; Санкт-Петербург - в 2007 г. - 150-160 млн. \$; Берлин - в 2006 г. - 1,8 млрд. \$ .**  
**Сегмент фитнеса на рынке услуг в России является одним из наиболее динамичных. По данным профессиональных участников рынка фитнес-индустрии в 2008 г. рост составил порядка 30-40% по сравнению с 2007 г. По общим оценкам, потенциальная емкость российского рынка фитнес-услуг составляет порядка 2 млрд. \$ в год.\***

как будто нет тысяч фитнес-клубов всех размеров и форматов, с совокупными миллиардными оборотами, с огромным накопленным за 20 лет опытом работы именно с массами людей. Я много лет работаю в этой области, в столицах и регионах, и очень хорошо понимаю масштабы и динамику развития этого действительно спортивного феномена. Но в официаль-

Для того, чтобы создавать любые проекты и программы, нужно иметь базис в виде исходной информации. Если речь идёт о массовом спорте, то было бы целесообразным сначала собрать статистические данные о том, как обстоит дело в этой сфере сейчас. Для этого у нас существует Госкомстат и множество плодящихся вокруг него малопонятных

\* в тексте приведены выдержки из Аналитической ведомственной целевой программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в сфере физической культуры, спорта и туризма» на 2010-2012 годы Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ

## ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ

циальной деградации и прочих негативных проявлений социального кризиса, всегда объективно возникающего после затяжной экономической стагнации.

Поэтому развитие инфраструктуры безвозмездного массового спорта путем строительства спортивных площадок нового поколения и быстровозводимых физкультурно-оздоровительных комплексов не просто оправдано, но и является безальтернативным выходом из сложившейся ситуации. При этом нельзя сказать, что деньги выбрасываются на ветер. Нет, финансирование носит поэтапный характер, проекты и программы рассчитаны на несколько лет - никакой кампанейщины.

Мне почти еженедельно приходится заниматься информационным обеспечением мероприятий, в ходе которых в Восточном округе Москвы появляются новые спортивные объекты. Каждое такое событие граждане не просто приветствуют, а воспринимают как праздник. В этих мероприятиях активно участвуют и выдающиеся спортсмены, и представители коммерческого спорта. Так, деятельность окружного отделения Партии «ЕДИНАЯ РОССИЯ» в спортивной сфере поддерживают такие известные в спорте люди как Илья Авербух, Сергей

Корнилаев, Карина Азнавурян. В числе социально ответственных представителей коммерческого спорта фонд «Здоровая нация», Конноспортивный клуб «Измайлово» и сеть спортивных клубов «Марк Аврелий». Они не ждут когда государство или Партия власти пригласят их принять участие в возрождении массового спорта, эти представители большого и коммерческого спорта, как правило, безвозмездно предлагают использовать свой ценный опыт.

Только фондом «Здоровая нация» за один год, по инициативе окружной партийной организации и при содействии префектуры открыты 38 комплексов уличных тренажеров во всех районах Восточного округа Москвы. Эти комплексы включают тренажеры, которые отвечают требованиям безбарьерной среды и открывают дополнительные возможности для физической и социально-средовой реабилитации лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Приведенный пример позволяет не голословно утверждать, что благодаря содействию известных спортсменов и спортивных организаций, массовый спорт не просто пропагандируется, - он становится народной традицией. Так, в самом крупном районе Восточного округа — Гольянове можно сказать о таких регулярных, традиционных и по-настоящему спортивно-массовых праздниках, как «Гольяновская осень», «Гольяновская лыжня», «Гольяновская зарница» и, кстати, «Гольяновский фитнес-фестиваль».

Правда, наряду с людьми, поддерживающими проводимую политику, встречаются аполитичные люди в

коммерческом спорте, у которых вид спортивного объекта, не приносящего денег, или хотя бы не окупаемого, вызывает аллергию. Эти люди расстроены, что государство, разрабатывая спортивные концепции, не направляет средства на поддержку коммерческого спорта, не зовет на возмездной основе поучаствовать в физическом воспитании населения.

Но, спортивные проекты государства изначально не были рассчитаны на окупаемость и коммерческую перспективу. Это инвестиции в человека, которые в средней и долгосрочной перспективах с синергическим эффектом начнут давать отдачу в различных сферах социально-экономической жизни общества. То есть, это расходы будущих поколений.

Развивая массовый спорт, государство не стремится вытеснить коммерческий спорт, оно лишь заполняет те сегменты, которые с точки зрения рынка, являются рыночными окнами. И это, в том числе, проблема коммерческого спорта, что эти окна на отечественном рынке сегодня достигают 80 — 85% его объема.

А участию в спортивных проектах Партии власти всех заинтересованных лиц и объединений мы всегда рады, так как в появлении в стране социально-ответственного бизнеса, способного действительно реализовывать стратегии социального развития, мы заинтересованы не меньше, чем в массовом спорте.







стоит «назначать» субъектам Федерации «приоритетные виды спорта»?

Приведённый отчёт, по-моему, не имеет статистической достоверности, так как в нём не приведены данные о возрасте занимающихся, видах спорта и спортивно-оздоровительной деятельности, о регулярности занятий, о продолжительности, сезонности и так далее. Однако, именно эта информация позволила бы делать конкретные выводы о перспективах развития оздоровительного спорта в определённых видах, о целесообразности затрат бюджетных и иных средств в приоритетных направлениях. И, самое главное, нет понимания того, что эти приоритеты нельзя навязать искусственно, «сверху». Примеров того, как из благих побуждений, именно в целях развития массового спорта были построены за огромные бюджетные средства прекрасные центры спорта и стадионы, которые практически пусты, очень много. **Душные цифры сами по себе – победы, однако на основании таких «отчётов» делаются вполне конкретные выводы и принимаются решения на государственном уровне.**

В качестве следующего примера приведём другой официальный документ: «Рейтинг субъектов Российской Федерации по некоторым данным федерального статистического наблюдения по форме №1-ФК «Сведения о физической культуре и спорте» за 2008г» (<http://www.sportspravka.com/main.mhtml?Part=358&PubID=4983>). Здесь приведены сводные данные по «проценту обеспеченности по отношению к нормативу спортивными

сооружениями». Главное в приведённом отчёте – таблица рейтингов субъектов РФ по основным показателям количества занимающихся спортом регулярно.

На первом месте – Республика Башкортостан, с количеством людей, занимающихся спортом – 30,6%. Вспомним, что в странах Западной Европы, с устойчивейшей структурой массового оздоровительного спорта, как муниципального, так и коммерческого, количество занимающихся в целом составляет 12-15%. Этот показатель хорошо известен всем, кто работает в фитнес-бизнесе и служит индикатором того, что в нашей стране имеется, по крайней мере, пятикратный резерв для привлечения покупателей фитнес-услуг. В настоящее время в Москве и Санкт-Петербурге, городах, где данный вид спортивно-оздоровительной деятельности развит особенно хорошо, этот показатель не превышает 2-3% всего населения. Мне приходилось участвовать в маркетинговом исследовании актуального состояния фитнес-бизнеса, в разработке и проектировании коммерческого фитнес-центра в Уфе, и неоднократно бывать в этом прекрасном городе. И представить себе, что там оздоровительным спортом занимается каждый третий житель, особенно по сравнению с каждым шестым жителем Лондона или Берлина, я никак не могу. При всём уважении к замечательной республике.

Кстати, как же все эти лучезарные показатели соотносятся с данными ещё одного официального документа, который можно тоже найти на сайте ГОСКОМСТАТА **Обеспеченность населения РФ платны-**

**ми услугами, раздел 21.23. Структура платных услуг населению.** Из этого документа можно узнать, что в 2007 году платные услуги физической культуры и спорта (заметим, платные, значит, предоставленные населению в рамках системы коммерческого спорта, то бишь, фитнес-

процент затрат на оздоровительные услуги. Думается, его величина косвенно, но убедительно говорит и о проценте людей, которые занимаются спортом. И уж никак его величина не вяжется с официальными документами, приведёнными выше. Так чему же верить?



**«В Российской Федерации уровень спортивной активности в настоящее время довольно низок. Так, в США, доля населения, занимающегося физической культурой, составляет 40%, в то время как в России – около 15,9%.**

**В структуре российской экономики малый и средний бизнес занимает в настоящее время незначительное место, что серьезно сдерживает развитие экономики страны. Его доля в ВВП составляет всего лишь 17%. Для сравнения, эта цифра в крупных и стабильных экономиках, являющихся мировыми лидерами: в Китае – 60%, в США – 70%, в Японии – 90%.**

**Президентом Российской Федерации Д.А. Медведевым сформулирована в настоящее время задача по увеличению доли занятости активного населения в предпринимательской деятельности до 60-70%.**

**На сегодняшний день, согласно данным Росстата, приведенным на 01.10.2009 г. в Российской Федерации функционирует около 186 тыс. предприятий физической культуры, спорта и туризма (далее – ФКСиТ). Из них 10200 единиц – предприятия малого и среднего предпринимательства ФКСиТ, что составляет 5,4% в структуре организаций ФКСиТ. За анализируемый период 2008–2009 гг. средний объем инвестиций в основной капитал предприятий ФКСиТ составил 78,4 млрд. руб.»\***

са), составили ... 0,6% от стоимости всех услуг, за которое наше население заплатило. Конечно, бытовые, транспортные, коммунальные услуги составляют куда большую долю, но вот уж больно мал

Приведённые документы относятся к 2007 – 2008 годам, поскольку по 2009 году материалов пока нет. Однако не стоит сомневаться, что уровень останется таким же.

\* в тексте приведены выдержки из Аналитической ведомственной целевой программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в сфере физической культуры, спорта и туризма» на 2010-2012 годы Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ

ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ

## КРИТЕРИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЗДАНИЯ И ЭКСПЛУАТАЦИИ ОБЪЕКТОВ СПОРТА

Мякинченко Е.Б., Холодняк Д.Г., ГК «Спортивные технологии».

Кризис обнажил актуальность вопроса социально-экономической эффективности (СЭЭ) создания и эксплуатации объектов спорта. В настоящее время в стране не разработаны критерии СЭЭ, в государственном секторе отсутствует практика проектирования объектов, имеющих высокие показатели эффективности.

Руководство страны поставило конкретную задачу: до 2020 охватить 80% школьников и 50% взрослого населения систематическими занятиями спортом и оздоровительной физической культурой. Однако, если сопоставить текущие статистические данные с целевыми показателями, получается, что нужно **трехкратно** увеличить число наших граждан, вовлеченных в регулярные занятия физкультурой.

Для реализации задачи правительство приняло Федеральную целевую программу (ФЦП) «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006-2015 гг.», которая успешно реализуется. Почти половина Субъектов РФ реализует собственные аналогичные программы. Это очень хорошо! Однако несложные расчеты показывают: если ничего не поменять в подходах к созданию спортивной инфраструктуры и в действующих нормативах, то на создание недостающих спортивных сооружений в добавление к уже существующим понадобится более полутора десятка триллионов рублей, то есть в 30 раз больше капвложений, чем осталось исполнить по ФЦП.

Вторая проблема – высокая стоимость эксплуатации объектов спорта. В настоящее время стоимость занятий в благоустроенном закрытом спортивном сооружении составляет от 10 до 20 тыс.руб. на человека в год. Эта цифра находится в прямой зависимости от эффективности

функционирования объекта. Таким образом реализация программы Президента, если все затраты отнести на счет бюджетов, может стоить до 1000 млрд. руб. в год, то есть произойдет увеличение бюджета эксплуатации объектов в 12-15 раз по сравнению с сегодняшним уровнем.

*Для справки, в настоящее время все официальные затраты на ФКиС, включая инвестиционную деятельность, составляют около 100 млрд. руб. Из них на спортивные мероприятия, куда входят затраты на эксплуатацию спортивных сооружений, включая ФОТ персонала, тратится 23 млрд.руб. Правда, здесь не учтен оборот коммерческого сектора спортивно-оздоровительных услуг, который по разным оценкам лежит в пределах 40-60 млрд.руб. в год. Из них 2/3, то есть 25-40 млрд.руб., составляет доля эксплуатации сооружений, ФОТ персонала, налоги и накладные расходы.*

В эти цифры не включены затраты по замене и ремонту оборудования и инвентаря, капитальному ремонту зданий и т.п. На это понадобится еще около 500-600 млрд.руб. в год.

Маловероятно, что страна найдет такие средства.

Таким образом, анализ опыта уже созданных объектов спорта и простые расчеты делают актуальным **повышение социально-экономической эффективности создания новых и эксплуатацию уже существующих объектов спорта.**

Другими словами, **на повестке дня стоят два основных вопроса:**

- 1) Научиться создавать объекты спорта с высокими показателями социально-экономической эффективности;
- 2) Научиться управлять объектами спорта так, чтобы показатели эффективности объектов соответствовали проектным нормативам.

Проработка этих вопросов уже выведена на государственный уровень. В частности, во исполнение поручения Президента от 21 октября 2008 г. № Пр-2248 ГС в регионах и субъектах РФ была проведена работа по оценке эффективности функционирования объектов спорта.

Данное исследование и анализ хода выполнения ФЦП выявили ряд ключевых проблем, касающихся вопросов эффективности:

1. Прежде всего, установлено, **что критерии социально-экономической эффективности создания и эксплуатации объектов спорта, так же как и соответствующие нормативы, в нашей стране еще не разработаны.** Поэтому оценить реальную эффективность использования спортивных сооружений не представляется возможным.

2. Тем не менее, эффективность загрузки объектов, подсчитанная по одной из экспертных методик при 12 часах рабочего времени объектов, составила около 42%. Много это или мало? Ответить на этот вопрос без специального исследования сложно. В то же время спортивные объекты вполне могут работать с 7 до 23 часов, как это принято в коммерческих центрах. С учетом технологических перерывов и сезонного фактора средняя загрузка может составить 60-70%. Это не выглядит фантастикой, однако в масштабах страны может сэкономить несколько триллионов рублей! Правда, при одном условии: объект должен быть спроектирован так, чтобы всегда нашлись категории граждан, которые будут его заполнять в течение всего дня в любой сезон.

Но, к сожалению, как показал анализ, идея создания многофункциональных объектов с грамотной потребительской политикой пока не развилась в массовое явление.

3. Анализ структуры создаваемых объектов, например



Вот уровень статистики, на основе которой принимаются решения. Проследуем далее. Рассмотрим выдержку из текста Программы.

