

УДК 334.02

М. А. Волкова

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, e-mail: mashatopvolkova@mail.ru

Ю. О. Иванова

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, e-mail: cardamina@gmail.com

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО СПОРТА ЗА РУБЕЖОМ И ИХ ВНЕДРЕНИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ключевые слова: корпоративный спорт, тенденции развития, популяризация, влияние Запада, глобализация, тренды.

Корпоративный спорт как специализированное направление массового спорта стремительно набирает популярность во всем мире. Первоначально внимание физической активности на предприятиях стали уделять в США, затем такой способ мотивации и удерживания сотрудников в компании стал использоваться и экономическими лидерами европейских стран. В ходе исследования были выявлены следующие тенденции развития корпоративного спорта за рубежом: активное внедрение корпоративных спортивных программ на обязательном уровне для предприятий, основанное на повышении значения сплочения сотрудников организации и привития им ценностей здорового образа жизни; персонализация корпоративных услуг в спорте, предоставление сотрудникам широкого выбора реализуемых компанией в рамках корпоративной социальной ответственности программ, где каждый может найти для себя путь самосовершенствования и релаксации от рабочего процесса. На основе этого были выделены тренды корпоративного спорта за границей. Во-первых, масштабирование корпоративного спортивного движения, о чем свидетельствует регулярное создание новых лиг, федераций, команд, их приведение к стандартам профессионального спорта. Во-вторых, необходимость обучения высококвалифицированного персонала специально для этой области: судьи, управленцы, тренеры и т.д. В-третьих, повышение темпов строительства инфраструктуры, так как возрастание интереса к корпоративному спорту влечет за собой появление новых участников движения, для тренировок и состязаний между которыми требуется специальная корпоративная спортивная инфраструктура. В-четвертых, составление единого календарного плана мероприятий массового спорта отдельной организации / федерации, а также города / региона / страны с включением в него соревнований среди персонала компаний. В-пятых, необходимо учитывать возрастающую базу болельщиков корпоративных спортивных команд, которая может стать альтернативным путем продвижения корпоративного спорта в целом. Таким образом, данная статья раскрывает суть основных тенденций в корпоративном спорте за рубежом, выявляя степень их влияния на формирование корпоративного спортивного движения в Российской Федерации.

М. А. Volkova

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: mashatopvolkova@mail.ru

Yu. O. Ivanova

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: cardamina@gmail.com

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF CORPORATE SPORTS ABROAD AND THEIR IMPLEMENTATION IN THE RUSSIAN FEDERATION

Keywords: corporate sports, development trends, popularization, influence of the West, globalization, trends.

Corporate sports as a specialized area of mass sports is rapidly gaining popularity all over the world. Initially, attention to physical activity in enterprises began to be paid in the United States of America, then this method of motivating and retaining employees in the company began to be used by the economic leaders of European countries. The study revealed the following trends in the development of corporate sports abroad: active introduction of corporate sports programs at a mandatory level for enterprises, based on increasing the importance of uniting employees of the organization and instilling in them the values of a

healthy lifestyle; personalization of corporate services in sports, providing employees with a wide choice of programs implemented by the company as part of corporate social responsibility, where everyone can find a way for self-improvement and relaxation from the work process. Based on this, corporate sports trends abroad were identified. Firstly, the scaling of the corporate sports movement, as evidenced by the regular creation of new leagues, federations, teams, bringing them to the standards of professional sports. Secondly, the need to train highly qualified personnel specifically for this area: judges, managers, trainers, etc. Thirdly, an increase in the pace of infrastructure construction, since an increase in interest in corporate sports entails the emergence of new participants in the movement, for training and competition between which a special corporate sports infrastructure is required. Fourthly, drawing up a unified calendar plan for mass sports events of a separate organization / federation, as well as a city / region / country with the inclusion of competitions among company personnel. Fifth, it is necessary to take into account the growing fan base of corporate sports teams, which can become an alternative way to promote corporate sports in general. Thus, this article reveals the essence of the main trends in corporate sports abroad, revealing the degree of their influence on the formation of the corporate sports movement in the Russian Federation.

