

ВЛИЯНИЕ БУКМЕКЕРСКИХ КОМПАНИЙ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК СПОНСОРСТВА В СПОРТЕ

В.А. Гореликов

Московский финансово-промышленный университет «Синергия», Москва, Россия

Аннотация

Цель исследования – определить влияние букмекерских компаний на российские спортивные организации и их зависимость от спонсорских выплат, выработать рекомендации по сбалансированию своих доходов от них.

Методы и организация исследования. Во время проведения данного исследования были использованы следующие методы: анализ научно-методической литературы, контент-анализ материалов в сети интернет и изучение исследований по рынку спонсорства в спорте. Источниками информации стали отчетные и аналитические материалы, интервью специалистов и маркетологов в области спортивного спонсорства, литературные источники, статьи по привлечению букмекерских компаний к спонсорству спортивных организаций, сайты данных структур.

Результаты исследования. По итогам проведенных практических исследований, анализа литературных источников, изучения исследований российского рынка букмекеров и спонсорства в спорте были определены основные игроки на этом рынке, а также выявлены проблемы, которые влияют на устойчивое финансирование спортивных организаций за счет спонсоров.

Заключение. Спортивным организациям в России необходимо проводить сбалансированную экономическую политику для сохранения своих позиций и возможностей для ведения своей деятельности в индустрии спорта. Понимание имеющихся дисбалансов в финансировании, выявление проблем в работе со спонсорами и их решение позволят спортивным организациям перестроить свою деятельность и быть более устойчивыми.

Ключевые слова: букмекеры, спортивный маркетинг, спонсорство, спортивные организации, лиги, клубы.

THE INFLUENCE OF BETTING COMPANIES ON THE RUSSIAN SPORTS SPONSORSHIP MARKET

V.A. Gorelikov, e-mail: v_gorelikov@mail.ru, ORCID: 0000-0001-8676-3030

University «Synergy», Moscow, Russia

Abstract

The research purpose is to determine the impact of betting companies on Russian sports organizations and their dependence on sponsorship payments, to develop recommendations for balancing income.

Methods and organization of the research. During this study, the following methods were used: the analysis of scientific and methodological literature, content analysis on the Internet and the study of research on the sponsorship market in sports. The sources of information were reporting and analytical materials, interviews with specialists and marketers in the field of sports sponsorship, literary sources, articles on the involvement of betting companies in the sponsorship of sports organizations, the websites of these structures.

Research results. Based on the results of practical research, analysis of literary sources, the study of the Russian bookmaker market and sponsorship in sports, the main players in this market and problems that affect the sustainable financing of sports organizations at the expense of sponsors were identified.

Conclusion. Sports organizations in Russia need to pursue a balanced economic policy to maintain their positions and opportunities to conduct their activities in the sports industry. Understanding the existing imbalances in funding, identifying problems in working with sponsors and solving them will allow sports organizations to restructure their activities and be more sustainable.

Keywords: bookmakers, sports marketing, sponsorship, sports organizations, leagues, clubs.

ВВЕДЕНИЕ

Одним из факторов выбора данной темы исследования стало значительное влияние букмекерских компаний на рынок спонсорства спорта в России, особенно на популярные игровые виды спорта – футбол, хоккей, баскетбол и волейбол. На спонсорской поддержке и отчислениях от букмекеров выстраивают свою работу многие спортивные организации в гандболе, мини-футболе, регби, биатлоне, боксе, смешанных единоборствах и др. Это национальные федерации по названным видам спорта, организаторы турниров, промоушены, лиги и клубы. В настоящем исследовании были проанализированы основные букмекерские компании и их спонсорская поддержка двух основных спортивных лиг в России в самых популярных видах спорта: футбольной Российской премьер-лиги (РПЛ) и Континентальной хоккейной лиги (КХЛ).