**Ожидаемые конечные результаты реализации Программы.** В результате реализации Программы к 2015 году предполагается:

- *увеличить долю граждан Российской Федерации, систематически занимающихся физической культурой и спортом, до 30 процентов от общего числа граждан Российской Федерации;*
- *увеличить показатель обеспеченности спортивной инфраструктурой до 30 объектов на 100 тыс. жителей;*
- *увеличить количество квалифицированных тренеров и тренеров-преподавателей физкультурно-спортивных организаций, работающих по специальности, до 300 тыс. человек;*
- *обеспечить ежегодный прирост количества граждан, занимающихся в специализированных спортивных учреждениях, на 30 процентов.*

То есть нас пытаются уверить в том, что через пять лет мы в два раза превзойдём по количеству занимающихся европейские страны! Ну, осталось добавить что-то вроде «нынешнее поколение советских людей будет жить при коммунизме!». Похоже? Нет, похожим будет результат. Нулевой. Это — неизбежно, когда ставятся не реальные, а фантастические задачи!

И тренеров будем готовить в количествах, которые сравнимы с численностью некоторых родов Вооружённых сил. Каких? Откуда? Чему мы их будем учить? Как готовить «разрядников»? То есть всё возвращается на круги своя?

Но и это ещё не всё. Есть не менее интересный документ.

**«О ежегодном Всероссийском конкурсе Министерства спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации на лучший проект спортивного сооружения для массового спорта».**

Конкурс — замечательный по определению. Действительно, давайте создадим проекты лучших спортивных сооружений. Мне на практике, как специалисту по организации фитнес-бизнеса, очень часто приходится сталкиваться с пожеланием заказчика приспособить уже построенные, или существующие в виде проекта, выигравшего конкурс, спортивные сооружения для привлечения масс людей и хоть какой-то окупаемости. И я имею дело со «свежими» проектами в этой сфере. Могу убедительно доказать, что создатели таких проектов не имеют никакого понятия о том, как и какими средствами сделать эти объекты удобными для решения декларируемой задачи. Именно в этом заключается причина того, что эти объекты после сдачи в эксплуатацию пустуют. Есть масса конкретных примеров с адресами. Однако подробный разбор каждого такого проекта превратит данный материал в книгу. Наученный горьким опытом, я подозреваю, что очередной «победитель» такого проекта построит очередной Мавзолей. Более того, его проект будет принят к обязательной реализации на местах за счёт средств бюджета, так же, как и пресловутые ФОКи, и проекты типовых колхозных амбаров площадью по 9000 кв.м с гордым названием «спортивно-оздоровительный комплекс», которые выросли в Нижегородской области в количестве 6 единиц, в Калининградской

(один построен, другой — строится). При этом по формальным признакам там есть всё — бассейн, игровая площадка, ледовая арена (это в Калининграде, где снег бывает раз в 10 лет!). Более того, формально всё сделанное соответствует СНИПам и СанПиНам. Но нерационально, неудобно, затратно, без учёта даже специфики погодных условий, менталитета, и уровня доходов местных жителей. И, что самое невероятное, даже их количества!

В чём же причина? Было бы просто сказать так: все создатели проектов — голотяпы. Но это — не так. Например, к созданию проекта огромного спортивного комплекса с аквапарком «Прибой» в городе Балтийске Калининградской области был привлечён прекрасный архитектор, у которого за плечами знаменитые проекты. Однако то, что получилось, может быть названо архитектурно-выразительным сооружением, но не ФОКом, тем более, аквапарком. Это просто красивое здание, имеющее признаки аквапарка с фитнес-центром и игровым залом. А что народ? Нет там народа, нет. Я бывал, и видел. То же самое можно сказать и о многих других проектах. Я полностью отвечаю за свои слова и могу убедительно и подробно это доказать прямо на месте. Архитекторы, которые имели отношение к созданию спортивных объектов в прошлом, не представляют реалий нашего времени, и не оперируют вопросами рентабельности, себестоимости услуг, прибыли, оптимального штатного расписания, и прочим. Они имели дело с обеспечением условий для тренировок спортсменом высоких достижений, а понятие «массы» связывали только с массами зрителей. Не потому, что они этого не знают, а пото-

му, что перед ними в прошлом никто не ставил таких задач. Вот и появляются у нас проекты, в которых численность нужного персонала зашкаливает за пределы разумного. Архитектурный проект предусматривает отдельные кабинеты (!!!) для дворника, сантехника, слесаря, точильщика коньков и других подобных специалистов? И, будьте уверены, они будут непременно заполнены. Кстати, а чем там вышеозначенные специалисты будут заниматься в рабочее время? Ну, все мы знаем, в России живём. Не верите? Такой проект лежит у меня на столе, могу ознакомиться. Поэтому лично у меня вызывает оправданный скепсис раздел **Организация и участие в Конкурсе** обсуждаемого документа и пункт 3 **Архитектурные концепции спортивных сооружений**.

Значит в конкурсе будут представлены архитекторы всех калибров. Они всё «могут» построить, а дальше — хоть трава не расти. «Здание заказывали? Вот оно, стоит». Вот именно, стоит... Однако любое предприятие — это не просто здание. Это здание, оптимально приспособленное для осуществления заявленной деятельности. Поэтому любая архитектурная концепция должна быть вторичной по отношению к концепции работы, то есть технологии коммерческой деятельности. Именно так, и любой спортивный объект, и построенный за бюджетные средства, должен быть приспособлен хотя бы для самоокупаемости! Мне как-то пришлось прочитать «бизнес-план» по созданию спортивно-оздоровительного сооружения в населённом пункте с 15 000 жителей. Площадь этого монстра составляла около 10 000 кв.м. Это был прекрасный бизнес-план! Объект окупался по плану за

## ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ • ДИСКУССИЯ

проектов строящихся ФОКов, приводит к выводу, что по замыслу их заказчиков около 80% нашего населения хочет играть в спортивные игры, включая хоккей, 10% — плавать, а на все остальные виды физической активности и спорта остается только 10% мощностей спортсооружений. Но изучение реальных предпочтений наших граждан (этим регулярно занимаются девелоперы коммерческих объектов) даёт совершенно другие цифры! Нынешняя структура создаваемых спортивных площадок обеспечит не более 30% запросов граждан и, если ничего не менять в концепциях проектов, то часть объектов, очевидно, будет пустовать.

4. Анализ проектов отечественных закрытых спортивных сооружений показал, что они построены из расчета 30 кв.м на одного человека. Объекты, возводимые по ФЦП, имеют ненамного более высокую эффективность использования площадей. В то же время коммерческие объекты создаются из расчета 12-15 кв.м на человека. Понятно, что легкоатлетические или футбольные манежи, теннисные корты и прочие сооружения, построенные как узкоспециализированные залы, невозможно спроектировать так эффективно, но кто мешает предусмотреть в них борцовские и гимнастические залы, залы для йоги и аэробики, которые могут заполняться с эффективностью 4-6 кв.м на человека?

Критерии СЭЭ, как уже отмечалось, не разработаны. Их создание требует специального трудоемкого исследования, но в качестве рабочего варианта ГК «Спортивные технологии» предлагает следующие показатели:

1. **Коэффициент востребованности** населением, спортивными организациями, предприятиями, образовательными учреждениями того набора спортивных и спортивно-оздоровительных услуг, который будет предоставляться объектом. Действительно, зачем тратить деньги на создание объекта, если нет гарантии, что он станет центром спорта и здоровья для всего района, местом, куда люди с удовольствием приведут своих детей и пойдут сами? Другими словами, этот критерий, по сути,

должен в формализованном виде отражать возможность бездотационной эксплуатации объекта спорта, если местный бюджет будет не в состоянии содержать объект. Последнее, как показывает опыт уже построенных объектов, весьма вероятно.

2. **Расчетный коэффициент загрузки.** Этот показатель оценивает вероятность того, что востребованность объекта в том месте, где его планируется разместить, настолько высока, что позволит не только найти достаточно потребителей услуг объекта, но и так распределить их по времени, чтобы объект был загружен полностью без простоев и выходных дней.

3. **Площадь на одного занимающегося,** рассчитанная как отношение общей площади к единовременной пропускной способности (ЕПС). Очевидно, что если подходить к созданию спортивных сооружений с позиций эффективности, то следует отказаться от порочной практики создания «квадратных метров». Создавать необходимо больше мест для занятий.

4. **Сметная стоимость объекта спорта на единицу его ЕПС.** По сути, это самый важный экономический показатель. Его принятие должно помочь избавиться от практики строительства больших, но низкофункциональных объектов, создание которых — самый распространенный ныне способ неэффективно расходовать бюджет.

5. **Эксплуатацион-**

**ные затраты (среднегодовые) на один человек-час занятий.** Для расчета этого важнейшего показателя, кроме концепции объекта, перед началом проектирования в обязательном порядке должен быть разработан его бизнес-план. Этот показатель будет наилучшим, если выполнены четыре предыдущих условия.

В заключение подчеркнем, что достижение высоких показателей СЭЭ возможно только в том случае, если поставить во главу угла не достижение нормативов по «квадратным метрам», а технологии эксплуатации объектов, позволяющих увеличить их проектные ЕПС и сделать их интересными для большинства потенциальных потребителей. Однако этого сложно будет добиться, если не создать на государственном уровне институт спортивных девелоперов или не привлечь к проектированию и эксплуатации объектов частные управляющие компании.







пару лет, там было всё: и оправданная стоимость услуг, и количество посетителей в течение всего дня, которые «в клубе» с радостью понесут туда деньги. Беда только в том, что для реализации этого плана данный комплекс должны были ежедневно посещать (и платить деньги!) все (!) жители городка, включая стариков и младенцев. Да и то не хватило бы, пришлось соседей подключать. Что? Да построили объект, построили... Стоит. Главное, ВСЕ думали, что делают правильное, хорошее дело. Да так оно и было, конечно, хорошее. Вот только совсем другой объект там нужно было строить. Этот, конечно, будут посещать, человек 100 в день, не больше. Что примерно равно численности персонала.

Что же делать? Критиковать-то все могут, а ты, автор, давай, предлагай! Извольте. Когда наша компания разрабатывает проект спортивно-оздоровительного объекта, то вся работа строится на последовательном осуществлении трёх этапов.

**Первый:** проводится маркетинговое исследование, для того, чтобы понять, что именно нужно в данном месте, кому именно, сколько у нас потенциальных клиентов, какую цену они готовы за это заплатить, как часто они будут посещать нас.

**Второй:** создаётся предпроектная концепция, которая отвечает на вопрос, каким образом этого добиться, то есть рассчитывается проходимость, логистика перемещений посетителей и персонала, объёмно-планировочные решения, оборудование, его количество, энергоёмкость и стоимость. Этот материал передаётся архитектору, который на его основе создаёт проект, далее определяется стоимость

строительства, оборудования и прочего. На этом же этапе предлагается оправданное решение главной задачи штатное расписание. Далее, экономист, имея все данные, может создавать бизнес-план или ТЭО. У нас же, как правило, с них и начинают, причём они всегда — радужные. Правда, сметная стоимость почему-то непременно увеличивается в разы.

**Третий:** создаётся проект управления всем этим великолепием, то есть технология осуществления всех процессов деятельности, от порядка работы и профессиональных профилей специалистов до полной «юридической оболочки» деятельности.

Конечно, это — очень короткий и условный перечень задач, однако общая направленность и последовательность работы изложена достаточно ясно.

Если начать с «архитектурной концепции», как нам предлагает документ, тогда он точно будет неудачным, ибо по-другому просто не бывает! Не с этого нужно начинать! Архитектура в данном случае — не цель, а средство, способ реализации поставленной задачи по принципу разумной достаточности.

Несколько слов можно сказать и по поводу «частно-государственного партнёрства». У большого бизнеса есть и деньги, и желание участвовать в таких проектах. Но ему очень важно понимать, что их деньги, по крайней мере, не пропадут, а принесут реальную пользу. А прибыль — ещё лучше, и в этом нет ничего плохого.

**Следующая проблема — кадры.** Есть предложения и здесь.

Ну, хорошо, увеличим мы количество тренеров. Увеличим набор в ВУЗы,

построим новые. Однако их и сейчас — просто девать некуда. Откуда они берутся? Вот тут срабатывает как раз полное отсутствие на государственном уровне понятия о коммерческом спорте или даже фитнесе.

В области коммерческого спорта работают десятки тысяч людей. Это — и тренеры, и специалисты по продажам, и управленцы всех уровней. Откуда они берутся? Тренеры, точнее, меньшая часть — из ВУЗов спортивной направленности. Их учат готовить чемпионов, и, строго говоря, без переподготовки они к работе с «обычным» человеком не готовы. В какой-то мере для роли тренеров подходят выпускники отделений адаптивной физкультуры, выпускники педагогических ВУЗов. Но и они подходят для массовой работы с известными ограничениями. Кто же остальные? А никто. Практически, самоучки. Ну, нельзя же считать действительно образованными и подготовленными людей, которые «учатся» пару месяцев в многочисленных «Университетах», «Академиях» и Колледжах, которые открывают на базе чуть ли не любого клуба, а уж если это сеть... При этом они получают всевозможные удостоверения и сертификаты на «право преподавания». Ну что, давайте тогда отнимем это право, регламентируем, сертифицируем и лицензируем. Ну да, все знают, чем это может закончиться. Если это будет осуществлено со стороны «большого спорта», то результат будет таким: появится центральная контора с аппаратом в Москве, штат чиновников, человек 100, образуют филиалы в субъектах РФ, начнут рассылать депешки, циркуляры и методички в регионы, лицензировать,








сертифицировать, и... всё будет по-старому. Только дороже. Думаете, я ратую за то, чтобы отдать это фитнес-бизнесу? Нет, будет ещё хуже! Естественно, руководящие роли будут в короткой, но яростной борьбе, захвачены представителями какого-то крупного российского сетевого клуба, имеющего самый значительный административный ресурс, а дальше этот клуб прикажет всем равняться на собственные методики, правила и принципы. А хваленые методики, в большинстве своём — очередные «три притопа — два прихлопа» в новой оболочке. Но попробуйте отказаться! И деньги, опять же... за сертификацию и лицензирование. Привлекать надо, прежде всего, независимых людей, специалистов, не связанных с конкретным бизнес-проектом в сфере коммерческого спорта. Что, нет выхода? Есть, конечно, однако нужно собираться и обсуждать.