Термин «Team Building» пришел в большой бизнес из спорта в 60-х годах прошлого века. «Аксиома эффективности – построение слаженной, профессиональной команды, действующей как единый механизм» [11]. «Несмотря на огромный рынок организации корпоративных мероприятий, сложившийся за долгие годы, суть и изначальный смысл «Team Building» постепенно размылись» [10].

Сейчас этим термином обычно обозначаются праздничные корпоративы, заключающиеся в проведении коллективного мероприятия в формате застолья, что не всегда является эффективным для сплочения сотрудников и почти всегда губительным для здоровья персонала (вредная пища, алкоголь и т.п.). В настоящее время «процесс построения команды перестал покидать зону комфорта и превратился в формальную дополнительную нагрузку для HR-отделов, что не замедлило сказаться на производительности труда сотрудников в худшую сторону» [1].

Так, можно выделить первую тенденцию развития корпоративного спорта зарубежья: активное внедрение корпоративных спортивных программ на обязательном уровне для предприятий, основанное на повышении значения сплочения сотрудников организации и привития им ценностей здорового образа жизни. Иными словами, корпорации считают для формирования и поддержания единства и неформального общения персонала более целесообразным проводить мероприятия соревновательного характера, пропагандируя физическую культуру, здоровую конкуренцию, укрепление организма, нежели консервативные корпоративы, традиционно ведущие за собой отстраненность некоторых сотрудников, коллегиальное деление в течение застолья, употребление алкоголя, переедание и пр. Пред-

приниматели в США первыми поняли, что обезличивание персонала, игнорирование его особенностей, талантов и потребностей в самовыражении приводят к снижению эффективности и производительности компании в целом. Поэтому спорт интегрировался в бизнес, как на Западе, так и на рынке крупных российских компаний из разных сфер деятельности.

Следующая, вытекающая из этого тенденция развития корпоративного спорта на Западе, – это персонализация корпоративных услуг. Своеобразная кастомизация в спорте, предоставление сотрудникам широкого выбора реализуемых компанией в рамках корпоративной социальной ответственности программ, где каждый, вне зависимости от пола / возраста / личных предпочтений / стажа / уровня заработной платы / занимаемой должности / телосложения / степени спортивной подготовки, найдет для себя путь самосовершенствования и релаксации от рабочего процесса.

В США сегодня функционируют чемпионаты и лиги по различным видам корпоративного спорта, организованные по всем классическим правилам (стандартам) большого профессионального спорта: на крупных объектах спортивной инфраструктуры, со специально обученными квалифицированными судьями, с большим количеством болельщиков, четким единым календарным планом игр, на которых неопределенность результата не меньше, чем на Суперболе – грандиозном и самом долгожданном спортивном событии континента – финале сезона американского футбола. Большинство школьных / университетских спортзалов, стадионов и площадок по вечерам переходит в распоряжение корпоративных сборных и команд.