Во всем мире букмекерские компании используют спортивные события для своей деятельности. Ставки на спорт – основной продукт и самый главный вид заработка. Потребители этого продукта – любители спорта, которые хотят заработать на своем знании спорта. Но не во всех странах ситуация с букмекерами одинаковая. Если в Англии этот вид бизнеса существует более ста лет и ставки на спорт делает огромная армия болельщиков, то и спонсорство клубов и турниров со стороны букмекеров соответствующая. Более половины клубов АПЛ имеют в спонсорах и партнерах букмекеров [2].

Букмекерские компании в своей практике давно принимают ставки на спорт и используют спортивные организации для своего продвижения через их спонсорскую поддержку. Особенно эта тенденция была развита в Западной Европе, где букмекеры активно используют спонсорство спорта для узнаваемости своих брендов и расширения своих клиентских баз за счет многочисленной спортивной аудитории. Об этом в своих работах рассказывают В. Bornancin [10], L. Keith [12] и P. Rodríguez [13]. Работа с букмекерами на самом развитом букмекерском рынке – английском, раскрыта в исследовании С. Deutscher [11]. Как выстроено сотрудничество спорта и букмекеров в восточной Европе, описано в анализе I. Turcu [14].

В России долгое время ситуация со ставками на спорт была ограничена и взаимодействие букмекеров и спорта было минимальным. Много изменилось после подписания соответствующего закона весной 2017 года. Букмекеры смогли вести свою деятельность на территории России без ограничений. Получив возможность сотрудничать с российским спортом, букмекерские компании начали активно выстраивать партнерство и спонсорство с федерациями по видам спорта, лигами и клубами. Букмекеры должны были заключать соглашения со спортивными федерациями и лигами об использовании названий и символики мероприятий и ежеквартально выплачивать им 5% от положительной разницы между общей суммой ставок игроков и выплаченными выигрышами. Взамен букмекеры получили возможность рекламироваться на телевидении во время трансляций спортивных событий в дневное время — при условии, что реклама занимает не более 20% времени рекламного блока [2].

Научных и литературных источников, посвященных изучению воздействия букмекеров на российский рынок спонсорства, пока еще недостаточно для полноценных выводов, но отдельные анализы проблем правового регулирования букмекерской деятельности, развития букмекерского бизнеса и оценки рынка букмекерства в России уже можно найти в исследованиях и аналитических статьях И. Ахмадиева [1], О. Иневатова [6], И. Солнцева [8] и Б. Губкина [5].

МЕТОДЫ И ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования – проанализировать работу спортивных организаций с букмекерскими компаниями, определить проблемные сегменты взаимодействий и выработать рекомендации для устойчивого и эффективного сотрудничества с букмекерами, не создавая при этом значительного сокращения спонсорского потенциала спортивных организаций.

Задачи исследования:

1. Проанализировать основных игроков на российском рынке букмекерских компаний и определить их расходы на спонсорство спортивных организаций.

2. Проанализировать расходы букмекерских компаний на самые популярные виды спорта в России – футбол и хоккей.

3. Оценить проблемы спонсорства букмекерскими компаниями на данном этапе развития рынка и рекомендовать спортивным организациям действия по ведению сбалансированной работы со своими спонсорскими возможностями.

Основными методами, использованными при проведении данного исследования, являются контент-анализ, теоретические исследования и изучение реализованных спонсорских соглашений.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Рынок букмекерских компаний. В 2021 году портал «РБ Бизнес» оценивал совокупный объем всех соглашений букмекеров с российскими лигами и федерациями в 4,5 млрд рублей. Теперь только на контракты с РПЛ и ее клубами операторы потратят около 5,5 млрд рублей [5]. Новые контракты заключены с клубами КХЛ, подписано титульное спонсорство самой лигой, выплаты по этим контрактам составят более 2,7 млрд рублей [7]. Всего по спонсорским контрактам букмекерские компании планируют выплатить российским спортивным организациям более 15,0 млрд рублей. В таблице 1 проанализированы основные игроки на рынке спонсорства российского спорта букмекерскими компаниями и оценены общие суммы контрактов, которые компании потратили на спонсорство футбола, хоккея, баскетбола, гандбола, волейбола, мини-футбола, пляжного футбола, бокса, ММА, дрифта и киберспорта.