Нужно сказать, что кроме планов подготовки специалистов, реальные шаги уже предпринимаются. В этом году, впервые в России на таком высоком уровне, как НГУ им. П.Ф. Лесгафта в Санкт-Петербурге, был открыт курс подготовки управленцев по специальности «Организация и управление предприятием в сфере фитнеса, красоты и здоровья». Это — первые ласточки, которые понесут в мир новые подходы к организации поистине массового спорта. Но этого мало, нужно готовить куда больше специалистов разных направлений в области массового спорта, и здесь усилий одного, пусть и прославленного ВУЗа, недостаточно.

Но о чём мы можем говорить, когда в реестре профессий отсутствует даже

## VIII международная ВЫСТАВКА

### Тематические разделы:

-  Спортивные сооружения. Инжиниринг
-  Спортивная экипировка и инвентарь
-  Спортивная медицина и питание
-  Тренажерное оборудование. Фитнес
-  Спорт в индустрии развлечений
-  Технические виды спорта
-  Безопасность спортивных сооружений и мероприятий

### Крупнейшая в России выставка спортивной индустрии



**9–11 марта 2011**  
г. Москва, ВВЦ, ГУП МЦВДНТ  
«Москва», павильон № 75  
[WWW.SPORTS-SHOW.RU](http://WWW.SPORTS-SHOW.RU)





понятие «фитнес-тренер»?! Нет даже термина такого – «фитнес-тренировка». Нет системы классификации, разрядов, регламента оплаты труда, пенсионного обеспечения, в конце концов. **Деятельность тысяч клубов не только не регламентируется, но юридически они даже не существуют, формально не отличаясь, к примеру, от продуктовой палатки.** А особенности налогообложения таких предприятий? Специфика хозяйственной деятельности? Вопросы очень много, здесь их даже не перечислить. Так что предстоит создать целый «юридический Эверест» в этой области. Кто это понимает? Кто за это возьмется? Кто разбирается хотя бы в постановке задачи? А ведь без этой базы все наши благие пожелания таковыми и останутся.

твительно массового оздоровительного спорта по примеру некоторых стран с развитой структурой предоставления таких услуг. Есть конкретные предложения по стимулированию и организации действительно всероссийского спортивно-оздоровительного движения в возрождения систем, вроде ГТО, но на современном уровне. Есть предложения по школам, детям, подросткам и вообще учащейся молодежи. Есть даже виды на организацию «большого спорта», свободного от допинга в принципе. Остроумные, кстати, предложения. Здесь даже не привести приблизительный список направлений работы. Однако без обсуждения путей достижения поставленных задач с привлечением разных специалистов ни у кого - ни у партии, ни у государства - не получится ничего.



**«Программа направлена на решение тактической задачи по совершенствованию правовых и экономических механизмов поддержки малого и среднего бизнеса в сфере физической культуры, спорта и туризма и способствует достижению стратегической цели Минспорттуризма России по обеспечению граждан возможностью вести здоровый образ жизни, систематически заниматься физической культурой и спортом.**

**Совершенствование нормативной правовой базы для развития малого и среднего предпринимательства по оказанию услуг населению и управлению объектами в сфере ФКСиТ является одной из задач Программы.**

**Ожидаемым конечным результатом реализации Программы является распространение опыта успешных бизнес-проектов, созданных предпринимателями в области ФКСиТ.**

**Для выстраивания единой на всех уровнях управления государственной политики в сфере ФКСиТ эффективнее не управлять директивно, а вовлекать федеральные и региональные государственные, экономические и общественные структуры в реализацию совместных проектов».\***

Нужно, наконец-то, собрать достоверную информацию, а для этого разработать методики и структуру критериев для выяснения вопроса о том, кто, чем и как занимается в России, а также, сколько людей готовы к занятиям (для этого необходимо разработать методики и структуру критериев опроса). И готовы ли они платить за предоставленные возможности.

Задач, которые нужно решить в рамках программы – много. Есть конкретные эскизные проекты развития дей-

Не нужно тратить время на обвинения друг друга в некомпетентности, бездарности, политической ангажированности, воровстве, разрушении большого спорта, как это имело место после провала на Олимпиаде и прочих грехах, истинных или мнимых. «Кто без греха - пусть первым бросит в меня камень». Давайте собираться и конструктивно обсуждать вопросы. Это для начала. Но не тонуть в обсуждениях и рассуждениях. Делать надо, делать, времени уже нет.

\* в тексте приведены выдержки из Аналитической ведомственной целевой программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в сфере физической культуры, спорта и туризма» на 2010-2012годы Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ОСНАЩЕНИЯ СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ»

Международный Форум «Инновационные технологии для оснащения спортивных объектов» пройдет в «Президент-Отеле» (Москва) 6 декабря.

В программе: стратегия строительства и оснащения спортивных сооружений в РФ; опыт оснащения объектов спорта для Олимпийских Игр; российский и зарубежный опыт строительства и оснащения спортивных сооружений.

Среди участников: представители ГК «Олимпстрой», Департамента физической культуры и спорта г.Москвы, Олимпийского комитета России, Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ; АНО «Исполнительная дирекция XXVII Всемирной летней универсиады 2013 года в г. Казани»; бюро Populous (США); ARUP (Великобритания); SHARP Electronics Russia; PRASE Engineering (Италия); Honeywell EMEA; Siemens LLC; Mitsubishi Electric Europe; SAUTER; «Азия Трейд Мьюзик»; Johnson Controls; «КОМИС»; «АРИС ПРО»; Adder.

По вопросам регистрации обращайтесь:  
 Анна Тарасюк, [tanna@midexpo.ru](mailto:tanna@midexpo.ru), тел.: (495)737-7479  
[www.sport-hitech.ru](http://www.sport-hitech.ru)



Международный Форум

«Инновационные технологии для оснащения спортивных объектов»



автоматизация



безопасность



климат



свет



видео



аудио

6 декабря 2010

Москва, Президент-Отель

При поддержке:

Комитет Государственной Думы РФ по физической культуре и спорту; Министерство спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации; Олимпийский комитет России; Департамент физической культуры и спорта г. Москвы; Государственная корпорация «Олимпстрой»; АНО «Исполнительная дирекция XXVII Всемирной летней универсиады 2013 года в г.Казани».

[www.sport-hitech.ru](http://www.sport-hitech.ru)



Организаторы Форума:

MIDexpo

Integrated Systems Events LLC



Министерство спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации



ОЛИМПСТРОЙ



АНО «Исполнительная дирекция XXVII Всемирной летней универсиады 2013 года в г.Казани»

ОЛИМПСТРОЙ

Золотые спонсоры:

SHARP

AUVIX

PACC

GREEN BUILDING SOLUTIONS

KNX

BIG-RU

infoComm

Официальное мультимедийное агентство:

РИА НОВОСТИ

Официальный информационный партнер:

SPORT.rbc.ru

Генеральный медиа-партнер:

INAVATE

Медиа-партнер:

ИЗВЕСТИЯ





## В.В. АЛЕШИН: «НАДО УЧИТЬСЯ РАБОТАТЬ В СПОРТИВНОЙ ОТРАСЛИ ИМЕННО В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ»

В продолжение темы эффективности использования спортивных сооружений предложениями по работе спортсооружений в современных рыночных условиях и совершенствованию отраслевого законодательства с нами поделился генеральный директор ОАО «Олимпийский комплекс «Лужники» В.В. Алешин.

**- Владимир Владимирович, какие решения в менеджменте спортсооружений, на Ваш взгляд, способствуют сегодня достижению эффективности их коммерческого использования и возможности выведения объекта на самоокупаемость?**

- Вопрос достаточно сложный, и однозначных рекомендаций нет. Это комплексная задача, которая упирается в несколько факторов. В первую очередь, конечно, законодательная база, которая распространяется на нашу спортивную отрасль и, в частности, на спортивные сооружения. Учитывая тот факт, что ряд законов, затрагивающих интересы спортивной индустрии, связаны с Бюджетным и Налоговым кодексами, это действительно сложная и многогранная задача. Безусловно, на эффективность результата влияет и уровень профессиональной подготовки людей, которые работают в этой области. Еще один из основных факторов, которые, на мой взгляд, приводят сегодня к положительному результату — сплоченная команда, в которой руководитель ставит задачи, а менеджмент их успешно решает. Спортивные сооружения разделяются на крупные спортивные комплексы, такие как наш, перед ними стоят одни задачи, одни проблемы, и такие спортивные объекты, которые решают локальные задачи, скажем, фитнес или организации спортивных секций.

Эффективность работы менеджмента зависит от многих факторов, один из основных — это правовая подготовка. Но эффективно работать и получать прибыль сегодня достаточно сложно, потому что те законода-

тельные нормы, которыми мы руководствуемся, очень жестко выстраивают работу менеджмента. Налоговая составляющая не дает возможности предприятиям спортивной индустрии заработанную прибыль реинвестировать в свои объекты: надо платить налог на прибыль, налог на землю; у нас сегодня достаточно высокие коммунальные платежи.

Особо следует обратить внимание на то, что действующие законы нашей отрасли — это не законы прямого действия. Они делегируют соответствующие права и полномочия субъектам Российской Федерации. И здесь, конечно, вступает в силу субъективный фактор: насколько ты лоялен, насколько ты выстроил правильные отношения с субъектами, и насколько субъекты понимают те задачи, которые решают спортивные сооружения, спортивные предприятия. У руководителей субъектов РФ много еще и других задач, которые они должны решать. Естественно, приоритетные задачи в основном носят социальный характер, и решения о каких-то преференциях в сторону спортивной отрасли всегда отходят на второй-третий план. Хотя сегодня руководство страны много внимания уделяет спорту, оздоровлению нации, развитию физкультурно-спортивного движения. И мы это ощущаем, но хотелось бы, чтобы эти усилия подкреплялись соответствующими законами прямого действия.

Есть еще одно предложение. Для того чтобы предприятиям проявлять интерес к зарабатыванию прибыли, надо прибыль, заработанную от основной деятельности, оставлять предприятию на его развитие.

При решении вопроса, связанного с налогом на землю, можно пойти по пути, который уже наработан в государстве. Мы знаем, что церкви сегодня освобождены от налога на землю и им дали право бессрочно, безвозмездного пользования землей. Можно было бы это норму распространить и на нашу спортивную, физкультурно-оздоровительную отрасль. Тем самым мы бы уменьшили стоимость занятий на наших спортивных сооружениях и привлекли как можно больше занимающихся.

Следующий аспект, который тоже требует внимательного отношения, связан с получением кредитов. Подобная практика также существует в нашей стране: есть «Россельхозбанк», который под достаточно низкие проценты дает кредиты сельхозпроизводителям, а оставшаяся часть дотируется государством этому банку. То же самое можно сделать и в спортивной отрасли. Поручить какому-нибудь государственному банку под те небольшие проценты, которые могли бы освоить спортсооружения, спортивные предприятия, выдавать кредиты, а оставшуюся часть также компенсировало бы государство. Вот тогда у нас рыночные отношения действительно активно пришли бы в спортивную отрасль. В то же время эти кредиты возвратные и каждый руководитель понимал бы четко, что от государства финансовой помощи ждать не надо, а надо использовать свои знания и учиться работать в спортивной отрасли именно в рыночных условиях. А сегодня получается, что мы воспитываем людей, которые с протянутой рукой ждут от государства соответствующих материальных вливаний. И это уже не важно, нужны они — не нужны, вопрос в основном выстраивается в сторону лоббирования. Если какой-то спортивный функционер или менеджер находится «поближе» к соответствующим государственным или муниципальным структурам и имеет возможность пролоббировать выделение бюджетных средств, он этим делом занимается. Наша позиция другая. Сейчас специалисты спортивной отрасли уже достаточно подготовленные, обладают определенным спектром знаний, организаторскими способностями, поэтому можно в каком-то объеме выделение бюджетных средств с государства снимать. Пример такой независимой работы на протяжении уже 18 лет показывает ОАО «Олимпийский комплекс «Лужники», которое активно работает в рыночных условиях, не только содержит себя, выплачивая все налоги, но и находит средства для своего развития.

Поэтому задачи современного менеджера состоят в том, чтобы активно изучать новые идеи, которые появляются в нашей и смежных отраслях, овладевать законодательной базой и параллельно изучать и использовать международный опыт, который сегодня действительно достаточно серьезно продвинул с точки зрения управления в спортивной отрасли.

**- В резолюцию Форума «Россия - спортивная держава» вошли предложения круглого стола «Спортивные сооружения различных форм собственности в современных условиях экономики - фактор повышения качества жизни населения», проходившего с Вашим участием. Одно из них: «Разработать единую систему отчетности и оценки эффективности деятельности (экономической, бюджетной, социальной и т.д.) спортивных сооружений. Разработать и утвердить на федеральном уровне критерии социально-экономической эффективности создания и эксплуатации спортивных объектов». То есть было предложено ввести наряду с экономической рентабельностью понятие «социальной рентабельности». Каким образом, на Ваш взгляд, такой показатель будет рассчитываться и у каких спортсооружений он будет выше?**

- У нас свое видение по этому вопросу, которое заключается в том, что государство должно активнее привлекать инвесторов к строительству спортивных сооружений, и при подписании инвестконтракта обязательно надо вписывать социальную составляющую, обязывающую инвестора, управляющую компанию или руководство этого спортсооружения выделять определенное количество часов для бесплатных или льготных занятий. Таким образом, выстраивается договорная основа между управляющей компаний и местным органом самоуправления. Местный орган самоуправления должен понимать,







какое спортивное сооружение необходимо для жителей района или микрорайона. Сегодня мы опять же наблюдаем процессы лоббирования строительства спортивных сооружений, ФОКов или еще чего-то. Рассмотрим, например, лоббирование «под спортсмена», который имеет большую популярность. «Под его имя» строится спортивное сооружение, хотя в данном микрорайоне такой вид спорта не будет пользоваться популярностью. А вот для того, чтобы правильно понять какое спортивное сооружение нужно и чем его наполнить, необходима, конечно, информация «снизу» – маркетинговое исследование.

