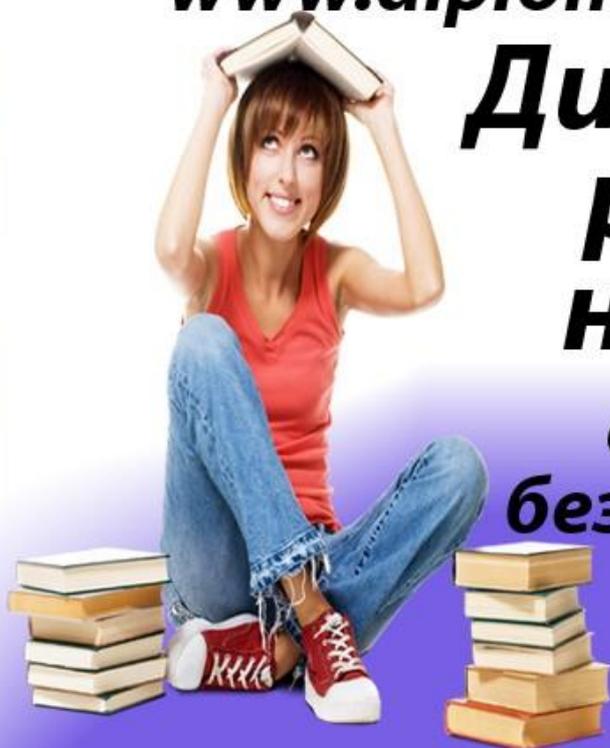


www.diplomstudent.net

Дипломные работы на заказ

**от автора
без предоплаты**



3.2. Мероприятия, направленные на повышение активности иностранных инвесторов в сфере ФКиС

Представленное выше исследование позволило выделить слабые места России, которые препятствуют привлечению зарубежных инвестиций во все отрасли экономики России в целом, и в отрасль спорта, в частности: 1) повышение инвестиционной привлекательности России в целом и отрасли спорта в частности, за счет развития наиболее перспективных направлений спорта; 2) сокращение административных барьеров путём увеличения эффективности национального законодательства и снижения высокого уровня бюрократии, а также за счет прозрачности системы регулирования предпринимательской деятельности; 3) упрощение и прозрачность экономики для привлечения новых инвесторов; 4) снижение налоговой нагрузки; 5) совершенствование законодательной базы по регулированию иностранных инвестиций, защиты инвесторов; 6) совершенствование развития спортивных кластеров, в том числе за счет совершенствования институционального обеспечения формирования кластеров, организационно-правового обеспечения формирования кластеров; экономического механизма стимулирования кластерных инициатив; форм продвижения международных кластеров; 7) совершенствование финансовых мер поддержки (в т.ч. налоговые и бюджетные льготы, инвестиционные кредиты) инвестиционной деятельности в сфере физической культуры и спорта. Рассмотрим подробнее выше предложенные мероприятия.

Повышение инвестиционной привлекательности отрасли спорта России возможно за счет развития наиболее перспективных направлений спортивной индустрии. Порог для входа на спортивный рынок никогда не был таким низким: растёт вовлечение аудитории, увеличивается количество и качество спортивного инвентаря, а также появляются все новые виды спорта. Сейчас большинство рынков стали особенно восприимчивы к спорту. Однако спортивной индустрии приходится все усерднее работать - привлекать и сохра-

нять большее количество болельщиков. Чтобы полноценно использовать возможности маркетинга в спорте, необходимо знать, что происходит в спортивной индустрии на данный момент и как это может повлиять на позиционирование компаний. Компания Nielsen [50] взяла интервью у руководителей брендов, медиадистрибьюторов и правообладателей спортивного рынка и, проанализировав их совместно с мнением собственных экспертов, выявила 5 трендов, характеризующих спортивную индустрию в 2018 году, рисунок 3.5.



Рисунок 3.5. Главные коммерческие тренды спортивной индустрии в 2018г.[50]

Тренд 1. Эволюция Медиадистрибьюторов. На эволюцию медиа влияют два главных фактора. Во-первых, активное развитие технологий: быстрое распространение смартфонов, скоростной интернет, развитие социальных сетей, а также увеличение доли «цифрового поколения» и повышение полезности больших данных. Во-вторых, изменение потребительских предпочте-

ний: переход с традиционных медиа на диджитал-среду, просмотр видеоконтента вне дома, совместный просмотр и использование онлайн-контента в социальных сетях и других нетрадиционных каналах коммуникации. Все это открывает новые возможности для спорта. Главный вопрос в спортивном бизнесе остается тот же: как привлечь больше болельщиков к трансляциям, если традиционный телевизионный канал теряет свою популярность, а медиаландшафт непрерывно меняется? В течение нескольких последних лет на многих развитых рынках телевидение приносило наибольшую выручку среди остальных СМИ. Сегодня этот медиаканал находится под большим давлением с разных сторон- начиная от перенасыщенности рынка различными медиа и недорогими подписками на интернет-каналы и заканчивая не всегда релевантным аудитории контентом. Главными драйверами изменения потребления контента спортивных медиа стали интернет-гиганты. Например, Facebook начал активно внедрять спортивный контент с августа 2017 года, запустив сегмент watch, и уже в сентябре купил права на показ Премьер-лиги по крикету в Индии за 600 млн. долларов. «Для меня видео - мегатренд, и я буду продолжать делать на него ставку при создании приложений»,- говорит Марк Цукерберг. В декабре SportsBusiness Journal опубликовал информацию, что Facebook планирует потратить на спортивные права более 1 млрд долларов по всему миру. Так, в январе 2018-го стартовал онлайн-сериал с Томом Брэди (игрок в американский футбол), были приобретены эксклюзивные права на показ World Surf League, для переговоров по глобальным спортивным правам был приглашен генеральный директор Eurosport Питер Хаттон. Более того, за февраль - март 2018 года Facebook договорился с видеохостингом Marca Claro на показ Олимпийских игр в 2018 и 2020 годах, а также купил права на показ 25 игр MLB (Главная лига бейсбола в США) в 2018 году. В перспективе в ближайшие годы интерес пользователей соцсети к подобному спортивному контенту будет только увеличиваться.[50]

С другой стороны, заметны изменения и среди самих традиционных медиа: происходит консолидация крупных СМИ для более эффективной работы и конкуренции с интернет-гигантами, например в тендерах по продаже прав на трансляцию того или иного спортивного события. Так, для освещения в России Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России™ права были предоставлены консорциуму «2 Спорт 2», в который входят Первый канал, ВГТРК и «Матч ТВ». Внедряются также продукты «прямого доступа для болельщиков» (D2C) от медиахолдингов или правообладателей, например ESPN- американский кабельный спортивный телевизионный канал, показывающий NFL, NBA, MLB, NCAAF, Soccer, F1 и другие лиги. Спортивные программы транслируются через интернет и предоставляют зрителям бесплатный контент на ТВ, ноутбуке или мобильном телефоне. В ближайшем будущем продукты D2C могут стать вызовом для медиакомпаний, так как в этой сфере создается все больше различных пакетов прав. Очевидно, что распространение спортивного контента находится на пороге глубоких перемен. Сейчас для болельщиков наступило весьма захватывающее время, возможности просмотра любимых видов спорта огромны. Владельцам спортивных прав важно использовать этот период перемен, чтобы оценить эффективность и спланировать способы предоставления контента. Традиционные медиа сейчас также находятся под сильным давлением со стороны технологических интернет-гигантов, поэтому особенно важно находить и предоставлять наиболее релевантный контент для привлечения новых и удержания постоянных болельщиков.[50]

Тренд 2. Развитие киберспорта.

