

Особенности финансирования мероприятий массового спорта на примере проведения традиционных игр в Югре

Е.А. Гуреева,

канд. экон. наук, доцент, ведущий научный сотрудник, Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова (117997, Россия, Москва, Стремянный пер.,36; e-mail: eagureeva@gmail.com)

А.В. Кыласов,

канд. экон. наук, доцент, Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова (117997, Россия, Москва, Стремянный пер.,36; e-mail: kylasov@yandex.ru)

Е.Л. Редькин,

аспирант, Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова (117997, Россия, Москва, Стремянный пер.,36; e-mail: evgenij_redkin@mail.ru)

Аннотация. В статье рассматривается структура затрат на проведение мероприятий массового спорта. Используются данные всероссийского опроса, проведенного по инициативе и финансово-организационной поддержке Общероссийской общественной организации «Федерации исконных забав и этноспорта России», научное сопровождение осуществляли учёные РЭУ им. Г.В. Плеханова. Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что мероприятия этноспорта и традиционных игр имеют не только социальный, но и потенциальный экономический эффект и оказывают положительное влияние на развитие массового спорта в регионе Югра.

Abstract. The article discusses the cost structure for activities of mass sports. Used data from the nationwide survey, conducted at the initiative and financial and organizational support of the Russian public organization "Traditional Games and Ethnosport Federation of Russia", research support was provided by scientists of Plekhanov Russian University of Economics. This study allows conclude that the events of ethnosport and traditional games are not only social, but also potential economic benefits and have a positive impact on the development of mass-sports in the Ugra region.

Ключевые слова: массовый спорт, этноспорт, структура затрат, традиционные игры, финансирование мероприятий.

Keywords: cost structure, ethnosport, financing events, mass-sports, traditional games.

В России, где проживает более 190 народов и продолжается поток мигрантов, поэтому развитие этноспорта представляется перспективным направлением спортивной отрасли. Дополнительное влияние на развитие этноспорта оказывает увеличение потоков внутреннего туризма, нарастающее в условиях санкций. Кроме того, в последнее время отмечается посещение иностранных гостей традиционных игр в разных регионах России, им открываются новые грани культурного ландшафта, где самобытные игровые традиции бытуют на фоне аутентичных обрядов и уникальных пейзажей.

Согласно анализу деятельности Федерации исконных забав и этноспорта России, большинство традиционных игр и народных праздников проводятся за счет бюджетных средств субъектов РФ, и по сути основным плательщиком за проведение подобных мероприятий является население того или иного региона¹.

Частично компенсировать затраты на организацию и проведение подобных мероприятий могут доходы, полученные организаторами во время проведения мероприятия.

В целях выявления важности для населения проведения традиционных игр и народных

праздников был проведен всероссийский опрос, проведенный по инициативе и финансово-организационной поддержке Общероссийской общественной организации «Федерации исконных забав и этноспорта России», научное сопровождение осуществляли учёные РЭУ им. Г.В. Плеханова². Репрезентативная выборка охватила 23 субъекта РФ: Белгородскую, Иркутскую, Мурманскую, Омскую, Ростовскую, Сахалинскую, Тамбовскую, Ярославскую области, Республики Башкортостан, Бурятия, Кабардино-Балкария, Калмыкия, Коми, Мордовия, Тува, Чечня, Чувашия; Камчатский, Пермский, Хабаровский край, города Москву и Санкт-Петербург, и Ханты-Мансийский автономный округ-Югру. Общий объем выборочной совокупности составил 830 респондентов.

Большинство респондентов, принявших участие в опросе, отметили особую важность проведения подобных мероприятий и их влияние на развития региона по таким показателям как улучшение имиджа, сохранение культурно-исторических традиций и увеличение туристской привлекательности региона (см. таблица 1).

¹ Кыласов А.В., Гуреева Е.А. Социокультурные и экономические аспекты проектирования традиционных игр // Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016, №3. – С. 133–138.

² Кыласов А.В., Кучмаева О.В. Результаты всероссийского опроса на тему «Готовность граждан к увеличению затрат на проведение народных праздников» // Культурное наследие России, 2016, №3 (14). – С. 51–59.