Букмекерские компании Fonbet, Winline, PARI, «Лига ставок», 1ХСтавка, Olimpbet и другие букмекеры уже являются титульными, генеральными или просто спонсорами и партнерами почти всех федераций по игровым видам спорта. Ведущие профессиональные лиги по футболу, хоккею и баскетболу имеют контракты с букмекерами. Ведущие клубы страны получают спонсорскую поддержку от этого вида деятельности. Больше всех на спонсорство тратит Fonbet – более 5,5 млрд. рублей в год. Крупнейший по стоимости контракт букмекера – с КХЛ, с нового сезона он стал титульным спонсором лиги, и данный контракт оценивается в сумму около 1,5 млрд рублей в год [7]. Также БК сотрудничает с Российским футбольным союзом, футбольными клубами ЦСКА (Москва) и «Крылья Советов» (Самара), хоккейными клубами «Металлург» (Магнитогорск) и «Авангард» (Омск), спонсирует баскетбольные клубы и киберспорт. На втором месте по расходам на спонсорство идет Winline с показателем в более 4,3 млрд рублей за сезон. Компания в данный момент имеет три крупных спонсорских контракта с футбольной лигой. Winline стал генеральным партнером (официальным букмекером) Российской премьер-лиги (РПЛ) на ближайшие четыре сезона – с сезона 2022/23 по сезон 2025/26. Сумма контракта составит 11,04 млрд. руб. [4]. В спонсорском пуле букмекера футбольные «Зенит» (Санкт-Петербург), «Спартак» (Москва) и «Краснодар», а также баскетбольные ЦСКА, питерский «Зенит» и УНИКС из Казани. С большим отрывом от первых двух букмекеров идет компания PARI с общей суммой контрактов на 1,5 млрд рублей

Таблица 1 – Букмекерские компании - спонсоры российского спорта
Table 1 – Betting companies - sponsors of Russian sports

Спонсор-букмекер Sponsor-bookmaker	Футбол Football	Хоккей Hockey	Другие виды Other sports	Сумма контрактов, млн. рублей The amount of contracts, million rubles
Fonbet	Федерация, клубы	Лига, клубы	Баскетбол, киберспорт	Более 5 500,0
Winline	Лига, клубы	Клубы	Баскетбол, киберспорт	Более 4 300,0
PARI	Клубы	Клубы	Баскетбол, гандбол, волейбол, киберспорт	Более 1 500,0
Лига ставок	Клубы	Федерация, клубы	Бокс, ММА, киберспорт	Более 1 000,0
1ХСтавка	Клубы	Клубы	ММА, пляжный футбол, дрифт	Более 800,0
Olimpbet	Клубы	Клубы	Баскетбол, мини-футбол, гандбол	Более 750,0

в год, но с большим количеством спонсорских контрактов с федерациями, лигами и клубами во всех самых популярных видах спорта.

Расходы букмекеров на футбол и хоккей.

Самые большие спонсорские контракты с букмекерами заключают футбольные и хоккейные клубы. Так, по оценкам аналитиков, общая сумма контрактов со всеми клубами РПЛ составит около 2,7 млрд рублей за сезон. В таблице 2 указаны спонсоры и суммы контрактов, которые они заплатят в сезоне 2022-2023 гг. за сотрудничество с клубами лиги [4].