Оценка спортивного сооружения должна быть сегодня поставлена на соответствующей научной и государственной основе. Необходимо правильно оценить основные фонды спортивных сооружений, четко понимать степень загрузки того или иного объекта, насколько эффективно он работает, какую дотацию или какую финансовую помощь получает от соответствующего бюджета. Мы знаем, что некоторые спортсооружения содержатся полностью за счет муниципальных и федеральных бюджетов. Если оценить за счет чего и как работает сооружение, какую социальную нагрузку оно несет, какие задачи решает, тогда можно будет оценивать и эффективность его работы. А у нас зачастую происходит недооценка основных фондов и появляются другие совокупные показатели у этих спортивных сооружений, появляется другая налогооблагаемая база, поэтому судить об эффективности работы, особенно социальной направленности, достаточно сложно. На мой взгляд, нужно ввести такой норматив, произвести соответствующую оценку основных фондов, после чего можно определять экономическую и социальную рентабельность спортсооружений.

**- Давайте теперь остановимся на маркетинге. Вот предложение из того же документа: «Развивать маркетинг спортивно-зрелищных, физкультурно-оздоровительных и спортивно-досуговых услуг для повышения загрузки спортсооружений, особенно крупных спортивных комплексов, на массовых мероприятиях и занятиях физической культурой и спортом. Стимулировать внедрение автоматизированных информационных систем, АСУ и контроля, в частности, для обеспечения безопасности зрителей и участников массовых спортивно-зрелищных и культурно-зрелищных мероприятий». Что, по вашему, должно входить в комплексную автоматизацию всего спорткомплекса? «Лужники» оснащены билетной системой только на БСА. Планируете ли Вы внедрение билетной системы или единой карты, которая, возможно, позволит повысить лояльность клиентов?**

- Сегодня так бурно развиваются информационные технологии, что скоро мы, наверно, увидим спортивный комплекс, полностью компьютеризированный, с автоматической системой управления. Это, конечно, идеально по замыслу, но, думаю, все равно человеческий фактор будет присутствовать.

Сейчас очень активно развивается телевидение. С появлением цифры избирательная способность телевизионной техники достаточно сильно продвигается, в частности, и в области спорта. Телевидение предлагает красивые, яркие сюжеты, показывает детали, какие-то нюансы, которые с трибуны болельщик может и не увидеть и, честно говоря, желания у зрителя прийти на стадион становится все меньше и меньше.

Такое серьезное развитие новых технологий вещания меня беспокоит: зрители с наших трибун, с наших стадионов уйдут в домашние условия, в бары, уйдут в какие-то другие заведения, где в тепле и комфорте дружескими компаниями можно будет смотреть соревнования. Но мы понимаем, что спортсмены ставят всевозможные рекорды, демонстрируют свой максимум, показывают красивую игру при одном условии – присутствии зрителей на трибунах. И здесь, конечно, должен быть баланс, который позволит и телевидению развиваться, и в то же время спортивному комплексу не потерять зрителя. А для этого, я считаю, надо сделать достаточно много в плане законодательных совершенств.

Не надо сегодня ограничивать спортивные сооружения в организации и продвижении сервисных услуг.

## МНЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТА



*Тенденции на рынке билетных систем России прокомментировал Алексей Кобзев, руководитель направления Платежно-Пропускных Систем в спорте «Компании ЮСИЭС»*

Вот уже много лет компания UCS разрабатывает решения по билетным, карточным и единым платежно-пропускным системам для культурно-зрелищных организаций. Программные решения UCS успешно работают практически во всех крупнейших кинотеатрах, ресторанах и гостиницах, а также в десятках аквапарков и развлекательных центров России, СНГ и Европы. Что касается спортивной индустрии, то здесь все только начинается. Я согласен с Владимиром Владимировичем Алешинным, что рынок билетных и карточных систем в России не развит. Нет единой билетной системы, которая могла бы охватить не только спортивный объект, но и кинотеатры, музеи, аквапарки города или области. Одна из причин – культура проведения досуга. Например, в западных странах посещение спортивных матчей является семейным развлечением на целый день. Семья может воспользоваться полным спектром услуг спортивного комплекса: отдохнуть, поужинать, посетить фитнес-клуб, купить агрибутику и т.д. Другая причина – не до конца сложившееся понимание в спортивной индустрии, что билетные и карточные системы экономически эффективны. На рынке киноиндустрии, на котором мы сейчас плотно работаем, есть жесткая конкуренция. А это вынуждает кинотеатры разрабатывать новые маркетинговые ходы и вводить дорогостоящие прогрессивные технологии, которые потом окупаются. Среди спортивных объектов такой жесткой конкуренции нет. Но интерес к таким системам растет.

На данный момент в спортивно-развлекательную сферу активно внедряются дисконтно-бонусные карты, по которым разрабатываются специальные программы лояльности. Данные карты позволяют не только приобретать билеты на мероприятие, но и оплачивать разные виды услуг, например, ресторан, бильярд, боулинг или игровую зону.

Современные тенденции в индустрии спорта и развлечений – это единые билетно-карточные системы, объединяющие разные объекты в одну маркетинговую группу. По единым картам можно пользоваться услугами как самого комплекса, так и приобрести товары или услуги партнеров. Причем эти системы идут в полной связке с интернетом. Добавлю еще, что нашей компанией уже осуществлены подобные проекты в России. В спортивной сфере можно интегрировать билетно-карточные системы в единый платежно-пропускной комплекс, который будет включать сами спортивные объекты, тренировочные базы, медицинские учреждения, магазины и объекты культуры и отдыха.

Многолетний опыт работы компании UCS позволяет выйти на спортивный рынок с передовыми и уже отлаженными решениями.

Наоборот, это – наша задача: организовать и расширить сервисные услуги, чтобы болельщик совершенно четко знал, что, придя на стадион, он получит весь тот комплекс услуг, который ему крайне необходим. Перед крупными спортивными событиями многие болельщики собираются в барах, ресторанах и на стадион приходят уже «подготовленные», зная, что на спортивных сооружениях запрещена продажа пива, еще чего-то, нет такого сервисного обслуживания, которое обязаны давать спортсооружения. Эту составляющую надо вернуть, и с нас, руководителей спортивных объектов, спрашивать, чтобы мы обеспечивали наших посетителей сервисными услугами высокого класса. От этого выиграют все: выиграют клубы, выиграют спортивные сооружения, выиграют зрители. Ведь, что там греха таить, спортсооружения и клуб готовят спортивное событие, принимают высококлассную команду, а основная часть дохода от сервисных услуг уходит в другие заведения, не связанные со спортивной отраслью. Надо дать возможность спортивным объектам, расширив сферу услуг, зарабатывать на этом тоже.

Поговорим о единой билетной системе, которую, конечно, нужно делать. В 2008 г. к Финалу Лиги чемпионов УЕФА ввели билетную систему на Большой спортивный арене. Она достаточно дорогостоящая, но мы убедились в ее эффективности. В билете может быть несколько степеней защиты, что позволяет системе распознавать и не пропускать фальшивые билеты. В наших планах – внедрение этой системы на всех наших сооружениях, а правильнее, конечно, было бы создать единую городскую систему, чтобы каждый желающий посетить какое-либо спортивное мероприятие, проходящее в городе, мог приобрести билет, зайдя в систему, мог выбрать себе место, выбрать соревнование, забронировать и приобрести билет через интернет. Вот такую задачу мы ставим. Сначала, скажем, на базе «Лужников», а потом, думаю, «пойдем дальше». Например, такие системы есть в Лондоне. Там можно забронировать билет и на спортивное соревнование, и в музей, и в театр. Это удобно и для жителей, и для гостей города.

**- То есть если Россия получит право проведения ЧМ-2018, Вы будете сторонником объединения стадионов в единую билетную систему?**

- Конечно.

**- Созданы ли сегодня единые нормативные требования к стадионам, принимающим крупные турниры мирового масштаба на международном уровне?**

- Конечно, такие требования есть. Они разработаны УЕФА и ФИФА. И эти требования все время постоянно меняются. Приведу примеры: когда в Лужниках на Большой спортивной арене должен был состояться Финал Кубка УЕФА, нашему стадиону выдвинули серьезные требования по модернизации, которые, конечно,

мы выполнили, получили высочайшую оценку проведения этого финала и состояния стадиона. По итогам проделанной работы Большая спортивная арена получила звание Пятизвездочного стадиона. Таких стадионов в Европе было всего одиннадцать. В 2008 г. Лужники принимали финальный матч Лиги Чемпионов. К нам опять приезжала комиссия УЕФА с инспекцией стадиона. Хотя наша арена на тот момент имела статус пяти звезд, к стадионам требования в очередной раз изменились, и нам вновь потребовалась реконструкция.

За проведение Финала Лиги Чемпионов получили высочайшую оценку, УЕФА присвоила нам звание Элитного стадиона. Таких стадионов в Европе всего было три.

Уже в этом году к нам несколько раз приезжала комиссия ФИФА в связи с тем, что наша страна подала заявку на проведение Чемпионата мира по футболу 2018 г. Посмотрев стадион, нам сообщили, что его опять надо модернизировать: количество зрительских мест увеличить до 90 000, поле опустить где-то на 5 метров, изменить геометрию трибун, VIP-ложи сделать по всему периметру Большой спортивной арены, усовершенствовать информационные системы и сделать еще ряд серьезных изменений.

На примере вышесказанного очень четко прослеживается, как УЕФА и ФИФА серьезно подходят к статусу своих соревнований. Какими должны быть стадионы, чтобы принимать соревнования такого высокого уровня под эгидой этих организаций. Но, ставя задачи постоянной модернизации стадионов, УЕФА и ФИФА не показывают источники финансирования. Хотите принимать наши соревнования – пожалуйста, но с нашими требованиями, не хотите – у нас в очереди стоят другие города, другие страны, которые хотят провести эти мероприятия и берут на себя такие обязательства.

Поэтому, подводя итоги нашей беседы, я думаю, что процессы, связанные с модернизацией спортивных объектов, постоянны. В конечном итоге и надо к этому стремиться, чтобы любое спортивное сооружение превращалось в театр, где есть соответствующая атмосфера, есть соответствующий сервис и есть соответствующий интерьер.

*Беседовала Анна Жукова*







## СЕРГЕЙ ЧЕБАН: «ТРУДНОСТИ, БЕЗУСЛОВНО, БУДУТ, ПОТОМУ ЧТО ИЗМЕНЕНА ВСЯ СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО ФУТБОЛА»

О том, какие изменения ждут футбольную индустрию в связи с переходом на систему «осень-весна», а также о том, как сделать агентский бизнес прозрачным, искоренить договорные матчи в российском футболе и повысить коммерческую стоимость Росгосстрах чемпионата России по футболу в интервью «СПОРТ и ПРАВО» рассказал исполнительный директор Российской футбольной Премьер-Лиги, Председатель Комиссии РФС по деятельности агентов футболистов Сергей Чебан.

**- Сергей, какие трудности вызвал переход на систему «осень-весна»?**

- Решение о переходе на новую систему принималось очень непросто: в ходе дискуссии выяснилось, что у этой идеи большое количество критиков. Но, тем не менее, Исполкомом РФС решение о переходе на систему проведения соревнования «осень - весна» принято, и мы приступаем к его реализации. Сейчас начинается переходный спортивный сезон. Он будет включать в себя следующий год и еще полгода до июня 2012. А уже Чемпионат 2012-2013г.г., надеюсь, будет проводиться по новой системе. Трудности, и не малые, безусловно, будут, потому что изменена вся структура российского футбола.

**- Как будет решаться вопрос развития футбольной инфраструктуры, соответствующей новым реалиям?**

- Это один из ключевых вопросов. Понятно, что играть на льду невозможно. Необходимы современные стадионы с футбольными газонами европейского уровня. Планируем сделать так, чтобы в переходный период сроки проведения матчей соответствовали нынешним: первый и второй сезоны по новой схеме пройдут в тех же временных рамках, что и сейчас. Незначительно увеличатся весенний и осенний периоды - примерно, на неделю каждый.

За это время мы планируем построить либо модернизировать достаточное количество футбольных полей. Будем использовать имеющиеся закрытые сооружения, так называемые манежи с футбольными полями, и построим новые. Сейчас как раз Российский футбольный союз оценивает существующие манежи, поля и планирует, что надо сделать конкретно в том или ином регионе для того, чтобы можно было проводить официальные футбольные турниры.

**- Существуют ли нормативы со-**

**ответствия полей новым сезонным условиям? Будет ли включен в Регламент проведения Чемпионата пункт, обязывающий клубы иметь резервное поле, на котором он сможет проводить матчи, в случае несоответствия основного требованиям Лиги?**

- Стандарт РФС будет ужесточен. Мы хотим привести наши поля в соответствие со стандартами УЕФА, чтобы работали дренажные системы, был качественный подогрев. Все эти нормативы существуют, а в период сертификации стадионов проверяется соответствие спортивных сооружений вышеназванным критериям. Хорошо понимая реальные условия проведения матчей в регионах, в регламентирующие документы на следующий сезон будем предлагать ввести требование о наличии у клуба резервного поля.

**- В России бюджетный год равен календарному. Какие Вы видите решения проблем финансового планирования затратной части бюджетов клубов в условиях финансирования госструктурами?**

- Сегодня в некоторых видах спорта, таких как, например, баскетбол, хоккей, соревнования проводятся как раз по системе «осень-весна», и там эти вопросы решаются. Я думаю, что если у нас возникнут какие-то проблемы, мы сможем использовать опыт наших коллег.

**- Ваше отношение к лимиту на легионеров?**

- Российские футбольные школы сейчас набирают обороты, но в то же время еще недостаточно генерируют игроков-профессионалов высокого уровня, и такой лимит сегодня, на мой взгляд, оправдан. На данный момент он соответствует тому количеству и качеству игроков, которое мы можем готовить. Будут развиваться школы, в которые сейчас вкладываются большие деньги, по крайней мере, клубами Российской футбольной Премьер-Лиги, и, думаю, что через какое-то время мы придем к тому, что лимит будет значительно снижен.

**- Какие проблемы решает Комиссия по агентской деятельности, которую Вы возглавляете? Ведется ли контроль над заключенными агентскими контрактами?**

- Целью Комиссии РФС по деятельности агентов футболистов является

курирование всех вопросов агентской деятельности на территории Российской Федерации. К задачам Комиссии относятся: обеспечение соответствия деятельности агентов футболистов законодательству Российской Федерации, Уставу РФС, регламентирующим документам ФИФА и РФС; разработка и представление в Исполком РФС проектов документов по совершенствованию деятельности агентов и кроме этого задачи учета агентов, регистрации договоров, применение к агентам дисциплинарных санкций. Контроль за контрактами агентов ведется очень тщательно — все договоры должны быть зарегистрированы в РФС в месячный срок, в противном случае накладываются серьезные штрафы. Недавно по этому вопросу мы проводили очередное заседание, по результатам которого оштрафовали ряд агентов, а одного из них в связи с тем, что это было уже повторное нарушение, лишили лицензии.