Количество болельщиков киберспорта заметно увеличивается, например в 2017 году, по сравнению с 2016 годом, в США их стало на 29% больше, в Великобритании на 34%, во Франции на 34%, в Германии на 30%, в Японии на 39%. В свою очередь, усилия по коммерциализации и новые форматы работы с аудиторией привлекают в этот спорт все больше

спонсоров. Главным инновативным примером стал симулятор виртуальных гонок от команды McLaren в Formula 1, привлечший внимание более 60 000 геймеров. Формула Е и NASCAR тоже начали разрабатывать онлайн-соревнования по спорту, что говорит об актуальности развития в неклассических медиа. Есть два основных фактора эволюции киберспорта. Во-первых, инвестиции растут активными темпами, особенно это заметно в сегменте non-endemic (спонсоры, чьи продукты никак не относятся к киберспорту), доля которого составляет 39% от всех спонсоров (согласно медиаисследованию 15 крупнейших событий в 2017 году Nielsen Esports24). Во-вторых, инвестиции в киберспорт увеличиваются за счет более широкого использования развлекательного и инновационного контента в активациях бренда, в которых спортсмены и спортивные команды сейчас участвуют с большим энтузиазмом. Главным примером активаций для брендов является платформа Twitch, принадлежащая Amazon, которая легко составила конкуренцию таким широко известным платформам, как YouTube, Facebook и Twitter. Twitch заключил одну из самых масштабных сделок - купил эксклюзивные права на Overwatch League на 2018 и 2019 годы, а также получил права на первый сезон Лиги НБА 2К в 2018 году. Если посмотреть на цифры, то в 2017 году Twitch посещало более 15 млн. уникальных пользователей ежедневно и было создано более 124 млн. видеороликов за год. Киберспорт все еще зарождающийся рынок, и его аудитория быстро растет. В ближайшем будущем доходы от этого вида спорта будут увеличиваться.

Тренд 3. Диджитал-тенденции в спортивном контенте. Есть 4 главных фактора, которые напрямую влияют на спортивный контент. Во-первых, концентрация внимания аудитории сокращается. Во-вторых, все большее количество организаций соревнуется за потребительское внимание. В-третьих, медиапотребление через смартфон интенсивно увеличивается: если в 2008 году в среднем потребители проводили за мобильным телефоном 0,3

часа в день, то в 2016 это уже 3,1 часа. И в-четвертых, младшее поколение смотрит ТВ и длинные спортивные передачи все меньше. Чтобы оставаться актуальными, медиаорганизации ищут новые способы привлечения спортивной аудитории, экспериментируя с новыми технологиями, в том числе с анимированными чатами, приложениями с дополненной и виртуальной реальностью, устройствами с голосовым управлением. Идет также большая работа по совмещению медиа с цифровыми сервисами, такими как Spotify, Apple, Uber и Amazon Prime. Например, в преддверии Рождества 2017 года Seattle Seahawks сотрудничали с Uber Eats, чтобы позволить потребителям покупать клубную атрибутику через сети доставки еды. Еще одной важной тенденцией стало привлечение к спортивному контенту известных всему миру спортсменов и лидеров мнений (инфлюенсеров) в социальных сетях. Например, у Криштиану Роналду уже более 120 млн. подписчиков в сети Facebook; аудитория футболиста превышает аудиторию официальной страницы клуба «Реал Мадрид», за который он играет. Коммерческая ценность спортсменов растет- сейчас они способствуют развитию новых форматов взаимодействия с целевой аудиторией.

Социальные сети также дали начало новым - нативным-медиа, которые чаще всего управляются молодым поколением, создающим актуальный контент для своих сверстников. Это, например, Dude Perfect в США, JOE Media в Великобритании и спортивный влог по прыжкам в воду в России. Большинство крупных брендов и традиционных СМИ начинают все больше взаимодействовать с нативными медиа для создания уникальных форматов контента. Интерес брендов к спонсорству, основанному на качественном контенте, является одним из главных способов получения дохода, поэтому ведущие правообладатели усиленно работают над спортивным контентом, создавая новые продукты в сфере D2C, например UFC's Fight Pass - сеть, которая будет транслировать уникальный контент, оригинальные программы, видеоархив Zufa, а также поединки в прямом эфире. Спортивный медиа-

контент сегодня активно меняется, предоставляя огромные возможности для привлечения новых аудиторий.

Тренд 4. От спонсорства к партнерству.

Спонсорство дает брендам уникальную комбинацию преимуществ. Первое, и самое главное, - это присутствие в СМИ в рамках спортивных трансляций. Второе - узнаваемость бренда, что впоследствии напрямую влияет на имидж компаний. В-третьих, знание своей целевой аудитории, ее сегментации и поведения. В-четвертых, уникальные возможности в сфере B2B. В-пятых, эксклюзивные активации брендов. Наконец, увеличение продаж - опосредованно, через маркетинговые коммуникации на стадионах, или же через прямое присутствие на стадионах. Сегодня спонсорство активно развивается в рамках двусторонних отношений, и наиболее успешными спонсорами становятся те, кто придерживается правильных и партнерских отношений. Правообладателям важно иметь широкий кругозор, чтобы быть успешными на спортивном рынке: а) знать маркетинговые стратегии брендов и согласовывать с ними спонсорские предложения; б) знать свою целевую аудиторию; в) быть гибкими в отношении требований к брендам; г) оказывать помощь партнерам в создании привлекательного контента. Успех ведущих правообладателей заключается в том, что они начинают свои спонсорские переговоры с понимания индивидуальных целей и задач брендов. Гибкость и открытость в условиях договора также являются главными принципами успеха долгосрочных и прибыльных отношений. Хорошим примером является вращающийся подиум на Гран-при в Мексике от Formula 1 и Heineken, на котором DJ Hardwell выступил перед зрителями после гонки. Для проведения такого мероприятия потребовались значительные инвестиции, но оно окупилось за счет уникального опыта посетителей и за счет интересного контента. В России хоккейный клуб «Спартак» (Москва) запустил в 2017 году оригинальный проект к 8 Марта - хоккеист в «Тиндере», мобильном приложении, в котором можно заводить знакомства, а известный

рэпер Баста выступал 17 февраля на «Матче всех звезд» Единой лиги ВТБ в Петербурге. Такие мероприятия обогащают опыт болельщиков, укрепляют их эмоциональные и социальные связи с командами.[50]

Партнерства с технологическими компаниями тоже являются примерами успешных двусторонних отношений. Правообладатели получают ИТ-поддержку от таких брендов, как SAP, IBM и Microsoft, а последние, в свою очередь, используют широкие возможности для сторителлинга о том, как они поддерживают запуск CRM-систем и собирают статистику для болельщиков и спонсоров. Например, SAP предоставляет НХЛ статистику по болельщикам, что впоследствии используется как активация бренда SAP. Чтобы убедить бренды инвестировать и чтобы партнерские отношения были перспективными, правообладатели анализируют подробные данные о болельщиках. Эти данные собираются со всех точек соприкосновения (стадионы, социальные сети, трансляции, рассылка электронных писем). Некоторые спонсоры подключаются к совместному сбору и анализу данных. Кроме того, правообладатели работают со специализированными организациями, чтобы обработать большие данные и изучить различные сегменты своих целевых аудиторий. Сегодня многие партнерства по-прежнему строятся на базовом подходе- возможности размещения брендинга. А умные и эффективные инвестиции остаются одной из самых сложных задач. Однако спонсорство в перспективе может быть более полезным и прибыльным, чем когда-либо прежде.

Тренд 5. Спорт в пользу общества.

В последние годы отношения между спортом и обществом активно изменяются, и спорту важно оставаться на передовой этих изменений. Вопросы равенства, пола, расы и заботы об окружающей среде наиболее востребованы в СМИ и напрямую влияют на спортивный бизнес. В изменяющемся обществе хорошим ресурсом для брендов является демонстрация потребителям своих целей и социальной полезности. 66% людей в мире готовы

платить больше за бренды, которые решают экологические проблемы, рисунок 3.6. В этом смысле спонсорство может стать отличной платформой для трансляции этих сообщений. Например, ведущие правообладатели, такие как NBA, уже хорошо себя зарекомендовали, реализуя социально ориентированные программы. В то же время государственные инициативы по пропаганде здорового образа жизни на Ближнем Востоке, такие как Daman's ActiveLife и 30 x 30 Fitness Challenge, тоже повлияли на активное вовлечение населения.

