

Спорт и право



Большой спорт - большой бизнес...

№ 3, 2011 г. (ИЮЛЬ)

ИГРАЙТЕ, НЕ ВЫХОДЯ ЗА ЛИНИЮ ПОЛЯ!

АЛЕКСЕЙ СОРОКИН: «УСПЕТЬ В СРОК – ВЫЗОВ, КОТОРЫЙ МЫ ПРИНИМАЕМ»

В Москве прошел международный форум Inside World Football, в ходе которого функционеры и эксперты российского и мирового футбольного сообщества обсудили важнейшие вопросы, связанные с подготовкой России к чемпионату мира 2018 года.



Жером Вальке

Бизнес-программа уникального события в спортивной индустрии России началась с выступления генерального секретаря ФИФА **Жерома Вальке**. В своей речи господин Вальке заявил, что «благодаря высокому уровню поддержки со стороны правительства, Россия имеет все шансы на успешное проведение чемпионата мира 2018 г.». При этом он отметил, что для достойного проведения первенства планеты в стране многое нужно сделать. Время на это у оргкомитета есть.

Впервые мы вынесли решение по хозяйке чемпионата мира так рано, – сказал Вальке. – Но все должно быть готово не в 2018-м, а уже в 2016 году. Самое важное – подготовка стадионов. В 2017-м ваша страна должна принять Кубок конфедераций.

Скажу честно, мы не доверили бы проведение чемпионата мира какой-либо стране, если бы не были уверены, что она сможет его организовать, – добавил он.

Говоря о подготовке России к этому знаменательному событию, исполнительный директор Оргкомитета по проведению чемпионата мира по футболу 2018 г. **Алексей Сорокин** отметил, что: «все спортивные объекты будут построены в срок, и в дальнейшем будут использоваться после проведения ЧМ-2018. В марте 2013 года станут известны города, в которых пройдет чемпионат мира». По словам господина Сорокина, «Россия – символ новых возможностей в области футбола. Этот вид спорта должен развиваться и стать популярным там, где в этом действительно есть потребность. ЧМ-2018 будет иметь колоссальное значение для нашей страны».

Много чего нужно сделать, – добавил он. – В стране пока



Алексей Сорокин

нет ни одного стадиона, отвечающего требованиям ФИФА. Но можете не сомневаться, они будут готовы вовремя. Успеть в срок – вызов, который мы принимаем.

При этом Сорокин подчеркнул, что Россия будет изучать опыт других стран-организаторов, но постарается привнести в турнир что-то свое.

Генеральный секретарь английской премьер-лиги **Ник Коуард** и исполнительный директор «Тоттенхэма» **Донна Каллен** поделились своим опытом организации футбольного хозяйства.



Донна Каллен

*Послушал англичан и понял, что мы движемся в правильном направлении, – сказал в своем выступлении президент ЦСКА **Евгений Гинер**. – РФПЛ всего десять лет, но уверен, еще через десять - по уровню организации дела мы будем в числе ведущих лиг мира. Нам предстоит за короткий срок пройти путь, на который европейским национальным чемпионатам потребовались долгие годы. При этом на Западе никогда не сталкивались с явлением, которое происходит в нашем футболе в данный момент. Я имею в виду переход клубов, живущих за счет государства, в частные руки.*

*Российская премьер-лига постоянно развивается, – отметил ее исполнительный директор **Сергей Чебан**. – Разумеется, неизбежны ошибки роста. Но в любом случае РФПЛ – это локомотив, который тащит за собой весь массив отечественного футбола. Уверен, к 2018 году в нашей стране будет другой футбол, другая инфраструктура, и все мы будем жить ярче.*



Анна Жукова,
главный редактор

«СПОРТ и ПРАВО» вновь возвращается к теме государственно-частного партнерства (ГЧП), публикуя в этом выпуске мнения ведущих экспертов и ключевых фигур спортивной отрасли, озвученные на B2B мероприятиях последнего месяца. Обращение к идее ГЧП в выступлениях участников, посвященных эффективному регулированию и развитию сегментов спортивной индустрии, стало трендом последнего времени.

Помимо «круглого стола» комиссии Совета Федерации, полностью посвященного вопросам развития ГЧП в спортивной отрасли России (стр. 2-3), тема также прозвучала на конференциях «Универсиада 2013: возможности для инвестиций и развития» (стр. 4-5), «Спортивное право: перспективы развития» (стр. 5), «Маркетинг в России» (стр. 6) и международном футбольном форуме Inside World Football (стр. 1). Рецепты взаимодействия государства и бизнеса, предложенные нашими авторами – докторами экономических наук В. Орловым и В. Ледневым – читайте в рубрике «Маркетинг».

Сегодня необходимость реализации механизмов ГЧП осознается как чиновниками, так и представителями бизнеса и обсуждается отраслевыми специалистами с позиций права, менеджмента и маркетинга. Эти направления соответствуют основным рубрикам издания, а их освещение одному из аспектов миссии проекта «СПОРТ и ПРАВО»: Содействовать налаживанию необходимого диалога между сторонами треугольника «государство-бизнес-спорт», направленного на повышение инвестиционной привлекательности российской спортивной индустрии и ее элементов!



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

стр. 2

стр. 9



Вячеслав Фетисов:
«Государство должно понимать, что бизнесу надо помогать»



«Универсиада 2013»

ВЯЧЕСЛАВ ФЕТИСОВ: «ГОСУДАРСТВО ДОЛЖНО ПОНИМАТЬ, ЧТО БИЗНЕСУ НАДО ПОМОГАТЬ»



Vyacheslav Fetisov

Редакция «СПОРТ и ПРАВО» приняла участие в работе «круглого стола» «Проблемы развития государственно-частного партнерства в сфере физической культуры и спорта», прошедшего в Совете Федерации 25 мая. На мероприятии были подняты темы, касающиеся необходимых законодательных изменений, которые обеспечат формирование конкурентной среды и привлечение частных компаний для управления спортобъектами.

Вячеслав Фетисов, Председатель Комиссии Совета Федерации по физической культуре, спорту и развитию олимпийского движения:

Я считаю, что мы, в России, пока не умеем использовать инструмент государственно-частного партнерства, очень действенный во всем мире. В свое время у нас никто не думал о том, что на спорте можно зарабатывать. Сегодня мы должны говорить об этом. Существуют различные модели государственно-частного партнерства, многие из которых требуют серьезного изучения с нашей стороны. Думаю, в целом - это серьезнейшая программа, которая, конечно, требует сегодня понимания со стороны государства. Примеры неэффективного использования спортобъектов, построенных на средства бюджетов, налицо.

Например, Дворец хоккейной команды ЦСКА, который принадлежит ФГУ армейскому, никак нельзя назвать успешным предприятием. Все на дотациях, все на бюджете. Зарабатывать никто не хочет учиться. Важно сегодня научиться взаимодействовать государству и бизнесу, в том числе через законодательные инициативы. Самое главное, - государство должно понимать, что бизнесу надо помогать. А спорт, как мне кажется, это хороший, серьезный бизнес.

Федеральная целевая программа сейчас не работает. Высокозатратные катки и бассейны требуют успешного менеджмента. Необходимо их сдавать в управление, прописав социальную нагрузку, чтобы в часы, когда для бизнеса объект не востребован, ходили школьники, ходили пенсионеры! А чтобы зарабатывать в те часы, когда это возможно должно быть хорошее управление. Надо уметь привлечь, загрузить и заработать. Иначе ты потеряешь и бизнес, и все, что туда вложил. То есть ответственность и бизнеса, и государства здесь совершенно очевидна. Я уверен, что многие катки и бассейны в регионах могут закрыться. Почему? Потому что это все легко на муниципальные траты.