**- Где решаются споры между футболистом, агентом и клубом?**

- В Палате по разрешению споров РФС.

**- Как Вы можете охарактеризовать степень прозрачности агентского бизнеса сегодня?**

- Сегодня мы все делаем, для того чтобы он стал прозрачным. Мы хорошо понимаем, как сейчас строится этот бизнес, какие есть теневые стороны. В ближайшее время мы предложим Исполкому РФС ряд изменений, которые позволят несколько улучшить существующую систему контроля.

**- Каким образом повлияло на ситуацию на трансферном рынке введение института лицензирования агентов?**

- Упорядочило в какой-то степени.

**- Как искоренить договорные матчи в российском футболе? Какую роль в контроле над этим явлением современного футбольного бизнеса играют букмекерские компании?**

- Да, мы считаем это важным вопросом, потому что одна из основных задач РФПЛ — это привлечение спонсоров и партнеров. И, конечно, если игра будет вестись не по правилам, будет отсутствовать настоящая спортивная борьба, то такие соревнования никому не интересны.

Премьер-Лига делает все для того, чтобы в Росгосстрах чемпионате России по футболу не было договорных матчей. Учитывая международный опыт, в этом году мы предприняли ряд мер, в том числе заключили договор с букмекерской компанией «Лига Ставок», которая нас

оповещает о «подозрительных» матчах. Это так называемый метод раннего предупреждения, то есть в зависимости от изменения котировок, падения, резкого подъема мы пристально наблюдаем за тем или иным матчем. Хотя практика показывает, что информация, полученная от букмекеров, не всегда реально отражает происходящее на футбольном поле. Приведу пример: УЕФА вложила большие деньги в развитие такой системы раннего предупреждения. В прошлом году они присылали нам информацию о нескольких «подозрительных» матчах, а предполагаемые ими результаты, не только не подтверждались, но и оказывались противоположными. Поэтому мы к любой информации относимся внимательно, используем дополнительные источники для ее проверки.

**- С какой вещательной компанией будет заключен в ближайшем будущем договор продажи исключительных прав на показ Чемпионата России по футболу следующего года?**

- В настоящее время переговоры и консультации ведутся со всеми ведущими вещательными компаниями. Когда решение будет принято, мы об этом всех обязательно проинформируем.

**- Как увеличить коммерческую стоимость Росгосстрах чемпионата России по футболу и приблизить стоимость продаж медиаправ к уровню европейских лиг?**

- Безусловно, стоимость чемпионата прежде всего определяет качество и бескомпромиссность игры. Ко вторичным, но существенным условиям повышения стоимости относятся: улучшение инфраструктуры, то есть футбольные поля должны быть в идеальном состоянии, чтобы футбол был зрелищным и игрок мог показать хорошую игру, комфортные условия на трибунах, сервис и т.д. Невозможно успешно двигаться вперед без развития юношеского футбола. Важнейшее направление - это коммерческое развитие турниров, мы стараемся сейчас сделать так, чтобы линейка или сервисы, которые мы предоставляем, рекламный инвентарь соответствовали европейскому. Почему? Мы рассматриваем как потенциальных партнеров в том числе и европейские фирмы. Им тоже очень интересно «продавать» себя. Они работают по некому общепринятому в Европе шаблону. Мы уже унифицировали щиты, повысили технические требования к видеороликам, заставкам, используем практически все плоскости, которые существуют на стадионе для размещения рекламы, в соответствии с европейскими стандартами. Мы также используем их опыт, соответствуем требованиям УЕФА и ФИФА к форме, и, конечно, работаем над освещением, стараемся чтобы телевизионная картинка показа футбольных матчей улучшалась - это угол показа, это качество комментариев, это околوماتчевые, но очень важные элементы трансляции: флэш-интервью, превью, после-матчевые обсуждения. В этом году мы планируем еще усилить эти направления — сделать настоящее футбольное шоу. Футбольный матч - это как сердцевина действия, а вокруг него также должно быть много всего интересного. Это внутренняя жизнь футбола, она очень привлекательна. И я думаю, что все, о чем я сказал, в комплексе, даст свой результат.

**Беседовала Анна Жукова**







### КАССЫ СПОРТИВНОГО КОМПЛЕКСА

#### ПРОДАЖА БИЛЕТОВ, АБОНЕМЕНТОВ И ДИСКОНТНО-БОНУСНЫХ КАРТ

ПРОГРАММНЫЙ КОМПЛЕКС «ПРЕМЬЕРА-ЛИГА» СОЗДАН СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ И ПОЗВОЛЯЕТ В КОРОТКИЕ СРОКИ И ЗА МИНИМАЛЬНУЮ СТОИМОСТЬ ОСНАСТИТЬ СПОРТИВНОЕ СООРУЖЕНИЕ БИЛЕТНОЙ СИСТЕМОЙ. В СОСТАВ ДАННОГО КОМПЛЕКСА ВХОДИТ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ «CARDS SYSTEM», ПОЗВОЛЯЮЩЕЕ СОЕДИНИТЬ ГРУППУ ОБЪЕКТОВ В ЕДИНУЮ ДИСКОНТНО-БОНУСНУЮ СИСТЕМУ С ПОМОЩЬЮ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ. ТАКАЯ УСЛУГА ПОВЫШАЕТ ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТОВ И КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, И КАК СЛЕДСТВИЕ ДАЕТ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ.



### ИНТЕРНЕТ

#### ПРОДАЖА БИЛЕТОВ, АБОНЕМЕНТОВ И ДИСКОНТНО-БОНУСНЫХ КАРТ

ТЕХНОЛОГИИ КОМПАНИИ UCS ДАЮТ ЗАКАЗЧИКУ КОМПЛЕКСНОЕ РЕШЕНИЕ ВОПРОСОВ, СВЯЗАННЫХ С ПРОДАЖЕЙ БИЛЕТОВ И АБОНЕМЕНТОВ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ, ЧТО ПОЗВОЛЯЕТ СЭКОНОМИТЬ НА ПОСЛЕПРОДАЖНОМ ОБСЛУЖИВАНИИ И УВЕЛИЧИТЬ КАЧЕСТВО СЕРВИСА.



### АВТОМАТИЧЕСКИЕ БИЛЕТНЫЕ ТЕРМИНАЛЫ

#### ПРОДАЖА И ВЫДАЧА БИЛЕТОВ, ПОПОЛНЕНИЕ КАРТ

БИЛЕТНЫЕ ТЕРМИНАЛЫ ПОЗВОЛЯЮТ ПРИОБРЕТАТЬ БИЛЕТЫ КАК ЗА НАЛИЧНЫЕ ДЕНЬГИ, ТАК И ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ ПЛАСТИКОВЫМ КАРТАМ VISA/MASTER CARD. ИСПОЛЬЗУЯ ШТРИХ-КОД, В ТЕРМИНАЛЕ МОЖНО РАСПЕЧАТАТЬ БИЛЕТ, ЗАРАНЕЕ КУПЛЕННЫЙ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ. АВТОМАТИЧЕСКИЕ ТЕРМИНАЛЫ СПОСОБСТВУЮТ УВЕЛИЧЕНИЮ КОЛИЧЕСТВА ПОСЕТИТЕЛЕЙ, УМЕНЬШЕНИЮ ЗАТРАТ НА РАБОЧИЕ МЕСТА, ПОЛУЧЕНИЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ДОХОДА ОТ РЕКЛАМЫ НА ТЕРМИНАЛАХ И ПОВЫШАЮТ СТАТУС СПОРТИВНОГО ОБЪЕКТА ИЛИ КЛУБА.

### ЕДИНАЯ БИЛЕТНО-КАРТОЧНАЯ СИСТЕМА

АВТОМАТИЗАЦИЯ РАБОТЫ С БОЛЕЛЬЩИКАМИ,  
ФАН-КЛУБАМИ, VIP-КЛИЕНТАМИ, ПОСЕТИТЕЛЯМИ, ПАРТНЕРАМИ



### МОБИЛЬНЫЕ ТЕЛЕФОНЫ

#### ПРОДАЖА БИЛЕТОВ

СИСТЕМА ПРОДАЖИ БИЛЕТОВ С ПОМОЩЬЮ СМС-СООБЩЕНИЙ ПОЗВОЛЯЕТ ПОКУПАТЬ БИЛЕТЫ ИЗ ЛЮБОГО УГОЛКА ПЛАНЕТЫ. САМ БИЛЕТ МОЖНО БУДЕТ ПОЛУЧИТЬ КАК НА КАССЕ, ТАК И В АВТОМАТИЧЕСКИХ БИЛЕТНЫХ КИОСКАХ ПО ПРИВЫТИИ НА МЕРОПРИЯТИЕ. ТАКЖЕ ПРОХОД ЧЕРЕЗ ТУРНИКЕТ МОЖНО БУДЕТ ОСУЩЕСТВЛЯТЬ ПО ШТРИХ-КОДУ, ИЗОБРАЖЕННОМУ НА ДИСПЛЕЕ ТЕЛЕФОНА.



### ТЕРМИНАЛЫ ОПЛАТЫ СОТОВОЙ СВЯЗИ

#### ОПЛАТА БИЛЕТОВ, ПОПОЛНЕНИЕ КАРТ

РЕШЕНИЯ КОМПАНИИ UCS ПОЗВОЛЯЮТ ПОДКЛЮЧАТЬ К ЕДИНОЙ БИЛЕТНО-КАРТОЧНОЙ СИСТЕМЕ ЛЮБЫЕ ГОРОДСКИЕ СЕТИ ТЕРМИНАЛОВ ПО ОПЛАТЕ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ. ДАННАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ В НЕСКОЛЬКО РАЗ УСИЛИВАЕТ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И СПОСОБСТВУЕТ ПРИВЛЕЧЕНИЮ НОВЫХ КЛИЕНТОВ.



### КАССЫ ПАРТНЕРОВ

#### ПРОДАЖА БИЛЕТОВ И КАРТ

МНОГОЛЕТНИЙ ОПЫТ РАЗРАБОТКИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ ПРОГРАММНО-АППАРАТНЫХ КОМПЛЕКСОВ ПОЗВОЛЯЮТ КОМПАНИИ UCS ИНТЕГРИРОВАТЬ МЕЖДУ СОБОЙ КАК СОБСТВЕННЫЕ ПРОДУКТЫ, ТАК И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ОБОРУДОВАНИЕ ПАРТНЕРОВ В ЕДИНЫЕ КОМПЛЕКСЫ. ИНТЕГРАЦИЯ С ПАРТНЕРАМИ СОЗДАЕТ НОВЫЕ ФОРМЫ РАБОТЫ С ЦЕЛЕВЫМ КЛИЕНТОМ, ПОВЫШАЕТ ЕГО ЛОЯЛЬНОСТЬ И СПОСОБСТВУЕТ РАЗВИТИЮ И УСИЛЕНИЮ СОБСТВЕННОЙ ПОЗИЦИИ НА РЫНКЕ.



### КОНТРОЛЬ ДОСТУПА

ПРОХОД НА СПОРТИВНЫЙ ОБЪЕКТ МОЖЕТ ОСУЩЕСТВЛЯТЬСЯ ЧЕРЕЗ ТУРНИКЕТЫ С ПОМОЩЬЮ СЧИТЫВАНИЯ ШТРИХ-КОДА ИЛИ ПЛАТЕЖНО-ПРОПУСКНОЙ КАРТЫ. ШТРИХ-КОД СЧИТЫВАЕТСЯ КАК С САМОГО БИЛЕТА, ТАК И С РАСПЕЧАТКИ ИНТЕРНЕТ-БЛАНКА. ДАННАЯ ПРОПУСКНАЯ СИСТЕМА ПОЗВОЛЯЕТ НЕ ТОЛЬКО ЭКОНОМИТЬ НА РАБОЧИХ МЕСТАХ, НО И ФОРМИРОВАТЬ ОТЧЕТЫ ПО РАЗНЫМ ПАРАМЕТРАМ (ПО КОЛИЧЕСТВУ ЛЮДЕЙ, ПО ЗАНЯТЫМ МЕСТАМ, ПО ВРЕМЕНИ, ПО ОТДЕЛЬНО ВЗЯТОМУ ЧЕЛОВЕКУ И ДР.)

- \* КОМПАНИИ UCS ЯВЛЯЕТСЯ РОССИЙСКИМ ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ
- \* СИСТЕМЫ UCS ЭКСПОРТИРУЮТСЯ В 30-ТЬ СТРАН МИРА
- \* В 75 ГОРОДАХ РФ РАСПОЛОЖЕНЫ 160 ДИЛЕРСКИХ ЦЕНТРОВ КОМПАНИИ UCS, КОТОРЫЕ ОКАЗЫВАЮТ ТЕХНИЧЕСКУЮ ПОДДЕРЖКУ НАШИМ КЛИЕНТАМ
- \* РЕСУРСЫ КОМПАНИИ UCS ПОЗВОЛЯЮТ В КОРОТКИЕ СРОКИ ВЫПОЛНЯТЬ ДОРАБОТКУ СИСТЕМЫ ПОД ТРЕБОВАНИЯ ЗАКАЗЧИКА. В ЦЕНТРАЛЬНОМ ОФИСЕ КОМПАНИИ РАБОТАЮТ БОЛЕЕ 150 ЧЕЛОВЕК

В РОССИИ КОМПАНИЕЙ UCS АВТОМАТИЗИРОВАНО БОЛЕЕ 2000 БИЛЕТНЫХ КАСС.  
МЫ УВЕРЕНЫ, ЧТО ОПЫТ КОМПАНИИ И ПЕРЕДОВЫЕ ОТЛАЖЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ БУДУТ ПОЛЕЗНЫ ВАШЕМУ БИЗНЕСУ.





- В 2011 году должны пройти выборы талисмана Олимпийских игр в Сочи. Известно, что они будут проходить путем всенародного голосования, но каким способом, так и не понятно. Это будет референдум или голосование с помощью смс и телефона?

