

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ / SOCIO-CULTURAL ASPECTS BUSINESS ACTIVITY

Оригинальные статьи / Original articles

DOI 10.24182/2073-6258-2022-21-3-82-88



Развитие массового спорта посредством исследования специфики целевых аудиторий

Е. А. Гуреева

*кандидат экономических наук, доцент
кафедра менеджмента спорта и активного досуга,
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Москва, Россия
makarova_ea@mail.ru*

Н. Ю. Гончарова

*кандидат экономических наук, доцент
кафедра менеджмента спорта и активного досуга,
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Москва, Россия
goncharova.gnu@gmail.com*

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы, связанные с развитием массового спорта, где основным фактором данного развития выступает специфика целевых аудиторий занимающихся, на которые должен быть сделан основной акцент. Такой подход позволяет более адресно осуществлять деятельность по популяризации спорта среди граждан.

Ключевые слова: сфера физической культуры и спорта, массовый спорт, целевые аудитории, спорт, структура занимающихся спортом, сегментирование целевой аудитории.

Благодарности: Исследование выполнено в рамках реализации НИР на тему: «Разработка научно обоснованных предложений по стратегическому планированию развития массового спорта на региональном уровне и разработка подходов к оценке эффективности реализуемых в этих целях мероприятий», осуществляемой по заказу и за счет средств Министерства спорта РФ.

The development of mass sports through the study of the specifics of target audiences

E. A. Gureeva

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.
Department of sports management and leisure,
Plekhanov University of Economics, Moscow, Russia
Gureeva.ea@rea.ru*

N. Y. Goncharova

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.
Department of Industry of hospitality, tourism and sports,
Plekhanov University of Economics, Moscow, Russia
Goncharova.gnu@gmail.com*

Abstract: *The article deals with issues related to the development of mass sports, where the main factor of this development is the specificity of the target audiences of those involved, on which the main emphasis should be placed. This approach allows for more targeted activities to promote sports among citizens.*

Keywords: *the sphere of physical culture and sports, mass sports, target audiences, sports, the structure of those involved in sports, segmentation of the target audience.*

Acknowledgments: The research was carried out as part of the implementation of the Scientific Research on the topic: «Development of scientifically based proposals for strategic planning of the development of mass sports at the regional level and the development of approaches to assessing the effectiveness of the measures implemented for this purpose,» carried out by order and at the expense of the Ministry of Sports of the Russian Federation.

Спорт является сферой общественных отношений, складывающихся на основе соревнований и мероприятий по подготовке к ним. Кроме того, спорт в условиях современной реальности является комплексом производства услуг — спортивных, информационных, развлекательных, рекламных, телевизионных и т.д. В новейшей российской истории система управления спортом в стране имеет ярко выраженные приоритеты государственных интересов перед всеми остальными.

Согласно общегосударственной политике, действующей в Российской Федерации, сфера физической культуры и спорта входит в структуру социально-экономической политики. Развитие массового спорта и системы физического воспитания в целом призвано решить ряд задач, направленных на улучшение качества жизни населения и развитие человеческого капитала. В данных условиях, актуальным аспектом деятельности органов управления в сфере физической культуры и спорта на региональном уровне и на уровне муниципалитетов является создание комплексных условий, способствующих физическому и духовному развитию граждан, а также обеспечение возможностей для населения всех возрастных и социальных категорий свободно осуществлять занятия спортом и физической подготовкой.

Достижение плановых показателей, зафиксированных в Стратегии развития физической культуры и спорта до 2030 года, требует рассмотреть структуру занимающихся (табл. 1). Анализируя структуру занимающихся спортом и физической подготовкой, важно отметить, что подавляющее большинство занимающихся (61%) — это дети и молодежь до 30 лет. Доля лиц трудоспособного возраста (30–54 (женщины), 30–59 (мужчины) лет) составляет чуть больше 30%, и около 8% приходится на пенсионеров и лиц старше 80 лет.

