

На правах рукописи

НИФОНТОВА КРИСТИНА РОМАНОВНА

**РАЗВИТИЕ УСЛУГ КОРПОРАТИВНОГО
СПОРТА В РОССИИ**

**Специальность 5.2.3. - Региональная и отраслевая экономика
(экономика сферы услуг)**

**Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**

Санкт-Петербург - 2025

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».

Научный руководитель - доктор экономических наук, профессор
Волков Александр Иванович

Официальные оппоненты: **Заборовская Ольга Витальевна**
доктор экономических наук, профессор,
Государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
Ленинградской области «Гатчинский
государственный университет», заведующая
кафедрой управления социальными и
экономическими процессами

Лебедева Светлана Алексеевна
кандидат экономических наук,
ФГАОУ ВО Национальный исследовательский
университет «Высшая школа экономики» (г.
Москва), ведущий эксперт Центра статистики и
мониторинга науки и инноваций Института
статистических исследований и экономики
знаний

Ведущая организация - Автономная некоммерческая организация выс-
шего образования «**Международный банков-
ский институт имени Анатолия Собчака**»
(г. Санкт-Петербург)

Защита состоится «__» _____ 2025 г. в __ часов на заседании
диссертационного совета 24.2.386.03 при Федеральном государственном
бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Санкт-
Петербургский государственный экономический университет» по адресу:
191023, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, литер А, ауд. 3033.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте
<http://unecon.ru/dis-sovety> Федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский
государственный экономический университет».

Автореферат разослан «__» _____ 2025 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Т. А. Лаврова

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования. Одной из ключевых задач в области стратегического развития российского спорта должно стать повышение его конкурентоспособности как с точки зрения достижения высоких спортивных результатов и развития цифровой инфраструктуры спорта, так и в контексте популяризации и повышения его значимости для различных категорий и групп населения. Повышение конкурентоспособности российского спорта может быть достигнуто при условии существования стабильного инвестиционного потока, не только исключительно за счет средств бюджетов различного уровня, в развитие рынка услуг физической культуры и спорта, но и за счет более активного вовлечения населения в занятие спортом или спортивной активностью, в том числе посредством развития услуг корпоративного спорта.

Практическая реализация существующих методических подходов к созданию или совершенствованию систем корпоративного спорта предполагает определение стандартных ситуаций, а также набора определённых конкретных действий организационно-экономического характера, которые могли бы максимально унифицировать и упростить экономическое поведение субъекта управления системой корпоративного спорта с точки зрения использования ресурсной базы и характеристики предпочтений выбранных целевых аудиторий.

В настоящее время можно говорить о необходимости выработки концептуальных подходов к практической реализации инициатив в области корпоративного спорта на основе оценки лучших практик отечественного и зарубежного опыта в данной сфере для комплексного и системного решения проблем развития услуг корпоративного спорта в нашей стране.

Актуальность исследования, таким образом, обусловлена необходимостью совершенствования существующих подходов к организации и управлению услугами корпоративного спорта в современных российских экономических условиях.

Степень разработанности проблемы. Ключевые закономерности формирования и развития рынков в сфере услуг, теоретические аспекты развития сервисной экономики в современных социально-экономических условиях, актуальные проблемы совершенствования технологии оказания услуг в условиях цифровизации освещены в работах таких авторов как: Волков А.И., Ермакова В. П., Головцова И.Г., Заборовская О.В., Карпова Г.А., Лаврова Т.А., Максимцев И.А., Малинин А.М., Морозов М.М., Песоцкая Е.В., Петров А.Н., Плотников В.А., Уваров С.А., Хайкин М. М., Хорева Л.В., Шарафанова Е.Е., и др.

Современные проблемы и перспективы развития рынка услуг физической культуры и спорта, методические подходы к повышению эффективности функционирования индустрии спорта в России нашли свое отражение в работах таких отечественных исследователей как Верзилин Д.Н., Волков

П.А., Галкин В.В., Леднев В. А., Мутко В. Л., Састамойнен Т.В., Степанова О.Н., Таймазов А.В., Федотов Ю.Н., Филиппов С.С. и др.

В работах отечественных авторов, таких как Виноградов А. С., Ганичева А. С., Зубарев Ю.Н., Котова Н. Г., Максимов И. Б., Незаметдинов М. В., Никольский А. Ю., Савин А. Ю., Серова Л. К., Степанов А. В., Тараненко А. В., Шуралева Н. Н. и др. представлены перспективные направления развития рынка услуг корпоративного спорта, изложены подходы к формированию и совершенствованию систем корпоративного спорта, определена взаимосвязь корпоративного спорта и теории мотивации.

Вместе с тем, необходимо подчеркнуть тот факт, что требуют дополнительного научно-прикладного исследования такие актуальные направления в сфере услуг корпоративного спорта как: разработка подходов по повышению уровня мотивации в услугах корпоративного спорта, учет цифровизации как фактора влияния на развитие услуг корпоративного спорта в условиях неопределенности рыночной среды и роста кризисных явлений, а также ряд других важных аспектов предоставления и проектирования услуг корпоративного спорта

Цель и задачи диссертационного исследования. Целью диссертационного исследования является разработка теоретических основ и методических положений, направленных на развитие услуг корпоративного спорта на основе системного подхода и с учетом современных тенденций развития российской экономики.

Для достижения заявленной цели в диссертационном исследовании были поставлены следующие **задачи**:

- исследовать теоретические аспекты формирования и развития услуг корпоративного спорта в современных экономических условиях, определить их характерные черты и особенности, сформировать понятие системы корпоративного спорта,

- выделить и охарактеризовать основные возможные модели системы корпоративного спорта, провести их классификацию в соответствии с рядом выбранных критериев,

- предложить методические подходы по повышению уровня мотивации в услугах корпоративного спорта, которые учитывали бы как интересы целевой аудитории (потребителей услуг), так и возможности коммерческих организаций,

- обосновать алгоритм формирования стандарта услуг корпоративного спорта, учитывающий актуальные закономерности функционирования и развития рынка услуг корпоративного спорта в современных экономических условиях,

- разработать организационно-экономический механизм формирования и реализации стандарта услуг корпоративного спорта, который был бы направлен на повышение эффективности функционирования коммерческих структур на рынке услуг корпоративного спорта.

Объектом исследования являются органы государственного управления и коммерческие структуры (предприятия и организации), связанные с

процессом формирования и развития рынка услуг корпоративного спорта в РФ.

Предметом исследования являются организационно-экономические отношения, складывающиеся в процессе формирования и совершенствования рынка услуг корпоративного спорта на основе учета закономерностей функционирования и развития сферы услуг в России, а также необходимости повышения мотивации к занятиям спортивной активностью и физической культурой населения нашей страны.

Теоретической основой диссертационного исследования послужили научные труды современных ученых в области экономики сферы услуг, организации и управления на рынке спорта и физической культуры, нормативно-правовая документация, регламентирующая порядок формирования и совершенствования программ корпоративного спорта в России.

