

6.3. ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Малых Н.И., к.э.н., доцент, кафедра менеджмента
и экономики спорта им. В.В. Кузина;

Ушакова Н.А., к.п.н., профессор, кафедра
менеджмента и экономики спорта им. В.В. Кузина

*Российский государственный университет
физической культуры, спорта, молодежи
и туризма, г. Москва*

Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ

В статье рассматриваются пути повышения эффективности деятельности спортивных организаций путем реализации инвестиционных проектов. Авторами дано понятие «инвестиции», раскрыты виды инвестиций по объектам инвестирования, рассматриваются существующие методики проведения оценки эффективности инвестиционных проектов. Авторами делается вывод о необходимости инвестиций для дальнейшего развития индустрии спорта.

Бизнес все основательнее проникает во все сферы деятельности человека, и такое массовое занятие, как спорт, не исключение, а наоборот, очень привлекательная с точки зрения бизнеса область жизнедеятельности человека. Здоровье – это основа жизни каждого человека, это основной объект инвестирования человеком собственных средств. Технологическое и экономическое развитие привело к распространению идей здорового образа жизни и длительной заботы о здоровье. За последние десятилетия многократно увеличилась численность занимающихся спортом, возросла армия болельщиков, приобрели популярность многие новые спортивные дисциплины и виды спорта. В XX в. произошли процессы, которые сделали спорт и физическую активность одной из главных жизненных потребностей людей всех возрастов, стимулировали интерес ко всем областям физической культуры и физического воспитания [4, с. 61]. Массовый спрос на спорт, спортивные товары и услуги привел к созданию индустрии спорта и комплексной системы *спортивного бизнеса*, под которым понимают всю совокупность предприятий, институтов и экономических отношений, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности в сфере физической культуры и спорта. Спортивная индустрия играет важную роль в развитии физкультуры и массового спорта, обеспечивая население современными и доступными сооружениями, оборудованием, товарами и услугами.

В развитых странах спорт давно уже является не только и не столько зрелищем, сколько высоко rentable объектом инвестирования. Создание профессиональных спортивных лиг, союзов, ассоциаций, федераций, привлечение спонсоров и инвесторов для организации и проведения различных турниров и чемпионатов, развитие отдельных видов спорта – все это требует четкого планирования и стратегии, а

эффективный спортивный маркетинг и спортивный менеджмент способствуют взаимной заинтересованности всех сторон, вовлеченных в спортивный бизнес. Инвестиции в бизнес – это основная составляющая успешного бизнеса. Что касается спорта, то тут инвестиции просто необходимы для дальнейшего развития индустрии. Без притока инвестиций развитие любого направления, и, конечно же, спорта, невозможно, а приток инвестиций возможен только лишь при финансовой привлекательности и экономической выгодности направления.

Инвестиции – долгосрочные вложения капитала в экономику с целью последующего его увеличения. Менеджер, осуществляющий функции по управлению финансами спортивной организации должен принять решение, в какие конкретно проекты следует вложить деньги.

Рассмотрим классификацию инвестиций по объектам инвестирования (рис. 1).

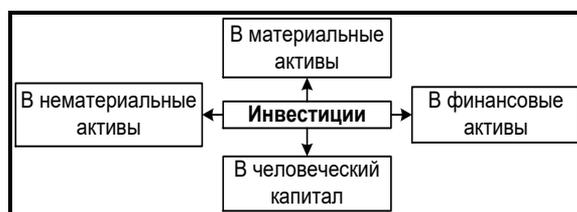


Рис. 1. Классификация инвестиций по объектам инвестирования

Все названные виды инвестиций могут осуществляться спортивными организациями. Спортивные организации покупают ценные бумаги других компаний (финансовые инвестиции), осуществляют инвестиции в строительство новых спортивных сооружений, а также в реконструкцию уже существующих (инвестиции в материальные активы), инвестируют средства в создание собственных сайтов, в создание бренда (инвестиции в нематериальные активы), осуществляют инвестиции в спортсменов и тренеров (инвестиции в человеческий капитал).

Инвестиции в материальные, нематериальные активы, инвестиции в человеческий капитал относятся к реальным инвестициям. Финансовые инвестиции – это вложение средств в ценные бумаги, активы других предприятий, банковские депозиты, долговые права.

В настоящее время все большее значение приобретают инвестиции в нематериальные активы, частью которых являются рыночные активы. Рыночные активы имеют своей целью обеспечить компании конкурентное преимущество. Компания обладает рыночными активами благодаря своему выгодному положению на рынке, в связи с чем, их круг широк. Одним из наиболее распространенных и, имеющих большое значение, рыночных активов является бренд. Распространенным вариантом инвестиций в нематериальные активы является также создание собственного сайта. Спортклубы и федерации имеют свои сайты, используемые в коммерческих целях. С помощью таких сайтов осуществляется связь с болельщиками (спортсмены и тренеры дают интервью и отвечают на вопросы и т.п.), делаются продажи,

акции. Веб-сайты осуществляют важные рекламные и презентационные функции.