Отсюда можно выделить сразу несколько трендов корпоративного спорта за гра-

ницей. Во-первых, это масштабирование корпоративного спортивного движения, о чем свидетельствует регулярное создание новых лиг, федераций, команд, а также приведение их к стандартам и правилам профессионального спорта. Во-вторых, необходимость обучения высококвалифицированного персонала специально для этой области: судьи, управленцы, тренеры и т.д. В-третьих, повышение темпов строительства инфраструктуры, так как возрастание интереса к корпоративному спорту влечет за собой появление новых участников движения, для тренировок и состязаний между которыми требуется специальная корпоративная спортивная инфраструктура. В-четвертых, составление единого календарного плана мероприятий массового спорта отдельной организации / федерации, а также города / региона / страны с включением в него соревнований среди персонала компаний. В-пятых, необходимо учитывать возрастающую базу болельщиков корпоративных спортивных команд, которая может стать альтернативным путем продвижения корпоративного спорта в целом. С точки зрения спортивной экономики, болельщики в корпоративном спорте – новая целевая аудитория для некоторых видов спортивных товаров и услуг, это уникальный объект маркетинга. Например, высокий уровень неопределенности результата в корпоративном спорте при условии высокой степени вовлеченности болельщиков в соревнования может сыграть большую роль на букмекерском рынке. Последняя, но немаловажная в этом аспекте тенденция – развитие сотрудничества с образовательными организациями. Многие университеты, школы и колледжи способны предоставлять компаниям в аренду свои спортивные объекты инфраструктуры: залы, стадионы, игровые поля, манежи и т.д. Заключение контрактов возможно в двустороннем порядке, с извлечением двусторонних выгод. Так, образовательные организации, помимо денежных средств, могут предоставлять в аренду спортивную инфраструктуру на условиях трудоустройства будущих выпускников в компании-арендаторы, проведения обучающих семинаров / экскурсий от корпораций, использующих объекты, организации профессиональных ориентационных мероприятий и др.

В современном корпоративном спортивном мире набор состязаний и их видов позволяет заниматься любым спортом, какой

предпочтет работник, независимо от перечисленных ранее внешних и внутренних факторов: от хорошо известных футбола / волейбола до народных видов спорта: доджбола (аналог вышибал), фрисби (командная игра с летающей тарелками) и боулинга. «Одними из самых популярных форм корпоративного спорта стали беговые дисциплины, а именно корпоративные эстафеты. Возникшие в Японии, они вдохновлены идеей сотрудничества, поддержки и командной работы, и вслед за Японией приобрели популярность во всем мире. В таких странах как Австралия, Новая Зеландия, Канада, Испания, Нидерланды, Китай, Германия, Франция, США и Южная Корея ежегодно тысячи участников выходят на старт, чтобы принять участие в эстафете» [2].

Здесь можно отметить тенденцию ранжирования уровня популярности различных видов массового спорта среди работающего населения. Беговые дисциплины, эстафеты, полосы препятствий – на данный момент одни из самых распространенных видов корпоративного спорта. «В настоящее время во всем мире приобретают все большую популярность различные массовые забеги с препятствиями. Мода на такие соревнования пришла из-за рубежа, где проводятся испытания Warrior Dash, Spartan Race, Tough Mudder и многие другие. При планировании гонки организаторы стараются придать ей неповторимый, уникальный образ» [3].

Для обозначения следующей тенденции необходимо немного углубиться в историю развития корпоративного спорта, обратиться к истокам. Так, по некоторым источникам, «первоосновой соревновательных процессов в организациях можно считать конкурсы профессионального мастерства, первые упоминания о которых относятся ко времени формирования цеховой культуры времен средневековья» [4]. В современном мире это направление трансформировалось в необходимость создания корпоративных мероприятий, обеспечивающих демонстрацию достижений и навыков сотрудников предприятия и получения новых знаний, исходя из практики других компаний.

«Зарубежные акционеры и менеджеры предприятий активно способствуют развитию корпоративного спорта и расценивают это как своеобразные инвестиции в формирование морали производственных отношений и командного духа. Среди преимуществ спортивных мероприятий, в которых

участвуют сотрудники, западноевропейское бизнес-сообщество выделяет:

- установление дружеских внерабочих отношений в организации через общую систему ценностей: спорт, здоровье, фитнес, активный образ жизни и развлечения;

- выявление неформальных лидеров и укрепление позиций управленческого персонала;

- появление организации в СМИ вне основной официальной рекламной кампании через освещение спортивных мероприятий корпоративного спорта как социально-ответственной компании, проявляющей заботу о сотрудниках» [5]. И, таким образом, популярность этого направления корпоративной культуры стремительно возрастает, открывая для предпринимателей все новые возможности и перспективы роста.