Таблица 1

Структура практикующих занятия спортом и физической культурой в России за 2021 год, чел.¹

всего	3–15 лет	16–18 лет	19–29 лет	30–54 (женщины), 59 (мужчины) лет	55 (женщины), 60 (мужчины) – 79 лет	80 и старше
1 344 600	412 932	80 813	326 017	419 222	104 164	1452
100%	30,71%	6,01%	24,25%	31,18%	7,75%	0,11%

Для активизации динамики занимающихся спортом и физической культурой в привязке к местам жительства на первое место выходит необходимость развития рекреативной физической культуры, школ здоровья в разных локациях, в частности, привязанных к спортивным сооружениям, расположенных в парках и зонах отдыха. Важным является продвижение групп здоровья, групп общей физической подготовки, клубов закаливания, атлетики и гимнастики, гимнастики для женщин, сообщества любителей бега и т.д.

Важно отметить, что с увеличением возраста доля практикующих занятия спортом и физической подготовкой достаточно сильно падает. Согласно статистике включенность в занятия

¹ По данным официальной форме статистической отчетности 1-ФК. Электронный ресурс [код доступа: <http://minsport.gov.ru/2022/doc/04042022/Показатели%20развития%20ФКС%202021.xlsx>], (дата обращения 01.10.2022 г.).

спортом характерна в большей степени для группы 14–34 лет, в то время как наименьшей включенностью обладают люди от 55 лет и старше.

На включенность в занятия спортом и физической подготовкой оказывают влияние и другие факторы, к которым можно отнести уровень доходов, семейное положение, наличие и возраст детей, численность жителей в рассматриваемом населенном пункте, которая обуславливает развитие спортивной инфраструктуры, социальный статус жителей и другие факторы.

Опираясь на данные исследований² проведенных авторами ранее необходимо отметить мотивацию, согласно которой люди начинают заниматься спортом: наличие лишнего веса, желание улучшить физическое здоровье, повышение привлекательности, поиск новых ориентиров и смыслов в жизни, повышение разнообразия. Занятия спортом и физической подготовкой в молодом возрасте обычно является продолжением данной тенденции со школьного возраста, однако по мере прохождения времени такие занятия уже связаны с пере осознанием смысла жизни и характера ее наполнения. В группе занимающихся 35–44 лет большое количество людей уже начинает мотивироваться снижением веса, а рассматривая более возрастные группы, принимаются во внимание показатели физического состояния и самочувствие.

Таблица 2

Целевые показатели реализации Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года (фрагмент), %

Целевой показатель	Значение по годам								
	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Доля граждан, систематически занимающихся ФКиС	48	51,5	55	57	59	61,5	64	67	70
Доля детей и молодежи в возрасте 3–29 лет, систематически занимающихся ФКиС	84,3	85,2	86	86,5	87	87,2	88,5	89	90
Доля граждан среднего возраста 30–54 (59) лет, систематически занимающихся ФКиС	41,3	46,8	52	55	57	60,5	63	66,5	70
Доля граждан старшего возраста 55(60)–79 лет, систематически занимающихся ФКиС	17,6	19,7	22	25	29	33	36,5	42	45

Общее значение доли россиян, которые систематически должны заниматься физической культурой и спортом в общей доле населения, а также разбивка по возрастным группам (табл. 2) на время до 2030 года зафиксирована в Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации.

Согласно данным таблицы 2, основной целевой аудиторией для вовлечения в систематические занятия спортом и физической культурой должно стать население страны среднего и старшего возраста. Средняя возрастная группа является самым многочисленным сегментом, при этом ее участники находятся в состоянии нормального функционирования большинства физиологических систем, и занятия физической культурой будут способствовать профилактике нездорового образа жизни, употребления алкоголя и курения, пролонгации активного образа жизни и борьбе с преждевременным старением как с физиологической, так и психологической точек зрения.

² Гончарова Н.Ю., Гуреева Е.А. Влияние сферы физической культуры и спорта на удовлетворенность жизнью. Путеводитель предпринимателя. 2021. Т. 14. № 4. С. 157–162.

Хотелось бы акцентировать внимание на необходимость четкого сегментирования жителей как при формировании стратегий и программ развития массового спорта в регионе, так и при создании плана мероприятий и их продвижения. Однозначно, что одного разделения данной возрастной группы по половому признаку недостаточно.

Во-первых, необходимо выделить более узкие возрастные группы 30–39, 40–49, 50–54(59). Также необходимо собрать более точную информацию по критериям сегментирования: демографический, географический, психографический, поведенческий.