Методологическая основа. При работе над диссертационным исследованием были применены такие методы исследования как индукция, дедукция, сравнение, группировка, анализ, синтез, системный подход, методы проектного управления, социально-экономическое моделирование, методы проведения маркетинговых исследований и др.

В качестве **информационной базы исследования** автором были использованы данные официальной статистики, характеризующие закономерности развития рынка услуг спорта и физической культуры в России, материалы международных, всероссийских научных конференций, научных сборников РАН и высших учебных заведений России, посвященные проблематике экономики и управления в сфере спорта и развитию рынка услуг корпоративного спорта в нашей стране.

Обоснованность результатов диссертационного исследования определяется тем, что они учитывают: современные традиционные подходы к организации и управлению рынком услуг корпоративного спорта, современные тенденции в области экономики спорта и сферы услуг, направленность государственной политики и основные направления государственного регулирования на рынке спорта и физической культуры, а также развивают и дополняют ранее опубликованные результаты исследований в сфере корпоративного спорта.

Достоверность результатов диссертационного исследования обеспечивается использованием общенаучных методов познания, наличием публикаций результатов исследования в рецензируемых научных журналах и их апробацией в практической деятельности.

Соответствие диссертации Паспорту научной специальности. Область исследования и результаты соответствуют Паспорту научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг), следующим его пунктам: 4.3. Закономерности функционирования и развития отраслей сферы услуг, 4.5. Формирование и функционирование рынков услуг.

Научная новизна диссертационной работы заключается в развитии теоретических положений и методических подходов по совершенствованию

и развитию услуг корпоративного спорта в РФ на основе учета закономерностей развития рынка услуг физической культуры и спорта и оптимизации взаимодействия территориальных органов управления и коммерческих структур при проектировании и оказании услуг корпоративного спорта.

Наиболее существенными результатами, обладающими научной новизной и полученными лично автором, являются:

1 Сформулировано авторское определение ключевых понятий, на основании которых представляется возможным исследовать корпоративный спорт как социально-экономическую категорию и выявить основные закономерности в сфере организации программ корпоративного спорта с учетом современных тенденций экономики сферы услуг, в том числе: «услуги корпоративного спорта», «система корпоративного спорта», «целевые аудитории корпоративного спорта», а также «стандарт услуг корпоративного спорта», который определяет основные виды спортивной активности, особенности, порядок оказания, проектирования и продвижения, а также непосредственную структуру услуг корпоративного спорта и их практическую реализацию в условиях конкретного отечественного предприятия или организации.

2 Представлена классификация моделей систем корпоративного спорта по ряду основных критериев, часть из которых соответствует общим подходам к классификации социально-экономических систем (например, разделение по критерию источника финансирования, по степени структурированности принятия управленческих решений и т.д.) и адаптирована к условиям и специфике услуг корпоративного спорта. Остальные же варианты критериев являются авторскими, указывают на характерные черты услуг корпоративного спорта и принимают во внимание закономерности функционирования и развития отраслей сферы услуг.

3 Разработаны методические подходы по повышению уровня мотивации сотрудников организации в услугах корпоративного спорта, в том числе рассмотрены такие актуальные направления мотивационной политики, связанные с услугами корпоративного спорта, как материальное стимулирование сотрудников организации с точки зрения обеспечения возможности участия в программах корпоративного спорта, нематериальное стимулирование сотрудников организации за счет вариативности предоставления услуг корпоративного спорта с точки зрения их индивидуальных достижений, потребностей и интересов, стимулирование сотрудников организации в зависимости от степени участия и личных достижений в программах корпоративного спорта.

4 Предложен алгоритм формирования стандарта услуг корпоративного спорта, который, по сравнению с существующими подходами, обладает универсальным характером, может быть использован в условиях любого предприятия или организации вне зависимости от регионального расположения, принадлежности к определенной отрасли и организационно-правовой формы, учитывает пожелания трудового коллектива, направлен на стимулирование участия в программах корпоративного спорта, а также

принимает во внимание потенциальные финансово-экономические риски и относительно высокий уровень прямых затрат на обеспечение функционирования услуг корпоративного спорта с точки зрения коммерческой организации.

5 Сформирован организационно-экономический механизм формирования и реализации стандарта услуг корпоративного спорта, направленный на повышение эффективности функционирования коммерческих структур на рынке услуг корпоративного спорта за счет, в отличие от вариантов уже существующих в российской практике, оптимизации подходов к выбору источников и методов финансирования процесса оказания услуг корпоративного спорта, создания механизмов обратной связи с потребителями услуг корпоративного спорта на основе использования цифровых технологий, а также проведения предварительных исследований потребительских предпочтений целевых аудиторий при формировании стандарта услуг корпоративного спорта в условиях коммерческих организаций.

Теоретическая значимость результатов диссертационного исследования заключается в развитии теоретических положений и методических подходов по совершенствованию процесса оказания услуг корпоративного спорта в условиях российских предприятий и организаций, дополнения существующего теоретического аппарата в области проектирования услуг корпоративного спорта и обеспечения его взаимосвязи с мотивационной политикой отечественных коммерческих структур.

Практическая значимость результатов исследования состоит в возможности использования предложенных рекомендаций и практических разработок органами государственного управления и российскими коммерческими структурами, ориентированных на развитие и совершенствование услуг корпоративного спорта в нашей стране. Материалы и выводы работы могут быть использованы при разработке учебных программ и курсов по отдельным учебным дисциплинам, в том числе «Система корпоративного спорта», «Спортивный менеджмент», «Государственное управление услугами корпоративного спорта» и ряд других.

Апробация и реализация результатов исследования. Основные результаты исследования были доложены и обсуждены на международных и всероссийских научно-практических конференциях, материалы исследования прошли апробацию посредством их использования при подготовке и реализации учебных курсов в рамках направлений подготовки бакалавриата «Экономика», «Менеджмент», «Государственное и муниципальное управление» на базе ФГБОУ ВО "Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья имени П. Ф. Лесгафта».

Публикации результатов исследования. Основные положения и выводы диссертации изложены в 14 научных работах, в том числе в 4 статьях в научных изданиях, определенных перечнем ВАК. Общий объем публикаций автора по теме диссертации составил 5,9 п. л. (вклад автора 3,8 п. л.).

Структура и содержание диссертации определены исходя из целей и задач исследования. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка.

II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Сформулировано авторское определение ключевых понятий, на основании которых представляется возможным исследовать корпоративный спорт как социально-экономическую категорию и выявить основные закономерности в сфере организации программ корпоративного спорта с учетом современных тенденций экономики сферы услуг, в том числе: «услуги корпоративного спорта», «система корпоративного спорта», «целевые аудитории корпоративного спорта», а также «стандарт услуг корпоративного спорта», который определяет основные виды спортивной активности, особенности, порядок оказания, проектирования и продвижения, а также непосредственную структуру услуг корпоративного спорта и их практическую реализацию в условиях конкретного отечественного предприятия или организации.