Считаю, что Комиссия Совета Федерации, Комитету Госдумы по физической культуре и спорту, Министерству спорта и туризма надо рассмотреть возможность совершенствования законодательных механизмов государственно-частного партнерства в сфере физкультуры и спорта с целью повышения экономической эффективности использования государ-

ственных материально-технических и финансовых средств.

Эмиль Голубев, руководитель Департамента планирования и развития новых программ Российской федерации баскетбола:

Я бизнесмен и независимый человек, насколько можно быть независимым у нас в России. И поэтому все проблемы я видел, как со стороны бизнеса, которому абсолютно неинтересно на сегодняшний день вкладывать в спорт, так и со стороны спорта, который, естественно, постоянно испытывает хроническое недофинансирование.

Для примера: на днях вышел документ, по которому на спорт выделяется федеральная субсидия объемом 360 млн. рублей в 83 региона. Для сравнения: Роман Абрамович только на покупку игроков «Челси» выделяет 90 млн. евро - это 3 млрд. 600 млн. рублей!

И при этом нельзя говорить, что государство не поддерживает спорт. Но мы сейчас говорим о фундаменте финансирования, которого нет и которого не будет.

Уже невыносимо смотреть на ситуации, когда тот или иной клуб, футбольный, баскетбольный или гандбольный, обращается с петицией к Президенту или к Премьер-министру с просьбой поддержки, выделить денег. Да, это проходит и иногда какие-то деньги выделяются, но в целом никакой системы финансирования спорта нет и, наверное, не будет, потому, что не дело государства содержать в полном объеме профессиональный спорт. Хотя все очень любят золотые медали и любят устанавливать планы.

На стыке этих противоречий в рамках Российской федерации баскетбола родилась программа, которая вышла за пределы баскетбольного проекта, то есть она применима практически ко всему спорту.

Известно, каким образом сегодня финансируются клубы - это либо скрытая форма финансирования со стороны регионов; либо авторитет руководителей, которым удается с помощью своих связей влиять на ситуацию, «выбивать» какие-либо субсидии; либо - это просто «насибание» бизнесменов, например, в обмен на какие-либо индulgенции. Все эти формы, конечно, хороши. Но они никогда не приведут к созданию надежного фундамента, на котором будут процветать клубы.

В чем заключается смысл программы? У государства нет денег на спорт, но есть активы. У бизнеса есть деньги, но нет активов, по крайней мере, тех активов, которые бы заинтересовали бизнесменов. Если соединить эти два экономических фактора, то получится очень интересный симбиоз.

Как это будет выглядеть на практике? Необходимо создать при каждой спортивной федерации, при каждом регионе открытое акционерное общество, в котором доля государства будет 25 процентов плюс одна акция (блокирующий пакет). И, соответственно, 75 - 74,9 процентов - это доля частного бизнеса. Государство войдет в эти общества своими активами. Активы могут быть разными: земля; различные дорожные, жилищные проекты; спортивные сооружения, которые, чаще всего построены на бюджетные деньги и абсолютно неэффективно эксплуатируются.

В качестве примера могу привести подмосковный баскетбольный клуб «Триумф» (Люберцы). Там есть Дворец спорта, есть недостроенная гостиница, есть какие-то близлежащие земли. На матчи команды ходят 200-300 человек, дворец большую часть времени простаивает. Как он финансируется? Естественно, дохода от баскетбола никакого нет. Он финансируется из бюджетных средств. Представьте себе, если бы государство вложило эти активы в акционерное общество. Я вас уверяю, ни один бизнесмен не позволил бы этому дворцу функционировать неэффективно, в такой ситуации он будет загружен хотя бы 200-250 дней в году. Та же гостиница могла бы приносить какой-то доход.

С приходом в спорт бизнеса придут менеджеры, новые менеджеры, которые даже на имеющихся базах научатся зарабатывать деньги и научат это делать других.

Итак, основная идея - создание открытых акционерных обществ.

Конечно, такую идею невозможно осуществить в рамках какой-то федерации или какого-то отдельного клуба - это должна быть федеральная программа. Это национальная программа, которую, на мой взгляд, должен лично курировать Президент. Если они хотят медали, если они хотят стабильности финансирования спорта, надо уходить от традиции «прошения». Надо всем объединиться, принять эту программу, и взять те активы, которые государство в любом случае будет распределять в ближайшие годы. А все заявления наших политиков говорят о том, что такая масштабная приватизация будет. Пусть кусочек этой приватизации поработает на спорт.

Пора переходить от лукавой системы финансирования к нормальной законной системе. Такие меры приведут, в первую очередь, к самоликвидации клубов, которых сейчас у нас в Российской Федерации, я думаю, можно по пальцам одной руки пересчитать.

Кадрия Ахмерова, директор Центра инновационных технологий Департамента физической культуры и спорта г. Москвы:

Одной из основных проблем развития института государственно-частного партнерства как системы организационно-экономического взаимодействия субъектов в сфере физической культуры и спорта является тот факт, что в настоящее время данный институт не имеет четкой нормативно-правовой базы. Как для государства, так и для бизнеса при реализации механизмов ГЧП существует целый ряд рисков - это последствия глобального экономического кризиса, это незапланированное повышение цен на оборудование и материалы, необходимые для осуществления проекта, риски неэффективного управления проектами, сокращение или прекращение финансирования проектов в случае изменения приоритетов бюджетных расходов. Минимизация таких рисков является исключительной и совместной задачей государства и бизнеса.

Опыт США в области государственно-частного партнерства в сфере физической культуры и спорта наиболее показателен. Спорт в США имеет свою структуру, управление и финансирование. Выше ее звено - это частная спортивная организация - «NGB». Ей принадлежит право контроля за выполнением спортивных программ, а также поощрение представите-

лей различных видов спорта и применение санкций к спортсменам.

Помимо «NGB», в спортивной системе США есть еще одна значимая частная структура, которая несет ответственность за состояние здоровья спортсменов всех видов спорта и всех его уровней. И только 5 процентов финансирования идет от государства, а 95 процентов - это частный бизнес и личные благотворительные пожертвования.

При адаптации опыта ведущих стран мира к российской действительности одним из основных препятствий эффективной реализации проектов государственно-частного партнерства в России по-прежнему является законодательство. У нас продолжает строиться законодательная база для реализации механизмов ГЧП, появляются первые крупные проекты. При этом важно довести эти проекты до конца, чтобы не дискредитировать саму идею государственно-частного партнерства на стадии условного становления.

Различные аналитические материалы отмечают, что сейчас бизнес рассматривает ГЧП как возможность для вхождения в закрытые секторы экономики и получения бюджетных средств. Однако, в отличие от западного, российский бизнес при реализации государственно-частного партнерства стремится сразу получить прямую выгоду и не оценивает ту глобальную перспективу, которая может длиться годами. Даже, вероятно, веками.

В сложившихся условиях упор при развитии механизмов ГЧП в России необходимо сделать на дальнейшее формирование общей среды развития государственно-частного партнерства, усиление нормативно-правового обеспечения, повышение поддержки и гарантий государства партнерам из частного сектора, включая использование налоговых льгот и иных стимулов и преференций.

Возможно, также следует задуматься о принятии общего рамочного федерального закона или общей концепции о государственно-частном партнерстве, в котором будут прописаны права и обязанности каждой стороны. Принятие такого акта позволит, в частности, при реализации механизмов ГЧП в сфере физической культуры и спорта выровнять балансы экономических интересов государства и бизнеса.