Далее проанализируем управленческий аппарат в международной корпоративно-спортивной деятельности. Всемирная федерация корпоративного спорта (WFCS) – это добровольная некоммерческая организация, объединяющая национальные спортивные компании или другие спортивные федерации со всех континентов, руководящие корпоративным спортом. Большинство членов этих федераций – компании, отличающиеся друг от друга по численности сотрудников, форме существования, организационно-правовой структуре и сфере деятельности [6]. Корпоративный спорт включает в себя большой перечень видов спорта, которые могут быть организованы внутри компании.

WFCS (World Federation for Company Sport) – это молодая, соответствующая современным тенденциям развития корпоративной культуры, федерация, которая была создана 2 июня 2014 года президентом Европейской федерации корпоративного спорта (EFCS) Дидье Бейсером и организацией, объединяющей спортивные компании в Азии. Церемония начала функционирования федерации прошла в Висбадене (Германия), ее стандартизацию и план работы контролируют международные представители федерации корпоративного спорта, которая является первой официальной федерацией мирового корпоративного спорта.

Федерация стремится способствовать развитию корпоративного спорта во всем мире. Ее основные миссии:

- Укрепление человеческих и межкультурных контактов через спорт;

- Поощрение регулярной физической активности в компаниях;

- Подчеркивание важности рекреационного и оздоровительного характера спорта.

Ценностями и темами федерации являются улучшение здоровья и благополучия, единство, гендерное и социальное равенство, экологическая осведомленность, социальная интеграция, межкультурная коммуникация, обмен полученным опытом и взаимоуважение. Для WFCS очень важно дать возможность заниматься спортом абсолютно всем людям, будь то сотрудники пожилого возраста, женщины, вышедшие из декрета, молодежь или люди с ограниченными возможностями.

Основные направления деятельности World Federation for Company Sport:

- Организация всемирных корпоративных спортивных игр в летний период в четные годы и в зимний период в нечетные годы;

- Организация широкого спектра спортивных мероприятий по инициативе национальных федераций под курированием WFCS;

- Организация образовательных конференций и обучающих семинаров по темам, связанным с корпоративным спортом, здоровьем и благополучием в коллективе;

- Регулярный обмен информацией об инициативах и передовых методах и инновационных технологиях корпоративного спорта между государствами;

- Представительство национальных спортивных федераций и компаний на международном уровне.

Подробное описание целей, задач, миссии и основной деятельности главной международной управленческой организации корпоративного спорта позволяет дополнительно обозначить серьезность и перспективность развития исследуемого направления массового спорта. Наличие интернационального органа управления свидетельствует о повышении требований и стандартов качества в корпоративной культуре в целом, а в частности – в корпоративном спорте.

Подводя итог анализа зарубежных тенденций интеграции спорта в корпоративную культуру организаций и эксплуатации корпоративных объектов спортивной инфраструктуры, выделим основные тренды развития отрасли. Для удобства представления и использования информации сведем полученные данные в таблицу, давая первичную оценку степени внедрения той или иной тенденции в корпоративный спорт в России.

Зарубежные тенденции развития корпоративного спорта и степень их внедрения в Российской Федерации