Под услугами корпоративного спорта следует понимать комплекс услуг спорта и физической культуры, а также услуг других взаимосвязанных секторов сервисной экономики, который направлен на удовлетворение потребности в осуществлении спортивной активности со стороны выбранной целевой аудитории на микроуровне и регулируется со стороны определенного субъекта управления.

Для более четкого понимания представленной характеристики категории «услуги корпоративного спорта» предлагается выделять два типа подобного рода услуг:

-услуги корпоративного спорта внутреннего характера, в рамках которых субъектом управления процессом создания, оказания, продвижения, оценки удовлетворенности и эффективности услуг выступает коммерческая структура (организация или предприятие),

-услуги корпоративного спорта внешнего характера, в рамках которых субъектом управления процессом создания, оказания, продвижения, оценки удовлетворенности и эффективности услуг, а также непосредственным внедрением и реализацией данных услуг на базе коммерческих организаций (частично или полностью) выступает консалтинговая организация, а в качестве основной целевой аудитории рассматривается сама коммерческая организация.

В рамках диссертационного исследования нами рассматриваются услуги корпоративного спорта внутреннего характера, в связи с их высокой значимостью и востребованностью как со стороны целевых аудиторий, так и со стороны коммерческих организаций.

С учётом вышесказанного, необходимо говорить и о ещё об одной важной категории, с точки зрения теории экономики сферы услуг и основ системного подхода, - о системе корпоративного спорта (рисунок 1).

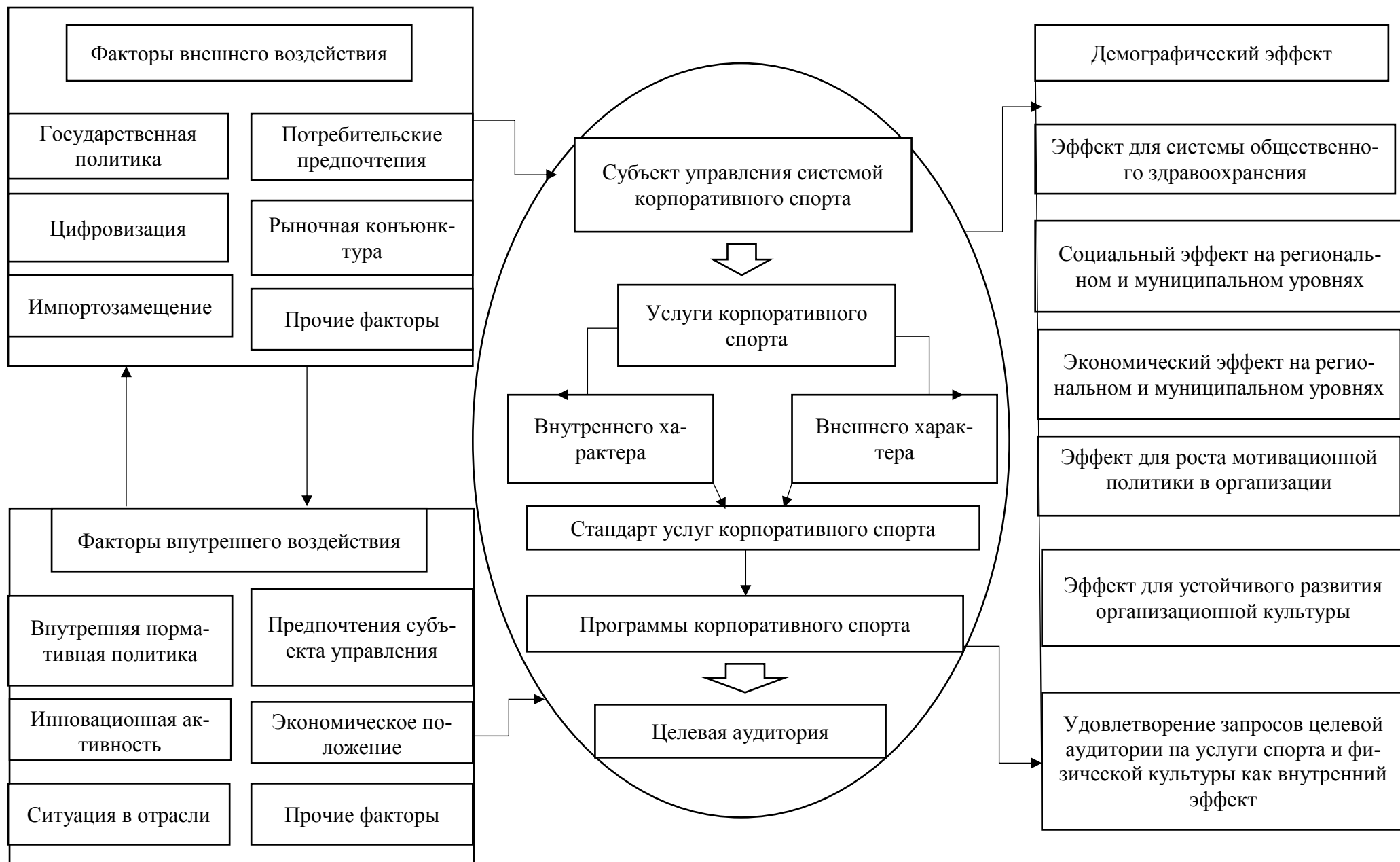


Рисунок 1 – Схематическое изображение системы корпоративного спорта

2. Представлена классификация моделей систем корпоративного спорта по ряду основных критериев, часть из которых соответствует общим подходам к классификации социально-экономических систем (например, разделение по критерию источника финансирования, по степени структурированности принятия управленческих решений и т.д.) и адаптирована к условиям и специфике услуг корпоративного спорта. Остальные же варианты критериев являются авторскими, указывают на характерные черты услуг корпоративного спорта и принимают во внимание закономерности функционирования и развития отраслей сферы услуг.

В современной научной литературе, моделирование в сфере корпоративного спорта рассмотрено весьма фрагментарно. В связи с этим возникает насущная потребность в разработке классификации моделей системы корпоративного спорта, которые позволили бы руководству российских предприятий и организаций реализовать практические проекты по созданию или совершенствованию собственных систем корпоративного спорта.

В таблице 1 нами представлена классификация моделей систем корпоративного спорта по ряду основных критериев. Часть из представленных критериев соответствует общим подходам к классификации социально-экономических систем (например, разделение по критерию источника финансирования, по степени структурированности принятия управленческих решений и т.д.) и адаптирована к условиям и специфике услуг корпоративного спорта.