Денис Рогачев, консультант Российского футбольного союза, заведующий кафедрой спортивного права Московской государственной юридической академии им. О.Е. Куцафина:

ГЧП в области физкультуры и спорта проявляется в нескольких аспектах. Первый - это строительство или реконструкция объектов инфраструктуры в спорте. Такое сотрудничество может происходить либо через упрощение процедур согласования, планирования самого строительства, через введение на-

логовых льгот, через возможность субсидирования. Эта схема получила свое развитие в связи с подготовкой «Сочи-2014», но, в процессе подготовки к Чемпионату мира 2018 года, наверно, выйдет на новый уровень.

Второй аспект - ГЧП, очевидно, проявляется и должно проявляться на стадии заявочного процесса, когда какие-либо спортивные федерации пытаются получить право проведения чемпионатов мира или Европы по соответствующим видам спорта. На текущий момент мне представляется, что этот процесс достаточно хаотичен. Мне кажется, что в законе о спорте должна появиться глава, которая вводит некие стандарты государственной помощи заявочному процессу по международным соревнованиям. На мой взгляд, должны быть минимальные льготы, одинаковые как для попытки получить право проведения чемпионата мира по хоккею или легкой атлетике, также и по футболу. Но определенные соревнования, которые во всем мире вызывают необходимость корректировки законодательства, например, Олимпийские игры или чемпионаты мира по футболу должны иметь расширенный перечень льгот, который будет регулироваться дополнительным законом.

Третий вариант ГЧП - это участие либо в уставных капиталах, либо участие в соучредительстве определенных физкультурно-спортивных организаций. Мы наблюдаем это на совершенно разных примерах: от примера «РУСАДБ», где государство является на текущий момент соучредителем и имеет возможность софинансировать деятельность «РУСАДБ», и, заканчивая соответствующими спортивными обществами или спортивными клубами, где речь идет о представительстве как региональных властей в структуре управления клубами либо обществами, так и муниципальных.

Что касается других направлений ГЧП - очень любопытно недооцененное направление - это соорганизаторство спортивных соревнованиях. Ему, на мой взгляд, в текущей версии закона практически не уделено внимание.

Интересное направление ГЧП, необычное для России, ни разу не примененное, - это партнерство в области пропаганды спорта.

И несколько слов о субсидировании. Мы в последнее время стали очевидцами выделения субсидий Олимпийскому и Паралимпийскому комитетам, нескольким общероссийским спортивным федерациям по соответствующим договорам - при таком механизме появляется любопытная возможность в договорном порядке усилить отсутствующую в законе о спорте ответственность спортивных федераций, оговорить некие обязательства спортивных организаций, которые позволят более эффективно в перспективе потратить денежные средства, выделяемые из федерального бюджета.



В массиве спортивных объектов, требующих решения комплекса проблем для эффективной эксплуатации, особое место занимают стадионы. Содержание стадиона с натуральным газоном нерентабельно. И стадион и, при успешном менеджменте, прилегающая инфраструктура используется лишь во время проведения футбольных матчей, то есть около 40 дней в году. В связи с отсутствием на рынке полноценных систем защиты спортивных травяных покрытий, в остальное время вся инфраструктура стадиона не приносит прибыль. Изменить экономическую ситуацию и открыть новые возможности для менеджмента стадионов сегодня способна компания «Аинтрис», в спектре технологических решений которой представлен инновационный комплекс для обеспечения многоцелевого использования стадиона с натуральным газоном. Технология компании уникальна и не имеет аналогов. Такой комплекс не только защищает газон и создает необходимые условия для активного роста качественного натурального покрытия, но и способен одновременно превратить стадион в крупную концертную, выставочную и даже ледовую площадку. Теперь на стадионах становится возможным проводить прибыльные массовые мероприятия и эффективно эксплуатировать спортивный объект, а также его инфраструктуру до 365 дней в году на 100%.

Что касается экономической составляющей, то, по подсчетам специалистов компании, использование комплекса позволяет сократить период возврата инвестиций в строительство объекта до 5-10 лет вместо стандартных на сегодня 50, которые закладываются в бизнес-план. Возможно, такие инновационные технологические решения на рынке, станут катализатором интенсивного участия бизнеса в рамках ГЧП в преддверии ЧМ-2018.



ООО «Аинтрис»
+7 495 943 19 84



Димитриос Панайотопулос, Президент Международной ассоциации спортивного права профессор Афинского университета проректор Университета Центральной Греции

ПРЕЗИДЕНТ IASL О МЕЖДУНАРОДНОМ КОНГРЕССЕ ПО СПОРТИВНОМУ ПРАВУ В МОСКВЕ

Я очень рад, что 17-й Конгресс Международной ассоциации спортивного права состоится в России (Москва), стране с великими спортивными традициями.

Основная цель этого Конгресса - необходимость создания Международной конституционной спортивной хартии как легитимной основы международного спорта и соревнования, аналогично правилам международных спортивных организаций, регламентирующим все, что связано со спортом, включая деятельность вовлеченных в него людей - тренеров, спортсменов, агентов, а также различных организаций, задействованных в проведении спортивных соревнований.

На этих основаниях Организационный Комитет выбрал тему предстоящего Конгресса - «Международная конституционная спортивная хартия - Lex Sportiva - Lex Olympica» (лат. «Закон спортивный - Закон олимпийский»).

Участники Конгресса будут иметь возможность посещать заседания, посвященные специальным вопросам спортивного права, в частности, вопросам, касающимся норм Международной спортивной хартии и международной спортивной деятельности. Кроме этого, на заседаниях будут обсуждаться вопросы общей тео-

рии спортивного права, закона спортивного и закона олимпийского, европейские аспекты спортивного права, специальные аспекты спортивного права, проблемы, возникающие в спортивной практике, а также фундаментальные вопросы спортивной юрисдикции.

В 17-ом Конгрессе Международной ассоциации спортивного права в Москве примут участие выдающиеся лекторы, профессора спортивного права различных университетов, авторитетные исследователи и видные представители международного спорта и олимпийского движения.

Я уверен, что предстоящий Конгресс станет толчком для новых исследований и развития спортивного права на международном уровне, а также на уровне Международной ассоциации спортивного права. Превосходная подготовка Конгресса членами московского научного комитета и Москомспорта гарантирует успех мероприятия. В связи с этим я, как президент Международной ассоциации спортивного права хочу поблагодарить названные выше организации за их неоценимую помощь. Несомненно, членов Международной ассоциации спортивного права и всех участников 17-го Конгресса ждут незабываемые впечатления, не только в области науки, но в социальном - культурном плане.



МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «МАРКЕТИНГ В РОССИИ»

17 мая в Российском экономическом университете имени Г. В. Плеханова прошла международная конференция «Маркетинг в России». Организаторами мероприятия выступили РЭУ им. Г. В. Плеханова и партнеры «СПОРТ и ПРАВО», факультет «Высшая школа спортивной индустрии», а также Российская ассоциация маркетинга.

Главной темой докладов и дискуссий стал спортивный маркетинг – направление для России настолько же актуальное сегодня, насколько и малоосвоенное. Именно поэтому в числе участников и гостей секции были, преимущественно, спортивные маркетологи и преподаватели, руководители спортивной отрасли России, представители исполнительной и законодательной власти.

Конференцию приветствовали первый проректор РЭУ им. Г. В. Плеханова, председатель правления Российской ассоциации маркетинга Т. П. Розанова и Президент гильдии маркетологов России, вице-президент «Российской ассоциации маркетинга» И. С. Березин. В работе конференции приняли участие также депутаты Госдумы, члены Совета Федерации, преподаватели «Высшей школы спортивной индустрии (ВШСИ)» РЭУ им. Г. В. Плеханова, вид-

ные отечественные ученые, маркетологи, общественные деятели.