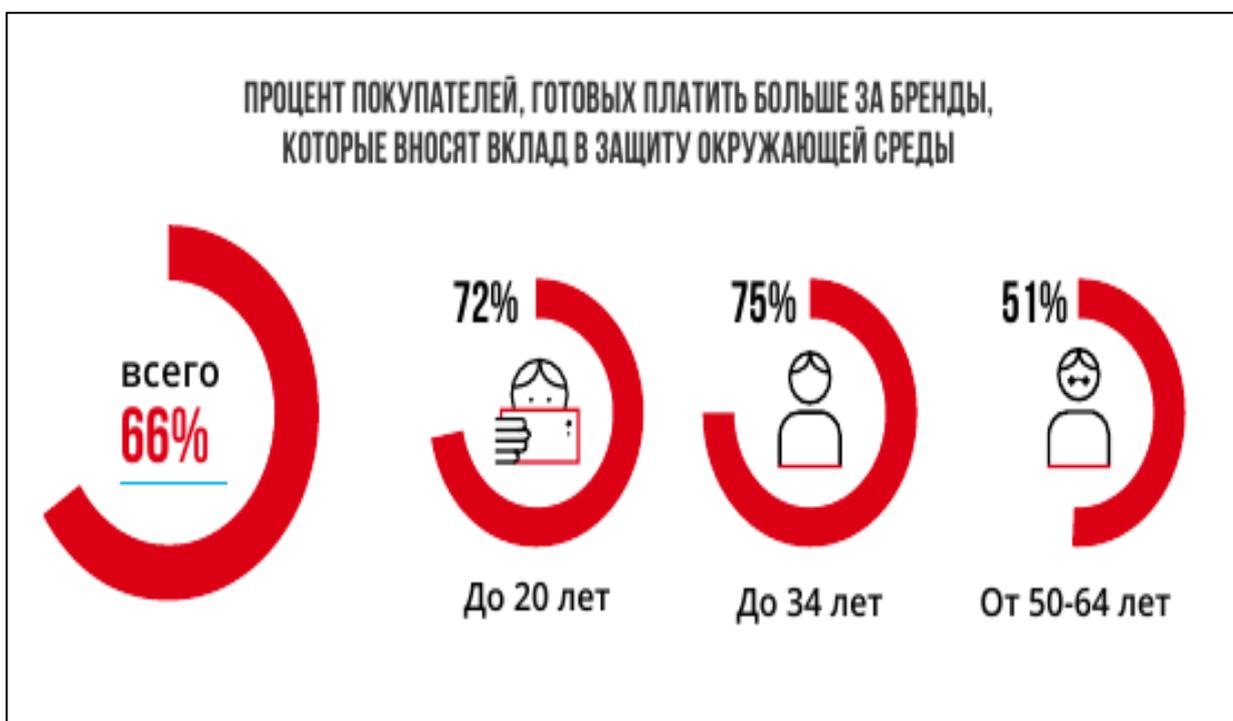


Рисунок 3.6. Процент людей, готовых платить больше за бренды, которые решают экологические проблемы[50]

Российский спорт не находится в стороне тренда социальной ответственности- например, ФК «Спартак» вместе с Takeda запустили программу по предотвращению инсультов, а один из болельщиков этого клуба, перенесший инсульт, участвовал в открытии матча. Женский спорт становится все более интересным для правообладателей, СМИ и брендов. Этот сектор быстро развивается за счет повышенного внимания со стороны аудитории и вследствие тенденции к гендерному равенству. Стоит отметить, что в прошлом году было запущено несколько новых форматов женского

спорта. Например, федерация регби запустила URK Tyrrells Premier 15s. В 2017 году был открыт доступ на спортивные стадионы для женщин в Саудовской Аравии, прошел первый женский футбольный симпозиум CAF, а Харманприт Каур стала первой женщиной, играющей в крикет в Индии.

У аудитории есть ожидания в отношении спортивной индустрии: болельщики хотят видеть вклад спонсоров и правообладателей в решение социальных и экологических проблем. Активации и проекты, которые ответят на сформированный общественный запрос, могут рассчитывать на более качественный отклик и вовлечение аудитории. Таким образом, выше были рассмотрены главные коммерческие тренды спортивной индустрии России в 2018г., а следовательно, для повышения инвестиционной привлекательности отрасли спорта России необходимо развитие этих направлений.

Кроме выше перечисленных направлений, одним из перспективных являются- спортивные кластеры, об этом свидетельствует зарубежный опыт. В международной практике кластерные формы организации отраслевого бизнеса доказали свои неоспоримые преимущества. Сегодня спорт, превращаясь в глобальный бизнес, также осваивает кластерную форму организации бизнес-среды. Эксперты констатируют, что спортивные технологии (SportsTech) - это стремительно развивающаяся перспективная область мировой спортивной отрасли. Американские исследования прогнозируют, что к 2021 году рынок спортивных технологий превысит 113 млрд. долларов. Поэтому интеграция спортивных технологий в спортивно-образовательные культурные кластеры становится сегодня одним из мировых трендов развития спорта. Зарубежный опыт демонстрирует успешные практики по формированию новой технологической базы для развития спортивно-образовательных культурных кластеров, в которых интегрированы научные достижения в области теории физического воспитания, психологии, информатики, медицины, биомеханики, биотехнологий и нанотехнологий (Сингапур, Ирландия). Ученые выяснили, что от создания спортивно-

образовательных кластеров больше всего выигрывают местные компании и фирмы. Кроме того, научно доказано, что регионы, в которых созданы спортивно-образовательные кластеры, развиваются быстрее, гармоничнее и эффективнее в сравнении с теми территориями, где подобные кластеры отсутствуют.

Таким образом, для развития спортивных кластеров в России является необходимым проведение следующих мероприятий: 1) Институциональное обеспечение формирования кластеров: а) образование в регионах комиссий по кластерам при областных комитетах по экономике, которые будут осуществлять организационную поддержку процессов внесения изменений в законодательство, направленных на развитие кластеров в регионе; проведение мероприятий по развитию кластерных инициатив; экспертиза кластерных проектов; мониторинг и оценку деятельности по созданию кластеров; содействие в преодолении административных и бюрократических барьеров в организации и развитии кластеров в регионе; б) создание в регионах некоммерческих организаций (промышленных ассоциаций и центров кластерного развития), способствующих процессу формирования и развития кластеров, в т.ч. международных; 2) совершенствование организационно-правового обеспечения формирования кластеров: а) разработка методических и практических материалов по созданию кластеров в помощь руководителям региона и предпринимателям; б) пропаганда в обществе идей и преимуществ, связанных с созданием кластеров; подготовка представителей власти, деловых кругов и общественных институтов посредством проведения семинаров, круглых столов, рабочих групп, конференций с целью развития кластерных инициатив; в) подбор и обучение специалистов, которые призваны распространять идеи кластеров; г) идентификация кластеров в регионе, анализ их конкурентоспособности; д) разработка и реализация кластерных проектов; е) мониторинг деятельности кластеров, пользующихся господдержкой; 3) совершенствование экономического механизма стимулирования кластерных

инициатив: а) финансирование (в т. ч. на условиях государственно-частного партнерства) создания в регионе субъектов кластерной инфраструктуры (центры кластерных инициатив, центры государственно-частного партнерства, промышленные ассоциации и др.); б) конкурсное финансирование инвестиционных кластерных проектов (например, технического развития поставщиков, образовательные проекты, проекты создания товаропроводящих сетей за рубежом и др.); в) предоставление льготных кредитов и/или гарантий для инвестиционных проектов, направленных на развитие кластеров; г) предоставление грантов на обучение субъектов кластера; 4) совершенствование форм продвижения международных кластеров: в сети интернет, торгово-экономические связи, проведение международных конференций, осуществление переговоров с иностранными инвесторами и международными донорами, проведение и участие в инвестиционных форумах, проведение конкурса среди кластеров и учреждение ежегодной награды лучшему кластеру и др. Итак, выше были рассмотрены мероприятия, направленные на развития спортивных кластеров в России. Не лишним будет подробнее остановиться на финансовых мерах поддержки (в том числе налоговых и бюджетных льгот, инвестиционных кредитах). Финансовые меры поддержки инвестиционной деятельности в сфере физической культуры и спорта в РФ должны включать в себя проведение следующих мероприятий: предоставление дополнительных налоговых льгот, совершенствовать реализацию инвестиционных проектов с использованием механизмов ГЧП, предоставление земельных участков без проведения торгов, рассмотрение проекта на рабочей группе по улучшению инвестиционного климата, публичное размещение информации об инвестиционных проектах (объектах), таблица 3.1.