- Финалисты конкурса будут определены с 6 по 15 декабря 2010 года экспертным советом, состоящим из режиссеров-аниматоров, художников, деятелей культуры, профессиональных маркетологов, спортсменов.

Определят Победителя конкурса 7 февраля 2011 года путем всенародного голосования.

- Согласно правилам конкурса «Талисман Сочи 2014», при опубликовании работы на сайте конкурса исключительные права автора автоматически переходят к Организатору, получающему также право на обнародование и анонимное использование творческой работы. Будут заключаться договоры в письменной форме об отчуждении исключительного права со всеми авторами публикуемых работ или только с победителем конкурса?

- Договоры будут заключаться только с финалистами конкурса, которых отберет экспертное жюри. Исключительное авторское право, действительно, автоматически переходит к Оргкомитету, поскольку участник приславший работу соглашается с условиями конкурса.

- На сайте Оргкомитета есть сервис проверки продукции с символикой Олимпийских игр: требуется вести лицензионный номер продукта и, если такой номер не зарегистрирован, рекомендуется заполнить анкету. Какие действия последуют после получения Вами сведений о контрафактной продукции?

- На официальном сайте открыты новые категории для лицензиатов. Сведения о товаре с признаками контрафактности поступают на специальный электронный ящик Оргкомитета и анализируются нашими сотрудниками. В случае подтверждения полученной информации о факте нарушения исключительных прав, заявления о проведении проверки указанных обстоятельств направляются в соответствующие правоохранительные органы.

- Какие решения найдены для за-

## ДМИТРИЙ ЧЕРНЫШЕНКО: «ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КРУПНЕЙШИХ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ – ЭТО НЕ ТОЛЬКО ЭВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ, НО И КРУПНОМАСШТАБНАЯ БИЗНЕС-ПРОГРАММА»

Об особенностях защиты авторского и интеллектуального прав, связанных с Олимпийской символикой, о реализации лицензионной и маркетинговой программ Оргкомитета и ходе подготовки к Играм 2014 в интервью «СПОРТ и ПРАВО» рассказал Президент Оргкомитета «Сочи 2014» Дмитрий Чернышенко.



Как будет организована их реализация - через филиалы, представительства российских компаний или будут передаваться права на продажу иностранным компаниям, с которыми на данный момент нет договора?

- Права на товарные знаки распространяются исключительно на территории Российской Федерации. Продукция с олимпийской и паралимпийской символикой будет защищена специальной голограммой или маркой с уникальным номером. Контроль и борьбу с контрафактной продукцией будет осуществлять МВД России.

- Как будут охраняться авторские и иные права на товары с символикой Олимпийских игр 2014 за пределами Российской Федерации?

- Правовая охрана объектам интеллектуальной собственности, связанным с Играми 2014 года, за пределами Российской Федерации будет предоставляться в соответствии с нормами международных договоров и национальных законодательств, в частности в качестве объектов авторского права и товарных знаков. Международная регистрация товарных знаков Игр 2014 года осуществляется на имя Международного олимпийского комитета при участии Оргкомитета «Сочи 2014». При этом защиту прав на олимпийскую символику на международном уровне осуществляет Международный олимпийский комитет.

- В чем заключаются особенности защиты авторского и интеллектуального прав, связанных с Олимпийской символикой?

- В связи с проведением Игр 2014 года Российская Федерация приняла на себя дополнительные обязательства в части обеспечения режима использования олимпийской и паралимпийской символики. Олимпийским законом от 01 декабря 2007 года №310-ФЗ установлен перечень и особый режим использования указанной символики, которое допускается исключительно на основании заключения договора с уполномоченными организациями. Кроме того, олимпийская и паралимпийская символика охраняется в качестве объектов интеллектуальной собственности: объектов авторского права и зарегистрированных товарных знаков, использование которых допускается на основании заключения договора с соответствующим правообладателем. В отношении данных объектов, в том числе их правовой защиты, применяются положения действующего гражданского, административного

щиты лицензионной продукции с символикой Зимних игр 2014 года?

- Для защиты лицензионной продукции Оргкомитета в сотрудничестве с ФГУП ГОЗНАК создана беспрецедентная система защиты. Она включает два основных элемента: марку и голограмму. Оба элемента имеют свыше десяти видимых и скрытых защитных признаков. Для покупателей и представителей правоохранительных органов также доступен специально созданный интерактивный ресурс, позволяющий произвести мгновенную проверку подлинности защитных элементов. В целом, по степени защищенности лицензионная продукция Оргкомитета сравнима с денежными знаками отдельных государств.

- Между Оргкомитетом «Сочи 2014» и федеральными органами исполнительной власти заключены договоры, которые предусматривают постоянный обмен информацией по выявлению и пресечению несанкционированного использования олимпийской и паралимпийской символики на всей территории России. С какими еще организациями возможно подписание подобных договоров?

- В рамках реализации положений Комплексной программы по защите олимпийской и паралимпийской символики в настоящий момент Оргкомитетом заключены соглашения о взаимодействии с МВД России, ФТС России, ФАС России, Роспотребнадзором и Роспатентом. В рамках указанных соглашений созданы и действуют рабочие группы по решению вопросов взаимодействия, а также ведется обмен необходимыми сведениями и информацией. В совместной деятельности по обеспечению режима использования олимпийской и паралимпийской символики в рамках реализации Комплексной программы активно участвуют все вышеперечисленные органы государственной власти. При этом общая координация деятельности осуществляется Генеральной прокуратурой Российской Федерации.

- Уже в 2010 году продукция с олимпийской символикой, защищенная специальной маркой «Гознака», поступит в продажу. В каких странах, кроме России, будут продаваться такие товары?



Фото предоставлены пресс-службой Оргкомитета «Сочи 2014»



и уголовного законодательства. При этом Оргкомитет является единственной уполномоченной на территории России организацией по защите исключительных прав на все объекты интеллектуальной собственности, относящиеся к олимпийской и паралимпийской символике.

**- В планах Оргкомитета – открытие олимпийских гипермаркетов и выпуск большого количества наименований лицензионной продукции «Сочи 2014» на российском и международном рынках. Могут ли сегодня российские компании предложить Оргкомитету свои идеи по производству новых товаров с символикой «Сочи 2014»?**

- Не только могут, но уже активно предлагают. Безусловно, мы готовы рассматривать и поддерживать идеи производства и выпуска новых видов лицензированной продукции. Особенно интересны для нас концепты инновационных продуктов, соответствующих программам в сфере экологии и устойчивого развития.

**- Для того чтобы использовать маркетинговый потенциал Олимпийских Игр в Сочи, не нарушая «Олимпийский закон» (ФЗ – 310), необходимо обладать соответствующими правами. Какие условия заключения соглашения о партнерстве с Оргкомитетом?**

- Оргкомитет осуществляет выбор партнеров в соответствии с положениями и принципами Регламента процедуры выбора партнера, с которым можно ознакомиться на сайте [www.sochi2014.com](http://www.sochi2014.com).

**- Как реализуется маркетинговая программа Оргкомитета «Сочи 2014»?**

- Успешное начало реализации маркетинговой программы «Сочи 2014» позволило Оргкомитету перейти на самофинансирование в 2009-2010 годах и перенести использование гарантированных государственных субсидий на более поздний период.

С января 2009 года по настоящее время Оргкомитетом «Сочи 2014» в рамках маркетинговой программы заключены договоры и подписаны соглашения о намерениях на сумму более 1 млрд. \$.

**- При подготовке к Играм в Сочи, в каком соотношении внедряются заимствованный опыт и самостоятельные разработки?**

- У Международного Олимпийского Комитета есть программа, которая называется «Программа Олимпийского обмена знаниями». Благодаря ей мы используем накопленный опыт предыдущих шести оргкомитетов, начиная с Сиднейского. Этот опыт передается в специальных документах, которых МОК на данный момент накопил более 25 тысяч.

Тем не менее, одной из наших стратегических целей является Организация и проведение самых инновационных в истории Олимпийских и Паралимпийских зимних Игр. Уже сейчас у нас есть уникальные наработки, которые мы вносим в «Летопись Инноваций Оргкомитета». Она регулярно пополняется новыми кейсами. По завершении Игр «Летопись Инноваций Орг-

комитета» войдет в информационное Наследие Оргкомитета.

**- В чем особенности менеджмента такого масштабного проекта как Олимпиада? Какие организационные решения и подходы, по вашему, наиболее эффективны?**

- Реализуя такой глобальный проект как Зимние Игры, мы должны очень четко представлять свои цели. Для Оргкомитета мы разработали 11 стратегических целей, которые являются основой для нашей операционной деятельности. Для нас это не просто лозунги. Каждый проект, каждое функциональное подразделение нашей организации предусматривает содействие реализации этих целей.

Особенностью работы Оргкомитета является непереносимый дедлайн, задающий особые требования к организации процесса подготовки. Мы не можем передвинуть сроки или снизить уровень качества предоставляемых услуг. Мы можем влиять на управленческие параметры только лишь работая над ресурсами: привлекая наиболее квалифицированный персонал, консультантов мирового уровня, используя инновационные технологии управления.

Еще одним ключевым моментом является взаимодействие всех организаций и функций, участвующих в процессе подготовки Игр. Отлаженные механизмы интеграции – одна из глав-

ных и наиболее сложно реализуемых задач для большинства оргкомитетов предшествующих игр. В этом поле мы уже достигли определенных результатов – разработали и реализовали систему взаимодействия со структурами, принимающими участие в подготовке и проведении Игр в Сочи.

**- Вы согласны с утверждением: «Большой спорт - это большой бизнес»?**

- Конечно, согласен! Организация и проведение крупнейших спортивных мероприятий – это не только эвент-менеджмент, но и крупномасштабная бизнес-программа.

Беседовала Дарья Кузьмина

23 - 25 ноября 2010  
Москва  
«Лужники», Дворец спорта

football MARKET

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ  
РОССИЙСКОГО  
ФУТБОЛЬНОГО СОЮЗА

**«Футбол Маркет»**

XI МЕЖДУНАРОДНАЯ  
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ  
ВЫСТАВКА  
ФУТБОЛЬНОЙ  
ИНДУСТРИИ

[www.footballmarket.ru](http://www.footballmarket.ru)

В рамках выставки пройдет серия семинаров и конференций с участием ведущих мировых и российских специалистов.

Участники и посетители выставки:  
Руководители профессиональных футбольных клубов и федераций, производители искусственных покрытий нового поколения, строительные компании, медицинские центры, маркетинговые агентства, разработчики специализированного программного обеспечения, организаторы тренировочных сборов и профессиональных турниров, инвестиционные компании и многие другие.

[info@footballmarket.ru](mailto:info@footballmarket.ru), +7-495-721-20-75, +7-964-763-95-08



# ПРАВОВЫЕ И ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНО-КОММЕРЧЕСКИХ ИГР В РОССИИ



«СПОРТ и ПРАВО» открывает рубрику С.В. Алексеева «Законодательные инициативы», в которой широкой общественности будут предложены решения актуальных проблем отрасли, требующих изменений на законодательном уровне. В ближайших номерах профессор Алексеев подробно осветит тему легализации турнирного покера в России и впервые опубликует фрагменты текстов поправок в игровое законодательство, упорядочивающих интеллектуально-коммерческие игры в России.

*С.В. АЛЕКСЕЕВ, профессор Московской государственной юридической академии, председатель Комиссии по спортивному праву и интеллектуальным играм Ассоциации юристов России, главный редактор журнала «Спорт: экономика, право, управление», доктор юридических наук, профессор*

Любые социальные явления, подобно отдельным личностям и целым этносам, имеют возраст, так же рождаются, живут и умирают. Игры — явления социальные. По утверждениям историков и по свидетельствам археологов, игры существовали на протяжении всей истории человечества.

Возраст «короля интеллектуальных карточных игр» покера насчитывает свыше двухсот лет. Как свидетельствуют некоторые источники, родился и своё шествие покер начал в Америке, правда далеко не сразу покер обрел здесь признание со стороны властей и юридический статус. «Есть некоторые вещи, которыми в нашей стране непросто пренебрегают, как, например, покером... Да, этого уже достаточно, чтобы было стыдно называться человеком», — отмечал Марк Твен, описывая нравы и культуру США конца 19 века. Сегодня в США в покер играет 25% населения страны, включая Президента Барака Обаму.

Покер — сложная и мудрая игра, развивающая математические, логические, аналитические, психологические способности человека, память, быстроту реакции, интуицию и сообразительность. По данным информационного агентства «Блумберг», все больше финансовых компаний с Wall Street ищет себе сотрудников из числа игроков в покер. Навыки, необходимые успешным инвесторам, финансовым аналитикам, присущи покерным игрокам.

Сегодня в турнирный покер можно играть в Париже, Лондоне, Вене, Варшаве, Берлине, Барселоне, Праге, Амстердаме, Лос-Анджелесе, Сиднее и многих других развитых современных городах мира.

29 апреля 2010 г. Международная ассоциация интеллектуальных игр (International Mind Sports Association) при Международном олимпийском комитете (МОК) официально на международном уровне признала покер интеллектуальной игрой наряду с шахматами, бриджем, шашками и го. Международная федерация покера включена в качестве полноправного члена в состав Международной ассоциации интеллектуальных игр. Теперь турниры по покеру будут проходить на Чемпионате мира по интеллектуальным играм (World Mind Sport Games), которые начались в 2008 году, а следующий этап пройдет в Лондоне в 2012 году параллельно с летними Олимпийскими играми.

Непростая судьба у покера в нашей стране. Россия — одна из первых стран, признавших карточную игру покер видом спорта. Приказом Росспорта от 26 июня 2007 года № 378 на основании заявления Общероссийской общественной организации «Федерация спортивного покера России» вид спорта «спортивный покер» был введен во Всероссийский реестр видов спорта со спортивными дисциплинами: «омаха», «семикарточный стад-покер» и «техасский холдем». Тем самым покер был признан спортивной игрой наряду, скажем, с шахматами, бильярдом и бриджем.

Однако, 20 июля 2009 года в связи с тем, что игорные заведения, организующие азартные игры, в связи с законодательным запретом их деятельности после 1 июля, за исключением 4 специальных зон, стали пытаться камуфлировать азартную деятельность под вывесками «спортивный покерный клуб», Министр спорта, туризма и молодежной политики РФ подписал приказ № 517, согласно которому турнирный покер был исключен из Всероссийского реестра видов спорта.