Наиболее интересной частью мероприятия, по общим отзывам, стала секция «Проблемы разработки и внедрения национальной маркетинговой стратегии в спорте», организаторами которой выступили ВШСИ и российское представительство группы компаний PricewaterhouseCoopers International Limited (PwC) в лице партнера группы Евгения Отнелченко. Участников секции приветствовал легендарный спортсмен, а ныне, председатель Комиссии по физической культуре, спорту и развитию олимпийского движения Совета Федерации, заведующий кафедрой «Менеджмента и маркетинга спортивной индустрии» ВШСИ Вячеслав Фетисов, а также депутаты Государственной Думы ФС РФ Ильядар Гильмутдинов и Олег Жолобов,

который занимает также пост вице-президента Всероссийской федерации водного поло. Участники секции с интересом выслушали доклад Татьяны Розановой «Стратегический маркетинг в спорте: проблемы и задачи». Тему долгосрочной стратегии развития отрасли продолжил Евгений Отнелченко в выступлении на тему: «Перспективы развития мировой индустрии спорта на период до 2013 года». На «российскую почву» дискуссию направил профессор кафедры менеджмента и маркетинга спортивной индустрии ВШСИ Андрей Орлов, оставивший на тему: «Национальная маркетинговая политика в спорте: правовые, организационно-управленческие и экономические аспекты». Конкретным примером успешной реализации маркетинговых идей стал доклад управляющего директора «КХЛ-Маркетинг» Сергея Новикова: «КХЛ – самый успешный спортивный продукт в России». Зарубежный опыт успешного спортивного маркетинга суммировали в

своих выступлениях профессор Белгородского университета Милан Томич («Формирование и развитие рынка спонсоров, доноров и других партнеров в спорте») и заслуженный деятель науки РФ, профессор ВШСИ Михаил Иоффе.

Среднесрочная маркетинговая стратегия нашла отражение в выступлении заведующего кафедрой экономического анализа организаций и рынков НИУ ВШЭ Рустема Нуреева: «Олимпийский деловой цикл: роль маркетинга». Тему детализировал первый проректор Московской финансово-промышленной академии Владимир Леднев в докладе: «Маркетинговые возможности и интересы бизнеса в индустрии спорта».

Логическим продолжением дискуссии стали доклады о практическом применении маркетинговых идей в конкретных отраслях и видах спорта. В частности, генеральный секретарь Всероссийской федерации легкой атлетики Михаил Бутов прочитал доклад: «Маркетинговые фавориты Королевы», а президент Академии фитнеса Лариса Сиднева познакомила участников со своим видением развития отрасли в выступлении: «Развитие маркетинговой стратегии индустрии фитнеса».

Особый интерес слушателей вызвал мастер-класс Ларисы Крыловой, руководителя лаборатории Спортивного маркетинга ВШСИ, генерального директора «Бюро по связям с общественностью» на тему «Маркетинг спортивных соревнований на примере тестовых и предтестовых предимпийских соревнований».

Как отметили организаторы мероприятия и модераторы секций Елена Макарова, к.э.н. и Олег Гадючкин, заместитель декана ВШСИ в комментарии «СПОРТ и ПРАВО»: «Мы еще не раз будем обращаться к самой конференции и к отдельным темам, затронутым на ней. Пока же можно констатировать, что мероприятие даже превзошло наши ожидания: настолько интересным, емким и глубоким оказалось содержание и выступлений, и дискуссий».



ДЛЯ СЕРВИСА НА СПОРТОБЪЕКТАХ – «ВРЕМЯ ЕСТЬ!»

Не секрет, что посещаемость и уровень окупаемости спортивного объекта напрямую зависят от качества и полноты спектра оказываемых им услуг. Безусловно, не последнюю роль в маркетинговом потенциале спортобъекта играет организация качественного питания. Сегодня на спортивных объектах любого уровня сложилась крайне неэффективная ситуация с пунктами питания, коммерческий потенциал сервиса питания практически не используется. В тоже время уровень спроса зрителей при посещении мероприятий даже на низкокачественный фаст-фуд (в условиях отсутствия каких-либо других предложений) и исследования общественного мнения говорят о крайне низком уровне удовлетворенности спроса зрителей на качественное питание и сервис. Главные участники спортивных мероприятий – спортсмены, как известно, в первую очередь, нуждаются в особом сбалансированном полноценном и качественном питании.

Сегодня помощь собственникам и менеджменту спортобъектов в организации качественного питания, повышению экономической эффективности сооружения готова предложить компания «Время есть!» - современное динамично развивающееся предприятие общественного и ресторанного питания, известное на рынке более 10 лет.

Компания «Время есть!», возрождая добрые традиции, занимается организацией столовых, которые отвечают запросам современного потребителя и не уступают по уровню сервиса и качеству блюд хорошим ресторанам. В то же время свое «домашнее» полноценное горячее питание компания предлагает по доступным ценам. Основной акцент своей услуги «Время есть!» делает на качестве своих блюд, которые обеспечивают здоровое сбалансированное питание, с использованием толь-

ко натуральных продуктов самого лучшего на рынке качества, без химических добавок. Этот аспект немаловажен для спортсменов, посетителей спортивных секций и фитнес-клубов на территориях спорткомплексов, которые стремятся вести здоровый образ жизни и правильно питаться.

Компания «Время есть!» принципиально не работает «на развоз», и не занимается дготовкой полуфабрикатов, так как обеды в таком случае теряют и вкусовые качества и полезные свойства. Также компания не предлагает в своем меню фаст-фуд. Обеды «Время есть!» - это продукт полного цикла производства от закупки сырья до подачи вкусных горячих блюд.

Экономика таких столовых проста, основная идея состоит в том, чтобы столовая не была обременительна собственнику здания. Поэтому к настоящему времени сложилась такая система взаимодействия столовых и собственников зданий, когда услуги по организации столовой и приготовлению обедов оказывает самостоятельная независимая компетентная компания, а собственник здания предоставляет лишь необходимые для столовой площади на договорных основаниях. Это позволяет собственнику здания не нести расходы на содержание кадрового, аппарата управления столовой, закупку посуды и продуктов и многие другие расходы. А посетители столовой имеют возможность ежедневно питаться настоящей, вкусной и полезной едой, как дома.

Компания «Время есть!» +7 495 641 74 24

www.vrest.su



НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

НАЦИОНАЛЬНАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ В СПОРТЕ

Тему национальной маркетинговой стратегии в спорте, обсуждаемую на одноименной секции конференции «Маркетинг в России», для «СПОРТ и ПРАВО» подробно осветил д.э.н., профессор, зав. кафедрой Государственного и муниципального управления, заместитель председателя Совета факультета «Высшая школа спортивной индустрии» РЭУ им Г. В. Плеханова Андрей Орлов.



держанию принятым мировым стандартам. Для этого необходимо внести изменения и дополнения в Федеральный закон РФ от 4 декабря 2007 г. N 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», а также в Федеральную целевую программу «Развитие физической культуры и спорта в РФ на 2006-2015 гг.» и стратегию Минспорта РФ. После принятия соответствующих законодательных актов Государственной Думой Федерального Собрания РФ и введения в нормативных правовых документах понятия о содержании и структуре спортивной индустрии, необходимо внести соответствующую кодификацию и классификацию в Росстат и наладить статистический учет. Эти решения позволят сделать необходимые международные сопоставления, анализировать основные направления и тенденции развития российской спортивной индустрии, разрабатывать необходимые сценарии, прогнозы, стратегии и программы.