Тенденция	Суть	Внедрение тенденции на российском рынке
Популяризация корпоративного спорта	Активное внедрение корпоративных спортивных программ на предприятиях малого, среднего и крупного бизнеса, влекущее за собой уход от традиционного понятия «корпоративного мероприятия»	Компании в России, пусть с небольшим отставанием, но постепенно приходят к осознанию большей эффективности проведения корпоративов, ценностями которых являются спорт, ЗОЖ, активный отдых и др.
Расширение перечня предлагаемых корпоративно-спортивных услуг	Толерантность, либерализм и человекоцентричность зарубежья увеличили возможности выбора сотрудником корпоративных видов спорта	Ранее отечественные компании либо не предлагали корпоративный спорт вообще, либо предоставляли его в очень узкой направленности: производственная гимнастика, бег, футбол. Сейчас продвинутые компании могут обеспечить всем сотрудникам занятия спортом, вне зависимости от их физических или психологических (предпочтений) параметров
Масштабирование корпоративно-спортивного движения	Появление корпоративно-спортивных лиг, крупных соревнований, специальных инфраструктурных объектов	Масштабирование корпоративного спорта в России на данный момент находится на низком уровне, но имеет огромные перспективы. Так, крупнейшие компании уже проводят регулярные внутренние мероприятия, состязания между филиалами, но проведение единых состязаний между несколькими компаниями-конкурентами еще пока не отмечалось
Необходимость обучения квалифицированного персонала в области корпоративного спорта	Появление на рынке труда новых специальностей, таких как: тренер корпоративно-спортивной команды, судья корпоративных соревнований, менеджер корпоративно-спортивных программ и др. требует появления образовательных программ, подготавливающих специалистов для работы в сфере корпоративного спорта	На данный момент в России высшее образование в индустрии спорта находится в тесных рамках нескольких направлений: менеджмент в спорте, спортивный тренер. Лишь в последние пару лет появились программы подготовки специалистов в области спортивного права. Дальнейшее расширение перечня образовательных направлений в спортивной индустрии положительно скажется на развитии отечественного спорта, в том числе и корпоративного
Строительство специализированной корпоративно-спортивной инфраструктуры	Возведение объектов спортивной инфраструктуры, предназначенных для использования в целях подготовки спортсменов корпоративных команд, проведения соревновательных мероприятий и регулярных занятий сотрудников. Такие сооружения должны соответствовать требованиям объектов как массового спорта, так и профессионального (для расширения возможностей эксплуатации корпоративно-спортивной инфраструктуры)	Лишь некоторые крупные компании в России могут позволить себе наличие специально (целенаправленно) возведенных / выкупленных объектов корпоративно-спортивной инфраструктуры. Остальные же (подавляющее большинство) даже не задумываются о возведении / покупке спортивной инфраструктуры для личного пользования организации, предпочитая единоразовую или краткосрочную аренду
Составление единого календарного плана корпоративно-спортивных мероприятий организации	Для повышения эффективности управления человеческими ресурсами, а также обеспечения прозрачности деятельности компании в рамках корпоративной социальной ответственности существует тенденция составления и публикации в системе открытых данных единого календарного плана корпоративно-спортивных мероприятий организации	В России такая практика на данный момент слабо реализуема, так как количество проводимых организацией корпоративно-спортивных мероприятий в отчетный период (полгода / квартал / год) не позволяет составить четкий и структурированный календарный план
Освещение корпоративных спортивных мероприятий в средствах массовой информации	Данная тенденция характеризуется все возрастающим уровнем популярности массового, в том числе и корпоративного, спорта в средствах массовой информации. Спортивные каналы разных форматов (интернет-ресурсы, телевидение, печатные издания) отмечают увеличение числа публикаций о мероприятиях корпоративного спорта	Распространение информации о корпоративных спортивных мероприятиях в российских средствах массовой информации встречается менее часто, чем за рубежом. Эта, как и многие предыдущие тенденции, объясняется недостаточно высоким уровнем организации корпоративного спорта в Российской Федерации, а, следовательно, и низким уровнем интереса со стороны читателей / зрителей