Кроме выше перечисленного, следует отметить, что в настоящее время инвесторы сталкиваются с невозможностью определить финансово-экономические параметры проекта. Отсутствие типовых проектных решений не позволяет частным инвесторам оценить экономическую целесообразность

Таблица 3.1

Необходимые меры государственной поддержки инвестиционной деятельности в сфере физической культуры и спорта

Документы, в соответствии с которыми предоставляются господдержка (номер, дата принятия)	Объемы предоставления (финансирование, процентные ставки, размеры льгот и др.)	Получатели	Возможные условия предоставления
ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ			
Закон субъекта РФ о предоставлении налоговых льгот организациям, осуществляющим инвестиционную деятельность в сфере физической культуры и спорта, содержащий критерии предоставления льгот Закон муниципального образования об установлении льгот по земельному налогу	- освобождение от уплаты налога на имущество организаций, созданного и (или) приобретенного, а также введенного в эксплуатацию в рамках реализации инвестиционных проектов имущества; - применение льготной налоговой ставки по налогу на прибыль организаций.	- субъекты инвестиционной деятельности - и (или) субъекты, осуществляющие инвестиционную деятельность в сфере физической культуры и спорта	- реализуется инвестиционный проект с определенными финансовыми параметрами в определенной отрасли (физическая культура и спорт).
РЕАЛИЗАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕХАНИЗМОВ ГЧП			
Постановление о мерах по развитию ГЧП; Положение о порядке и случаях заключения концессионных соглашений на срок, превышающий срок действия утвержденных лимитов бюджетных обязательств для целей предоставления субсидий в соответствии с п. 6 ст. 78 БК РФ, Постановление о наделении полномочиями по приему заявок на заключение концессионных соглашений в порядке частной финансовой инициативы	предоставление частному партнеру в целях создания и (или) реконструкции и эксплуатации частным партнером объектов инфраструктуры (с возможностью его дальнейшей эксплуатации в течение определенного срока): - земельных участков, находящихся в собственности публичного партнера, или государственная собственность на которые не разграничена и распоряжение которыми относится к полномочиям публичного партнера; - иного находящегося в собственности движимого и (или) недвижимого имущества.	частные партнеры – российские или иностранные юридические или физические лица, заключившие соглашение о ГЧП/ концессионные соглашения, направленное на осуществление деятельности по строительству, реконструкции (модернизации) и (или) эксплуатации объектов физической культуры и спорта	- реализация проектов, направленных на решение задач социально-экономического развития, муниципальных образований; - обеспечение эффективности использования имущества, находящегося в собственности региона и (или) муниципальных образований, - повышение качества товаров, работ, услуг. Выбор частного партнера производится на конкурсной основе
ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ БЕЗ ПРОВЕДЕНИЯ ТОРГОВ			
Закон субъекта РФ о критериях объектов и инвестиционных проектов, в отношении которых предоставляются земельные участки без проведения торгов	договор аренды земельного участка заключается без торгов в случае предоставления земельного участка в целях реализации масштабных инвестиционных проектов, объектов социально-культурного и коммунально-бытового назначения	юридические лица, реализующие масштабные инвестиционные проекты	соответствие инвестиционного проекта одному из критериев масштабного инвестиционного проекта: - реализация проекта с использованием механизмов государственно-частного партнерства; - создание и развитие инфраструктуры физической культуры и спорта; - создание в результате реализации дополнительных рабочих мест.
РАССМОТРЕНИЕ ПРОЕКТА НА РАБОЧЕЙ ГРУППЕ ПО УЛУЧШЕНИЮ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА			
Распоряжение главы региона о создании рабочей группы по улучшению инвестиционного климата	решение спорных вопросов инвесторов, возникающих в ходе реализации инвестиционных проектов	инвесторы, инициаторы инвестиционных проектов	решение уполномоченного лица
ПУБЛИЧНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ ОБ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТАХ (ОБЪЕКТАХ)			
Постановление правительства субъекта РФ о перечне приоритетных инвестиционных проектов, о перечне объектов, в отношении которых планируется заключение концессионных соглашений	включение информации об инвестиционном проекте, объектах, в отношении которых планируется заключение концессионных соглашений, размещаемых на официальном сайте публичного партнера	инвесторы, инициаторы инвестиционных проектов, предложений, реализуемых или планируемых к реализации на территории региона	- сведения об инвестиционных проектах, представленные исполнительными органами государственной, структурными подразделениями администрации региона, органами местного самоуправления мун. образований, организациями по привлечению инвестиций и работе с инвесторами.

реализации того или иного проекта. На практике это приводит к существенному удорожанию каждого такого проекта. Для решения данной задачи необходимо создать базу типовых проектов, повторное применение которых в различных регионах может не только снизить стоимость проекта, но и при наличии которых инвестор с большей долей уверенности сможет принять для себя решение об участии в создании объектов в сфере физической культуры и спорта в рамках государственно-частного партнерства. Проекты повторного применения должны и могут быть подготовлены таким образом, чтобы в рамках реализации проекта публичный и частный партнеры могли принимать решения о целесообразности участия в проекте в более сжатые сроки. В рамках предварительного анализа возможности реализации проекта ГЧП инвестором производить расчеты показателей экономической эффективности проекта. При наличии типовых проектов инвестор получит возможность проведения экспресс-анализа предварительных технико-экономических параметров проекта, исходя из которых, возможно рассчитать доходность проекта. Таким образом, наличие типовых решений по проектам ГЧП также сможет сократить сроки проведения необходимых процедур, в том числе обязательной оценки эффективности проекта. К типовым объектам, создание которых целесообразно осуществлять с применением механизмов государственно-частного партнерства, необходимо отнести: физкультурно-оздоровительные комплексы, спортивные центры с футбольными полями, ледовые дворцы спорта. Создание вышеназванных объектов в совокупности позволит решить основные задачи отрасли, а именно создание условий для занятий массовым спортом, для развития спорта высших достижений и формирования и подготовки спортивного резерва. Ниже представим описание трех инвестиционных типовых проектов различных типов:

1) Типовой проект реконструкциями спортивного комплекса с футбольными полями. Вид спорта: футбол, баскетбол, бокс, волейбол, теннис и другие базовые виды спорта. Объект: спортивный комплекс с футболь-

ными полями, таблица 3.2(Приложение 4). Объект может использоваться для оказания следующих видов услуг: проведение массовых занятий спортом; проведение мероприятий по организации и проведению тестирования населения по выполнению государственных требований Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО); проведение спортивно-зрелищных мероприятий и (или) оказание спортивных услуг в рамках муниципальных и (или) государственных программ; организация и проведение учебно-тренировочного процесса детско-юношеского спорта; организация корпоративных посещений работников предприятий и организаций; иные (сопутствующие) спортивно-оздоровительные услуги населению. Техничко-экономические характеристики спортивного комплекса с футбольными полями представлены в таблице 3.2 (Приложение 4).

Оптимальная юридическая модель создания объекта:

В случае, когда речь идет о реконструкции существующего объекта, представляется, что возможной юридической моделью реализации подобного проекта может являться договор аренды с инвестиционными условиями, заключенный на основании ГК РФ и ФЗ от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции». В соответствии с таким договором аренды арендодатель (публичный партнер)предоставляет арендатору (частному партнеру) во временное владение и пользование за плату в объект недвижимого имущества, относящийся к объектам физической культуры и спорта, находящийся в собственности публичного партнера и свободный от прав третьих лиц. Объект аренды подлежит реконструкции (или капитальному ремонту), что формирует инвестиционные условия договора аренды, рисунок 3.7. Договор аренды заключается по результатам торгов (конкурса или аукциона) проводимых в порядке, предусмотренном ст. 17.1 ФЗ от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» и Правилами проведения конкурсов или аукционов, утвержденными приказом ФАС России от 10.02.2010г. № 67. Публичный партнер в рамках такой модели не вправе предоставить частному

инвестору капитальный грант или иную субсидию, так как подобные меры не предусмотрены бюджетным законодательством. Однако государство может заключить в такой ситуации государственный контракт в соответствии с Законом №44-ФЗ(так называемый «сервисный контракт»), в рамках которого исполнитель(частный партнер) будет получать оплату за осуществление обслуживания объекта и организацию его использования по целевому назначению.