Таблица 1

Классификация моделей системы корпоративного спорта

№	Наименование классификационного признака модели	Возможные виды моделей	Краткая характеристика модели и возможность использования
1	По укрупнённому виду экономической деятельности субъекта управления	-модель системы корпоративного спорта, характерная для промышленных предприятий, -модель системы корпоративного спорта, характерная для предприятий аграрного сектора, -модель системы корпоративного спорта, характерная для организаций сферы услуг	Разработка многофакторных моделей, ориентированных на проектирование и оказание услуг корпоративного спорта в различных отраслевых сегментах национальной экономики
2	По стадии и проблематике развития системы корпоративного спорта	-модель, ориентированная на создание системы корпоративного спорта, -модель, ориентированная на модернизацию системы корпоративного спорта за счет внедрения цифровых технологий, -модель, ориентированная на модернизацию системы корпоратив-	Моделирование коррелируется как с продолжительностью существования всей системы корпоративного спорта в организации и накопленным опытом, так и связано с жизненным циклом организа-

		ного спорта за счет диверсификации услуг корпоративного спорта, -модель, ориентированная на повышение качества услуг корпоративного спорта	ции
3	По уровню адаптации к интересам целевых аудиторий	-низко адаптированные (ориентированы исключительно на субъекта управления системой) -средне адаптированные (баланс интересов субъекта управления и целевых аудиторий) -высоко адаптированные (ориентированы на запросы и интересы целевых аудиторий)	Моделирование происходит в соответствии с выбором приоритетов в развитии системы корпоративного спорта. Например, в качестве фактора уровня адаптивности может выступать величина бюджета на корпоративный спорт, спортивные предпочтения большинства членов коллектива и т.д.
4	По наличию взаимодействия с другими секторами сферы услуг	-однофакторные модели, ориентированные исключительно на реализацию услуг физической культуры и спорта, -двухфакторные модели, ориентированные на использование двух видов услуг в системе корпоративного спорта, -многофакторные модели, ориентированные на использование более двух видов услуг в системе корпоративного спорта	Моделирование учитывает взаимовлияние сектора услуг физической культуры и спорта и других секторов сферы услуг
5	По приоритетным видам спортивной активности	-ориентирована на индивидуальные виды спортивной активности, -ориентирована на групповые виды активности, -ориентирована на участие в спортивных, в т. ч., массовых мероприятиях, -смешанного характера	Моделирование учитывает характер и специфику вида спортивной активности, наиболее востребованной для целевой аудитории
6	По территориально-пространственному признаку	-модель, ориентированная на возможности городов федерального значения и крупных российских мегаполисов, - модель, ориентированная на возможности средних и малых городских поселений, - модель, ориентированная на возможности сельских поселений, - модель, ориентированная на возможности моногородов и ЗАТО	Моделирование учитывает возможности формирования стандарта услуг корпоративного спорта в зависимости от пространственного расположения коммерческой структуры, оказывающей услуги корпоративного спорта

3. Разработаны методические подходы по повышению уровня мотивации сотрудников организации в услугах корпоративного спорта, в том числе рассмотрены такие актуальные направления мотивационной политики, связанные с услугами корпоративного спорта, как материальное стимулирование сотрудников организации с точки зрения обеспечения возможности участия в программах корпоративного спорта, нематериальное стимулирование сотрудников организации за счет вариативности предоставления услуг корпоративного спорта с точки зрения их индивидуальных достижений, потребностей и интересов, стимулирование сотрудников организации в зависимости от степени участия и личных достижений в программах корпоративного спорта.

Одним из ключевых направлений, связанных с повышением эффективности управления персоналом в корпоративном секторе, следует признать мотивационную политику, с помощью инструментария которой руководство любой компании может достигать определенных целей и задач, которые соответствуют миссии и направленности экономической деятельности как в текущий момент, так и с точки зрения реализации долгосрочной стратегии роста на выбранном рынке. Вместе с тем, говоря о мотивации в корпоративном секторе, необходимо учитывать, что предпринимаемые усилия со стороны руководства могут быть ориентированы на достижение совершенно различных целей, в том числе подразумевать развитие системы корпоративного спорта.

В качестве организационно-экономического механизма решения заявленной проблемы следует признать необходимость учета корпоративного спорта в системе материального и нематериального стимулирования на предприятии, что позволило бы повысить долю работников, которые участвуют на постоянной основе в программах корпоративного спорта. Использование инструментов мотивации в данном случае, во многом зависит от финансовых возможностей самого предприятия.

Однако, представляется целесообразным выработка единых методических подходов к мотивационной деятельности, с точки зрения последующего тиражирования и распространения на практике как определенных универсальных методов поддержки корпоративного спорта в условиях российских предприятий различных секторов национальной экономики (рисунок 2).

Представленные методические подходы необходимо учитывать при формировании или совершенствовании стандартов услуг корпоративного спорта, которые должны полностью соответствовать той мотивационной политике, которая реализуется в условиях конкретной коммерческой структуры. Однако, использование стандарта услуг корпоративного спорта в качестве инструмента мотивационной политики предполагает решение целого ряда комплексных проблем, к числу наиболее значимых из которых можно отнести поиск дополнительных источников финансирования для расширения услуг корпоративного спорта в организации, развитие собственной ин-

фраструктурной базы для организации спортивных мероприятий и оказания спортивных услуг для персонала компании или других целевых аудиторий, интеграцию корпоративного спорта в систему национального и регионального рынка спортивных услуг в контексте роста мотивации для участия у персонала компании и ряд других организационно-экономических мероприятий и ряд других.

