

Изучение проблемы восприятия самбо как прикладного спортивного направления

ОТЧЕТ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Подготовлено
для НКО:

24.07.2024



Наша команда OMI



От 1 до 3 лет опыта исследовательской работы,
выпускницы НИУ ВШЭ



Екатерина
Погумирская

*Руководитель
исследовательских
проектов*



Елизавета
Чегодаева

*Руководитель
исследовательских
проектов*



Виктория
Сомова

*Руководитель
специальных проектов*

OMI – маркетинговые
онлайн-исследования
разного типа:

- Исследования бренда
- Исследования потребителей
- Тестирования

OMI – собственная
онлайн-панель в
России, Беларуси и
Казахстане



25 000

выполненных
проектов



10 млн

заполненных
анкет

Ассоциация «Студенческая спортивная лига самбо»



— это организация, которая занимается популяризацией спорта среди молодежи, развитием вида спорта самбо, личностным становлением и развитием молодежи.



Запрос от НКО



Проблема: Восприятие самбо как исключительно профессионального вида спорта среди молодежи. Лига занимается не только популяризацией вида спорта самбо, но и его прикладного направления, ставя в приоритет задачи по обеспечению безопасности молодежи, а также вопросами комплексного воспитания молодежи. Но есть проблема стереотипов о том, что единоборства - это агрессия и драки, обыватель путается в понятиях, что есть спорт, физическая культура и прикладное направление. Для НКО важно восприятие самбо не только как спортивного направления, но и популяризация как способа самозащиты (прикладного применения) и ценностного воспитательного значения (самбо как часть культуры России)

Запрос: Изучить социальные эффекты от занятий самбо, с целью привлечения большей аудитории и развития новых форматов



Цели и задачи



Цель нашего исследования: выявить ориентиры для популяризации самбо как прикладного спортивного направления среди школьников, студентов, проф. тех. сообществ



Цель НКО: на основе результатов выстроить стратегию развития организации

Задачи:

- Выявить разницу в восприятии самбо как спорта, вида физической культуры и прикладного спортивного направления
- Дифференцировать группы, вовлеченные в практики занятия самбо
- Определить драйверы и барьеры для занятий самбо для каждой группы, вовлеченных в практики занятия самбо
- Определить оптимальные каналы продвижения и содержание контента для продвижения культуры занятия самбо для каждой из групп
- Составить рекомендации НКО по продвижению и популяризации Ассоциации Спортивной лиги самбо среди целевой аудитории



Методологические основания исследования



Исследования (предоставлены НКО):

- Методические материалы для Всероссийского проекта "Самбо - в школу!" (за какой год?)

Аналитические обзоры:

- [ВЦИОМ](#): Спортивная Россия (2021 год)

Теоретическая база:

- Теория профессиональных сообществ Р. Мертона
- Социология спорта: обзор традиционных зарубежных социологических парадигм и теорий (Лукащук, 2020)
- The social benefits of informal and lifestyle sports: a research agenda (Gilchrist, 2017)

Методология



Метод

Онлайн-опрос по собственной панели OMI



Аудитория

Основная: Мужчины и женщины 14-60 лет
Буст: Мужчины и женщины 14-34, занимающиеся самбо



Выборка

Основная: 1610 респондентов
Буст: 666 респондентов



География

Россия, населенные пункты с населением любого размера



Сроки поля

20.06-01.07



Проект выполнен

В соответствии со стандартом ISO 20252:2019

*Результаты, полученные в ходе онлайн-опроса не могут быть спроецированы на генеральную совокупность ввиду специфики метода (онлайн) и отражают мнение только интернет-пользователей.