Между тем, создание полезных форм проведения свободного времени гражданами является важнейшей составляющей государственной политики Российской Федерации. В одном из своих выступлений на тему оздоровления нации Президент Российской Федерации Дмитрий Анатольевич Медведев отметил: «Нужны новые программы, которые обеспечат нормальный человеческий досуг и воспитание, когда люди знают, чем себя занять». Этой теме было в частности посвящено заседание Государственного Совета «О молодежной политике в Российской Федерации» 17 июля 2009 года в Кремле.

Одной из популярных и массовых форм приятного и полезного проведения досуга гражданами являются интеллектуально-коммерческие игры, представляющие отдельную специфическую категорию игровой деятельности, отличную от категории азартных игр, в которых игра осуществляется против игорного заведения и результат ее основан на риске и удаче, а не мастерстве игрока.

Интеллектуально-коммерческие игры — это умственные игры между соревнующимися людьми, основой которых являются соперничество, стратегия, математический

расчет, психология и другие индивидуальные способности соревнующихся. В интеллектуально-коммерческих играх побеждает сильнейший, а не самый удачливый. Вместе с тем, в интеллектуально-коммерческих играх присутствует соглашение о выигрыше. Призовые фонды турниров формируются, как правило, из взносов участников, денежные ставки являются инструментом игры.

Сегодня следует констатировать, что интеллектуально-коммерческие игры стали в России социально-значимым явлением. Однако в настоящее время существует пробел в нормативном правовом регулировании деятельности по организации и проведению интеллектуально-коммерческих игр, что негативно отражается на их развитии и популяризации в стране. С учетом лучшего зарубежного опыта правового регулирования данной сферы возникает необходимость специальной правовой регламентации таких игр в России.

В этой связи необходимы поправки в Федеральный закон от 29 декабря 2006 г. № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации», определяющие правовые основы деятельности по организации и проведению интеллектуально-коммерческих игр на территории Российской Федерации и устанавливающие ограничения осуществления данной деятельности, с учетом следующих концептуальных положений.

Поправки об интеллектуально-коммерческих играх должны учитывать следующие принципы:

- 1) единство нормативной правовой базы по организации и проведению интеллектуально-коммерческих игр на всей территории Российской Федерации;
- 2) сочетание государственного регулирования отношений в области организации и проведения интеллектуально-коммерческих игр с саморегулированием таких отношений организаторами интеллектуально-коммерческих игр. В этой связи нельзя не согласиться с позицией профессора Чиркина В.Е. о том, что «правовое государство — это эффективное государство, успешно соединяющее государственное регулирование с саморегулированием общества, а также гарантирующее общечеловеческие ценности»;
- 3) установление государственных гарантий прав граждан на занятия интеллектуально-коммерческими играми;
- 4) обеспечение права каждого на свободный доступ к занятиям интеллектуально-коммерческими играми как к условиям самореализации и развития умственных способностей личности;
- 5) использования интеллектуально-коммерческих игр для организации полезного и приятного досуга граждан, в профилактике вредных привычек и асоциальных форм поведения, формировании здорового образа жизни населения, разностороннем интеллектуальном совершенствовании граждан;
- 6) содействие развитию всех видов и составных частей интеллектуально-коммерческих игр с учетом их уникальности, социальной и образовательной функций;
- 7) взаимосвязь движения интеллектуально-коммерческих игр с соревновательной деятельностью и физкультурно-спортивным движением;
- 8) направленность на организацию на территории Российской Федерации национальных и международных соревнований по интеллектуально-коммерческим играм;
- 9) обеспечение эффективной подготовки к соревнованиям, участия в соревновательной деятельности и достижения российскими игроками высоких результатов на национальных и международных соревнованиях;
- 10) стимулирование участников интеллектуально-коммерческих игр за достижение высоких турнирных результатов на официальных национальных и международных соревнованиях;
- 11) обеспечение безопасной организации и проведения интеллектуально-коммерческих игр для участников интеллектуально-коммерческих игр, а также других субъектов интеллектуально-коммерческих игр;
- 12) обеспечение проведения научных исследований в области интеллектуально-коммерческих игр. Поощрение исследовательской работы на национальном и международном уровнях, направленной на улучшение понимания комплекса вопросов, связанных с содержанием и порядком интеллектуально-коммерческих игр, правилами интеллектуально-коммерческих игр, их совершенствованием и унификацией, выявлением, анализом и предотвращением случаев их нарушения;
- 13) учет направленности национального и международного движения интеллектуально-коммерческих игр на сближение между людьми, консолидацию общества, укрепление мира и международного сотрудничества;
- 14) обеспечение развития нравственной и этической базы интеллектуально-коммерческих игр, распространения и соблюдения ценностей и правил справедливой игры и соревнования.

**“Для игры в покер нужен очень острый ум. Надо в короткое время просчитать множество вариантов. Это могут далеко не все”.**

**Вячеслав Фетисов**

Продолжение в следующем номере





«СПОРТ и ПРАВО» - это первый медиаресурс (полноцветное B2B издание + отраслевой портал [www.sportipravo.ru](http://www.sportipravo.ru)), посвященный развитию и регулированию спортивной индустрии. Отечественный спортивный рынок нуждается в подобных специализированных изданиях и коммуникационных площадках.

**МИССИЯ МЕДИАПРОЕКТА «СПОРТ и ПРАВО»**

Способствовать повышению квалификации специалистов спортивной индустрии, с целью построения более эффективной системы управления, планирования и правового регулирования отношений в спортивной отрасли России. Оказывать информационную поддержку проблемам разработки и закрепления норм международного спортивного права и совершенствования отечественной нормативно-правовой базы в спорте.

Содействовать налаживанию необходимого диалога между сторонами треугольника «государство-бизнес-спорт», направленного на повышение инвестиционной привлекательности российской спортивной индустрии и ее элементов!

Главная направленность редакционной политики – создать **качественный продукт**, готовый к применению в условиях специфики отечественной индустрии спорта.

**Для читателя:** Специализированное деловое издание и отраслевой портал о тенденциях развития спортивной индустрии и ее субъектов. Путеводитель по законам спорта и авторитетный источник аналитической и практической информации о правовом регулировании, маркетинге и менеджменте для всех участников спортивных бизнес-процессов.

**Для рекламодателя:** Реклама и продвижение бренда или торговой марки, продукта или услуги, персоны или компании на рынке России среди читательской аудитории B2B издания и портала «СПОРТ и ПРАВО».

Мы создаем эффективный канал коммуникации между рекламодателем и потребителем. Наша система распространения (см. Основные направления адресной доставки газеты «СПОРТ и ПРАВО») обеспечивает прямой доступ к **уникальной целевой аудитории** с высоким уровнем достатка. Наша **целевая аудитория четко определена**, мы всегда знаем, кто будет нашим читателем.

## МЕДИАПРОЕКТ «СПОРТ и ПРАВО» ПРИГЛАШАЕТ К СОТРУДНИЧЕСТВУ ПАРТНЕРОВ И РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

**Аудитория проекта «СПОРТ и ПРАВО»**

В своей редакционной и маркетинговой политике проект ориентирован на:

- Глав администраций областей и городов России;
- Председателей министерств, управлений и комитетов по физической культуре и спорту, органов законодательной власти, представителей политических партий республик, областей России, городов;
- Руководителей в секторе олимпийского и паралимпийского движения;
- Председателей спортивных федераций, союзов, ассоциаций и обществ (в т.ч. смежных областей);
- Директоров спортивных клубов и лиг Москвы и Московской области, регионов России;
- Директоров спортивных сооружений Москвы и Московской области, в регионах России;
- Руководителей крупных компаний спортивной индустрии (в т.ч. строительных, занимающихся оснащением и оборудованием спортивных объектов);
- Владельцев и руководителей компаний, инвестирующих в отдельные виды спорта и турниры, спонсорские компании;
- Руководителей и специалистов компаний, оказывающих профессиональные (B2B) и потребительские (B2C) услуги в сфере спорта: консалтинговые, маркетинговые, юридические, финансовые и т.д.,
- Руководителей учебных заведений по подготовке специалистов в области спортивной индустрии;
- Организаторов спортивных соревнований.

**Воздействуя на аудиторию с помощью нашего издания, Вы можете быть уверены:**

- что сообщение дойдет до адресата, благодаря **уникальной системе адресной доставки и презентационного распространения** на ключевых специализированных мероприятиях отрасли,
- **в лояльности аудитории**, благодаря имиджу серьезного издания и отсутствию в нем «рекламного шума», Ваш информационный материал будет иметь **высокую степень доверия читателей**;
- в том, что **минимизируете издержки** на рекламу и продвижение, не переплачивая за ненужные контакты. Цена одного контакта (СРТ) с представителями четко сфокусированной целевой аудитории «СПОРТ и ПРАВО» минимальна, учитывая уникальность и все конкурентные преимущества издания. Кроме того газета «СПОРТ и ПРАВО» имеет **большую вторичную**, а также **интернет-аудиторию**, так как издание в электронном виде размещено не только на собственном сайте, но и в электронных библиотеках Минспорттуризма и ЦСТ Москомспорта в удобных для чтения форматах. Кроме того у газеты «СПОРТ и ПРАВО» пролонгированный жизненный цикл, благодаря распространению архивных номеров на мероприятиях отрасли. Таким образом, увеличивается частота контактов. Привлекательная стоимость рекламы в рамках медиапроекта позволит Вам достигнуть при фиксированном бюджете максимального охвата (Reach) и желаемой частоты (Frequency).

Торговая марка вашей компании будет ассоциироваться с основными элементами современного образа жизни успешных людей: спорт, бизнес, командный дух, победа и успех.



**Прайс-лист на размещение рекламы в газете «СПОРТ и ПРАВО»**

Рекламная площадь (модуля)	Размер, мм	Цена, руб
1/1 полосы	257x350	39000
1/2 полосы	128,5x350; 257x175	23500
1/4 полосы	128,5x175; 257x87,5	16200
1/8 полосы	128,5x87,5	9800
1/16 полосы	64,5x87,5	5400
1/32 полосы	64,5x44	3800

**Дополнительные услуги:**

Вложение рекламных материалов (печатных, CD и пр.) - стоимость рассчитывается дополнительно.

**Спонсорский пакет** (включает предоставление статуса спонсора, рекламного и PR-сопровождения в издании и на портале; размещение логотипа и новостей спонсора в электронной рассылке и при проведении мероприятий, в презентационных буклетах и видеороликах, маркетинговых материалах медиапроекта, вложение рекламных материалов спонсора в издание) - стоимость контракта на 6 номеров 650 000 руб.

**Спонсорство рубрики:**

Вложение рекламных материалов (печатных, CD и пр.) - стоимость рассчитывается дополнительно.

**Возможны различные варианты PR-сопровождения.**

Все цены указаны без НДС. Издается с 2008 года. Электронная версия печатного издания (в pdf-формате) доступна на нашем сайте [www.sportipravo.ru](http://www.sportipravo.ru)

**ПОДПИСКА ДЛЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ**

Для получения счета на подписку необходимо направить заявку в свободной форме в издательство газеты «СПОРТ и ПРАВО» по электронной почте [info@sportipravo.ru](mailto:info@sportipravo.ru). В тексте заявки необходимо указать месяц выхода издания, количество экземпляров, полное название предприятия, почтовый адрес, телефон, факс, электронную почту, Ф.И.О. и должность контактного лица. Стоимость одного экземпляра издания – 59 руб.

За размещение информации на последней полосе надбавка – 50%  
**Скидки:**  
 - welcome (за размещение впервые) – 5%,  
 - рекламным агентствам – 15%,  
 - при единовременной оплате от 3 публикаций подряд - 10%, от 6 - 15%.

### ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ АДРЕСНОЙ ДОСТАВКИ ГАЗЕТЫ «СПОРТ и ПРАВО» (ноябрь-декабрь 2010)

**1. Управляющие структуры:**

- Министерство спорта, туризма и молодежной политики РФ;
- Комиссия Совета Федерации по физической культуре, спорту и развитию олимпийского движения;
- Комитет ГД по спорту, туризму и молодежной политике;
- Министерство по делам молодежи, спорту и туризму Республики Татарстан;
- Министерство по физической культуре и спорту Ростовской обл.;
- Департамент физической культуры и спорта г. Москвы;
- Ц.С.Т. Москомспорта;
- Департамент по физической культуре и спорту Краснодарского края;
- Департамент по физической культуре и спорту Ульяновской обл.;
- Департамент по физической культуре и спорту Новосибирской обл.;
- Департамент по физической культуре и спорту Ханты-Мансийского авт. округа;
- Комитет по физической культуре и спорту Администрации Санкт-Петербурга;
- Комитет по физической культуре и спорту Администрации Тверской обл.;
- Агентство по физической культуре и спорту Камчатского края;
- Московский офис партии «Единая Россия», общественная приемная В.В.Путина

- АНО «Исполнительная дирекция XXVII Всемирной летней универсиады 2013 года в Казани»;
- Комитет национальных и неолимпийских видов спорта России

**3. Зимние олимпийские игры «СОЧИ 2014», национальные партнеры**

- Оргкомитет «СОЧИ 2014»;
- «Аэрофлот», «Мегафон», «Роснефть», «Сбербанк», «Ростелеком», «Volkswagen», «Ингосстрах», «РЖД»

**4. Спортивные общества, ассоциации и союзы**

- «Спартак», «Динамо», «Локомотив»; ФСО профсоюзов «РОССИЯ»;
- Всероссийское добровольное общество «Спортивная Россия»;
- Конфедерация спортивных организаций России;
- Российский союз спортсменов;
- Комиссия спортсменов России;
- Российский студенческий спортивный союз;
- Российская ассоциация спортивных сооружений;
- Ассоциация предприятий спортивной индустрии;
- Торгово-промышленная палата РФ;
- НП Национальная антидопинговая организация «РУСАДА»;
- Ассоциация спортивного инжиниринга;
- НП «Промспорт»;
- ФГУП «Спорт Инжиниринг»;
- Ассоциация юристов России, Комиссия по спортивному праву и интеллектуальным играм Ассоциация юристов России;
- АНО «Академия спортивного права»

**5. Спортивные клубы и лиги**

- Футбольные клубы: ЦСКА (Москва), Торпедо (Москва), Спартак (Москва), Динамо (Москва), Локомотив (Москва), Zenit (СПб), Rubin (Казань), Saturn (Моск. Обл.);

