

УДК 796.075.6

**Современные подходы к развитию спортивной индустрии  
на примере коммерческих танцевальных школ**

**Щадилова Ирина Сергеевна**, кандидат педагогических наук, доцент  
*Российский университет транспорта (МИИТ), Москва*

**Аннотация.** В статье обоснована возможность конкурентоспособности и эффективности малого бизнеса в индустрии спорта на примере опыта развития коммерческих танцевальных школ. Сфера физической культуры и спорта на современном этапе экономического развития в России сталкивается с множеством проблем: экономические санкции недружественных стран, постпандемийные кризисные явления в экономике, сложности в развитии внутреннего рынка, высокая налоговая нагрузка, высокая стоимость арендных плат, внутренняя конкуренция, онлайн формат занятий, который привлёк некоторую часть клиентуры. В статье представлено исследование по выявлению возможности укрепления позиций на рынке индустрии спорта и реализации коммерческого замысла на примере танцевальных школ. Обоснована необходимость привлечения ресурсов для развития профессионального и любительского танцевального направления для популяризации и привлечения внимания населения к данному виду двигательной активности.

**Ключевые слова:** спортивная индустрия, малый бизнес, танцевальная школа.

**Modern approaches to the development of the sports industry  
on the example of commercial dance schools**

**Shchadilova Irina Sergeevna**, candidate of pedagogical sciences, associate professor  
*Russian University of Transport (MIIT), Moscow*

**Abstract.** The article substantiates the possibility of competitiveness and efficiency of small businesses in the sports industry, using the example of the experience of the development of commercial dance schools. The sphere of physical culture and sports, at the present stage of economic development in Russia, faces many problems: economic sanctions of unfriendly countries, post-pandemic crisis phenomena in the economy, difficulties in the development of the domestic market, high tax burden, high cost of rent, internal competition, online format of classes, which attracted some of the clientele. The purpose and objective of the study was to analyze the existing opportunity to strengthen positions in the sports industry market and implement a commercial plan using the example of dance schools. The necessity of attracting resources for the development of professional and amateur dance trends to popularize and attract the attention of the population to this type of motor activity is substantiated.

**Keywords:** sports industry, small business, dance school.

**ВВЕДЕНИЕ.** Танцевальное искусство в индустрии физической культуры и спорта занимает особое место. Совмещая в себе эстетическую составляющую и высокий уровень физических нагрузок, оно привлекает широкие слои населения, являясь как мировой тенденцией, так и частью российских реалий. Последствия COVID-19 повлияли негативно на большинство секторов экономики, в том числе и на спортивную индустрию. Спортивно-ориентированным организациям пришлось оперативно перестраивать свою работу, искать новые пути привлечения клиентов. Одним из результатов этих изменений стал переход на онлайн занятия, уход тренеров на самозанятость. По окончании пандемии часть клиентов стала использовать данный формат как основной. Со временем были сняты ограничения, и спортивно-оздоровительная индустрия стала возвращать к себе внимание и привлекать новую аудиторию. У населения появилась еще большая заинтересованность в

укреплении здоровья, упор на индивидуальную работу стал более востребованным [1].

Государственная задача привлечения всех возрастных групп населения страны подробно изложена в принятом Правительством РФ распоряжении № 3081-р. от 24.11.2020 г. «Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2030 года». Согласно распоряжению, предусматривается поддержка интереса граждан к занятиям физической культурой, спортивно-ориентированная направленность воспитания, что позволит формировать устойчивое экономическое развитие, бюджетное и внебюджетное финансирование спорта [2].

**РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.** Танцевальные классы, студии, школы, по большей части, функционируют на коммерческой основе. Частный бизнес, используя тенденцию к росту популярности данного направления, создает танцевальные школы, в которых обучают различным стилям, используя возможности проведения как индивидуальных занятий, так и групповых, очно и онлайн. Коммерчески успешными считаются школы, в которых есть обширный выбор танцевальных направлений. Менеджмент студий предлагает клиентам вариации программ на месяц, три месяца, полгода, год, после освоения которых обучающемуся гарантируется результат. Эта система пользуется большим спросом. Также школы помимо занятий могут организовывать различные танцевальные лагеря, соревнования [3].

Коммерческие студии на этапе контроля обучения часто используют формат проведения фестивалей, «танцевальные батлы». Соревновательный аспект составляет мотивационную ценность современной молодежи, являясь творческой формой проявления способностей, умений, навыков, привлекая большое количество участников и зрителей.

Цель и задача исследования – анализ возможностей укрепления позиций на рынке индустрии спорта и реализации коммерческого замысла на примере танцевальных школ. Исследование проводилось на базе спортивно-ориентированной организации, специализирующейся на подготовке танцоров любителей (танцевальная школа «Х», по желанию владельца название изменено и любое совпадение случайно).

На качество управления малой организацией влияет множество факторов. Одними из самых важных являются правильно построенная структура, разделение труда, наличие всех нужных ресурсов и современные технологии. В процессе изучения «изнутри» организации управления школой было выявлено, что она находится на достаточно высоком уровне.