Параметры выборки, респонденты



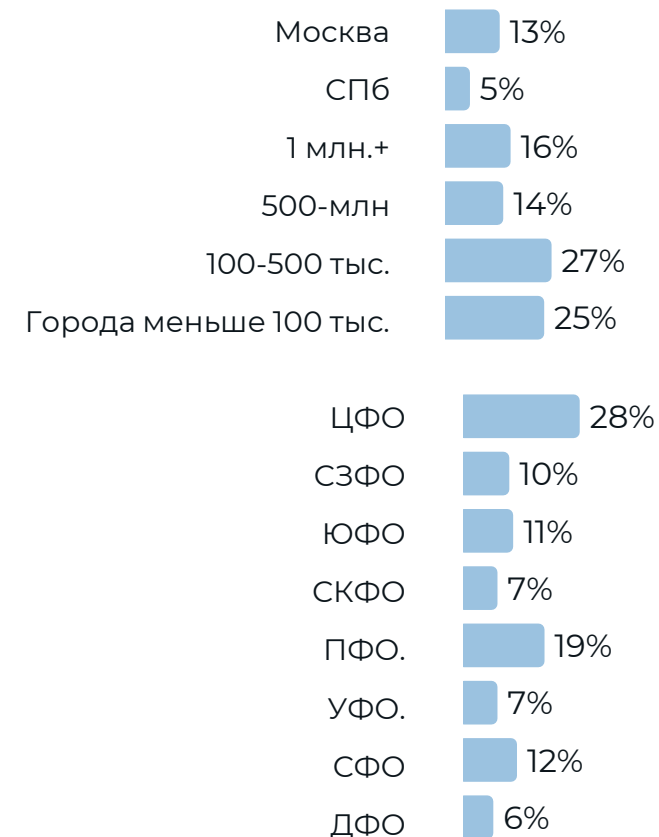
Возраст (квота)



Пол (квота)



География (квота)

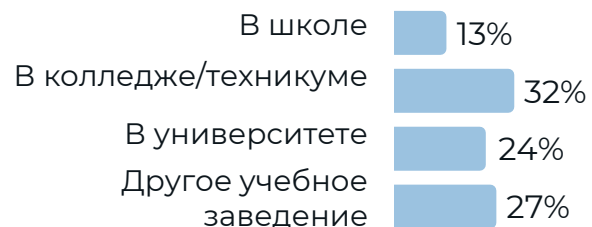


86%

Работают в
настоящий момент

20%

Учатся в настоящий
момент



База: все респонденты, N=2276

QS1. Укажите Ваш пол. QS2. Возраст

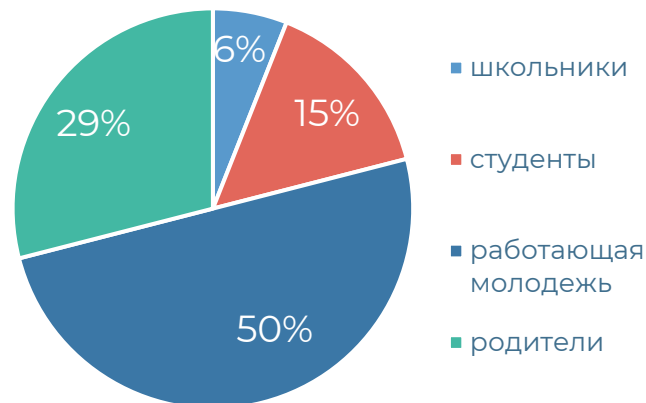
QS33. В каком городе/населенном пункте Вы проживаете в настоящее время?

QS4. Как бы Вы описали свою занятость в настоящее время?

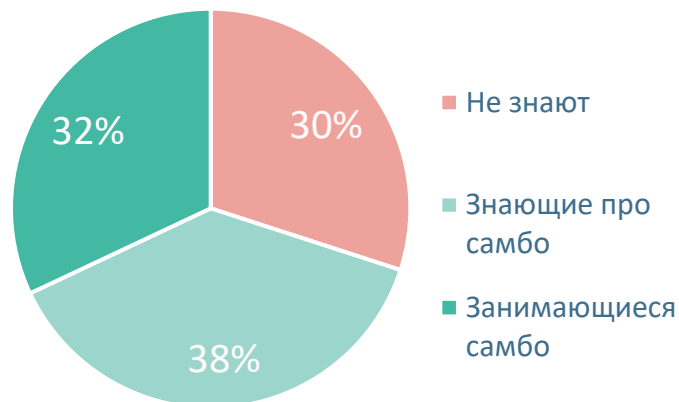
QS45.. Где Вы сейчас учитесь?