Для реализации стратегии рациональности использования средств спортивных объектов, после проведения крупнейших мероприятий, международные организации – МОК, привлекаемые им ведущие консультационные компании, национальные олимпийские комитеты и органы исполнительной власти с участием бизнес-структур разрабатывают национальные маркетинговые стратегии (НМС). Такая национальная стратегия, как часть общей программы, была разработана для зимней Олимпиады в Ванкувере.

Цель разработки НМС заключается в использовании маркетингового инструментария, в сочетании со стратегическим государственным управлением и стратегическим корпоративным менеджментом для создания условий и проектных решений, повышающих эффективность использования бюджетных и внебюджетных средств, в том числе частных, на мегаспортивные мероприятия. Необходим детальный анализ и прогноз финансовых ресурсов по ключевым источникам и расходов по основным направлениям на такие мегаспортивные мероприятия как:

- Универсиада в Казани - 2013 г.;
- Олимпийские игры в Сочи - 2014 г.;
- Чемпионат мира по хоккею - 2016 г.;
- Чемпионат мира по футболу - 2018 г.

Для достижения основной цели требуется на предварительной стадии структурировать основные направления развития мировой и российской спортивной индустрии и решить следующие задачи:

- Министерству спорта, туризму и молодежной политики РФ с участием общественных спортивных организаций (федераций, ассоциаций) необходимо инициировать введение в правовое поле понятия «спортивной индустрии», соответствующее по со-

- Провести исследования рынка спортивной одежды, спортивной агрибутики, в том числе непосредственно для конкретных спортивных мероприятий.

- Переуступка телевизионных прав является необходимым серьезным элементом мировой спортивной индустрии.

Кроме того, в ходе организации мегаспортивных мероприятий надо планировать бюджет, который обеспечит достойное исполнение таких сопутствующих и необходимых задач как:

- организация шоу во время и после спортивного мероприятия, привлечение профессиональных режиссеров, дизайнеров для постановки массовых спортивных зрелищ;

- организация сервиса в широком смысле, который включает торговое и транспортное обслуживание, питание и т.п.

- развитие коммуникационных сетей, в том числе ориентированных на спортивные мероприятия.

Масштабы и финансовое обеспечение российских мегаспортивных мероприятий в контексте развития мировой спортивной индустрии впечатляют. На обеспечение строительства объектов зимней олимпиады 2014 года в Сочи и формирование требуемой инфраструктуры выделено на 2011-2014 годы 466 млрд. рублей. За предшествующие годы израсходовано уже порядка 500 млрд. Таким образом, общая сумма на подготовку и проведение Олимпиады может составить, как следует из выступлений В.В. Путина на недавнем Госсовете по спорту и спортивному образованию, около триллиона рублей. Безусловно, национальная маркетинговая стратегия в спорте и является тем необходимым механизмом, который должен способствовать эффективному расходованию этих средств.

Оборот мировой спортивной индустрии, согласно докладу PricewaterhouseCoopers «Перспективы развития мировой индустрии спорта на период до 2013 г.» оценен в 130 млрд. долларов. Если добавить объемы производства и оборота спортивной одежды (только основных брендов), как считает профессор Белгородского университета М. Томич, агрибутики и оборудования, то эта сумма возрастет в 3-5 раз. Другими словами, соединение маркетинга и менеджмента в НМС должно дать очевидный синергетический эффект.

Особое внимание следует обратить на проблему привлечения генеральных и титульных спонсоров и предоставления необходимого комплекса услуг, обеспечивающего рост имиджа компаний-спонсоров, социально-экономической ценности их брендов в результате сотрудничества. Необходимо организовать комплексную работу по исследованию рынка спонсоров.

РОЛЬ БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ ИНДУСТРИИ СПОРТА



О факторах, влияющих на создание инвестиционно-привлекательной среды для выращивания долгосрочного партнерства государства, спорта и бизнеса, «СПОРТ и ПРАВО» рассказал Владимир Леднев, д.э.н., первый проректор, научный руководитель факультета Спортивного менеджмента МФПА

В последние три десятилетия спорт перестал быть просто развлечением, зрелищем и формой досуга. Современный мировой спорт превратился в динамично развивающуюся индустрию, активным участником которой стал бизнес. Давая характеристику индустрии спорта необходимо отметить различные формы ее проявления.

Современный спорт это:

- новая и специфическая сфера экономических и деловых отношений;
- вид профессиональной трудовой деятельности (в первую очередь, для спортсменов, тренеров и менеджеров);
- важнейший экономический ресурс, существенно влияющий на уровень и динамику экономического развития страны (и, в частности, на возможности развития предпринимательской деятельности непосредственно в спорте и в связи со спортом);

- бизнес (для профессиональных клубов и лиг, спортивных и маркетинговых агентств, спортивных менеджеров и промоутеров, телеканалов и СМИ);
- эффективный канал продвижения на рынке своей продукции и своего бренда (для спонсоров и рекламодателей);
- возможность формирования позитивного и привлекательного для покупателей имиджа своей компании (через участие в спортивных событиях).

Мировая индустрия спорта, являющаяся сегодня полноценным сектором экономики, имеет стабильные и давно сформировавшиеся источники доходов. Среди них можно выделить четыре основных:

- доходы от продажи билетов и абонементов на спортивные соревнования;

- спонсорство спортивных соревнований, федераций, лиг, клубов, команд и спортсменов;
- продажа прав на телетрансляции;
- мерчандайзинг (включая как спортивную атрибутику, так и спортивные товары).

Такое активное развитие индустрии спорта началось в начале 80-х годов, когда Международный Олимпийский комитет (МОК) возглавил Х.А. Самаранч. Именно при его непосредственном участии МОК разработал и внедрил маркетинговую программу, которая была направлена на привлечение крупного бизнеса к олимпийским соревнованиям. Этот период можно смело назвать началом системной коммерциализации профессионального спорта. Именно в это время бизнес стал проявлять интерес к крупным спортивным соревнованиям (как международным, так и национальным) по таким видам спорта как футбол, теннис, баскетбол, хоккей, легкая атлетика, плавание и др. Благодаря бизнесу стали расти призовые фонды соревнований, бюджеты спортивных федераций и клубов, заработки профессиональных спортсменов.

Индустрия спорта включает в себя десять основных сегментов, которые представлены на Рис.1. Причем важно подчеркнуть, что потенциальный интерес для бизнеса представляют абсолютно все сегменты индустрии спорта, хотя безусловно, инвестиционная привлекательность у них разная.

Рис.1. Основные сегменты индустрии спорта



Современная индустрия спорта – это сложная система экономических отношений и интересов, которые имеют основные субъекты этой индустрии. Среди субъектов индустрии спорта можно выделить различные заинтересованные группы, каждая из которых представляет интересы государства, спорта или бизнеса. Полная структура индустрии спорта представлена на Рис.2.

Рис.2. Основные субъекты индустрии спорта



Важно обратить внимание на то, что индустрия спорта гораздо шире по содержанию, чем просто спортивная отрасль. Важнейшими субъектами индустрии спорта являются спортивные лиги, спортивно-оздоровительные клубы, спортивные агентства, которые осуществляют достаточно успешную предпринимательскую деятельность в спорте.

Для стабильного и эффективного развития индустрии спорта представляется крайне важным **максимально совместить интересы государства, спорта и бизнеса**. Эту непростую задачу можно решить через механизм государственно-частного партнерства. Именно партнерское взаимодействие государства, спортивных организаций и бизнеса может помочь создать смешанные каналы финансирования российского спорта, сохранив при этом интересы каждого из участников этого партнерства.

Интересы государства представляют и должны отстаивать на разных уровнях исполнительных властей:

- Министерство спорта, туризма и молодежной политики РФ;
- органы исполнительной власти, отвечающие за развитие физической культуры и спорта в субъектах федерации;
- муниципальные образования.