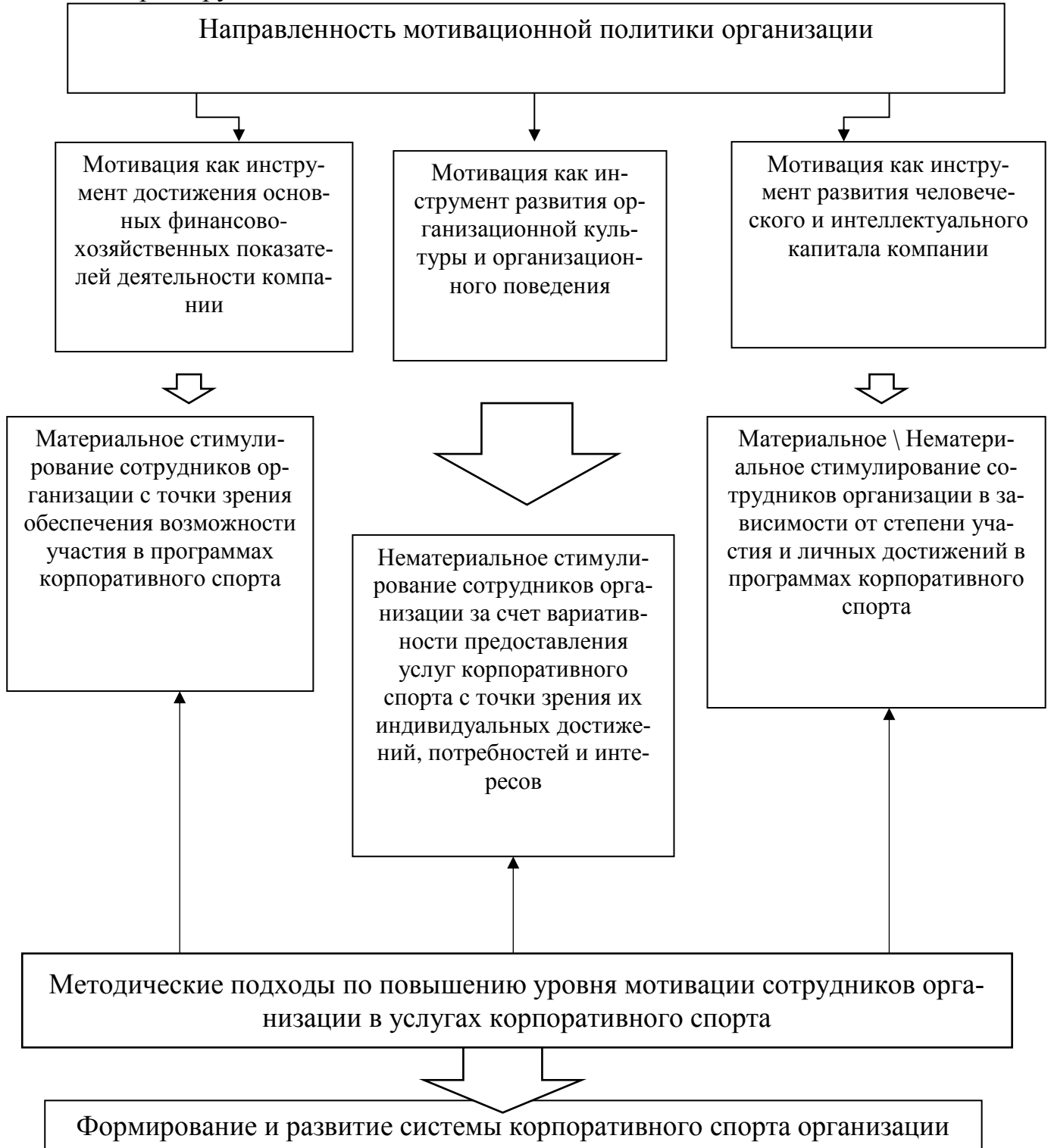


Рисунок 2 – Методические подходы по повышению уровня мотивации сотрудников организации в услугах корпоративного спорта в контексте формирования и развития системы корпоративного спорта

4. Предложен алгоритм формирования стандарта услуг корпоративного спорта, который, по сравнению с существующими подходами, обладает универсальным характером, может быть использован в условиях любого предприятия или организации вне зависимости от регионального расположения, принадлежности к определенной отрасли и организационно-правовой формы, учитывает пожелания трудового коллектива, направлен на стимулирование участия в программах корпоративного спорта, а также принимает во внимание потенциальные финансово-экономические риски и относительно высокий уровень прямых затрат на обеспечение функционирования услуг корпоративного спорта с точки зрения коммерческой организации.

Одним из ключевых элементов системы корпоративного спорта является стандарт услуг корпоративного спорта, который определяет основные виды спортивной активности, особенности, порядок оказания, проектирования и продвижения, а также непосредственную структуру услуг корпоративного спорта и их практическую реализацию в условиях конкретного отечественного предприятия или организации. Формирование стандарта услуг корпоративного спорта является одной из ключевых задач любой программы КСО бизнеса вне зависимости от масштабов его деятельности, отраслевой специфики или регионального расположения.

В связи с этим можно говорить о том, что разработка алгоритма формирования стандарта услуг корпоративного спорта является одним из целевых приоритетов в рамках реализации проектов и программ в рамках системы корпоративного спорта.

С учетом особенностей эволюционного развития систем корпоративного спорта в России, а также принимая во внимание специфику рынка услуг физической культуры и спорта в нашей стране, нами предлагается следующий вариант алгоритма формирования стандарта услуг корпоративного спорта, который учитывал бы как интересы самого предприятия с точки зрения реализации внутренней социальной политики, и, конечно же, был бы ориентирован на удовлетворение потребностей в услугах физической культуры и спорта основных целевых аудиторий (рисунок 3).

Помимо выше обозначенных этапов приведенного алгоритма, в нем также учитывается необходимость выбора конкретной комплексной модели системы корпоративного спорта, которая учитывала бы целый перечень факторов, которые нашли свое отражение в классификации моделей системы корпоративного спорта ранее в тексте диссертационного исследования, а также последующую разработку организационно-экономического механизма реализации сформированного стандарта услуг корпоративного спорта, который должен учитывать такие принципиальные аспекты как выбор оптимальной схемы финансирования базовой и специализированной части стандарта корпоративных услуг, оценку обратной связи с целевыми аудиториями и т.д.