Но, как и в любой сфере предпринимательства, есть определенные недостатки, которые необходимо учитывать и устранять. Главным фактором успешного управления организацией, независимо от сферы, является сформированность сильной команды [4]. Высокая конкуренция среди коммерческих школ вынуждает искать наиболее эффективные методы ведения бизнеса.

Руководство рассматриваемой студии полностью автоматизировало управление бизнес-процессами, что дало возможность получать адекватную «об-

ратную связь» и своевременно реагировать на возникающие бизнес-риски. Танцевальная студия имеет возможность CRM-системы ведения клиентов и их учета. Юридическое и бухгалтерское сопровождение выведено на аутсорсинг, что позволяет минимизировать расходы на содержание персонала. Особое внимание уделяется рекламе и продвижению услуг студии через Smm (эту работу осуществляет менеджер по ведению социальных сетей), а также работе с партнерскими площадками. Заключаются договоры с профессиональными фото и видео операторами для создания контента студии под конкретные мероприятия. Используется jobs-to-by-done подход, обеспечивающий высокое качество жизни, физическое здоровье, жизненный баланс; реализацию творческого потенциала клиента [5].

Для удержания аудитории нужно устраивать тренинги не только для начинающих, но и для постоянных учеников. Формат данного мероприятия может быть в форме трехдневного уикенда в загородном пансионате [6].

**ВЫВОДЫ.** 1. Кризисные проблемы российской экономики коснулись всех ее секторов, в том числе затронули спортивную индустрию. На правительственном уровне предпринимаются шаги по нивелированию сложившейся ситуации. Несмотря на объективные трудности, определенные шаги в сторону развития этой сферы достаточно ощутимы. Развитие спортивной индустрии определяют тенденции, характерные для большинства ведущих мировых держав.

2. Танцевальный бизнес имеет высокую востребованность среди различных возрастных групп. Менеджеры студий вынуждены создавать конкурентоспособные программы, использовать уникальные концепции тренировок, курсов и тренингов как для учеников, так и для преподавателей. Проведение конкурсов, танцевальных фестивалей и танцевальных батлов позволяет оценить качество подготовки обучающихся, мотивировать их к дальнейшим занятиям.

#### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Изаак С. И., Николаев С. В. Методологические основы спортивного менеджмента как перспективного вида деятельности с неограниченным потенциалом развития // Система подготовки кадров социально-культурного и оздоровительного сервиса в условиях инновационной экономики. Всероссийская научно-практическая конференция. Москва, 2022. С. 117–127.
2. Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года : распоряжение Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 №3081-р // Гарант.ру : информационно-правовой портал : [сайт]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74866492/> (дата обращения: 11.11.2023).
3. Шадилова И. С. Коммуникативные особенности в управлении спортивной организации // Материалы Международной практической конференции «Проблемы и перспективы формирования здорового образа жизни в информационном обществе». Иркутск : Мегатрип, 2016. С. 188–191.
4. Каргин Н. Н., Изаак С. И., Шадилова И. С. Информационные услуги как вид сервисной деятельности в индустрии спорта // День спортивной информатики : материалы III научно-практической конференции (всероссийской с международным участием). Москва, 2019. С. 167–170.
5. Ильясова С. А., Рындин С. В. Разработка стратегии продвижения школы танцев на основе подхода jobs-to-by-done и инструментов Growth Hacking // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. 2019. № 2 (10). С. 82–91.
6. Шадилова И. С. Практика использования интернет-рекламы в фитнес-индустрии // Перспективные направления в области физической культуры, спорта, туризма : материалы XII Всероссийской научно-практической конференции. Нижневартовск, 2022. С. 416–420.

#### REFERENCES

1. Izaak S. I. (2022), «Methodological foundations of sports management as a promising type of activity with unlimited development potential», System of personnel training of socio-cultural and health-improving service in the conditions of innovative economy, All-Russian Scientific and Practical Conference, Moscow, pp. 117–127.

2. Strategy for the development of physical culture and sports in the Russian Federation for the period up to 2030 (2020), Decree of the Government of the Russian Federation No.3081-R, Available at: <https://www.garant.ru/> (accessed 11.11.2023).

3. Shchadilova I. S. (2016), «Communicative features in the management of a sports organization», Materials of the International practical conference «Problems and prospects of forming a healthy life-style in the information society», Irkutsk, pp.188–191.

4. Kargin N. N. (2019), «Information services as a type of service activity in the sports industry», Sports Informatics Day, Materials of the III scientific and practical conference (All-Russian with international participation), Moscow, pp. 167–170.

5. Ilyasova S. A. (2019), «Development of a dance school promotion strategy based on the jobs-to-by-done approach and Growth Hacking tools», Izvestia of higher educational institutions, Volga region, Economic sciences, No. 2 (10), pp. 82–91.

6. Shchadilova I. S. (2022), «The practice of using Internet advertising in the fitness industry», Promising areas in the field of physical culture, sports, tourism, Materials of the XII All-Russian Scientific and Practical Conference, Nizhnevartovsk, pp. 416–420.

*Поступила в редакцию 23.12.2023.*

*Принята к публикации 18.01.2024*