Самой интересной активацией своего сотрудничества с футбольным клубом смогла добиться компания PARI, которая потратила 1/3 годового спонсорского бюджета на титульное спонсорство футбольного клуба из Нижнего Новгорода и стала упоминаться в официальном названии клуба – «ПАРИ НН» (Нижний Новгород). Контракты остальных клубов из первой восьмерки лиги составили суммы от 350 до 180 млн. рублей. После трехлетнего эксклюзивного контракта КХЛ и Fonbet, который действовал до 2022 года и ограничивал клубы лиги на индивидуальные контракты с букмекерами, открылись новые воз-

можности и у хоккейных клубов. В таблице 3 собрана информация по заключенным хоккейными клубами и букмекерскими компаниями соглашениям на сезон 2022-2023 гг.

Первый опыт работы клубного хоккея с букмекерами принес им спонсорские контракты на сумму 1,25 млрд рублей за сезон. Лидерами стали одни из самых популярных клубов в лиге – казанский «Ак Барс» и питерский СКА, которые заключили соглашения на 200 млн. рублей каждый. За этими рекордными для хоккея сделками другие контракты были в диапазоне 120-30 млн. рублей. Но не все российские клубы лиги смогли найти себе спонсора-букмекера, московские ЦСКА и «Спартак» начали сезон без активации такой возможности.

Проблемы спонсорства букмекерами. На современном этапе развития российской экономики, и индустрии спорта в частности, есть несколько проблемных направлений, которые могут повлиять на возможности спонсирования букмекерскими компаниями спортивных организаций, – это экономика самих букмекеров, изменения календаря соревнований у российских клубов, уменьшение аудиторий спорта и ограниченность спонсорского инвентаря.

Таблица 2 – Спонсоры-букмекеры в клубах РПЛ
Table 2 – Sponsors-bookmakers of RPL clubs

	Клуб Club	Город City	Спонсор-букмекер Sponsor-bookmaker	Сумма контракта, в млн. рублей The amount of the contract, million rubles
1	ПАРИ НН	Нижний Новгород	PARI	450,0
2	Спартак	Москва	Winline	350,0
3	Зенит	Санкт-Петербург	Winline	250,0
4	Динамо	Москва	1XСтавка	250,0
5	ЦСКА	Москва	Fonbet	180,0
6	Краснодар	Краснодар	Winline	180,0
7	Локомотив	Москва	1XСтавка	180,0
8	Ростов	Ростов-на-Дону	BetBoom	180,0
9	Сочи	Сочи	Leon	140,0
10	Торпедо	Москва	PARI	130,0
11	Крылья Советов	Самара	Fonbet	90,0
12	Химки	Химки	PARI	85,0
13	Урал	Екатеринбург	BetBoom	80,0
14	Ахмат	Грозный	PARI	60,0
15	Факел	Воронеж	OLIMPBET	50,0
16	Оренбург	Оренбург	BetBoom	35,0

Таблица 3 – Спонсоры-букмекеры российских клубов КХЛ
Table 3 – Sponsors-bookmakers of Russian CHL clubs

	Клуб Club	Город City	Спонсор-букмекер Sponsor-bookmaker	Сумма контракта, в млн. рублей The amount of the contract, million rubles
1	Ак Барс	Казань	Winline	200,0
2	СКА	Санкт-Петербург	Лига ставок	200,0
3	Трактор	Челябинск	Winline	120,0
4	Металлург	Магнитогорск	Fonbet	115,0
5	Динамо	Москва	1ХСтавка	80,0
6	Салават Юлаев	Уфа	Fonbet	75,0
7	Локомотив	Ярославль	1ХСтавка	70,0
8	Автомобилист	Екатеринбург	Winline	50,0
9	Сибирь	Новосибирск	Winline	50,0
10	Торпедо	Нижний Новгород	PARI	50,0
11	Северсталь	Череповец	PARI	40,0
12	Сочи	Сочи	Лига ставок	40,0
13	Адмирал	Владивосток	PARI	35,0
14	Витязь	Подольск	PARI	35,0
15	Авангард	Омск	Fonbet	30,0
16	Амур	Хабаровск	OLIMPBET	30,0
17	Нефтехимик	Нефтекамск	PARI	30,0