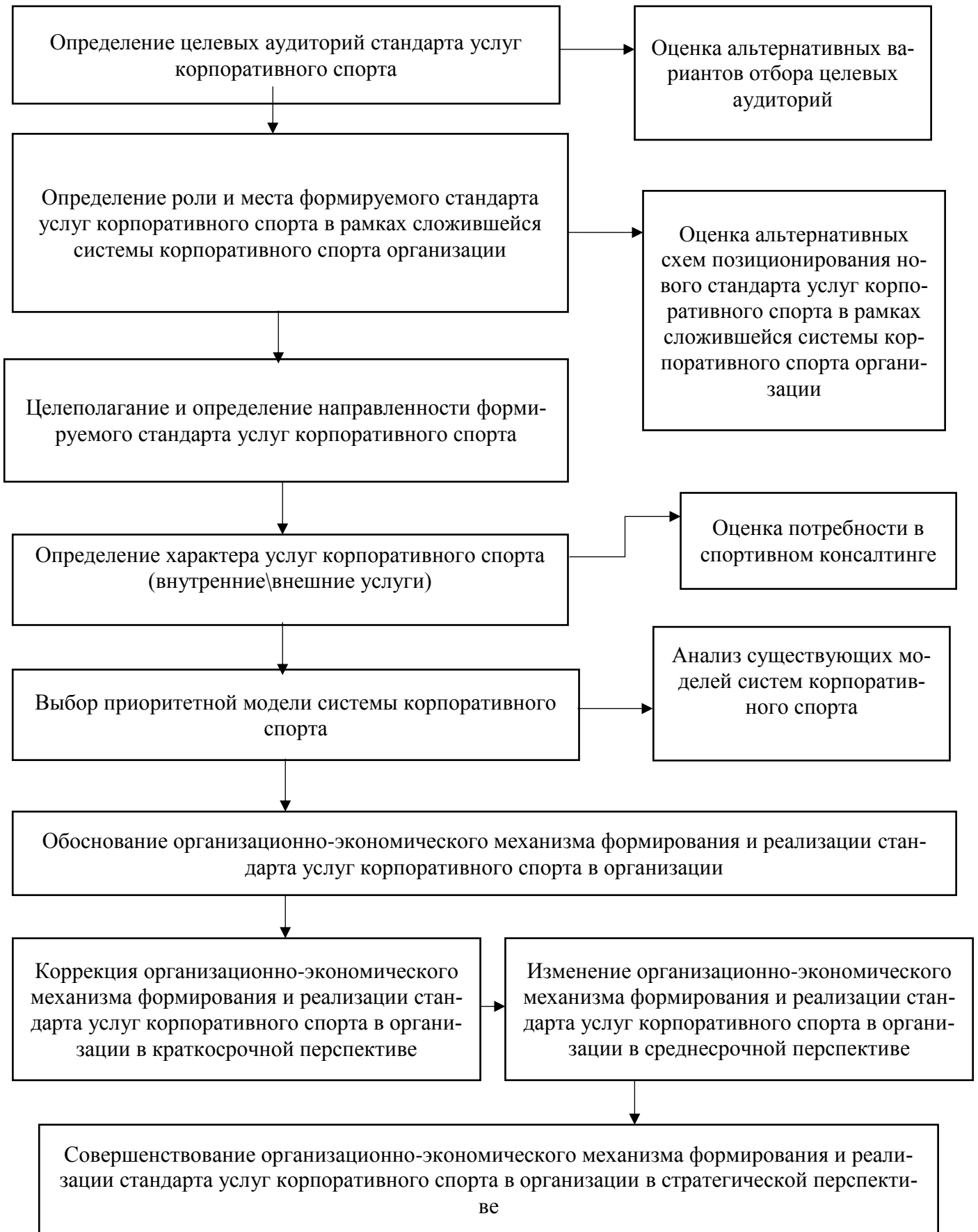


Рисунок 3 - Алгоритм формирования стандарта услуг корпоративного спорта

Предложенный алгоритм отличается от уже существующих в России и за рубежом по следующим характеристикам:

-в основе предлагаемого алгоритма не отдельные услуги физической культуры или спорта, которые могут быть реализованы в рамках программ корпоративного спорта, а введенное нами понятие стандарта услуг корпоративного спорта,

-предложенный алгоритм обладает универсальным характером и может быть использован в условиях любого предприятия или организации вне зависимости от регионального расположения, принадлежности к определенной отрасли, организационно-правовой формы и т.д. Вместе с тем его реализация наиболее вероятна при соблюдении двух ключевых условий – наличия опыта функционирования программ корпоративного спорта, что наиболее характерно для крупных российских корпораций, в которых корпоративный спорт – часть уже сложившейся системы КСО, при одновременной готовности руководства организации к изменению условий и параметров системы корпоративного спорта в организации,

-одной из характерных черт предлагаемого алгоритма является его комплексный и дифференцированный характер по ряду выбранных критериев. В большинстве своем существующие варианты программ корпоративного спорта ориентированы на интересы работодателя, который стремится сократить расходы на корпоративный спорт посредством лимитирования возможности выбора услуг физической культуры и спорта для сотрудников и персонала при одновременном сохранении уровня их качества и доступности. Предложенный вариант, в большей степени, учитывает пожелания трудового коллектива и направлен на стимулирование участия в программах корпоративного спорта,

-вместе с тем, учитывая, одновременно, потенциальные финансово-экономические риски и относительно высокий уровень прямых затрат на обеспечение функционирования услуг корпоративного спорта и актуальную необходимость достижения высокого качества услуг и спортивной инфраструктуры, предлагается выделять базовую и специализированную часть стандарта услуг корпоративного спорта.

Первая из них включает базовые (гарантированные) расходы организации на корпоративный спорт при одновременной диверсификации услуг физической культуры и спорта для выбранной целевой аудитории, а вторая предполагает включение дополнительных услуг в зависимости от ряда факторов, в том числе с точки зрения возможностей самого субъекта управления системой корпоративного спорта, динамики удельного веса затрат на реализацию услуг и т.д. Реализация предложенного алгоритма формирования стандарта услуг корпоративного спорта создаст дополнительные условия для обеспечения устойчивости функционирования системы корпоративного спорта в России как на отдельных предприятиях, так и в целом с точки зрения соблюдения стратегических интересов государственной политики в области спорта и физической культуры.

5. Сформирован организационно-экономический механизм формирования и реализации стандарта услуг корпоративного спорта, направленный на повышение эффективности функционирования коммерческих структур на рынке услуг корпоративного спорта за счет, в отличие от вариантов уже существующих в российской практике, оптимизации подходов к выбору источников и методов финансирования процесса оказания услуг корпоративного спорта, создания механизмов обратной связи с потребителями услуг корпоративного спорта на основе использования цифровых технологий, а также проведения предварительных исследований потребительских предпочтений целевых аудиторий при формировании стандарта услуг корпоративного спорта в условиях коммерческих организаций.