Помимо уже упомянутого возраста и пола к демографическим критериям относят размер и жизненный цикл семьи. И вот жизненный цикл семьи является одной из основополагающих характеристик, поскольку именно жизненный цикл семьи определяет характер трат и время потребления услуг.

Молодые люди без детей склонны тратить деньги на себя, затем, с появлением первенцев, основные расходы направляются на младшее поколение, да и времени на себя практически не остается. Дети растут и у родителей снова освобождается время для себя.

Также важен род занятий (рабочий, служащий, военный и т.п.) и уровень образования (начальное, высшее, среднее и т.д.).

Отдельно остановимся на уровне дохода. Данный критерий может быть определен как количественными характеристиками: до 50, 50–75, 75–100, 100 тысяч рублей в месяц и выше, так и качественными, например, «хватает только на еду», или «могу позволить купить бытовую технику, но на крупные покупки нужно копить».

К географическим характеристикам относятся географическое местоположение — в данном случае район проживания. Говоря о продаже физкультурно-спортивных услуг, определяющим будет как место проживания, так и место работы, то есть именно к этим локациям должны быть максимально приближены объекты спорта, находиться в шаговой доступности.

Психографические характеристики сводятся к типу личности — экстраверт/интроверт, характеристики личности — скрытный или общительный, предпочитает быть в одиночестве или в компании, какие есть предпочтения в отдыхе, климате, времени года и какой образ жизни ведет — спортивный, здоровый, творческий.

И, наконец, поведенческие характеристики определяют искомую выгоду. Какая характеристика продукта наиболее значима для потребителя — качество продукции, экономия, обслуживание или престиж. К поведенческим характеристикам относится также опыт потребителя, который говорит нам о том потребляет ли он товар регулярно или совершает покупку впервые, а также интенсивность и лояльность потребления от низкой до крайне высокой.

На основе полученных данных необходимо сформировать ассортиментное предложение.

Например, только на основе части демографических характеристик (возраст, пол, жизненный цикл семьи) уже можно разработать ассортиментное предложение физкультурно-спортивных услуг.

Поскольку одним из основополагающих критериев сегментации является этап жизненного цикла семьи, выделим целевые сегменты, основываясь на данной методике. Таким образом, у нас получаются следующие сегменты:

- семьи без детей и одинокие лица;
- семьи с маленькими детьми до 10 лет;
- семьи со взрослыми детьми (старше 10 лет);
- лица пенсионного возраста.

В данном случае семьи с детьми старше 10 лет приравниваются к семьям без детей и одиноким лицам, поскольку наличие детей старшего возраста не препятствует потреблению физкультурно-спортивных услуг, поскольку дети старшей возрастной группы не нуждаются в постоянном присмотре и непосредственном родительском контроле, их можно оставить дома или взять с собой.

Поскольку наибольшее влияние дети оказывают на загруженность в первую очередь своих мам, то разделим женщин с детьми на отдельные целевые группы:

- женщины-домохозяйки с ребенком до 3-х лет;
- женщины-домохозяйки с ребенком 3–7 лет;

- женщина-домохозяйка с ребенком 7–10 лет;
- женщина работающая (или домохозяйка) с детьми старше 10 лет.

Выбирая оптимальные предложения для данных целевых сегментов необходимо учитывать, как их интересы, так и возможное время для посещения занятий. Итоговая характеристика каждой выделенной целевой группы и предпочтительные для них формы и время занятий также представлены в таблице 3.

Таблица 3

**Характеристика целевых групп и возможные предложения
физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг и времени тренировок**