Таблица 1

Оценка значимости влияния традиционных игр и народных праздников на развитие региона (в %)

Субъекты РФ	Улучшение имиджа страны (региона)			Увеличение туристической привлекательности страны (региона)			Сохранение культурно-исторических традиций		
	Очень важно	важно	не важно	Очень важно	важно	не важно	Очень важно	важно	не важно
Российская Федерация	49	45	6	52	42	6	68	29	3
Республика Башкортостан	64	34	2	52	36	12	68	26	6
Республика Бурятия	52	44	4	66	28	6	68	26	6
Иркутская область	47	47	6	50	47	3	74	24	3
Республика Калмыкия	52	46	2	62	38	0	68	30	2
Камчатский край	57	33	10	59	35	6	65	35	0
Республика Коми	57	39	5	59	41	0	64	34	2
г. Москва	51	43	6	47	49	4	76	20	4
Омская область	57	40	4	38	55	8	75	23	2
Пермский край	13	73	13	23	65	12	54	46	0
Ростовская область	42	50	8	38	52	10	58	40	2
г. Санкт-Петербург	57	28	15	65	30	6	69	22	9
Республика Тыва	62	38	0	62	35	4	81	19	0
Хабаровский край	78	19	4	81	11	7	93	7	0
Ханты-Мансийский АО	10	84	6	22	70	8	42	58	0
Чеченская Республика	74	26	0	74	26	0	78	22	0
Чувашская Республика-Чувашия	43	50	7	41	57	2	68	32	0
Ярославская область	50	48	2	58	36	6	64	34	2
другие субъекты РФ	39	50	11	50	36	14	73	21	6

Основными мотивирующими факторами, побуждающими население к участию в традиционных играх и забавах, стали возможность получения личного опыта участия в народных играх,

забавах, плясках, возможность отведать блюда национальной кухни и научиться их готовить, а также возможность приобрести народную одежду и сувениры.

Таблица 2

Основные мотиваторы посещения традиционных игр и народных праздников (в %)

Субъекты РФ	Возможность получения личного опыта участия в играх, забавах и плясках			Возможность отведать блюда народной кухни и научиться их готовить			Возможность приобрести народную одежду и сувениры		
	Очень важно	важно	не важно	Очень важно	важно	не важно	Очень важно	важно	не важно
Российская Федерация	26	49	25	35	47	18	21	48	31
Республика Башкортостан	24	54	22	34	56	10	20	54	26
Республика Бурятия	18	54	28	30	50	20	16	48	36
Иркутская область	21	44	35	35	38	26	18	47	35
Республика Калмыкия	20	52	28	34	54	12	18	52	30
Камчатский край	25	45	29	27	51	22	25	33	41
Республика Коми	32	43	25	34	48	18	20	64	16
г. Москва	14	57	29	35	41	24	8	53	39
Омская область	40	36	25	47	38	15	26	55	19
Пермский край	6	75	19	10	75	15	2	44	54
Ростовская область	12	48	40	20	56	24	12	42	46
г. Санкт-Петербург	13	44	43	22	54	24	9	41	50
Республика Тыва	46	48	6	65	33	2	60	38	2
Хабаровский край	63	30	7	78	22	0	63	26	11
Ханты-Мансийский АО	20	72	8	30	66	4	28	68	4
Чеченская Республика	22	48	30	40	28	32	16	48	36
Чувашская Республика-Чувашия	27	57	16	25	52	23	18	50	32
Ярославская область	30	34	36	34	42	24	12	56	32
другие субъекты РФ	45	30	24	39	38	23	24	45	30

Следует отметить, что основные мотиваторы, стимулирующие людей к посещению традиционных игр и народных праздников, предусматривают денежные затраты со стороны населения на их приобретение.

Структура доходов, получаемых в дни проведения мероприятий массового спорта, существенно отличается от структуры традиционных доходов матчдэй (matchday). Обычно под доходами матчдэй подразумевается совокупность доходов, полученных в игровой день (день проведения матча), включая выручку от продажи

билетов, питание на стадионе, продажу сувенирной продукции и потребление иных услуг, предлагаемых организаторами¹. Основное отличие состоит в том, что на мероприятия массового спорта не предусматривается продажа билетов, тогда как выручка от билетных программ является существенной статьей доходов мат-

¹ Гуреева Е.А. Применение методики «готовность платить» для оценки приемлемых затрат со стороны населения на проведение традиционных игр и народных праздников в разрезе субъектов РФ // Вестник спортивной истории 2016, №5

чдэй. Основными же доходами, получаемыми во время народных гуляний, являются поступления от продажи сувениров и товаров народных промыслов, блюд народной кухни, костюмов, масок и т.п. Данные траты денежных средств со стороны населения могли бы частично компенсировать затраты организаторов на проведение такого рода мероприятий.

Авторами был изучен опыт Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, где ежегодно формируется отдельный календарь мероприятий этноспорта, состоящий из 10 региональных событий и порядка 40, проводящихся в муниципальных образованиях в течение года. Одним из основных мероприятий стали международные соревнования на Кубок Губернатора по гребле на обласах в рамках традиционного праздника народов ханты и манси Витхон хатл (поклонения Духу воды).