Рассматривая различные варианты инвестирования средств, спортивные клубы и организации, рассматривают и такой вариант, как осуществление инвестиций в спортивные сооружения (инвестиции в материальные активы). Спортивные сооружения являются значительной частью материально-технической базы отрасли «Физическая культура и спорт». Спортивное сооружение – это инженерно-строительный объект, созданный для проведения физкультурно-спортивных занятий и спортивных мероприятий, имеющий пространственно-территориальные границы [6, с. 87]. При этом инвестирование может осуществляться в строительство новых спортивных объектов (например, стадионов, спортивных площадок, физкультурно-оздоровительных комплексов). Также средства могут вкладываться в реконструкцию уже существующих объектов (без соответствующего переустройства международных комитеты и федерации могут не допускать ряд спортивных сооружений к престижным соревнованиям, а это приведет организацию к потере значительных доходов в виде упущенной выгоды). Вложение денежных средств в строительство и модернизацию спортивных сооружений бывает весьма выгодно для спортивной организации. Инвестиции со временем окупаются и начинают приносить инвестору чистый доход.

Другим вариантом инвестирования для спортивных клубов и организаций являются инвестиции в смежный бизнес. Спортивные организации могут осуществлять покупку акций у других организаций (магазины сувенирной продукции и спортивной атрибутики, туристические организации). В последнее время появилась тенденция инвестирования в модельный бизнес, сферу рекламы и издательские компании. Диверсификация, являясь одним из методов снижения рисков, позволяет сделать бизнес более стабильным и устойчивым.

Особое значение в спорте имеют инвестиции в человеческий капитал. Инвестировать можно в развитие талантливых спортсменов и целых команд. Основной группой потребителей спортивных мероприятий являются болельщики. Во всем мире болельщики лучше посещают те соревнования и выступления, где спортсмены демонстрируют высокий уровень спортивного мастерства, ведут борьбу с полной отдачей сил. Это ведет к росту доходов спортивной организации. Можно выделить два направления инвестиций такого рода:

- создание собственной школы подготовки спортивных кадров, т.е. создание сети детско-юношеских спортивных школ и системы селекции перспективных спортсменов и тренеров;
- приобретение высококлассных спортсменов и тренеров в других клубах как внутри страны, так и за рубежом.

Одним из направлений инвестиций в спорте сегодня являются разнообразные ставки на спорт – беттинг, что представляет собой доверительное управление путем осуществления ставок на результаты соревнований через авторитетные букмекерские конторы [5, с. 487].

Для такой деятельности необходима грамотная оценка рисков и организованный подход. Кропотливая

работа по оценке и анализу спортивной статистики, изучение букмекерских контор и множества других нюансов, делают ставки успешными и прибыльными. Благодаря своей доступности и азартности, такая форма инвестиций в спорт становится чрезвычайно массовой и популярной.

У инвесторов в спорт есть огромная перспектива. Инвестиции привлекательны всевозможными сверхприбылями, а также социальными и культурными аспектами их совершения. Такие инвестиции могут дать инвестору известность, к которой он всегда стремился. Так, имя инвестора в спортивных трансляциях могут видеть миллионная аудитория по всему миру. Преимуществом такого инвестирования является публичность и открытость, а это отличная площадка для рекламы [5, с. 487]. Согласно отчету IEG Sponsorship Report, в мире произошел большой скачок в индустрии спонсорства спортивных мероприятий. В 2011 г. общее количество инвестиций составило 44 млрд. долл., в 2012 г. – 51,1 млрд. долл. А уже в 2013 г. рост инвестиций в мире составил 4,2%, что составило 53,3 млрд. долл., сообщает s-bc.ru [2]. Спонсорский вклад (финансовые средства, предоставляемое имущество, результаты интеллектуальной деятельности, оказание услуг) – это плата за рекламу, а спонсор и спонсируемый соответственно выступают в роли рекламодателя и рекламодателем. То есть спонсорство – это не безвозмездная благотворительность, а оплаченная коммуникация с уникальной аудиторией.