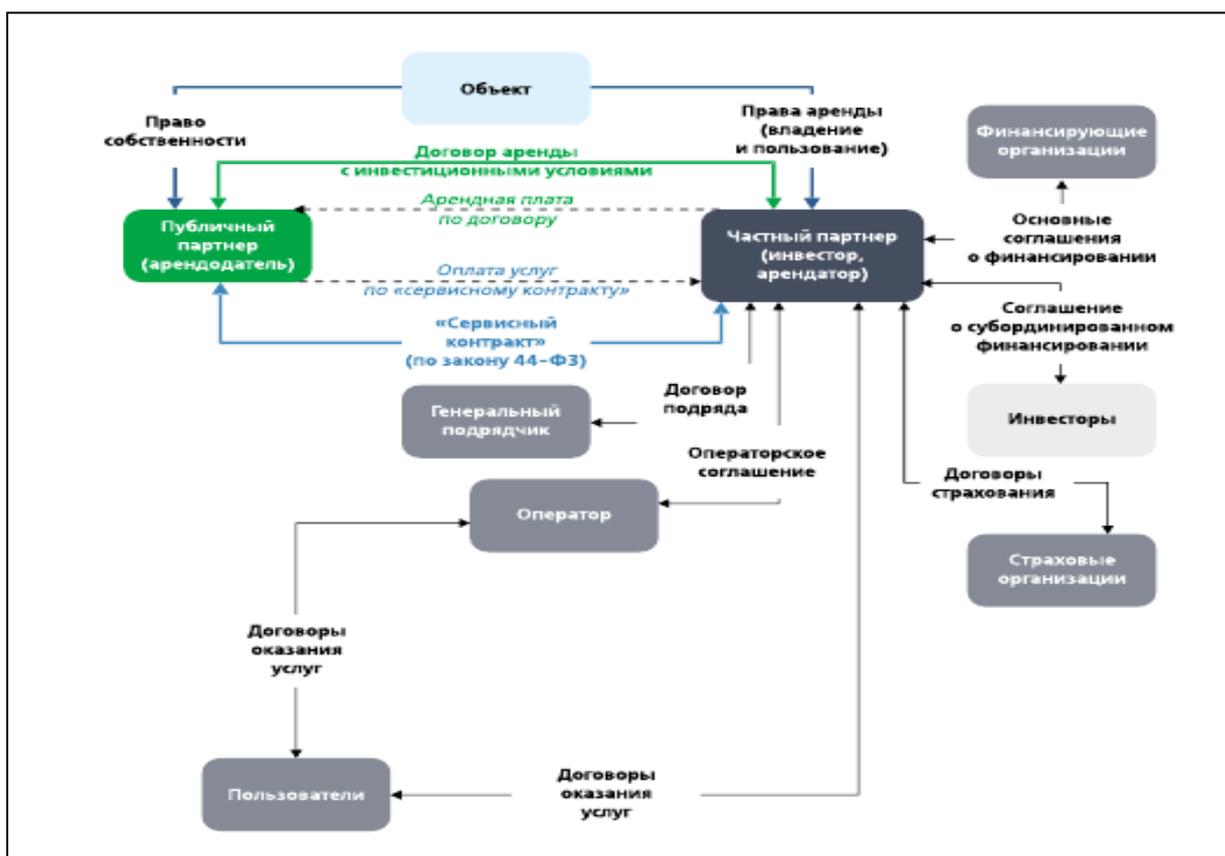


Рисунок 3.7. Схема юридической модели создания объекта на основании договора аренды с инвестиционными условиями

Мероприятия, необходимые для реализации проекта на основании договора аренды с инвестиционными условиями представлены в таблице 3.3 (Приложение 4). Рассмотрим финансово-экономические показатели. Общий объем затрат: ориентировочный объем затрат составляет 127 000 тыс. руб. с НДС. Срок строительства: ориентировочный срок проведения строительных работ 12 месяцев.[45] Денежные потоки по проекту представлены на рисунке 3.8. Показатели бюджетной эффективности проекта для публич-

ного партнера: бюджетная эффективность проекта подтверждается поступлениями в бюджет различных уровней (в зависимости от системы налогообложения, которую использует инвестор). Показатели бюджетной и инвестиционной привлекательности для частного инвестора представлены в таблице 3.4-3.5. (Приложение 4).



Рисунок 3.8. Денежные потоки по проекту: Спортивный комплекс с футбольными полями, млн. руб.[45]

Реализация проекта способствует достижению следующих социальных эффектов: обеспечение инфраструктурных условий для реализации целевых программ в сфере физической культуры и спорта, в том числе обеспечение населения спортивными объектами в шаговой доступности; развитие массового спорта; увеличение доли населения, систематически занимающегося физической культурой и спортом в регионе, развитие здорового образа жизни; создание новых рабочих мест и иные.

Вывод: Проект может быть тиражирован, в рамках государственной поддержки проекта возможно обеспечить фиксированный спрос на услуги спортивного комплекса с футбольными полями (сервисный контракт).

2) Типовой проект: Строительство физкультурно-оздоровительного комплекса с бассейном. Вид спорта: плавание. Объект: физкультурно-оздоровительный комплекс с бассейном. Техничко-экономические характеристики физкультурно- оздоровительного комплекса с бассейном представлены в таб-

лице 3.5.(Приложение 4).Объект может использоваться для оказания следующих видов услуг: проведение массовых занятий по плаванию; проведение мероприятий по организации и проведению тестирования населения по выполнению государственных требований Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО); проведение спортивно-зрелищных мероприятий и (или) оказание спортивных услуг в рамках муниципальных и (или) государственных программ; организация и проведение учебно-тренировочного процесса детско-юношеского спорта; организация корпоративных посещений работников предприятий и организаций; иные (сопутствующие) спортивно-оздоровительные услуги населению.

Оптимальной юридической моделью для реализации подобного проекта (строительства нового объекта) является концессионное соглашение, заключаемое в соответствии с Законом о концессионных соглашениях. Процесс заключения концессионного соглашения может быть организован либо путем проведения открытого конкурса, либо в порядке частной инициативы инвестора. При этом публичный партнер может предусмотреть возможность как предоставления капитального гранта (в периоде строительства объекта), так и плату концедента (в периоде эксплуатации объекта). Кроме того, доходность концессионера может обеспечиваться за счет платы пользователей. По концессионному соглашению одна сторона (концессионер)обязуется за свой счет создать и (или) реконструировать определенное этим соглашением имущество (недвижимое имущество или недвижимое имущество и движимое имущество, технологически связанные между собой и предназначенные для осуществления деятельности, предусмотренной концессионным соглашением), право собственности на которое принадлежит или будет принадлежать другой стороне (концеденту), осуществлять деятельность с использованием (эксплуатацией) объекта концессионного соглашения, а концедент обязуется предоставить концессионеру на

срок, установленный этим соглашением, права владения и пользования объектом концессионного соглашения для осуществления указанной деятельности, рисунок 3.9.