Экономика букмекеров

Возможности букмекеров спонсировать российский спорт начинают ограничиваться – уже подписаны долгосрочные и многомиллионные контракты, изменяется экономическая ситуация в стране, что напрямую влияет на платежеспособность клиентов, государство ужесточает законодательство при ведении букмекерской деятельности. При этом, согласно федеральному закону «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр» [9], букмекерские компании обязаны делать выплаты на развитие спорта. Дополнительно к спонсорским контрактам в 2021 году букмекеры выплатили 2,31 млрд. рублей от общего объема отчислений, которые были направлены в адрес спортивных лиг и федераций по видам спорта, включенных в программу Олимпийских игр. 145 млн. рублей были направлены на поддержку массового спорта, еще 145 млн. – на развитие адаптивной физической культуры и спорта [4]. Все эти обстоятельства серьезно повлияют на возможности букмекеров спонсировать российский спорт в будущем.

Календарь соревнований

Еще одной серьезной проблемой для российской индустрии спорта стало сокращение международного календаря – национальные сборные России по всем видам спорта временно отстранены от участия в чемпионатах мира и Европы, клубные команды по игровым видам спорта не могут принимать участие в еврокубковых турнирах. Эти соревнования были серьезной частью спонсорских договоров, и за счет этого были дорогостоящие договоры у федераций и клубов. Сейчас эти договоренности приходится пересматривать в сторону ухудшения условий для спортивных организаций.

Аудитории спорта

Еще одной проблемой индустрии спорта стало уменьшение спортивных аудиторий в России. Так, введение в практику системы регистрации Fan ID для болельщиков, которые хотят посетить спортивные арены, вызвало негативную реакцию и уменьшение посещаемости спортивных событий. Особенно это повлияло на футбольные клубы, болельщики которых негативно восприняли данную инициативу, а многие стали бойкотировать игры

своих клубов. Отрицательно влияет на заполняемость спортивных арен и общая экономическая ситуация в стране, которая приводит к перераспределению денежных и временных ресурсов у спортивных болельщиков не в пользу спорта. Эта проблема уже стала существенно влиять на спортивные организации и их спонсорские договоренности – для спонсоров-букмекеров очень важны аудитории спорта и взаимодействие с ними.

Спонсорский инвентарь

Без наличия определенного количества возможностей по спонсорскому инвентарю трудно получать большое количество спонсорских и партнерских предложений, а следовательно, большую доходность от их реализации и узнаваемость организации. Спонсорский инвентарь спортивной организации и его вариативность являются ключевым элементом в работе со спонсорами и партнерами данного направления спортивного маркетинга [3]. В настоящее время спортивные организации столкнулись с проблемой свободного спонсорского инвентаря, который можно было бы предложить спонсорам для расширения сотрудничества или для привлечения новых брендов. Эти ограничения