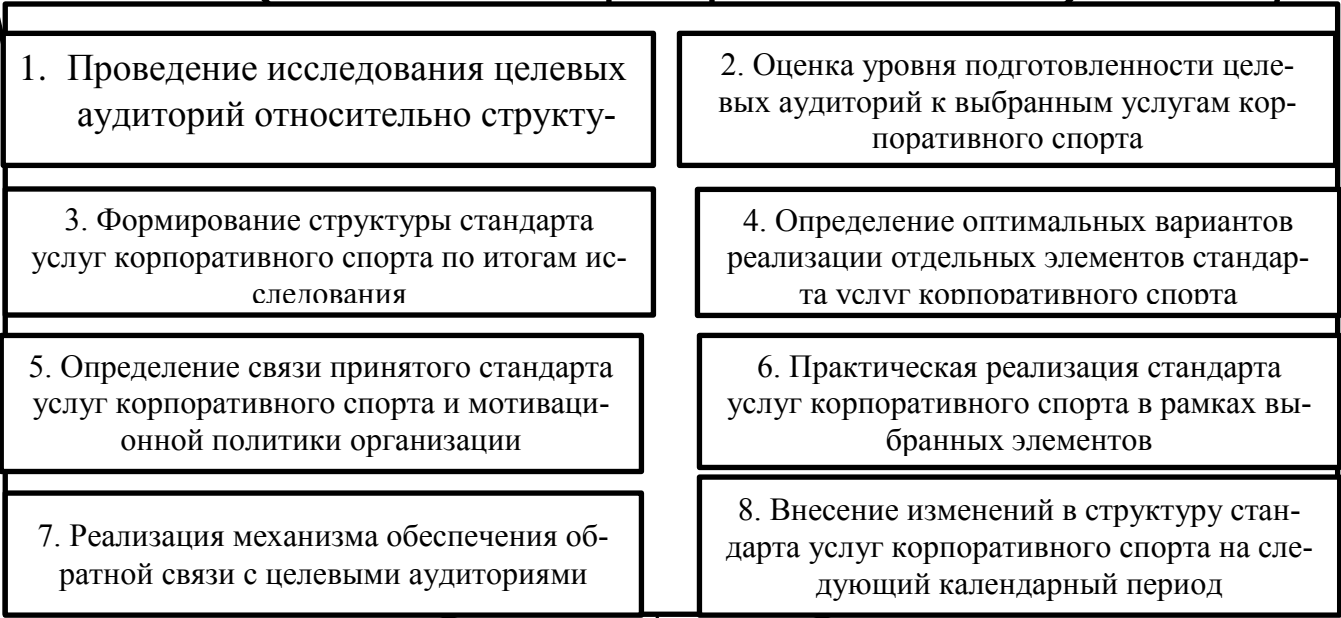
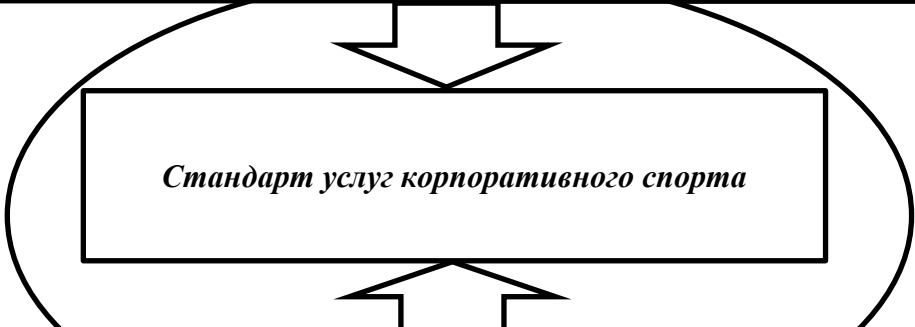
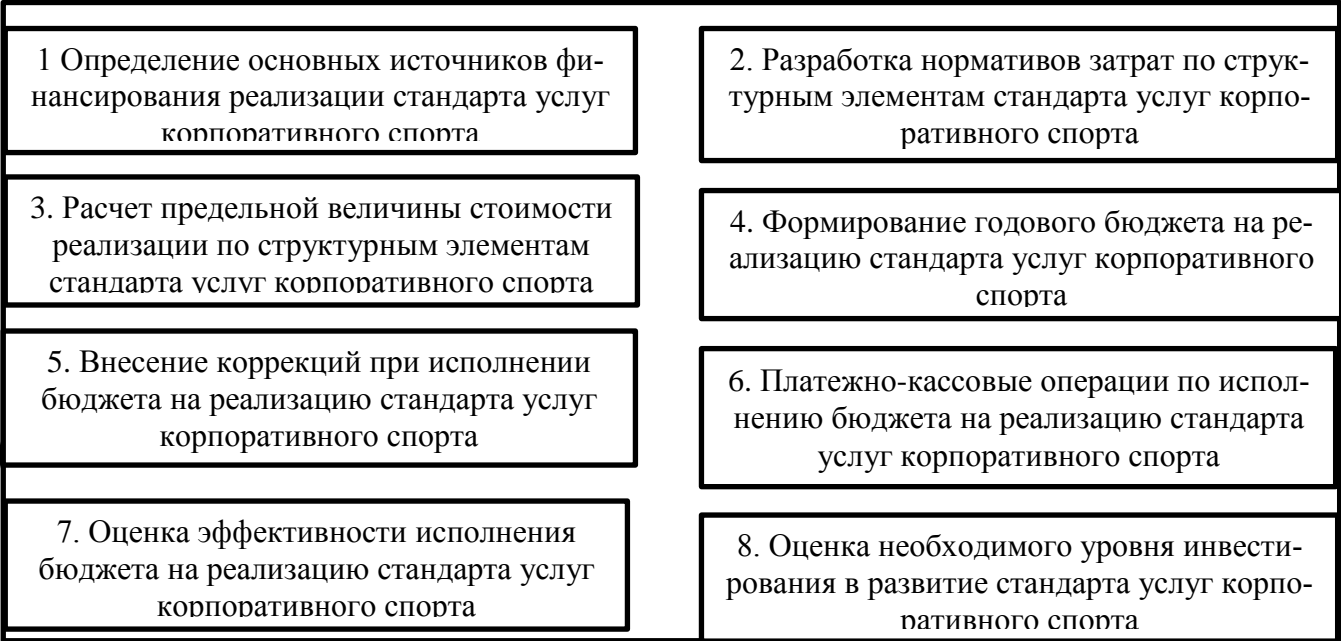
Алгоритм формирования и реализации стандарта услуг корпоративного спорта в обязательном порядке включает в себя организационно-экономический механизм, который обеспечивает его практическую эффективность с точки зрения выбранных целевых установок в условиях конкретной системы корпоративного спорта, принятой на том или ином предприятии или в организации. Важно отметить, что данный механизм включает в себя как аспекты финансового обеспечения услуг корпоративного спорта, так и непосредственно набор организационных мероприятий, которые необходимо провести для реализации всей полноты принятого стандарта.

Возможный вариант организационно-экономического механизма формирования и реализации стандарта услуг корпоративного спорта представлен нами на рисунке 4. На основании данного рисунка видно чёткое разделение на финансовые аспекты стандарта услуг корпоративного спорта, которые создают базис для его реализации, и организационную составляющую, от которой зависит эффективность самого стандарта услуг, таким образом выполняются основные требования к организационно-экономическому механизму, регламентирующему создание и последующее развитие любой социально-экономической системы.

Ключевым источником финансирования реализации стандарта услуг корпоративного спорта, конечно же, необходимо признать собственные средства организации. Оптимальным вариантом является использование чистой прибыли для финансирования услуг корпоративного спорта как составной части программ КСО, которые предназначены на развитие человеческих ресурсов организации и ее интеллектуального потенциала.

Одним из ключевых этапов организационной части механизма формирования и реализации стандарта услуг корпоративного спорта, по нашему мнению, следует признать проведение исследования потребительских предпочтений целевых аудиторий относительно структуры стандарта услуг корпоративного спорта.

Финансовые аспекты формирования и реализации стандарта услуг корпоративного спорта



Организационные аспекты формирования и реализации стандарта услуг корпоративного спорта

Рисунок 4 – Организационно-экономический механизм формирования и реализации стандарта услуг корпоративного спорта

В диссертационном исследовании представлено краткое описание возможных блоков вопросов, в рамках которых может быть проведено исследование предпочтений таких целевых аудиторий как сотрудники и персонал организации, а также их дети.