Группы анализа

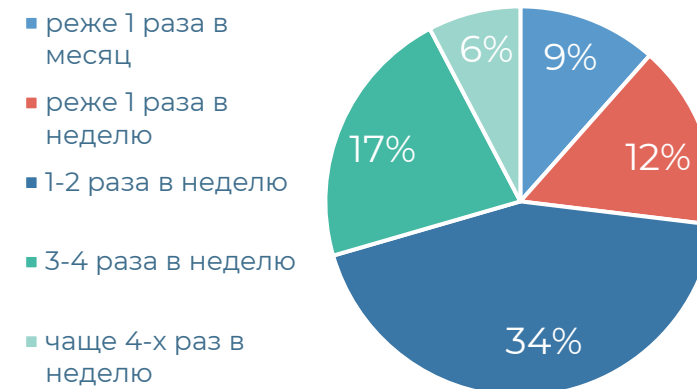
Род занятости



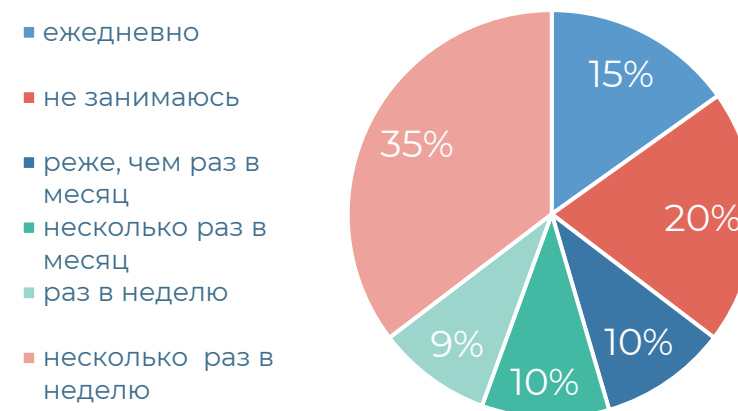
Знающие про самбо/ занимающиеся самбо



Уровень подготовки самбо



Частота занятий спортом



База: все респонденты, N= 2276

QS3: Есть ли у Вас дети младше 18 лет? QS5.. Где Вы сейчас учитесь?

QN1. Вы что-нибудь знаете про самбо?

QS7: Занимались ли вы когда-либо единоборствами? QS8: Выберите из списка ниже те единоборства, которыми вы занимались| QS71: Занимался ли ваш ребенок когда-либо единоборствами? QS81: Выберите из списка ниже те единоборства, которыми ваш ребенок занимался

QS9. Как часто вы занимаетесь единоборствами?/QS91. Как часто ваш ребенок занимается единоборствами?

Самбо —

это международный вид спортивного и прикладного единоборства, разработанный в 1920-1930 годах на основе борьбы, дзюдо, джиу-джитсу.



Знание о самбо и ассоциации с ним



Большинство респондентов знают о самбо, но никогда не занимались им. Мужчины и респонденты в возрасте 45-60 лет чаще других групп анализа отмечают, что знают самбо. Эти группы также чаще хотят попробовать самбо. Молодежь в возрасте 14-18 лет реже готова попробовать самбо. Среди тех, кто не знаком с самбо основными ассоциациями являются бой, бокс, танцы.

	В целом	Возраст	Пол
Ничего не знаю	11%	45-60 – 5%	Мужчины – 8%
Что-то слышал(-а)	33%	14-18 - 42% 45-60 – 18%	Женщины – 38% Мужчины – 25%
Знаю, но никогда не занимался(-сь)	47%	45-60 – 63% 25-34 – 42%	Мужчины – 54%
Знаю и хочу попробовать	9%	14-18 - 3% 45-60 – 15%	Мужчины – 14% Женщины – 6%

База: те, кто не занимаются самбо n=1558

Широкие ассоциации с самбо

Бой/ борьба/ бокс	43%
Боевое искусство/каратэ/ дзюдо	14%
Танцы	10%
Защита/ самооборона	8%
Спорт	4%
Драка	3%
Кимоно	1%
Путин/ президент	1%
Сила	1%
СССР	1%
Искусство	1%

База: те, кто отметил, что не знают про самбо n=677

Ассоциации с самбо

Самбо для респондентов, занимающихся им, это самозащита, спорт, жизнь, сила духа, познание, хобби, поддержание формы и образ жизни. Многие рассматривают самбо как свое хобби и увлечение, а также как способ поддерживать состояние души и спокойствие.

Ассоциации с самбо среди занимающихся



Мнение о самбо



Большинство респондентов ассоциируют самбо с основами самообороны и профессиональным видом спорта. Наибольшее согласие с этими утверждениями наблюдается среди возрастной группы 45-60 лет и родителей. Школьники реже отмечают, что самбо это комьюнити единомышленников и часть национальной российской культуры. Студенты также реже отмечают, что самбо – популярный вид спорта. В целом те, кто знают и занимаются самбо, выражают наибольшее согласие с положительными утверждениями о самбо.