Тенденция	Суть	Внедрение тенденции на российском рынке
Присутствие болельщиков на корпоративно-спортивных состязаниях	Посещение болельщиками (преимущественно членами семей и друзьями спортсменов) спортивных соревнований среди сотрудников получило широкое распространение в США, где на часть мероприятий можно попасть только по заранее купленным билетам. Это объясняется высоким уровнем организации соревнований, их масштабом и неопределенностью результата события	Отечественный корпоративный спорт на текущем этапе развития как по уровню организации, так и по степени неопределенности исхода соревнований далек от того, чтобы быть интересным даже для узкого круга лиц – семей, друзей и коллег (однако последние стали чаще присоединяться к мероприятиям в качестве зрителей, не имея возможности принять участие по тем или иным причинам). Для того чтобы стать интересным и привлекательным для широкого круга лиц, российскому корпоративному спорту предстоит пройти целый ряд преобразований в течение нескольких лет
Сотрудничество с образовательными организациями	Зарубежные корпоративные компании активно развивают каналы взаимодействия департаментов корпоративно-социальной ответственности предприятий с образовательными организациями. Все чаще площадками проведения мероприятий корпоративного спорта становится инфраструктура учебных заведений, а если таковые устраивает образовательная организация, то компании различной направленности становятся спонсорами / поставщиками инвентаря для их проведения.	Как и многие другие тенденции, сотрудничество с образовательными организациями также слабо интегрировано в систему российского корпоративного спорта. Причины этого заключаются как в низкой (на данный момент) степени заинтересованности образовательных учреждений в возможностях бизнеса (и наоборот), так и в недостаточном уровне вовлеченности некоммерческих учреждений в программы внутренней корпоративной социальной ответственности
Возрастание популярности отдельных видов спорта	В зависимости от различных факторов, влияющих на внутреннюю политику компании в целом, организации реализуют наиболее востребованные среди их сотрудников спортивные программы. На Западе это чаще всего беговые дисциплины, забеги с препятствиями. Ряд Скандинавских стран предпочитают традиционные для их климата виды спорта – беговые лыжи, конькобежный спорт и т.д.	«В российских городах-миллионниках самые популярные корпоративные виды спорта – футбол, волейбол, баскетбол и настольный теннис. В Москве входит в моду сквош. В регионах, где спортивная инфраструктура развита не так хорошо, климат вносит поправки: на Юге популярен футбол, в Сибири – хоккей, лыжные гонки, мини-футбол на паркетке. Топ-менеджмент и вообще руководство вне зависимости от географии играет в большой теннис. В теннис, но уже настольный, играют инженерно-технические специалисты в научных центрах, на предприятиях оборонно-промышленного комплекса и вообще на производстве. У молодежи популярен киберспорт – он доступен, не требует больших физических усилий, и все российские HR активно развивают корпоративный киберспорт, чтобы привлечь в компанию сотрудников 21-35 лет» [7]
Формирование единого органа управления корпоративными спортивными программами	Для популяризации корпоративного спорта во всем мире необходимы единая политика проведения корпоративных спортивных мероприятий, общая система ценностей и ориентиров, четко обозначенные цели, задачи и миссии, установленный вектор развития, контроль качества спортивных программ предприятий, а также распространяющиеся на всех стандарты. Все это стало предпосылкой возникновения органов управления в сфере корпоративного спорта на различных уровнях	Общероссийская физкультурно-спортивная общественная организация «Федерация корпоративного спорта России» создана как площадка, где представители предприятий всех форм собственности могут встречаться, общаться, находить интересные для них спортивные мероприятия и участвовать в них. Данная организация объединяет не только корпорации и людей, но и субъекты Федерации, тем самым создавая единое целое сообщество единомышленников Российской Федерации

Источник: составлено авторами.

Таким образом, многие зарубежные тенденции развития корпоративного спорта нашли свое отражение в стремительно растущем сегменте этого направления внутренней социальной политики в российских компаниях. Уровень проведения корпоративно-спортивных программ за рубежом не только весьма высок, но и имеет множество предпосылок становиться значительно выше; российские компании, при использовании всего имеющегося потенциала (финансовых, информационных, человеческих и других ресурсов), могут догнать и опередить лидеров этого направления на Западе. Для этого необходимо устранение ряда барьеров, препятствующих

активному росту сегмента корпоративного спорта в нашей стране. Это и недостаточное внимание к персоналу на некоторых предприятиях, и непонимание консервативными руководителями важности внедрения механизмов повышения уровня внутренней социальной ответственности, и нежелание вносить в перечень дополнительных расходов компании новую статью, и незнание процесса запуска корпоративных спортивных программ, и многие другие проблемы. Скорейшее разрешение представленных выше вопросов выведет на новую ступень развития не только индустрию корпоративного спорта в России, но и экономику страны в целом.