- Хоккейные клубы: ЦСКА (Москва), СКА (СПб), Спартак (Москва), Динамо (Москва), Крылья Советов (Москва), Салават Юлаев (Уфа), Локомотив (Ярославль), АК Барс (Казань), (Раменское);

**6. Спортивные комплексы, стадионы и ледовые арены**

- «Лужники» (Москва), «Локомотив» (Москва), «Торпедо» (Москва), «Динамо» (Москва), «Петровский» (СПб), «Арена» (Химки), «Центральный стадион Казани», «Сатурн» (Раменское), «Труд» (Подольск); СКК «Ледовый Дворец» (СПб), Ледовый дворец спорта ЦСКА (Москва), Дворец спорта «Сокольники» (Москва), Универсальный культурно-спортивный комплекс «Арена-2000-Локомотив» (Ярославль), Ледовый дворец спорта «Татнефть-Арена» (Казань), Универсальная спортивная арена «Уфа-Арена» (Уфа), «Арена Мытищи» (Мытищи), «Ледовый хоккейный центр 2004» (Чехов), Ледовый клуб Ирины Родниной (Москва), «Дворец спорта на Ходынке» (Москва)

**7. Компании спортивной индустрии**

- «КОНЦЕПТ 90»;
- «Зентал Групп Интерспортстрой»;
- «Национальная компания строительства и проектирования спортивных сооружений»;
- «Спортивные технологии»;
- «NST Новые спортивные технологии»;
- «MODIFICS»;
- «BAMARD»;

- «Спортстройсити»;
- «Спортивные технологии»;
- Центр «Evolution – спортивный консалтинг»;
- Ведущие фитнес-клубы

**8. Маркетинговые агентства**

- «Премиум-спорт»;
- «Sportima»;
- ФутКом «Футбольные коммуникации»;
- «Федерация»;
- Агентство Спортивного Маркетинга «BusinesSystem»

**9. Страховые компании**

- «Росгосстрах»;
- «АльфаСтрахование»

**10. Спортивные юрисдикционные органы**

- Спортивный Арбитражный Суд России при АНО «Спортивная Арбитражная Палата»;
- Спортивный арбитраж при ТПП РФ

**11. Образовательные спортивные учреждения**

- «Высшая школа спортивной индустрии» при РЭА им. Г.В. Плеханова;
- Moscow business school;
- Московская государственная юридическая академия им. О.Е. Кутафина;
- RMA «Менеджмент в игровых видах спорта» при Государственном университете управления

**12. Выставки и конференции**

- Выставка «Футбол Маркет» (23-25 ноября 2010 г.);
- Форум «Инновационные технологии для оснащения спортивных объектов» (6 декабря 2010 г.);
- Премия «Юрист года» (3 декабря 2010 г.);
- Выставка «СПОРТ – 11» (март 2011)



### ЛОТЕРЕЙНЫЙ БИЗНЕС ПОДДЕРЖИТ СПОРТ



ФАС одобрила приобретение Сбербанком доли в размере 74,99% уставного капитала ООО «Спортлото». Войдя в непрофильный лотерейный бизнес, Сбербанк по оценкам экспертов сможет получить примерно 10 млрд. рублей выручки от продажи лотерейных билетов.

Доходы от нее будут направлены на развитие спортивного движения, в том числе на страхование атлетов, сообщил «СПОРТ и ПРАВО» Председатель Комиссии по спортивному праву Ассоциации юристов России С.В. Алексеев. На заседании Комиссии спортсменов при Олимпийском комитете России Алексеев добавил: «В спорт будут поступать средства от покера, который 29 апреля 2010 года был признан интеллектуальной игрой, наряду с шахматами, шашками, бриджем. Это касается и букмекеров: сейчас по законодательству они не обязаны отчислять суммы спортивным организациям, но в будущем одно из их отчислений будет идти на спорт».

Он также отметил, что в настоящий момент главной задачей является усиление мер социальной защиты и поддержки спортсменов. По словам Алексеева, должна быть четко разработана программа медицинского обслуживания, федеральный закон об обязательном страховании и пенсионном обеспечении, программа профессиональной переподготовки.

### ПАРТНЕРЫ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР В СОЧИ ОБСУДИЛИ ЗАЩИТУ СВОИХ ПРАВ

12 октября 2010 года в Посольстве Великобритании в Москве состоялась конференция в формате круглого стола по теме «Защита прав партнеров Олимпийских Игр - 2014», организованная совместно Департаментом торговли и инвестиций Посольства Великобритании в Москве и агентством спортивного маркетинга «Федерация».

Основными вопросами конференции стали защита спонсорских прав Олимпийских партнеров, лицензирование, «партизанский» маркетинг, а также юридические аспекты партнерства. В качестве выступающих на конференцию были приглашены представители ведущих юридических компаний Великобритании Clifford Chance, Hogan Lovells и Freshfields Bruckhaus Deringer, работающих с партнерами Оргкомитета «Лондон 2012», независимые эксперты, представители Оргкомитета «Сочи-2014».

Участниками конференции стали представители компаний-партнеров Олимпийских Игр в Сочи, а также Министерства регионального развития России, Олимпийского комитета России и Государственной Думы.

Как заявил в интервью СпортМенеджмент.Ру генеральный директор агентства «Федерация» Евгений Кохановский, это событие станет началом серии конференций, касающихся



Олимпийской тематики, проводимых для партнеров и Организаторов Игр с привлечением крупнейших международных экспертов и зару-

бежных компаний, имеющих большой практический опыт в проведении Олимпийских игр.

### БЫВШИЙ ЧИНОВНИК ФИФА: «БУДУ УДИВЛЕН, ЕСЛИ РОССИЯ НЕ ПОЛУЧИТ ЧМ-2018»



2 декабря в Цюрихе состоится выборы страны, которой доверят право организовать в 2018 году Чемпионат мира. Известный в прошлом швейцарский футбольный фун-

кционер Гвидо Тогнони, который с 1984 по 1995 годы возглавлял в ФИФА отдел прессы, а с 2000 по 2003 годы являлся личным советником президента ФИФА Зеппа Блаттера и руководителем отдела соревнований, прогнозирует победу нашей стране.

«Буду очень удивлен, если Россия не получит Чемпионат мира 2018 года. Если Владимир Путин чего-то хочет, - заявил Тогнони в интервью швейцарской прессе, - то он это получает. Речь здесь идет о геополитических интересах и престиже страны, как это было и тогда, когда Россия смогла получить право провести зимнюю Олимпиаду-2014 в Сочи».

По материалам Bobsoccer.ru



**Moscow Business School**  
Leadership Energy

Всегда в первых рядах!

Приглашаем посетить бизнес-семинар

**«УПРАВЛЕНИЕ СПОРТИВНЫМ КЛУБОМ»**

**СТАРТУЕМ!**  
9 февраля 2011

Ленинский проспект, д. 38-а, тел./факс: +7 (495) 646-15-05  
seminar@mbschool.ru • www.mbs-international.ru • www.mbs-seminar.ru



## РЕДАКЦИЯ МЕДИАПРОЕКТА «СПОРТ И ПРАВО»

Главный Редактор – Жукова Анна Борисовна

Председатель Редакционного Совета / Попечительского Совета

<b>Крашенинников Павел Владимирович</b>	Председатель Ассоциации юристов России, Председатель Комитета по гражданскому, уголовному, арбитражному и процессуальному законодательству Государственной Думы, Ректор Российской школы частного права при Президенте РФ, председатель Попечительского совета Федерации хоккея России, вице-президент ХК «Металлург» (Магнитогорск), член Комиссии по спортивному праву Ассоциации юристов России, доктор юридических наук, профессор, Заслуженный юрист РФ, государственный советник юстиции РФ
---	---

Заместитель Председателя Редакционного Совета / Попечительского Совета

<b>Алексеев Сергей Викторович</b>	Председатель Комиссии по спортивному праву Ассоциации юристов России, профессор Московской государственной юридической академии им. О.Е. Кутафина, юридического факультета Академии труда и социальных отношений, спортивный адвокат, юридический консультант Федераций бильярда и художественной гимнастики и телеканала «РОССИЯ 2», судья Спортивного арбитража при ТПП РФ, арбитр Дисциплинарного комитета Континентальной хоккейной лиги, кандидат экономических наук, доктор юридических наук, профессор
-----------------------------------	---

Редакционный Совет / Попечительский Совет

<b>Аршавин Андрей Сергеевич</b>	Чемпион и обладатель Суперкубка России, Кубка и Суперкубка УЕФА, неоднократный лауреат призов «Лучший футболист России» и «Лидер Национальной сборной», бронзовый призер Чемпионата Европы и действующий капитан сборной России по футболу, заслуженный мастер спорта России
<b>Блажеев Виктор Владимирович</b>	Ректор Московской государственной юридической академии (МГЮА), заведующий кафедрой гражданского процесса МГЮА, член Президиума и член Комиссии по спортивному праву Ассоциации юристов России, Президент Спортивного арбитражного суда г. Москва, доктор юридических наук, профессор, заслуженный юрист Российской Федерации
<b>Брусникина Ольга Александровна</b>	Председатель комиссии спортсменов при Олимпийском комитете России, член Исполкома Олимпийского комитета России, член Совета при Президенте РФ по развитию физической культуры и спорта высших достижений, подготовке и проведению XXII зимних Олимпийских игр и XI зимних Паралимпийских игр 2014 года в г. Сочи, член Комиссии по спортивному праву Ассоциации юристов России, заслуженный мастер спорта, трехкратная олимпийская чемпионка по синхронному плаванию, многократная чемпионка мира и Европы
<b>Винер Ирина Александровна</b>	Главный тренер сборной России по художественной гимнастике, Президент Всероссийской федерации художественной гимнастики, член Совета при Президенте РФ по развитию физической культуры и спорта высших достижений, подготовке и проведению XXII зимних Олимпийских игр и XI зимних Паралимпийских игр 2014 года в г. Сочи, Президент АНО «Международная Академия спорта Ирины Винер», член Комиссии по спортивному праву Ассоциации юристов России, заслуженный тренер РФ, заслуженный работник физической культуры РФ, академик Российской академии выдающихся спортивных достижений, доктор педагогических наук, профессор
<b>Гусов Кантемир Николаевич</b>	Заведующий кафедрой трудового права и права социального обеспечения МГЮА им. О.Е. Кутафина, Президент Российской ассоциации трудового права и социального обеспечения, член Комиссии по спортивному праву Ассоциации юристов России, член Исполкома Российского футбольного союза (РФС), Председатель Юридического комитета РФС, Председатель Палаты по разрешению споров РФС, заслуженный деятель науки РФ, доктор юридических наук, профессор, академик Российской академии социальных наук (РАСН)
<b>Маньлов Игорь Евгеньевич</b>	Заместитель Министра экономического развития Российской Федерации, Председатель Правления Ассоциации юристов России, член Межведомственной комиссии по подготовке и проведению XXII зимних Олимпийских игр и XI зимних Паралимпийских игр 2014 года в г. Сочи, член Комиссии по спортивному праву Ассоциации юристов России, кандидат юридических наук
<b>Рогачев Денис Игоревич</b>	Доцент кафедры трудового и права социального обеспечения МГЮА им. О.Е. Кутафина, зам. директора Института правоведения МГЮА им. О.Е. Кутафина, советник по правовым вопросам Министра РФ по спорту, туризму и молодежной политике, член Комиссии по спортивному праву Ассоциации юристов России, правовой консультант РФС, судья Спортивного арбитражного суда г. Москва, кандидат юридических наук
<b>Роднина Ирина Константиновна</b>	Председатель Центрального совета ВДО «Спортивная Россия», президент Академии выдающихся спортивных достижений, Заместитель председателя Комитета Государственной Думы по образованию, Президент общественной академии спортивных достижений «Слава», руководитель проекта собственного ледового центра, член Совета при Президенте РФ по развитию физической культуры и спорта высших достижений, подготовке и проведению XXII зимних Олимпийских игр и XI зимних Паралимпийских игр 2014 года в г. Сочи, член Общественной палаты Российской Федерации, член Президиума Общероссийской общественной организации «Лига здоровья нации», член Комиссии по спортивному праву Ассоциации юристов России, десятикратная чемпионка мира, одиннадцатикратная чемпионка Европы, Заслуженный мастер спорта СССР
<b>Сихарулидзе Антон Таризельевич</b>	Председатель Комитета Государственной Думы по физической культуре и спорту, член Совета при Президенте РФ по развитию физической культуры и спорта высших достижений, подготовке и проведению XXII зимних Олимпийских игр и XI зимних Паралимпийских игр 2014 года в г. Сочи, член Комиссии по спортивному праву Ассоциации юристов России, академик Российской академии выдающихся спортивных достижений, заслуженный мастер спорта РФ, олимпийский чемпион
<b>Шевченко Ольга Александровна</b>	Ответственный секретарь Комиссии по спортивному праву ассоциации юристов России, старший преподаватель кафедры трудового и права социального обеспечения МГЮА, юридический консультант СО «Локомотив», Федерации конного спорта, парусного спорта и гольфа, член Избирательного комитета РФС, кандидат юридических наук

«СПОРТ И ПРАВО»

123060, г. Москва, ул. Расплетина, д.5, стр. 15  
Тел./факс: 8(495)505-54-91 (многоканальный)  
E-mail: info@sportipravo.ru, editors@sportipravo.ru  
Web: www.sportipravo.ru

Учредитель: ООО Юридическое бюро «Диктум-Фактум»  
Издатель: ООО «Издательский дом В2В СПОРТ»  
Генеральный директор: Жукова Анна  
Главный редактор: Жукова Анна

Верстка: Перчина Лилия

Издание зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и культурного наследия. Свидетельство о регистрации: ПИ № ФС77-31143 от 20 февраля 2008 года  
Издается с июля 2008 года  
Периодичность: 6 выпусков в год  
Тираж: 5 000 экз.

Территория распространения: Российская Федерация и зарубежные страны.

Фото для анонса предоставлено пресс-службой Оргкомитета «СОЧИ 2014»  
По вопросам размещения рекламы обращайтесь по телефону 8(495) 505-54-91, e-mail reklama@sportipravo.ru  
За достоверность рекламных публикаций редакция ответственности не несет.  
Типография «В2В-Принт»  
127055, Москва, ул. Бутырский Вал, д.68/70, стр.1