Подводя итог вышесказанному, можно говорить о высоком практическом потенциале предлагаемого организационно-экономического механизма, так как данный вариант учитывает:

- особенности формирования и реализации комплексного стандарта услуг корпоративного спорта, их дифференцированный характер по отношению не только к различным целевым аудиториям, но и к конкретным получателям услуг,

- предполагает использование различных источников финансирования стандарта услуг корпоративного спорта, а не фокусирование исключительно на собственных средствах коммерческой структуры, величина которых не всегда благоприятствует развитию системы корпоративного спорта,

- подразумевает возможность применения различных методик нормирования расходов на оказание услуг корпоративного спорта, в том числе методике калькуляции затрат на стандарт услуг корпоративного спорта, ориентированную на нормативы по отдельным структурным элементам стандарта как наиболее перспективный вариант в российских экономических условиях,

- широта ассортимента и практические аспекты реализации услуг корпоративного спорта формируются на основе проведения предварительного исследования потребительских предпочтений целевых аудиторий на основе собственной методики проведения опроса с использованием возможностей цифровых технологий,

- важным элементом предлагаемого механизма является наличие обратной связи между субъектом управления системой корпоративного спорта и целевыми аудиториями.

III. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ (ЗАКЛЮЧЕНИЕ)

Практическая реализация существующих методических подходов к созданию или совершенствованию систем корпоративного спорта предполагает определение стандартных ситуаций, а также набора определённых конкретных действий организационно-экономического характера, которые могли бы максимально унифицировать и упростить экономическое поведение субъекта управления системой корпоративного спорта с точки зрения использования ресурсной базы и характеристики предпочтений выбранных целевых аудиторий.

Разработка и последующее практическое внедрение алгоритма формирования стандарта услуг корпоративного спорта является одним из целевых приоритетов в рамках реализации проектов и программ в рамках системы корпоративного спорта.

IV. ОСНОВНЫЕ НАУЧНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Нифонтова, К. Р. Совершенствование стандарта услуг корпоративного спорта в России / К. Р. Нифонтова // Экономика и управление в спорте. -2025. - № 1. – 0,4 п. л.

2. Нифонтова, К. Р. Цифровые технологии в сфере устойчивого туризма / К. Р. Нифонтова // Финансовый бизнес. – 2024. – № 12. – С. 163-168. – 0,5 п. л.

3. Нифонтова, К. Р. Цифровые технологии в сфере устойчивого туризма / К. Р. Нифонтова, П. А. Волков, В. В. Селезнева // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2024. – № 9. – С. 99-102. – 0,9/0,3 п. л.

4. Нифонтова, К. Р. Современные тенденции развития корпоративного спорта в РФ / К. Р. Нифонтова, С. Ю. Гришин, П. А. Волков// Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2023. – № 6-2(144). – С. 174-177. – 0,9/0,3 п. л.

5. Нифонтова, К. Р. Проблемы обеспечения функционирования системы корпоративного спорта в условиях моногородов / К. Р. Нифонтова // Межотраслевые исследования. Безбарьерная среда научной деятельности. Часть 2: Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Воронеж, 14 декабря 2024 г. - Стерлитамак: АМИ - С. 102-106. – 0,3 п.л.

6. Нифонтова, К. Р. Развитие рынка услуг корпоративного спорта в условиях российских регионов / К. Р. Нифонтова // Теоретические и практические аспекты формирования и развития «новой науки». Часть 2: Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, 2024 г., Новосибирск, 19 декабря 2024 г. - Стерлитамак: АМИ. - С. 162-165. – 0,2 п.л.

7. Нифонтова, К. Р. Особенности и ключевые направления развития системы корпоративного спорта в РФ / К. Р. Нифонтова // Инновационные технологии современной научной деятельности: стратегия, задачи, внедрение: Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Саратов, 13 декабря 2024 г. Уфа: Аэтерна. - С. 39-42. – 0,3 п.л.

8. Нифонтова, К. Р. Социальный эффект от проведения международных спортивных мероприятий для развития региона на примере «Игр будущего» в Казани / К. Р. Нифонтова, В. В. Половинкин // Человек в мире спорта: Материалы Всероссийской научно-практической конференции молодых исследователей с международным участием, посвященной Дню российской науки и проводимой в ознаменование 270-летия Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова, Санкт-Петербург, 15–26 апреля 2024 года. – Санкт-Петербург: Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, 2024. – С. 217-222. – 0,4/0,2 п. л.

9. Нифонтова, К. Р. Киберспорт в движении: новый путь развития массового спорта в России / В К. Р. Нифонтова, В. В. Половинкин // От международных спортивных игр "дети Азии" к университетскому спорту: Сборник научных трудов Международной научной конференции, в рамках VIII Международных спортивных игр «Дети Азии» и 25-летнего юбилея Чурапчинского государственного института физической культуры и спорта, Якутск, 04–05 июля 2024 года. – Якутск: ФГБОУ ВО "Чурапчинский государственный институт физической культуры и спорта", 2024. – С. 266-269. – 0,4/0,2 п.л.

10. Нифонтова, К. Р. Корпоративный спорт и рынок туристских услуг в условиях развития сервисной экономики / К. Р. Нифонтова // Туризм и образовательные технологии в цифровой экономике: Сборник научных трудов по материалам VIII международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 12 октября 2023 года. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭУ, 2023. – С. 117-121. – 0,3 п. л.

11. Нифонтова К.Р. Роль мотивации в развитии услуг корпоративного спорта / К. Р. Нифонтова, П. А. Волков // Туризм и образовательные технологии в цифровой экономике: Сборник научных трудов по материалам VIII международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 12 октября 2023 года. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭУ, 2023. – С. 40-44. – 0,4/0,2 п. л.

12. Мохова, К. Р. (Нифонтова К.Р.) Развитие государственной политики по вовлечению населения в занятия физической культурой и спортом в Санкт-Петербурге / К. Р. Мохова // Наука и технологии в сфере физической культуры и спорта: Материалы научно-практической конференции научно-педагогических работников НГУ им. П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, 22–31 мая 2023 года. – Санкт-Петербург: Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья имени П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, 2023. – С. 158-161. – 0,3 п.л.

13. Мохова, К. Р. (Нифонтова К. Р.) Развитие экономики физической культуры и спорта в условиях санкционного давления / К. Р. Мохова, Н. А. Догонова // Спорт, Человек, Здоровье: Материалы XI Международного Конгресса, Санкт-Петербург, 26–28 апреля 2023 года / Под редакцией С. И. Петрова. – Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2023. – С. 18-20. – 0,2/0,1 п. л.

14. Мохова, К. Р. (Нифонтова К.Р.) Организация подготовки волонтеров в сфере физической культуры и спорта / К. Р. Мохова, Л. Ю. Заболотских // Студенческая наука - физической культуре и спорту: Сборник материалов Всероссийской с международным участием межвузовской научно-практической конференции молодых исследователей «Человек в мире спорта», Санкт-Петербург, 01–08 января 2020 года. Том Выпуск 16, Часть 2. – Санкт-Петербург: НГУ им. П.Ф. Лесгафта, 2020. – С. 84-88. – 0,4/0,2 п. л.