Библиографический список

1. Латушкина Е.Н., Горовенко Д.В. Корпоративный спорт в России и в странах Северной Европы // Проблемы и перспективы развития спортивного образования, науки и практики. Материалы V очно-заочной научной конференции молодых ученых / Сост. З.И. Петрина, Д.П. Степанова, отв. редактор О.Н. Степанова. М., 2021. С. 220–224.
2. Петербургский международный экономический форум – 2019. «Спорт для всех: мировые тренды и деловой подход», 6 июня 2019 года. [Электронный ресурс]. URL: <https://roscongress.org/sessions/spief-2019-sport-dlya-vsekh-mirovye-trendy-i-delovoy-podkhod/translation/> (дата обращения: 11.04.2022).
3. Еремина А.С. Визуальный образ временных сооружений для массовых забегов с преодолением полосы препятствий // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. №9-4 (51). С. 6-12.
4. С чего начинался корпоративный спорт? [Электронный ресурс]. URL: <https://inside-pr.ru/archives/1284> (дата обращения: 10.04.2022).
5. Колтан С.В., Конеева Е.В. Корпоративный спорт и его миссия в развитии международной компании // Вестник Балтийского государственного университета им. И. Канта. 2014. №5.
6. Дидье Бейссер: концепция международной федерации корпоративного спорта. [Электронный ресурс]. URL: <https://companysport.games/wfcs> (дата обращения: 13.04.2022).
7. Замена корпоративам: как увеличить доходы компании с помощью спорта Юрий Гусев Forbes Contributor, 18.12.2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/389639-zamena-korporativam-kak-uvlichit-dohody-kompanii-s-pomoshchyu-sporta> (дата обращения: 15.03.2022).
8. Бизнес проявляет спортивный интерес. Официальный сайт журнала «СпортБизнесКонсалтинг». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.s-bc.ru/news/biznes-proyavlyaet-sportivnyj-interes.html> (дата обращения: 11.04.2022).
9. Максимов И.Б., Мамрукова И.В. Развитие корпоративного спорта, как способ повышения производительности труда // Тенденции и проблемы в экономике России: теоретические и практические аспекты: материалы Всерос. науч.-практ. конф., 23 марта 2017 г. / под ред. С.А. Курганского. Иркутск: Изд-во БГУ, 2017.
10. Родина О.Н. Значение командообразования в современной бизнес-системе // Современные проблемы управления персоналом. 2018. № 5.
11. Кулявцева Е.В. Что такое тимбилдинг и как повысить его результативность // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2020. №1(41). С. 314-317.
12. Иванова Ю.О., Антоненко С.П., Войнова А.А., Гетун Д.О. Современные подходы к управлению объектами спортивной инфраструктуры // Вестник Московского финансово-юридического университета. 2021. № 2. С. 92-100.
13. Гунаре М.Л., Поздняков К.К., Аверин А.В., Иванова Ю.О. Маркетинг территории как инструмент формирования инвестиционной привлекательности регионов // Экономические науки. 2019. №5(174). С. 129-137.
14. Аверин А.В., Иванова Ю.О., Микрюкова Д.В. Совершенствование механизмов управления спортивной инфраструктурой и спортивными сооружениями города Владивосток: проблемы и перспективы // Экономика устойчивого развития. 2020. № 2 (42). С. 10-13.
15. Аверин А.В., Иванова Ю.О., Петухов А.Г. Организация международных спортивных событий как фактор инфраструктурного развития и экономического роста регионов // Экономика устойчивого развития. 2020. №1 (41). С. 206-210.
16. Иванова Ю.О., Решетников А.М. Экономические и технологические преимущества использования инновационных технологий при строительстве спортивных объектов в России // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10. №4. С. 1085-1094.