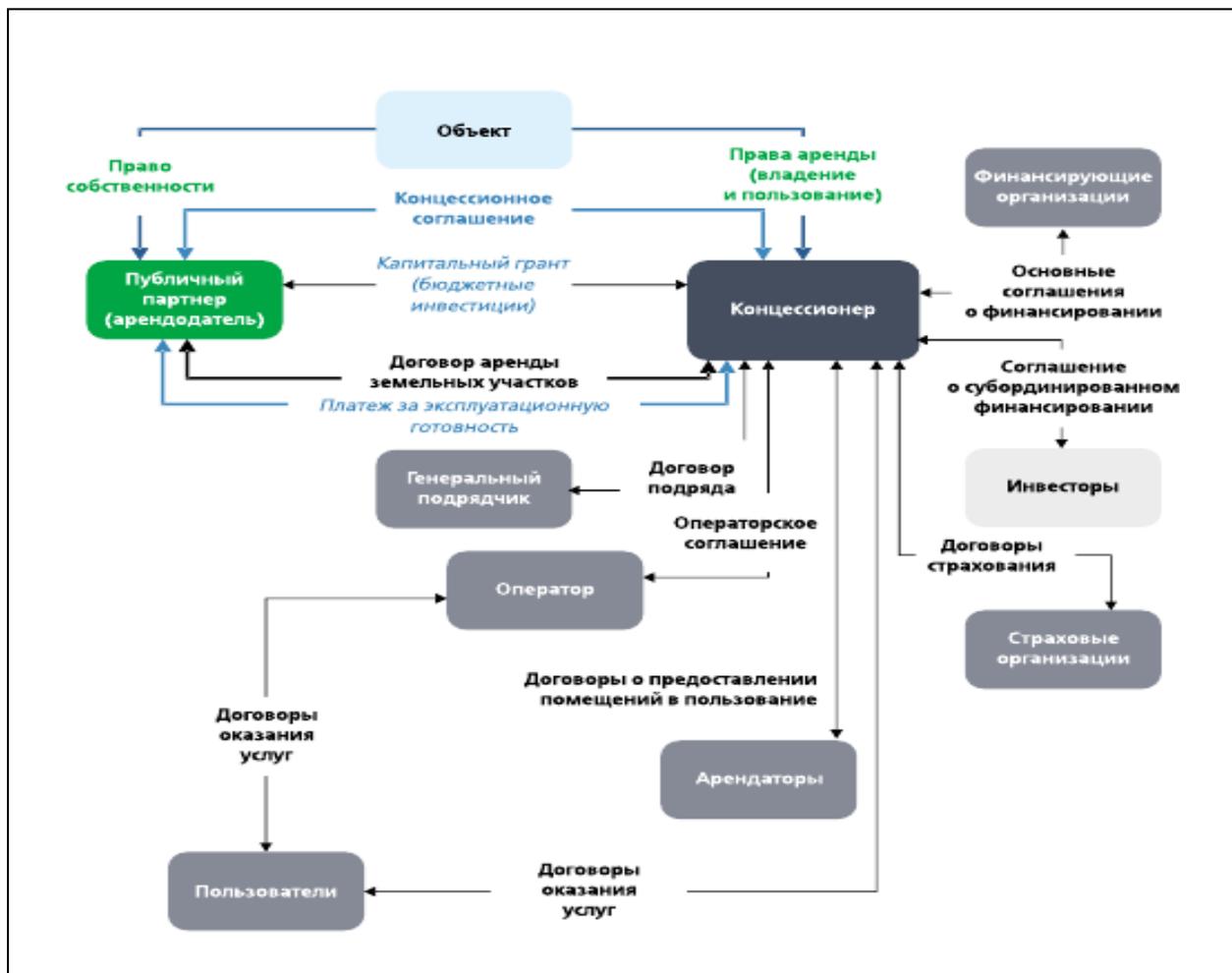


Рисунок 3.9. Схема юридической модели создания объекта на основании концессионного соглашения

Мероприятия, необходимые для реализации проекта на основании концессионного соглашения представлены в Приложении 2. Рассмотрим финансово-экономические показатели. Ориентировочный объем затрат составляет 262 000 тыс. руб. Срок строительства: ориентировочный срок проведения строительных работ 18 месяцев. Денежные потоки по проекту представлены на рисунке 3.10. Показатели бюджетной эффективности проекта для публичного партнера: бюджетная эффективность проекта подтверждается поступлениями в бюджет различных уровней (в зависимости от

системы налогообложения, которую использует инвестор). Показатели бюджетной эффективности и инвестиционной привлекательности для частного партнера представлены в Приложении 4. Реализация проекта способствует достижению следующих социальных эффектов: обеспечение инфраструктурных условий для реализации целевых программ в сфере физической культуры и спорта, в том числе обеспечение населения спортивными объектами в шаговой доступности; развитие массового спорта; увеличение доли населения, систематически занимающегося физической культурой и спортом в регионе; создание новых рабочих мест и иные. Вывод: проект окупается в течение 6–11 лет.



Рисунок 3.10. Денежные потоки по проекту: строительство физкультурно-оздоровительного комплекса с бассейном, млн. руб.[45]

3) Типовой проект: Строительство керлинг-клуба. Вид спорта: керлинг. Объект: керлинг-клуб. Техничко-экономические характеристики керлинг-клуба представлены в таблице 3.8. Характеристики земельного участка и земельных коммуникаций представлены в таблице 3.9.(Приложение 4). Объект может использоваться для оказания следующих видов услуг: проведение массовых занятий по керлингу; проведение мероприятий по организации и проведению тестирования населения по выполнению государственных требований Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к

труду и обороне» (ГТО); проведение спортивно-зрелищных мероприятий и (или) оказание спортивных услуг в рамках муниципальных и (или) государственных программ; организация и проведение учебно-тренировочного процесса детско-юношеского спорта; организация корпоративных посещений работников предприятий и организаций; иные (сопутствующие) спортивно-оздоровительные услуги населению. Оптимальная юридическая схема создания объекта: представляется, что данный проект может быть реализован в рамках соглашения о государственно-частном партнерстве (соглашение о ГЧП), заключенном в соответствии с Законом о ГЧП, рисунок 3.11.

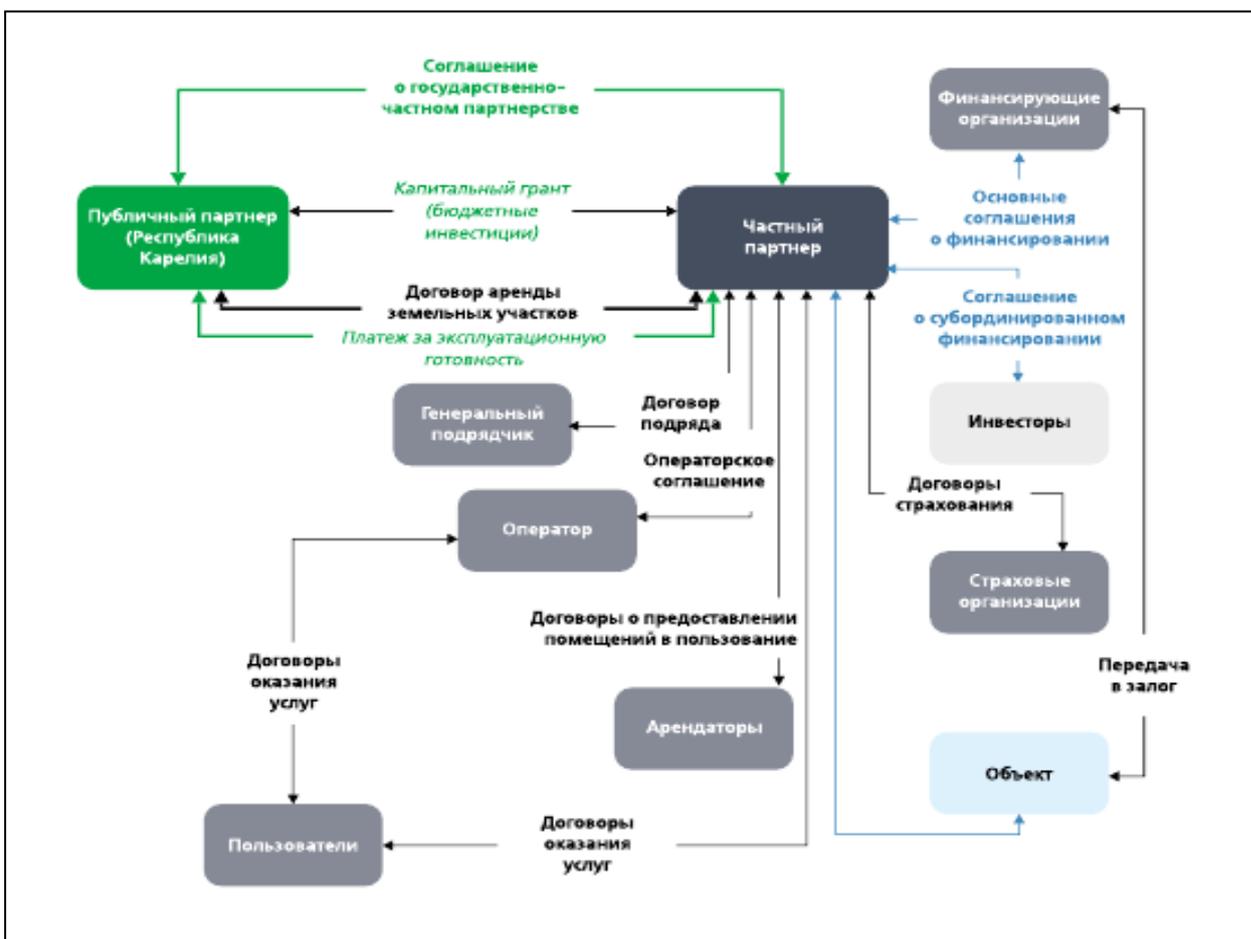


Рисунок 3.11. Схема юридической модели создания объекта на основании соглашения о государственно-частном партнерстве