Среди важнейших интересов государства можно выделить следующие:

- поддержание и рост авторитета и престижа страны на международной арене;
- создание благоприятных условий и необходимой инфраструктуры для развития детского, массового и оздоровительного спорта;
- пропаганда и развитие здорового образа жизни, что должно существенно влиять на здоровье нации и в конечном итоге способствовать повышению экономического потенциала страны.

Среди спортивных организаций необходимо в первую очередь выделить:

- спортивные федерации по видам спорта (национальные и региональные);
- спортивные лиги;
- спортивные клубы;
- ДЮСШ, СДЮШОР, ШВСМ.

Приоритетными интересами спортивных организаций являются:

- достижение высокого и стабильного уровня спортивных результатов на международных соревнованиях;
- формирование и воспитание спортивного резерва и смены;
- создание благоприятных условий и формирование инфраструктуры для развития спорта высших достижений.

Представители бизнеса – это:

- собственники спортивных клубов и лиг;
- инвесторы различных спортивных проектов;
- партнеры и спонсоры спортивных соревнований и спортивных организаций;
- рекламодатели, использующие спортивные события для продвижения и рекламы собственной продукции.

Для бизнеса ключевыми интересами должны быть:

- формирование позитивного имиджа и бренда компании;
- усиление конкурентных преимуществ на рынке и среди потребителей за счет спортивных событий и интереса к ним;
- увеличение объема прямых продаж и последующее улучшение финансовых результатов деятельности компании.

В системе государственно-частного партнерства спорта, государства и бизнеса крайне важно создать инвестиционно-привлекательную среду для долгосрочного участия бизнеса в спортивных соревнованиях и проектах. Конечно, надо иметь в виду, что в условиях российской действительности, бизнес преследует в спорте не только экономические, но и политические, а также социальные интересы. Государство сегодня оказывает решающее влияние на присутствие бизнеса в индустрии спорта, особенно когда это касается крупных госкорпораций или предприятий с участием государства, таких как «Газпром», «Роснефть», Сбербанк, ВТБ, «Ростехнологии», Внешэкономбанк и др.

Положительным фактором, влияющим на инвестиционную привлекательность для бизнеса индустрии спорта, является то, что со спортом, как правило, нас связывают позитивные впечатления. Потому что спорт – это победы, медали, рекорды и приятные воспоминания. А если случаются поражения, то они быстро забываются и все опять думают о победах и успехах. Это крайне важно для того позитивно восприятия спортивных событий, которое остается в памяти у зрителей и болельщиков, являющихся потенциальными клиентами и покупателями продукции, которая представлена производителями во время спортивных соревнований. Все вместе это является важным фактором, влияющим на интерес бизнеса к индустрии спорта. Спорт является, пожалуй, самой благоприятной средой для продвижения своей продукции, поиска новых рынков сбыта и новых покупателей, а также формирует максимум позитивных эмоций для положительного восприятия рекламируемых продуктов и услуг по сравнению с другими каналами продвижения.

Наряду с позитивными образами, ассоциирующимися в глазах потребителей со спортом и спортивными событиями, в индустрии спорта иногда возникают отрицательные эмоции и впечатления. Они, как правило, связаны с допингом, проявлениями расизма и хулиганства, различными скандалами и формами недостойного поведения спортсменов и зрителей. Такие факты могут достаточно сильно ударить по интересам бизнеса, так как в этом случае отрицательные впечатления будут косвенно связаны в глазах потребителей с брендом их компании, а также их продукцией. Можно вспомнить недавние примеры, когда спонсоры разрывали свои спонсорские контракты в связи с регулярными допинговыми скандалами на велогонке «Тур де Франс». Другим примером быстрого падения интересов спонсоров можно назвать недавний случай непристойного поведения знаменитого гольфиста Т.Вудса, что повлекло за собой прекращение действия спонсорских контрактов, так как это прямо ударило по собственной репутации спонсоров.

В России многие спортивные организации еще только начинают учиться эффективно работать с бизнесом. Бизнес нельзя просто заставить вложить собственные средства в спорт, необходимо найти убедительные аргументы для партнерского взаимодействия с обоюдными интересами. Необходимы аргументы и доказатель-

ства в пользу инвестирования в спорт. Для этого спортивные организации должны уметь:

- грамотно, понятно и убедительно сформировать свои коммерческие предложения для потенциальных спонсоров;
- показать привлекательность целевой аудитории конкретного спортивного соревнования или спортивной организации;
- рассчитать и обосновать предполагаемый эффект и результат для бизнеса от возможного спонсорства;
- сформировать различные варианты спонсорских пакетов;
- неукоснительно выполнять свои контрактные обязательства перед спонсорами;
- адекватно реагировать на пожелания и замечания спонсоров, показывая готовность к поиску компромиссных решений.

Ключевым условием успешного партнерского взаимодействия спортивных организаций с бизнесом является наличие высококвалифицированных спортивных менеджеров, обладающих необходимыми профессиональными компетенциями и способностями для эффективного построения деловых коммуникаций. Во многих российских спортивных организациях такие специалисты, как правило, отсутствуют, что крайне отрицательно влияет на умение убедить бизнес в необходимости и целесообразности долгосрочного инвестирования собственных средств в индустрию спорта. Можно сказать, что работа с бизнесом является огромным резервом для формирования устойчивых и необходимых бюджетов спортивных соревнований и спортивных организаций.

Инфографика: Павел Катрич

ИНТЕГРАЦИЯ. ЖИЗНЬ. ОБЩЕСТВО

С 30 июня по 3 июля в Москве прошла международная выставка реабилитационного оборудования и технологий «Интеграция. Жизнь. Общество». Это первая подобная российская выставка такого масштаба. Организаторы выставки: «Мессе Дюссельдорф», в партнерстве с Культурным центром «Без границ», ЗАО «Экспоцентр»; медиапартнер – ООО «Издательский дом «В2В СПОРТ» (газета «СПОРТ и ПРАВО»).



На мероприятиях, прошедших в рамках деловой программы выставки, обсуждались актуальные вопросы безбарьерной среды и доступности, организации трудоустройства, досуга, отдыха, образования для людей с ограниченными возможностями здоровья.

Торжественное открытие выставки посетила заместитель мэра Москвы по социальной политике Людмила Швецова: «Сегодня мы с вами имеем потрясающую возможность увидеть версию выставки, которая является самой популярной в мире и самой разнообразной с точки зрения предоставляемых возможностей для инвалидов. Это выставка Дюссельдорфа. И, наконец, мы решили, что эта выставка должна приехать в Москву! Самыми главными ценителями всего того, что выставлено и представлено здесь, являются, конечно, те наши самые активные инвалиды, руководители и представители общественных организаций, неком-

мерческого и коммерческого сектора, организованного инвалидами. Потому что именно они не только оценивают, но и включаются в процесс внедрения всего этого в жизнь нашего города».

30 июня в рамках выставки состоялось пленарное заседание II Международной конференции Правительства Москвы «Равные права – Равные возможности. Универсальный дизайн: новые концепции и лучшие примеры». С вступительной речью «О создании безбарьерной среды» выступил руководитель Департамента социальной защиты населения Правительства Москвы Владимир Петросян: «Москва для всех – эти слова стали девизом программы по созданию доступной среды для всех категорий населения Москвы. К 2016 году планируется сделать доступными около 92% зданий в городе, тогда как сегодня только 52% сооружений отвечают требованиям доступности».

тешествовать больше и тратить больше, если это позволяет окружающая среда.