Поддержка физической культуры и спорта осуществляется на всех уровнях государственного управления – от федерального до муниципального. Физическая культура и спорт (ФКС) является одним из важнейших стратегических ресурсов развития полноценного и здорового общества, который активно воздействуют на различные стороны и сферы общественной жизни – политику, экономику, культуру и идеологию. ФКС способствует решению большого комплекса проблем развития человеческого потенциала и жизнедеятельности человека. Соответственно, одной из основополагающих задач государственной политики является создание условий для развития физической культуры и спорта, привлечения всего населения, в том числе детей, подростков и молодежи к активному образу жизни, к занятиям физической культурой и спортом.

Правительства стран видят спорт инструментом укрепления национального единства. Возможность ассоциировать себя с крупными событиями и командами может вызвать национальную гордость и единство в стране.

Государственные инвестиции в спорт предоставляют большую социальную мобильность для различных слоев населения. Возможность занятий спортом позволяет вывести социальное взаимодействие на новый уровень. Проведение крупных спортивных турниров – отличный способ укрепить бренд страны на международном уровне, развить туризм и показать экономические преимущества инвестиций в страну. Современное развитие отрасли физкультуры и спорта предполагает, по международным стандартам, наличие материально-технической базы, кото-

рая должна отвечать соответствующему нормативно-правовому регулированию, медицинским и экологическим стандартам. Однако на современном этапе для своевременной модернизации спортивной инфраструктуры только государственных мер недостаточно. Основная проблема – это недостаточное бюджетное финансирование строительства новых и модернизации существующих спортивных объектов. В сложившейся ситуации для реализации социально значимых задач, в частности для строительства объектов массового спорта, государство привлекает бизнес на основе государственно-частного партнерства (ГЧП). На сегодняшний день, применение ГЧП-механизмов в Российской Федерации сводится в основном к строительству, модернизации и эксплуатации объектов спортивной инфраструктуры. Приказом Министерства спорта РФ от 21 ноября 2014 г. №933 утверждены Методические рекомендации по применению механизмов государственно-частного партнерства в сфере строительства объектов массового спорта [3].

Под ГЧП понимается долгосрочное и взаимовыгодное сотрудничество публичного (государство) и частного партнеров, которое направлено на реализацию проектов ГЧП. Целью реализации таких проектов является решение задач публично-правовых образований, повышение уровня доступности и качества публичных услуг, что достигается путем привлечения частных ресурсов и разделения рисков между партнерами.

Сущность проектов ГЧП в сфере спорта заключается в том, что функции публичного сектора по строительству, реконструкции, модернизации, обслуживанию и эксплуатации объектов спортивной инфраструктуры передаются частному сектору. ГЧП объединяет два рода деятельности: во-первых – осуществление инвестиций в объекты инфраструктуры; во-вторых – эксплуатация данных объектов инфраструктуры либо оказание услуг с их помощью.

В проекте ГЧП можно выделить два этапа.

1. Первый этап связан с осуществлением инвестиций. На этом этапе публичный и частный партнеры осуществляют вложение денежных средств в объекты спортивной инфраструктуры. Данный этап можно назвать затратным этапом.
2. Второй этап связан с эксплуатацией введенных в действие объектов спортивной инфраструктуры. На этом этапе происходит оказание услуг с помощью данных объектов спорта и возврат инвестиций. Иначе данный этап можно назвать доходным этапом.

Отметим, что средний срок реализации проектов ГЧП составляет более 10 лет. Долгосрочный характер реализации проектов ГЧП в сфере строительства объектов массового спорта обусловлен необходимостью возврата денежных средств, которые вложены в проект частной стороной (в отличие от государственного заказа).

Реализация любого инвестиционного проекта связана с рисками. Под рисками понимаются вероятные изменения показателей инвестиционного проекта, как в лучшую, так и в худшую сторону. Проектные риски должны быть разделены между партнерами. Общее правило распределения рисков между сторонами сле-

дующее: каждый риск по проекту несет та сторона, которая способна наилучшим образом им управлять.

Формы реализации ГЧП следующие:

- концессионные соглашения в соответствии с Федеральным законом «О концессионных соглашениях» от 21 июля 2005 г. №115-ФЗ [1];
- соглашения о ГЧП в рамках законодательства о ГЧП;
- неконцессионные договорные формы, предусмотренные Гражданским кодексом РФ (ГК РФ), с учетом обязательных норм применимого федерального законодательства.

Ключевой момент в принятии решений об инвестировании – определение их экономической эффективности. Разрабатывая долгосрочные инвестиционные решения необходимо соотносить требуемый объем инвестиций с теми доходами, которые будут обеспечены благодаря этим инвестициям, а также необходимо провести сравнительный анализ инвестирования в различные проекты.

Так как инвестиции являются долгосрочным вложением капитала, то при оценке их эффективности необходимо применять динамический подход, который учитывает временную стоимость денег.