По соглашению о ГЧП: а) частный партнер обязуется создать полностью или частично за счет собственных либо привлеченных средств являющиеся объектом соглашения недвижимое имущество (или недвижимое иму-

щество и движимое имущество, технологически связанные между собой и предназначенные для осуществления деятельности, предусмотренной соглашением), осуществлять эксплуатацию и(или) техническое обслуживание такого имущества, б) публичный партнер обязуется предоставить частному партнеру права владения и пользования им для осуществления указанной в соглашении деятельности и обеспечить возникновение права собственности частного партнера на объект соглашения. Соглашение о ГЧП должно включать в себя следующие существенные условия: 1) элементы соглашения, определяющие форму государственно-частного партнерства, а также обязательства сторон соглашения, вытекающие из этих элементов; 2) значения критериев эффективности проекта и значения показателей его сравнительного преимущества; 3) сведения об объекте соглашения, в том числе его технико-экономические показатели; 4) обязательство публичного предоставить земельный участок и размер арендной платы за такой земельный участок или порядок ее определения; 5) срок и (или) порядок определения срока действия соглашения; 6) условие и порядок возникновения права частной собственности на объект соглашения; 7) обязательства сторон соглашения обеспечить осуществление мероприятий по исполнению соглашения(в соответствии с графиками осуществления каждого мероприятия в предусмотренные этими графиками сроки, а также порядок осуществления таких мероприятий); 8) порядок и сроки возмещения расходов сторон соглашения, в том числе в случае его досрочного прекращения; 9) способы обеспечения исполнения частным партнером обязательств по соглашению, размеры предоставляемого финансового обеспечения и срок, на который оно предоставляется; 10) обязательства сторон в связи с досрочным прекращением соглашения, обязательства сторон в связи с заменой частного партнера, в том числе обязательство частного партнера передать находящийся в его собственности объект соглашения публичному партнеру в случаях, предусмотренных федеральным законом и соглашением; 11) ответственность сторон

соглашения в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по соглашению;12) иные предусмотренные федеральными законами существенные условия. Срок действия соглашения устанавливается с учетом срока создания объекта соглашения, объема инвестиций, вложенных в создание такого объекта, срока окупаемости этих инвестиций, срока получения частным партнером средств (выручки) в объеме, определенном соглашением. При этом срок действия соглашения о ГЧП не может быть менее 3-х лет. Перечень мероприятий, необходимых для реализации проекта зависит от процедуры заключения соглашения о ГЧП – в порядке конкурсных процедур либо в порядке частной инициативы, таблица 3.10(Приложение 4) . Также мероприятия подлежат уточнению по результатам определения условий самого соглашения о ГЧП.

Рассмотрим финансово-экономические показатели. Общий объем затрат: ориентировочный объем затрат составляет 307000 тыс. руб. с НДС. Срок строительства: ориентировочный срок проведения строительных работ 12 месяцев.[45] Денежные потоки по проекту представлены на рисунке 3.12.



Рисунок 3.12. Денежные потоки по проекту: Строительство керлинг-клуба , млн. руб.[45]

Показатели бюджетной эффективности проекта для публичного партнера: бюджетная эффективность проекта подтверждается поступлениями

в бюджет различных уровней (в зависимости от системы налогообложения, которую использует инвестор). Показатели бюджетной и инвестиционной привлекательности для частного инвестора представлены в таблице 3.11-3.12 (Приложение 4). Реализация проекта способствует достижению следующих социальных эффектов: обеспечение инфраструктурных условий для реализации целевых программ в сфере физической культуры и спорта, в том числе обеспечение населения спортивными объектами в шаговой доступности; развитие массового спорта; увеличение доли населения, систематически занимающегося физической культурой и спортом в регионе; создание новых рабочих мест и иные.

Таким образом, выше были рассмотрены типовые проекты для развития физической культуры и спорта в России с обоснованием бюджетной и инвестиционной привлекательности для частных и публичных инвесторов. Следует отметить, что потребность регионов в создании объектов инфраструктуры для занятий массовым спортом остается высокой и будет увеличиваться в ближайшие годы. Это обусловлено рядом факторов: во-первых, в соответствии с целевыми показателями с 2015 по 2020 годы количество занимающихся физической культурой и спортом должно возрасти с 32% до 40% от общего количества населения. Кроме того, необходимо принимать во внимание возвращение нормативов ГТО, подразумевающих создание спортивных комплексов и площадок, оснащенных базовым инвентарем, требования к созданию условий доступности спортивных занятий для инвалидов, а также общую тенденцию к ведению здорового образа жизни.

Наилучшим потенциалом для удовлетворения потребности в объектах массового спорта обладают физкультурно-оздоровительные комплексы («ФОК») с плавательными бассейнами. В соответствии с итогами реализации федеральной целевой программы «Развитие физической культуры и спорта в РФ на 2006–2015 годы» уровень обеспеченности РФ бассейнами составил 9,2% от норматива, в то время как в отношении спортивных залов и

плоскостных сооружений данный показатель составил 39,3% и 60,4% соответственно. Таким образом, относительно других видов спортивной инфраструктуры, уровень обеспеченности бассейнами самый низкий, в то время спрос на такие услуги со стороны населения стабильно растет. Капитальные затраты на создание ФОК с плавательными бассейнами составляют в среднем 150–300 млн. руб., а сроки окупаемости находятся в пределах 4–6 лет. Такие характеристики ФОК делают их привлекательными для инвесторов, а также позволяют рассматривать возможность финансирования из бюджета затрат на их создание. Помимо развития массового спорта, особое внимание уделяется также развитию детско-юношеского спорта, спорта высших достижений и формированию и подготовке спортивного резерва. Создание ледовых дворцов спорта и спортивных центров с футбольными полями позволит создать условия, как для профессиональных спортсменов, так и для населения в рамках оказания коммерческих услуг.

В России существует острая нехватка крытых ледовых арен. В настоящее время в России функционируют около 600 ледовых крытых арен, в то время как в развитых странах эта цифра существенно выше: в Канаде – более 2 000, в США – более 1 000. В целом, потребность в создании новых объектов составляет более 50 арен и порядка 100 хоккейных школ.

Уровень обеспеченности футбольными полями в России также находится на низком уровне (на 100 тыс. жителей в среднем приходится 14 футбольных полей, в то время как в Европе – 30). Имеющихся футбольных полей не хватает, чтобы расширить набор лиц, желающих заниматься этим видом спорта. Кроме того, профильные спортивные школы испытывают острую нехватку в современном спортивном оборудовании. В то же время создание комплексов, объединяющих спортивные центры и футбольные поля (в том числе крытые для обеспечения возможности всесезонных тренировок), позволит сформировать условия для занятий спортом при одновременном сохранении возможности для оказания коммерческих спортивных услуг. [45]

Совмещение возможности использования спортивных объектов как в рамках государственного заказа (в качестве спортивной базы для подготовки профессиональных спортсменов), так и с целью оказания коммерческих услуг и проведения спортивно-зрелищных мероприятий существенно повышает инвестиционную привлекательность таких объектов и в целом повышает эффективность их эксплуатации. Учитывая, что объем капитальных затрат в строительство или реконструкция подобных объектов может быть существенным, объем бюджетного софинансирования может быть выше, чем для объектов массового спорта. В то же время, это создает предпосылки для формирования эффективных механизмов реализации проектов по созданию подобных спортивных объектов на условиях государственно-частного партнерства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) Конституция Российской Федерации. Принята Всенародным голосованием 12.12.93 г.(с изм. от 21.07.2014г.);
- 2) Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. N 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»(с измен. и доп.);
- 3) Федеральный закон от 9 июля 1999 г. N 160-ФЗ «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации»(с измен. и доп.);
- 4) Федеральный закон от 5 марта 1999 г. N 46-ФЗ «О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг»(с измен. и доп.);
- 5) Федеральный закон от 13.07.2015 № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»;
- 6) Федеральный закон от 29 октября 1998 г. N 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» (с измен. и доп.);
- 7) Федеральный закон от 22 апреля 1996 г. N 39-ФЗ«О рынке ценных бумаг»(с измен. и доп.);
- 8) Федеральный закон от 30 декабря 1995 г. N 225-ФЗ «О соглашениях о разделе продукции»(с измен. и доп.);
- 9) Федеральный закон от 10 июля 2002 г. N 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» (с измен. и доп.);
- 10) Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 2 декабря 1990 г. N 395-1 (с измен. и доп.);
- 11) Федеральный закон от 10 декабря 2003 г. N 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле»(с измен. и доп.);
- 12) Аналитическая справка о российском и мировом опыте создания спортивно-образовательных культурных кластеров «6» сентября 2017г.