В рамках секции «Равный доступ к услугам в сфере физкультуры и спорта» выступили: Ирина Бочкова, главный архитектор Дирекции по строительству и инновациям национальных паралимпийских проектов Паралимпийского комитета России, с докладом «Проектирование объектов для паралимпийского спорта», Георгий Луначарский, президент Дирекции по строительству и инновациям Национальных паралимпийских проектов, с презентацией проекта: «Спортивный комплекс двойного назначения в городе Волжском – современный Центр реабилитационного оборудования и технологий».



Председатель комиссии по делам инвалидов Министерства социального развития ФРГ Рюдигер Ляйднер в своем выступлении сделал акцент на развитии туризма для людей с ограниченными возможностями. По данным исследования, в котором приняли участие около 4000 инвалидов, подобный подход является эффективным для развития экономики страны – люди с ограниченными возможностями готовы пу-

литации и подготовки сборных команд России по паралимпийским видам спорта». Сергей Завин, заместитель генерального директора РАСС, в своем докладе «Создание универсальной среды на сооружениях для спорта и отдыха» осветил нормативно-правовые аспекты организации безбарьерной среды на спортобъектах.

С 30 июня по 3 июля на трех разных спортивных площадках проходили соревнования профессионалов в таких видах спорта, как сидячий волейбол, гол-бол (футбол слепых), баскетбол на колясках, следж-хоккей, танцы на колясках и других. А на специально оборудованных «станциях» каждый желающий мог принять участие в спортивных мастер-классах по настольному футболу, бильярду, настольному теннису, дартсу, армреслингу и др. Помимо этого в зоне для тест-драйва мото-велотехники состоялась презентация нового вида спорта «Q-мотобол» (футбол для лиц с поражением ДЦП на электроколясках с джойстиком).

В рамках спортивных мероприятий выставки «Интеграция. Жизнь. Общество» состоялся первый в истории международный турнир по регби на колясках. На поле дружественных сражений встретились сборные команды Германии и России.

«Выставка представляет собой абсолютно новый продукт, - сказал Томас Штенцель, генеральный директор компании-организатора «Мессе Дюссельдорф Москва». – Мероприятие подобного масштаба впервые прошло за пределами Германии, и решение об этом было принято совместно с руководством городов Москвы и Дюссельдорфа. Мы хотим сделать общество более открытым для людей с ограниченными возможностями здоровья и привлечь дополнительные инвестиции в эту сферу».

www.mbschool.ru
www.mbs-seminar.ru

Moscow Business School
Leadership Energy

Ленинский пр-т, д. 38-а, тел./факс: +7 (495) 646-15-05, e-mail: seminar@mbschool.ru



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 ЭКОНОМИТЬ 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 ПРИВЫТНИИ 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 ЕДИННОЙ БИЛЕТНО-КАРТОЧНОЙ СИСТЕМЕ ЛЮБЫЕ ГОРОДСКИЕ СЕТИ ТЕРМИНАЛОВ ПО ОПЛАТЕ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ. ДАННАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ В НЕКОТОРЫХ 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 ЕДИННОМ КОМПЛЕКСЕ. 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 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.)

- * КОМПАНИЯ 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.



«ЮСИЭС / UCS» Г. МОСКВА ТЕЛ.: +7 (495) 921-41-98 WWW.UCS.RU, SPORT@UCS.RU

ПРАВОВЫЕ И ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНО-КОММЕРЧЕСКИХ ИГР В РОССИИ



С. Алексеев, В. Фетисов, А. Сихарулидзе, И. Винер. Заседание Комиссии по спортивному праву Ассоциации юристов России

История онлайн интеллектуально-коммерческих игр и прежде всего онлайн-покера насчитывает около 20 лет. Его зачатки можно найти в чатах (IRC - Internet Relay Chat) университетских сетей в конце 80-х, начале 90-х годов. Для них была организована специальная система и игор шла в текстовом режиме. Первые покер-румы стали появляться в конце 90-х годов. В настоящее время насчитывается более 200 онлайн покер-румов, в самых крупных из них в пиковые часы играет свыше 50 тысяч человек. Наиболее популярные покер-сайты привлекают своей репутацией и большим количеством звезд покера, принимающих участие в онлайн игре. Сегодня покер в Интернете собирает все больше поклонников. Привлекательность онлайн-покера привела к тому, что для многих покер в Интернете стал средством общения, приятного и полезного времяпрепровождения.

Весной 2010 г. довольно симптоматичный вывод удалось сделать канадским учёным по итогам исследований на тему покера. Canadian University опубликовал материал, в котором доказывается, что игра в покер снижает стресс. Во время эксперимента наблюдался уровень кортизола (так называемый «гормон стресса») онлайн-игроков в покер на протяжении игры. Было установлено, что человеческое тело производит меньше кортизола по мере вовлечения человека в игру. Фактически уровень кортизола падал в среднем на 17% с момента старта до конца игры. Канадские ученые полагают, что кортизол начинает выделяться слабее вследствие высокой сосредоточенности, которую требует игра. Покер, будучи довольно сложной и многоуровневой интеллектуальной игрой, требует полного внимания от любого думающего игрока. Как только игроки сильнее сосредотачиваются на игре,

«Для игры в покер нужен очень острый ум. Надо в короткое время просчитать множество вариантов. Это могут далеко не все».
Вячеслав Фетисов

они забывают о своих бытовых проблемах. Это действует на мозг, который начинает выделять меньше кортизола. Кроме того, недавно было доказано, что онлайн-покер также улучшает когнитивную функцию мозга. В этой игре очень много аспектов, которые требуют обучения на любом уровне развития игрока, ведь каждую ситуацию можно обдумывать с разных позиций, основываясь на переменных факторах. Естественно, это всё является определённой тренировкой для мозга. Таким образом, покер тренирует мышление и снимает стресс.

Специфика онлайн интеллектуально-коммерческих игр, не являющихся играми азартными, предопределяет необходимость их специального законодательного урегулирования на основе передового опыта высоко развитых европейских стран – Франции, Италии, Испании, Эстонии и др., где организация и проведение интеллектуально-коммерческих игр в Интернете опосредуется законодательством и в частности подлежит лицензированию.

Законодательством следует предусмотреть следующие основные требования к организаторам (операторам) интеллектуально-коммерческих игр с использованием сети Интернет, т.е. компаниям-владельцам

В продолжение темы о создании законодательства об интеллектуально-коммерческих играх в нашей стране, озвученной в предыдущих выпусках «СПОРТ И ПРАВО», в этом номере председатель Комиссии по спортивному праву Ассоциации юристов России, д.ю.н., профессор Алексеев С.В. осветит проблему организационно-правового упорядочения интеллектуально-коммерческих игр в информационно-телекоммуникационных сетях, в частности в сети «Интернет».

соответствующих игровых сайтов.

- Наличие статуса юридического лица, зарегистрированного в установленном порядке на территории РФ.
- Предоставление сведений, необходимых для осу-

ществления контроля за соблюдением требований законодательства об организации и проведении интеллектуально-коммерческих игр, в частности сведения об учредителях юридического лица оператора и о конечных выгодополучателях, если хотя бы одним из учредителей является юридическое лицо. Полный состав и порядок предоставления таких сведений должны устанавливаться Правительством РФ.

- Обязанность соблюдать установленные Правительством РФ правила совершения операций с денежными средствами при организации и проведении интеллектуально-коммерческих игр.
- Операторами могут также выступать юридические лица – нерезиденты, которые должны зарегистрировать на территории РФ официальное представительство.

Российские представительства юрлиц-нерезидентов обязаны раскрыть корпоративную структуру основного (зарубежного или международного) оператора и предоставить полную и достоверную информацию о его конечных выгодополучателях (бенефициарах) уполномоченному Правительством РФ федеральному органу исполнительной власти.