№/п	Характеристика целевой группы	Форма тренировок	Оптимальное время для занятий
1	Молодые мужчины и женщины (пары или одинокие) без детей	Фитнес, CrossFit, Тренажерный зал Стрейчинг, Танцы, Обучение плаванию, бегу и другим видам спорта	Будни – вечернее время Выходные и праздничные дни с 12:00–16:00
2	Женщины-домохозяйки с ребенком до 3-х лет	Парное занятие мамы и малыша в зале	
3	Женщины-домохозяйки с ребенком 3–7 лет	Классическая аэробика Танцы, Силовые, координационные тренировки, Пилатес, Тренажерный зал, Обучение плаванию, бегу и другим видам спорта, Аквааэробика	Будни с 9:00–16:00
4	Женщина-домохозяйка с ребенком 7–10 лет		Будни с 9:00–13:00
5	Мужчина работающий, до 40 лет	Фитнес, CrossFit, Тренажерный зал Стрелковые виды спорта, Обучение плаванию, бегу и другим видам спорта	
6	Женщина работающая (дети старше 10 лет)	Пилатес, Йога, Гибкая сила, Тренажерный зал, Аквааэробика	Вечерние время после 19:00 Выходные дни 10:00–16:00
7	Мужчины и женщины работающие в возрасте старше 40 лет (взрослые дети)	Пилатес, Йога, Гибкая сила Тренажерный зал, Аквааэробика Стрелковые виды спорта Оздоровительные программы	
8	Мужчины и женщины работающие пенсионеры	Аквааэробика, Пилатес Скандинавская ходьба Оздоровительные программы Коррекционные программы	Выходные дни
9	Мужчины и женщины неработающие пенсионеры	Аквааэробика, Пилатес Скандинавская ходьба Оздоровительные программы Коррекционные программы	Будние дни
10	Родители/ родственники, ожидающие детей с тренировок	«сухие» программы до 45 минут в соответствии с возрастным целевым сегментом	

Следует подчеркнуть, что в данном примере отражена только часть критериев сегментирования и как результат не отражена ценовая политика данного предложения будут ли это услуги эконом или премиум класса. На выбор ценовой политики оказывают влияние и географические характеристики, отражающие локации расположения спортивных объектов (рабочий район или квартал бизнес-класса).

При работе со старшей возрастной группой следует учитывать следующие факторы:

- высокий уровень желаний людей старшего вести здоровый образ жизни, как основы активного долголетия;
- более острая потребность в общении;
- наличие у них свободного времени.

В то же время существуют определенные риски работы с данной группой населения:

- низкий уровень дохода граждан старшего возраста;
- ограничение физических нагрузок;
- невысокая мобильность.

На основе проведенного анализа были выявлены основные направления развития спорта лиц пожилого возраста. Для этого необходимо создание спортивных объектов в шаговой доступности, дворовых спортивных площадок, пешеходных троп в парках. Особо полезны для лиц старшего возраста занятия в бассейне. Продвижение данных программ, секций и ознакомление с расписанием занятий и работой тренеров целесообразно осуществлять через органы социального обслуживания и медицинские учреждения.

Учитывая опыт скандинавских стран и ряда регионов и муниципалитетов Российской Федерации, рекомендуется обустройство пешеходных троп разного уровня сложности для пеших прогулок и северной (скандинавской) ходьбы, учитывающих протяженность маршрута, рельеф местности и предусматривающих места для отдыха.

На основе вышеизложенного можно заключить, что эффективное развитие массового спорта возможно только на основе непосредственного учета интересов и пожеланий сегментированных целевых аудиторий.

Список литературы

1. Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 г. № 3081-р.
2. Гончарова Н.Ю., Гуреева Е.А. Влияние сферы физической культуры и спорта на удовлетворенность жизнью. Путеводитель предпринимателя. 2021. Т. 14. № 4. С. 157–162.
3. Материалы к заседанию Совета при Президенте Российской Федерации по развитию физической культуры и спорта, спорта высших достижений, подготовке и проведению XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи, XXVII Всемирной летней универсиады 2013 года в г. Казани
4. Скрыль Т.В. Необходимость государственного регулирования в условиях проведения новой промышленной политики. В сборнике: Проблемы и перспективы развития отрасли торговли в реализации непрямого государственного управления Материалы электронной научно-практической конференции. Ответственный редактор: И.Т. Насретдинов. 2016. С. 226–228.
5. Гуреева Е.А., Кыласов А.В. Развитие спорта в России 2010–2016 гг. Свидетельство о регистрации базы данных RU 2018620136, 19.01.2018. Заявка № 2017621351 от 22.11.2017.
6. Корнеева Е.Н., Полежай К. Проблемы финансирования российского спорта № 41-1, 30.01.2016.
7. Кыласов А.В., Гуреева Е.А., Система комплексного управления субъектами индустрии спорта, Плехановский научный бюллетень. 2017. № 2 (12). С. 120–125.
8. Гуреева Е.А., Гончарова Н.Ю., Горлова Н.И., Скрыль Т.В., Краснюков Д.А. Наследие спортивных событий. Москва, 2019.
9. Официальный сайт Министерства спорта РФ. Электронный ресурс [код доступа: <http://minsport.gov.ru/>], (дата обращения 01.10.2022 г.).
10. Официальный сайт бюджета Российской Федерации код доступа: <http://budget.gov.ru> [Электронный ресурс. Дата обращения 25.07.2022 г.].
11. Официальный сайт информационной системы Медиалогия код доступа: <https://www.mlg.ru/> [Электронный ресурс. Дата обращения 25.07.2022 г.].
12. Сайт РИА Рейтинг Рейтинги регионов России код доступа: <https://riarating.ru/>, [Электронный ресурс. Дата обращения 25.07.2022 г.].
13. Официальный сайт консалтинговой компании PricewaterhouseCoopers код доступа: <https://www.pwc.ru/ru/publications.html>, [Электронный ресурс. Дата обращения 25.04.2022 г.].