могут сократить возможности по привлечению дополнительного финансирования от спонсоров в будущем.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Букмекерские компании в настоящий момент имеют серьезное финансовое влияние на весь российский рынок спонсорства в спорте, заключены долгосрочные спонсорские отношения с большинством спортивных организаций, многие из которых зависят от выплат данных финансовых средств. В силу сложившихся негативных экономических обстоятельств у букмекеров и имеющихся проблем в индустрии спорта могут быть пересмотрены договоренности по спонсорским договорам и возможно существенное сокращение финансирования спорта по ним. Понимание потенциальных угроз и имеющихся дисбалансов в финансировании может серьезно повлиять на деятельность спортивных организаций. Выявление проблем в работе со спонсорами и поиск оптимальных решений этих проблем позволят спортивным организациям перестроить свою деятельность и быть финансово более устойчивыми в будущем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахмадиев, И. Р. Правовое регулирование букмекерской деятельности / И. Р. Ахмадиев // Человек. Знак. Техника: Сборник статей I Междисциплинарного молодежного форума с международным участием, Самара, 11 декабря 2020 года / Самарский научный центр РАН, 2021. – С. 11-14.
2. Гореликов, В. А. Спонсорство в спорте / В. А. Гореликов. – М. : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2020. – 128 с.
3. Гореликов, В. А. Спонсорский инвентарь – ключевой элемент реализации возможностей спонсорства в спорте / В. А. Гореликов // Наука и спорт: современные тенденции. – 2021. – Т. 9, № 4. – С. 134-141.
4. Губкин, Б. Букмекеры потратят 5,5 млрд рублей на спонсорство Российской Премьер-Лиги <https://bookmaker-ratings.ru/news/bukmekery-potratyat-5-5-mlrd-rublej-na-sponsorstvo-rossijskoj-prem-er-ligi/> (дата обращения: 10.11.2022).
5. Губкин, Б. Букмекеры потратят на спортивное спонсорство 4,5 млрд рублей в 2021 году <https://bookmaker-ratings.ru/news/bukmekery-potratyat-na-sportivnoe-sponsorstvo-4-5-mlrd-rublej-v-2021-godu/?ysclid=la482liu8l278310954> (дата обращения: 10.11.2022).
6. Иневатова, О. А. Проблемы развития букмекерского бизнеса в Российской Федерации / О. А. Иневатова, Н. О. Овсянников // Тенденции развития науки и образования. – 2021. – № 70-3. – С. 26-29.
7. Майоров, В. Букмекеры врываюся в КХЛ: кто с кем запартнерится в сезоне-2022/23? <https://metaratings.ru/blog/bukmekery-vryvayutsya-v-khhl-kto-s-kem-zapartneritsya-v-sezone-2022-23/?ysclid=la49pf9xpp465321135> (дата обращения: 10.11.2022).
8. Солнцев, И. В. Экономическая стратегия развития индустрии спорта в России и ее финансирование / И. В. Солнцев // Спорт: экономика, право, управление. – 2020. – № 2. – С. 34-38.
9. Федеральный закон «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр» от 29.12.2006 N 244-ФЗ (ред. от 02.07.2021) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fzrf.su/zakon/2006-12-29-n-244-fz/?ysclid=la9tsk77id618888530>
10. Bornancin, B. Sales Secrets: The World's Top Salespeople Share Their Secrets to Success // 1th edition, 2020 – С. 632.
11. Deutscher C. The demand for English Premier League Soccer betting / C. Deutscher, M. Ötting, S. Schneemann, H. Scholten // Journal of Sports Economics. 2019, Vol. 20 Issue 4, 2019 p. 556-579.
12. Keith, L. Supreme court verdict on legalization of sports gambling: effect on gaming revenues / L. Keith, A. Gilbert // Journal of Applied Financial Research. 2020, Vol. 1, p. 39-48.
13. Rodríguez P., The Economics of Sports Betting / Plácido Rodríguez, Brad R. Humphreys, Robert Simmons // Edward Elgar Publishing, 2017. – С. 199.
14. Turcu I., The Impact of the Betting Industry on Sports / I. Turcu, G. Burcea, D. Diaconescu, M. Barbu, M. Popescu, P. Apostu // Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series IX: Sciences of Human Kinetics. Vol. 13 (62) No. 2 – 2020 p. 251-258.