- Деятельность операторов интеллектуально-коммерческих игр подлежит лицензированию. Получивший лицензию оператор, должен осуществлять деятельность по организации и проведению интеллектуально-коммерческих игр в строгом соответствии с лицензионными требованиями.
- Операторы, занимающиеся запрещенной на территории РФ деятельностью, в том числе деятельностью подлежащей лицензированию в РФ без лицензии под своим или сходным до степени смешения игровым знаком, не имеют права на получение лицензии в РФ.

Компания-владелец игрового сайта должна принимать меры по обеспечению безопасности участников игр, в том числе совершения операций с денежными средствами при организации и проведении интеллектуально-коммерческих игр.

- Стоимость чистых активов оператора в течение всего периода осуществления деятельности не может быть менее 50 млн руб. Порядок расчета стоимости чистых активов должен устанавливаться уполномоченным Правительством РФ федеральным органом исполнительной власти.

Рассматриваемыми поправками необходимо определить следующие требования к информационно-телекоммуникационным площадкам интеллектуально-коммерческих игр (т.е. игровым сайтам, на которых осуществляется исключительно деятельность по организации и проведению интеллектуально-коммерческих игр).

- Такая онлайн площадка может быть открыта исключительно на основании лицензии, выдаваемой оператору. Порядок выдачи лицензий должен определяться Правительством РФ. Лицензия должна давать право

на открытие и деятельность исключительно одной онлайн площадки интеллектуально-коммерческих игр, в частности веб-сайта.

- Оператор интеллектуально-коммерческих игр должен иметь собственное программное обеспечение, позволяющее без посредников напрямую работать с пользователями. Программное обеспечение компании оператора должно находиться в ее собственности и иметь заключение, в частности, на предмет объективности, безопасности и конфиденциальности от уполномоченной в порядке, определяемом Правительством РФ, технической и/или аудиторской организации.
- Серверы, обеспечивающие деятельность сайта, должны физически располагаться в РФ либо, если оператором является российское представительство юрлица-нерезидента – на надлежащей территории государства, где иностранный оператор зарегистрирован и где он имеет соответствующую лицензию. К надлежащей территории относятся страны Европейской экономической зоны.

«Покер сегодня не запрещенный вид деятельности, невключение в реестр видов спорта не является запретом. Просто он должен развиваться по другим законам».
Виталий Мутко

из интервью «Газете.Ру» 7.06.2011 г.

Между уполномоченным Правительством РФ федеральным органом исполнительной власти и соответствующим уполномоченным лицензирующим органом иностранного государства, где зарегистрирован иностранный оператор, должно заключаться соглашение о сотрудничестве. Надлежащей территорией для размещения серверов, обеспечивающих деятельность иностранной компании, владеющей игровым сайтом, признается только территория того государства, с лицензирующим органом которого имеется соответствующее соглашение о сотрудничестве.

- На игровом сайте должны быть размещены: выборка из федерального закона, регулирующего данную деятельность, утвержденные в соответствии с требованиями федерального закона правила интеллектуально-коммерческих игр, правила посещения такой площадки, лицензия на осуществление данной деятельности.
- На онлайн площадках интеллектуально-коммерческих игр не может осуществляться деятельность по организации и проведению азартных игр (!).
- Операторы должны предусматривать обязательную идентификацию и регистрацию пользователей, а также вести учет российских пользователей.

С учетом передового опыта зарубежных стран для введения на территории РФ этих правил, должен быть установлен переходный период сроком один год с даты вступления в силу законодательных поправок. В этот период на территории страны упрядняется деятельность всех операторов интеллектуально-коммерческих игр, предоставляется возможность ознакомления с правилами, предусмотренными указанными поправками, и подготовки к лицензированию.

Для апробации новых правил в переходный период данный федеральный орган должен выбрать одного оператора, получающего пилотную лицензию в России. Пилотному лицензированию подлежит оператор, отвечающий законодательным требованиям, а также имеющий наибольшее число пользователей, подтвержденное данными независимой проверки. В случае если пилотным оператором интеллектуально-коммерческих игр становится юридическое лицо – нерезидент, уполномоченный федеральный орган исполнительной власти должен подписать соответствующее соглашение о сотрудничестве с зарубежным лицензирующим органом данного оператора.

Принятие рассмотренных поправок в российское игровое законодательство потребует внесения дополнений в Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе». О соответствующих требованиях к рекламе интеллектуально-коммерческих игр читайте в следующем номере «СПОРТ И ПРАВО».

**«СПОРТ И ПРАВО» ПРИГЛАШАЕТ К СОТРУДНИЧЕСТВУ ПАРТНЕРОВ И РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ**

Газета «СПОРТ и ПРАВО» - это первое издание о спортивном праве, государственном управлении, маркетинге и менеджменте в спорте. 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 издание 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. Газета «СПОРТ и ПРАВО» - это дискуссионная площадка между представителями всех секторов спортивной отрасли и органов государственной власти.

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

Мы создаем эффективный канал коммуникации между рекламодателем и потребителем.

Наша система распространения обеспечивает прямой доступ к уникальной целевой аудитории. Наша целевая аудитория четко определена, мы всегда знаем, кто будет нашим читателем.

**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).

Тел/факс редакции: +7 (495) 505-54-95 (многоканальный)
info@sportpravo.ru, editors@sportpravo.ru, reklama@sportpravo.ru

РЕДАКЦИЯ МЕДИАПРОЕКТА «СПОРТ И ПРАВО»

Главный Редактор – Жукова Анна Борисовна

Председатель Редакционного Совета/Попечительского Совета

Крашенинников Павел Владимирович	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

Алексеев Сергей Викторович	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 Федерации 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

Аршавин Андрей Сергеевич	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
Брусникина Ольга Александровна	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
Винер Ирина Александровна	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
Гусов Кантемир Николаевич	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)
Карякин Владимир Викторович	Директор Департамента нормативного и правового обеспечения государственной политики Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ, член Комиссии по спортивному праву Ассоциации юристов России, кандидат юридических наук
Маньлов Игорь Евгеньевич	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
Роднина Ирина Константиновна	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
Сихарулидзе Антон Таризльевич	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
Усманов Алишер Бурханович	Президент Международной федерации фехтования (FIE), член Совета при Президенте РФ по развитию физической культуры и спорта, спорта высших достижений, подготовке и проведению XXII зимних Олимпийских игр и XI зимних Паралимпийских игр 2014 года в г. Сочи, XXVII Всемирной летней Универсиады 2013 года в г. Казани, член Совета Директоров ФК «Динамо», Генеральный директор ООО «Газпром инвестхолдинг», владелец холдинга «Металлоинвест»
Шевченко Ольга Александровна	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: +7 (495) 505-54-91 (многоканальный)
E-mail: info@sportpravo.ru, editors@sportpravo.ru
Web: www.sportpravo.ru
Учредитель: ООО Юридическое бюро «Диктум-Фактум»
Издатель: ООО «Издательский дом «B2B 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:
П/И № 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.
Газета «СПОРТ и ПРАВО» издается в печатной и электронной версии

Фото для выпуска предоставили: Inside World Football, пресс-служба аппарата Совета Федерации, «Ведомости», Управление по связям с общественностью РЭУ им. Плеханова, пресс-центр выставки «Интеграция. Жизнь. Общество»
По вопросам размещения рекламы обращайтесь по телефону +7 (495) 505-54-91, e-mail: reklama@sportpravo.ru
За достоверность рекламных публикаций редакция ответственности не несет.
Типография «B2B-Print»
127055, Москва, ул.Бутырский Вал, д.68/70, стр.1