References

1. Strategiya razvitiya fizicheskoy kul'tury i sporta v Rossijskoj Federacii na period do 2030 goda Utverzhdena rasporyazheniem Pravitel'stva Rossijskoj Federacii ot 24 noyabrya 2020 g. No 3081-r.
2. Goncharova N.YU., Gureeva E.A. Vliyanie sfery fizicheskoy kul'tury i sporta na udovletvorennost' zhizn'yu. Putevoditel' predprinimatelya. 2021. T. 14. No 4. S. 157–162.
3. Materialy k zasedaniyu Soveta pri Prezidente Rossijskoj Federacii po razvitiyu fizicheskoy kul'tury i sporta, sporta vysshih dostizhenij, podgotovke i provedeniyu XXII Olimpijskih zimnih igr i XI Paralimpijskih zimnih igr 2014 goda v g. Sochi, XXVII Vsemirnoj letnej universiady 2013 goda v g. Kazani
4. Skryl' T.V. Neobhodimost' gosudarstvennogo regulirovaniya v usloviyah provedeniya novoj promyshlennoj politiki. V sbornike: Problemy i perspektivy razvitiya otrasli torgovli v realizacii nepryamogo gosudarstvennogo upravleniya Materialy elektronnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Otvetstvennyj redaktor: I.T. Nasretdinov. 2016. S. 226–228.
5. Gureeva E.A., Kylasov A.V. Razvitie sporta v Rossii 2010–2016 gg. Svidetel'stvo o registracii bazy dannyh RU 2018620136, 19.01.2018. Zayavka № 2017621351 ot 22.11.2017.
6. Korneeva E.N., Polezhaj K. Problemy finansirovaniya rossijskogo sporta № 41-1, 30.01.2016.
7. Kylasov A.V., Gureeva E.A., Sistema kompleksnogo upravleniya sub»ektami industrii sporta, Plekhanovskij nauchnyj byulleten'. 2017. № 2 (12). S. 120–125.
8. Gureeva E.A., Goncharova N.YU., Gorlova N.I., Skryl' T.V., Krasnyukov D.A. Nasledie sportivnyh sobytij. Moskva, 2019.
9. Oficial'nyj sajt Ministerstva sporta RF. Elektronnyj resurs [kod dostupa:<http://minsport.gov.ru/>], (data obrashcheniya 01.10.2022g.).
10. Oficial'nyj sajt byudzheta Rossijskoj Federacii kod dostupa: <http://budget.gov.ru> [Elektronnyj resurs. Data obrashcheniya 25.07.2022 g.].
11. Oficial'nyj sajt informacionnoj sistemy Medialogiya kod dostupa: <https://www.mlg.ru/> [Elektronnyj resurs. Data obrashcheniya 25.07.2022.].
12. Sajt RIA Rejting Rejtingi regionov Rossii kod dostupa: <https://riarating.ru/>, [Elektronnyj resurs. Data obrashcheniya 25.07.2022 g.].
13. Oficial'nyj sajt konsaltingovoj kompanii PricewaterhouseCoopers kad dostupa: <https://www.pwc.ru/ru/publications.html>, [Elektronnyj resurs. Data obrashcheniya 25.04.2022 g.].