Гонки на обласах стали настоящей визитной карточкой Югры, когда в 2014 году эти соревнования приобрели статус международного турнира. Особый интерес зарубежных участников вызывает то обстоятельство, что они проводятся в рамках традиционного праздника поклонения водяному духу Витхону – главному персонажу верований, мифов и сказок обских угров. По древним обычаям, именно в этот день ханты впервые спускали лодки на воду, поэтому гонки на обласах – это еще и один из объектов нематериального культурного наследия обско-угорских народов. В разные годы их участниками становились спортсмены из Эстонии, Латвии, Венгрии, Финляндии, Канады и даже вожди племен Белого орла чероки из Америки и маори из Новой Зеландии.

Бюджет подготовки и проведения соревнований «Гонки на обласах» составляет 5 931 100 руб. и включают следующие статьи расходов¹:

- организационный взнос во Всемирное общество этноспорта (EWS) (17%);
- заработная плата (1%);
- подготовка мест соревнований (15%);
- обеспечение участников (25%);
- сувенирная и рекламная продукция (5%);
- награждение (5%);
- церемония открытия/закрытия (8%);
- работа со СМИ и протокольные мероприятия (4%);
- компенсация проезда иностранным участникам (20%).

Наиболее затратными являются такие статьи как внесение взносов во Всемирное общество этноспорта (EWS) и приглашение иностранных участников, включая предоставление жилья и питания, а также возмещение затрат на проезд.

На основе анализа данных, полученных в ходе проведения опроса, были выявлены суммы личные денежных средств, которые население того или иного региона готовы потратить во время проведения народных гуляний. Жители Ханты-Мансийского автономного округа стали лидерами в отношении трат во время проведение народных гуляний и готовы тратить в среднем

более 1 500 рублей. Следует отметить, что эта сумма почти в 3 раза превышает среднее значение по регионам РФ (см.таблица 3).

Таблица 3
«Готовность платить» населения за проведение традиционных игр и строительство этнопарков

Сумма денежных средств (в руб)	Доля населения, готовая потратить собственные средства			
	на покупку сувениров/блюд народной кухни/костюмов и масок во время народных гуляний (в %)		на строительство этнопарка (%)	
	ХМАО-Югра	РФ	ХМАО-Югра	РФ
0	4	11	20	28
100	0	12	34	18
300	6	20	20	17
500	24	25	20	17
1000	38	26	6	15
5000 и более	28	6	0	4

Таким образом, разделив общей бюджет мероприятия (5 931 100 руб.) на среднюю сумму, с которой готовы расстаться жители Ханты-Мансийского автономного округа – Югры (1507,5 руб.), мы получим минимальное количество посетителей, при котором данное мероприятие потенциально начинает окупаться, в данном случае – около 4 000 человек. По данным оргкомитета международных соревнований на Кубок Губернатора по гребле на обласах, данное мероприятие ежегодно посещают более 5 000 человек. Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что данное мероприятие имеет не только социальный, но и потенциальный экономический эффект.

Библиографический список:

1. Гуреева Е.А. Применение методики «готовность платить» для оценки приемлемых затрат со стороны населения на проведение традиционных игр и народных праздников в разрезе субъектов РФ // Вестник спортивной истории №5, 2016
2. Гуреева Е.А. Маркетинговые программы как составляющая часть социально-экономической эффективности мегаспортивных мероприятий // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2014. № 41. С. 467-472.
3. Гуреева Е.А., Редькин Е.Л. Система рейтингования субъектов Российской Федерации как инструмент оценки эффективности развития физической культуры и спорта в регионе // В сборнике: Современная экономика: концепции и модели инновационного развития, Материалы VIII Международной научно-практической конференции: в 3 книгах. 2016. С. 47-50.
4. Гуреева Е.А. Система рейтингования субъектов РФ как инструмент эффективного управления и распределения бюджетных средств в сфере физической культуры и спорта // Экономика и предпринимательство, №10 (ч.2), 2016. С. 209-211.
5. Кыласов А.В. Актуализация русских традиционных игр // Культурное наследие России, 2016, №2 (13). С. 73–77.
6. Кыласов А.В., Гуреева Е.А. Социокультурные и экономические аспекты проектирования традиционных игр // Вестник РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016, №3. – С. 133–138.
7. Кыласов А.В., Кучмаева О.В. Результаты всероссийского опроса на тему «Готовность граждан к увеличению затрат на проведение народных праздников» // Культурное наследие России, 2016, №3 (14). – С. 51–59.
8. Сухановский Ю.А., Мацуленко А.А. Задачи спортивного маркетинга. Путеводитель предпринимателя. 2014. № 23. С. 278-287.

¹ Согласно утвержденной смете на проведение данного мероприятия.