[Электронная версия] [Ресурс: Сайт «Ассоциации кластеров и технопарков».
[<http://nptechnopark.ru/about/>];

13) Бланк И.А. «Инвестиционный менеджмент»: учебный курс.- К.: Ника-Центр, 2017 г.

14) Бобровский Е.А. Инвестиции в спорт: экономический и социальный аспект // Иннов: электронный научный журнал, 2017. №3 (32);

15) Бирман Г., Шмидт С. Капиталовложения. Экономический анализ инвестиционных проектов – М.: Юнити-Дана, 2009. – 632 с.

16) Басовский Л. Е., Басовская Е. Н. Экономическая оценка инвестиций: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2018. – 240 с.

17) Бабанов А.В. Классификация факторов, формирующих инвестиционную привлекательность региона / А.В. Бабанов // Экономический журнал: РГГУ. – 2012.– № 4 (28).

18) Бочаров В.В. Инвестиции: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2017. – 384 с.

19) Балдин К. В., Быстров О. Ф., Передеряев И. И., Соколов М. М. Инвестиции. Системный анализ и управление. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 288 с.

20) Всемирный экономический форум. – [Электронный ресурс] – [Ресурс: <http://gtmarket.ru/>]

21) Гитман Л., Джонк М. Основы инвестирования. Пер. с англ.-М.: Дело, 2017 г.

22) Горемыкин В.А. Лизинг: Учебник. – М.: Филинь, Информцентр XXI века, 2018. – 944 с.

23) Государственная программа Российской Федерации «Развитие физической культуры и спорта», утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 года № 302;

- 24) Государственная программа «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2016–2020 годы»//утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 21 января 2015 года № 30;
- 25) Гаглыева З.А. Проблемы и перспективы инвестиционной привлекательности Российской Федерации [Электронная версия][Ресурс: <https://scienceforum.ru/2018>]
- 26) Доклад «Об итогах работы в 2017 году и основных направлениях деятельности Министерства спорта Российской Федерации на 2018 год»[Электронная версия][Ресурс Министерство спорта РФ]
- 27) Десять клубов РФПЛ с самым высоким бюджетом на сезон 2017/18<http://zvezda-fc.ru/28457-10-klubov-rfpl-s-samyim-vyisokim-byudzhedom-na-sezon-2017-18.html>;
- 28) Есипов В.Е., Касьяненко Т.Г., Маховикова Г.А., Мирзажанов С.К. Земляков Д.Н. Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса, М. 2017 г.
- 29) Инвестиции: учеб. Пособие / под ред. М.В. Чиненова.- М.: КНОРУС, 2017.- 248с.
- 30) Инвестиции в России в 2017-2018 году[Электронная версия][Ресурс: <https://bankiros.ru/wiki/term/investicii-v-rossii-2>];
- 31) Ильина С.А. Сущность категории «инвестиционный климат» и категории «инвестиционная привлекательность» // Молодой ученый. – 2012. – № 5. – С. 153-157.
- 32) Инвестиции: Учебник. / А.Ю. Андрианов, С.В. Валдайцев, П.В. Воробьев [и др.]; отв. ред. В.В. Ковалев, В.В. Иванов, В.А. Лялин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Проспект, 2017. – 584 с.
- 33) Игошин Н. В. Инвестиции. Организация управления и финансирование: Учебник для вузов. - М.: Финансы, ЮНИТИ, 2010г.
- 34) Инвестиции в вопросах и ответах/Под ред. В. В. Ковалева, В. В. Иванова, В. А. Лялина. – М.: Проспект, 2016. – 384 с.

- 35) Иностранные инвестиции в России: современное состояние и перспективы/под редакцией И.П. Фаминского - М: Международные отношения - 2016г.
- 36) Ковалев В. В. Лизинг. Финансовые, учетно-аналитические и правовые аспекты. – М.: Проспект, 2016. – 448 с.
- 37) Корчагин Ю. А., Маличенко И. П. Инвестиции и инвестиционный анализ: Учебник. – М.: Феникс, 2015. – 608 с.
- 38) Коупленд Т., Колер Т., Мурин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление. – М.: Олимп-Бизнес, 2017. – 576 с.
- 39) Кто содержит клубы КХЛ. Запад [Электронная версия] [Ресурс: <https://www.sports.ru/hockey/142892452.html>];
- 40) Коммерческая оценка инвестиций. – М.: КноРус, 2016. – 704 с.
- 41) Кто содержит клубы КХЛ. Восток и Запад [Электронная версия] [Ресурс: <https://fanat1k.ru/news-74137-kto-soderzhit-klubi-khl.php>];
- 42) Лахметкина Н.И. Инвестиционная стратегия предприятия: Учебное пособие, М.: Кнорус, 2017г.
- 43) Леонов В.А. Повышение инвестиционной привлекательности региона в результате подготовки и проведения крупных спортивных мероприятий / В.А. Леонов // Актуальные проблемы экономики и права. – № 1 (21). – 2012.– 43–52 с.
- 44) Малыгин А. Хоккей для спонсоров или спонсоры для хоккея. Журнал «Спорт Бизнес Консалтинг» №13 Февраль/Март 2014;
- 45) Методические материалы для органов власти субъектов РФ о реализации проектов на основе государственно-частного партнерства по развитию спортивной инфраструктуры// Министерство спорта РФ;
- 46) Норткотт Д. Принятие инвестиционных решений. Пер. с англ.- М.: Банки и биржи, «ЮНИТИ», 2016 г.
- 47) Непомнящий Е.Г. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие./ Е.Г. Непомнящий. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2017. - 292 с.

- 48) Отток капитала из России по годам. Причины и статистика [Электронная версия][Ресурс:<https://zaimisrochno.ru/articles/3331-ottok-kapitala-iz-rossii-po-godam-prichiny-i-statistika>];
- 49) Придут ли инвестиции в Россию в 2019 году [Электронная версия][Ресурс:<http://betafinance.ru/blogs/pridut-li-investicii-v-rossiyu-v-2019-godu.html>];
- 50) Пять главных коммерческих трендов спортивной индустрии в 2018г. [Электронная версия][Ресурс: <https://www.nielsen.ru>];
- 51) Подборка спортивных франшиз [Электронная версия][Ресурс: <https://www.beboss.ru/franchise/collections/3-sportivnye-franshizy>];
- 52) Рейтинг наиболее привлекательных для инвестиций развивающихся стран в 2018 году[Электронная версия][Ресурс: <https://www.bloomberg.com/>];
- 53) Рыкова И.В. Франчайзинг: новые технологии, методология, договоры. М.,2015 г.
- 54) Россия в цифрах. Статистический сборник.2018 г. [Электронная версия]// [Ресурс: www.gks.ru];
- 55) Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года// утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 7 августа 2009 года № 1101-р;
- 56) Спортивные кластеры в России обязаны нести общественную функцию [Электронная версия][Ресурс:http://www.advis.ru/php/view_news.php?id=34E3F5CD-E739-304B-860C-0CE5BE88AEE9];
- 57) Ткаченко И. Ю., Малых Н. И. Инвестиции. – М.: Академия, 2017. – 240 с.
- 58) Ткачёв И., Пузырев Д. Российские футбольные клубы показали прибыль впервые за пять лет [Электронная версия][Ресурс: <https://www.rbc.ru/economics/19/02/2018/5a8ac18b9a79472a78fc5a7f>];
- 59) Франшизы магазинов спортивного питания[Электронная версия] [Ресурс: <https://franshiza-top.ru/blog/franchajzing/sportpit>];

- 60) Хазанович Э. С. Инвестиции: Учебное пособие. – М.: КноРус, 2016. – 320 с.;
- 61) Холт Р., Барнес С. Планирование инвестиций. Пер. с англ.-М. «Дело ЛТД», 2015 г.;
- 62) Шарп Ф., Александер Г., Бейли Д. Инвестиции. Пер. с англ.-М.: Инфра-М, 2017 г.

ПРИЛОЖЕНИЯ