REFERENCES

1. Akhmadiev I.R. Legal regulation of betting activity // *Man. Sign. Technique: Collection of articles of the 1st Interdisciplinary Youth Forum with international participation*, Samara, December 11, 2020 / Samara Scientific Center of RAS, 2021. – p. 11-14. (in Russ.)
2. Gorelikov V.A. Sponsorship in sport: textbook. M.: «Synergy» university, 2020. – p. 128. (in Russ.)
3. Gorelikov V.A. Sponsorship inventory as a key element of the implementation of sponsorship opportunities in sports // *Science and sport: current trends*, 2021, vol. 9, no.4, pp. 134-141 (in Russ.)
4. Gubkin B. Bookmakers will spend 5.5 billion rubles to sponsor the Russian Premier League <https://bookmaker-ratings.ru/news/bukmekery-potratyat-5-5-mlrd-rublej-na-sponsorstvo-rossijskoj-prem-er-ligi/> (date of access: 10.11.2022).
5. Gubkin B. Bookmakers will spend 4.5 billion rubles on sports sponsorship in 2021 <https://bookmaker-ratings.ru/news/bukmekery-potratyat-na-sportivnoe-sponsorstvo-4-5-mlrd-rublej-v-2021-godu/?ysclid=la482liy8l278310954> (date of access: 10.11.2022).
6. Inevatova, O. A., Ovsyannikov N. O. Problems of betting business development in the Russian Federation. *Trends in the development of science and education*. – 2021. – № 70-3. – pp. 26-29.
7. Mayorov, V. Bookmakers are breaking into the CHL: Who will be paired with whom in the 2022/23 season? <https://metaratings.ru/blog/bukmekery-vryvayutsya-v-kkhl-kto-s-kem-zapartnyeritsya-v-sezone-2022-23/?ysclid=la49pf9xpp465321135> (date of access: 10.11.2022).
8. Solntsev I. V. The economic strategy of the sports industry development in Russia and its financing. *Sport: Economics, Law, Management*. – 2020. – № 2. – p. 34-38.
9. Federal law "On State regulation of activity on organization and conducting gambling games" dated 29.12.2006 N 244-FZ (ed. 02.07.2021) [Electronic resource]. - Mode of access: <https://fzrf.su/zakon/2006-12-29-n-244-fz/?ysclid=la9tsk77id618888530>
10. Bornancin, B. Sales Secrets: The World's Top Salespeople Share Their Secrets to Success // 1th edition, 2020 – p. 632.
11. Deutscher C. The demand for English Premier League Soccer betting /C. Deutscher, M. Ötting, S. Schneemann, H. Scholten // *Journal of Sports Economics*. 2019, Vol. 20 Issue 4, 2019 p. 556-579.
12. Keith, L. Supreme court verdict on legalization of sports gambling: effect on gaming revenues / L. Keith, A. Gilbert // *Journal of Applied Financial Research*. 2020, Vol. 1, p. 39-48.
13. Rodríguez P., The Economics of Sports Betting / Plácido Rodríguez, Brad R. Humphreys, Robert Simmons // Edward Elgar Publishing, 2017. – p. 199.
14. Turcu I., The Impact of the Betting Industry on Sports / I. Turcu, G. Burcea, D. Diaconescu, M. Barbu, M. Popescu, P. Apostu // *Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series IX: Sciences of Human Kinetics*. Vol. 13 (62) No. 2 – 2020, p. 251-258.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:

Гореликов Валерий Афанасьевич – заместитель декана факультета индустрии спорта, доцент кафедры спортивного маркетинга; Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 105318, г. Москва, Измайловский вал, д. 2, каб. 412; e-mail: v_gorelikov@mail.ru, ORCID: 0000-0001-8676-3030

Поступила в редакцию 29 октября 2022 г.

Принята к публикации 28 ноября 2022 г.

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Гореликов, В.А. Влияние букмекерских компаний на российский рынок спонсорства в спорте / В.А. Гореликов // *Наука и спорт: современные тенденции*. – 2022. – Т. 10, № 4 – С. 113-119. DOI: 10.36028/2308-8826-2022-10-4-113-119

FOR CITATION

Gorelikov V.A. The influence of betting companies on the russian sports sponsorship market. *Science and sport: current trends*., 2022, vol. 10, no.4, pp. 113-119 (in Russ.) DOI: 10.36028/2308-8826-2022-10-4-113-119