Под временной стоимостью денег понимается различие между равными по абсолютной величине суммами денежных средств, получаемыми в различные периоды времени.

Параметр «временная ценность денег» можно рассматривать в двух аспектах: первый аспект связан с инфляцией, т.е. с обесцениванием денежной наличности с течением времени; второй аспект связан с обращением капитала (денежных средств).

При оценке эффективности инвестиционных проектов наиболее часто применяются следующие две группы методов.

Первая – методы, которые основываются на учете временной стоимости денег (в этих методах применяется концепция дисконтирования):

- метод расчета чистой текущей стоимости проекта (net present value, **NPV**);
- метод определения внутренней нормы доходности проекта (internal rate of Return, **IRR**);
- метод определения рентабельности инвестиций (profitability Index, **PI**).

Вторая – методы, которые не учитывают временную стоимость денег:

- метод определения периода окупаемости инвестиций (payback period, **PB**);
- метод расчета бухгалтерской рентабельности инвестиций (return on investment, **ROI**).

При оценке эффективности инвестиционных проектов обязательным является оценка проектных рисков. Разработка инвестиционного проекта базируется на вполне определенных предположениях относительно инвестиционных и операционных затрат, объемов реализации услуг и цен на них, временных рамок проекта и т.п.

Однако будущее развитие событий, которые связаны с реализацией проекта, всегда неоднозначно, что делает необходимым рассмотрение в числе прочих, аспектов неопределенности и риска.

Субъекты инвестиционной деятельности обязаны учитывать все факторы, которые могут привести к убыткам. Назначение анализа риска – дать потенциальным инвесторам необходимые данные для принятия решения о целесообразности участия в

проекте и предусмотреть меры по защите от возможных финансовых потерь.

Литература

1. О концессионных соглашениях [Электронный ресурс] : федер. закон от 21 июля 2005 г. №115-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Инвестиции в спорт вырастут до 53,3 млрд. [Электронный ресурс] // Спорт Бизнес Консалтинг : официальный сайт информационного агентства. URL: <http://s-bc.ru/-news/investicii-v-sport-vyrastut-do-533-mlrd.html>.
3. Методические рекомендации по применению механизмов государственно-частного партнерства в сфере строительства объектов массового спорта [Электронный ресурс] : утв. приказом М-ва спорта РФ от 21 нояб. 2014 г. №933. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
4. Малых Н.И. Предпринимательство в сфере физической культуры и спорта [Текст] / Н.И. Малых // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. – 2012. – №8. – С. 60-76.
5. Пчелкина А.В. Инвестиции в спорт – это инвестиции в здоровую нацию [Текст] / А.В. Пчелкина // Молодой ученый. – 2015. – №12. – С. 486-489.
6. Экономика физической культуры и спорта [Текст] : учеб. для студ. учреждений высш. проф. образования / С.Н. Зозуля, М.И. Золотов, М.М. Золотов, И.Ю. Кузовлева, Е.В. Кузьмичева, Н.А. Ушакова. – М. : Академия, 2016.

Ключевые слова

Спортивная индустрия; инвестиции в спортивные сооружения; беттинг; индустрия спонсорства спортивных мероприятий; спортивная инфраструктура; государственно-частное партнерство в сфере спорта.

Малых Наталья Ильинична

Ушакова Наталья Александровна

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность выбранной темы определена ролью, которую играет спортивная индустрия в развитии физической культуры и массового спорта, обеспечивая население современными и доступными сооружениями, оборудованием, товарами и услугами. В настоящее время бизнес все основательнее проникает во все сферы деятельности человека, и такое массовое занятие как спорт не исключение. Одной из главнейших задач, стоящих перед любой спортивной организацией или фирмой – производителем спортивных товаров, услуг и информации, является задача успешного ведения бизнеса.

Авторы подчеркивают, что без притока инвестиций развитие любого направления, и, конечно же, спорта, невозможно, а приток инвестиций возможен только лишь при финансовой привлекательности и экономической выгоды направления.

В статье рассматриваются пути повышения эффективности деятельности спортивных организаций путем реализации инвестиционных проектов. Авторами дано понятие «инвестиции», раскрыты виды инвестиций по объектам инвестирования, рассматриваются существующие методики проведения оценки эффективности инвестиционных проектов.

Статья выполнена на высоком теоретическом уровне. Научная статья Малых Н.И., Ушаковой Н.А. «Осуществление инвестиционных проектов в сфере физической культуры и спорта» соответствует всем требованиям, предъявляемым к работам такого рода. Данная статья может быть рекомендована к публикации.

Овешникова Л.В., д.э.н., профессор кафедры теории и социально-экономической статистики, место работы РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Москва.

Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