Согласие с высказываниями TOP-2* Самбо – это....	В целом	По возрасту	По полу	По роду занятости	Знают самбо	Занимаются самбо
Основы самообороны, навыки самозащиты	81%	14-18 – 75% 45-60 – 89%	Мужчины – 84%	Школьники – 73% Студенты – 77% Родители – 86%	Знают – 86% НЕ знают – 72%	Занимаются – 87% НЕ занимаются – 79%
Профессиональный вид спорта	81%				Знают – 84% НЕ знают – 74%	
Способствует комплексному укреплению организма	76%	19-24 – 82%	Мужчины – 80%		Знают – 82% НЕ знают – 62%	Занимаются – 86% НЕ занимаются – 72%
Спортивное увлечение/хобби	71%	19-24 – 76% 45-60 – 62%		Родители – 66%		Занимаются – 76%
Популярный вид спорта	71%			Студенты – 65%	Знают – 81% НЕ знают – 66%	Занимаются – 77% НЕ занимаются – 56%
Больше чем спорт, это часть национальной российской культуры	64%	14-18 – 53% 45-60 – 75%	Мужчины – 71% Женщины – 58%	Школьники – 47%	Знают – 72% НЕ знают – 44%	Занимаются – 78% НЕ занимаются – 57%
Комьюнити единомышленников	62%	14-18 – 54%		Школьники – 50%	Знают – 66% НЕ знают – 51%	Занимаются – 71% НЕ занимаются – 57%

База: N=2276

Q4. Насколько вы лично согласны или не согласны с каждым из этих высказываний?

55% / 35% значимо **выше/ниже** в сравнении со средним

Продолжительность занятий самбо



Большинство респондентов занимаются самбо 2-3 года. Школьники чаще других групп пробовали заниматься самбо, но не продолжили им заниматься. В то время как среди работающей молодежи больше тех, кто занимается этим видом спорта в течение длительного времени.

	Школьники	Родители о детях	Студенты	Работающая молодежь
Менее 1 года	20%	15%	20%	15%
2-3 года	25%	44%	24%	24%
3-5 лет	14%	12%	20%	18%
Более 5-ти лет	9%	21%	18%	26%
Сейчас не занимаюсь, но занимался ранее	32%	8%	18%	18%
База: занимались когда-либо самбо/ родители, чьи дети занимались когда-либо самбо	44	52	105	517

Q1. Как давно Вы занимаетесь самбо?

QD1. Как давно ваш ребенок занимается самбо?

55% / 35% — значимо **выше/ниже** в сравнении с другими группами анализа

Как узнали о занятиях самбо



Школьники узнают о занятиях самбо из соц.сетей или от друзей/знакомых, реже всего из телепередач.

	Тотал	Школьники	Студенты	Родители	Работающая молодежь
Из социальных сетей	11%	22%	14%	5%	13%
От друзей/знакомых	36%	48%	32%	34%	36%
Из теле- или радиопередач	26%	8%	20%	30%	26%
Из наружной рекламы (баннеры на улице, рекламные вывески)	6%	6%	8%	4%	6%
Не помню	16%	16%	25%	27%	18%
База	1393	77	167	548	601



Мотивы к занятиям самбо

Почему выбрали самбо



Большинство школьников отмечают, что их привели родители. Среди родителей основной причиной выбора самбо является личный интерес ребенка.

Школьники

Привели родители	34%
Интерес к самозащите и прикладным навыкам	25%
Сам(а) заинтересовался(ась) и нашел(а) секцию	18%
Желание улучшить физическую форму и здоровье	16%
Начал(а) заниматься с друзьями	16%
База	44

Родители

Ребенок сам заинтересовался	69%
Желание улучшить физическую форму и здоровье ребенка	37%
Интерес к самозащите и прикладным навыкам	29%
Ребенок начал заниматься с друзьями	23%
Была секция в школе	19%
База	52

Q10. Почему Вы выбрали именно самбо как спорт для занятий?

Q100. Почему Вы выбрали именно самбо как спорт для занятий ребенка?

55% / 35% значимо выше/ниже в сравнении со средним

Почему выбрали самбо

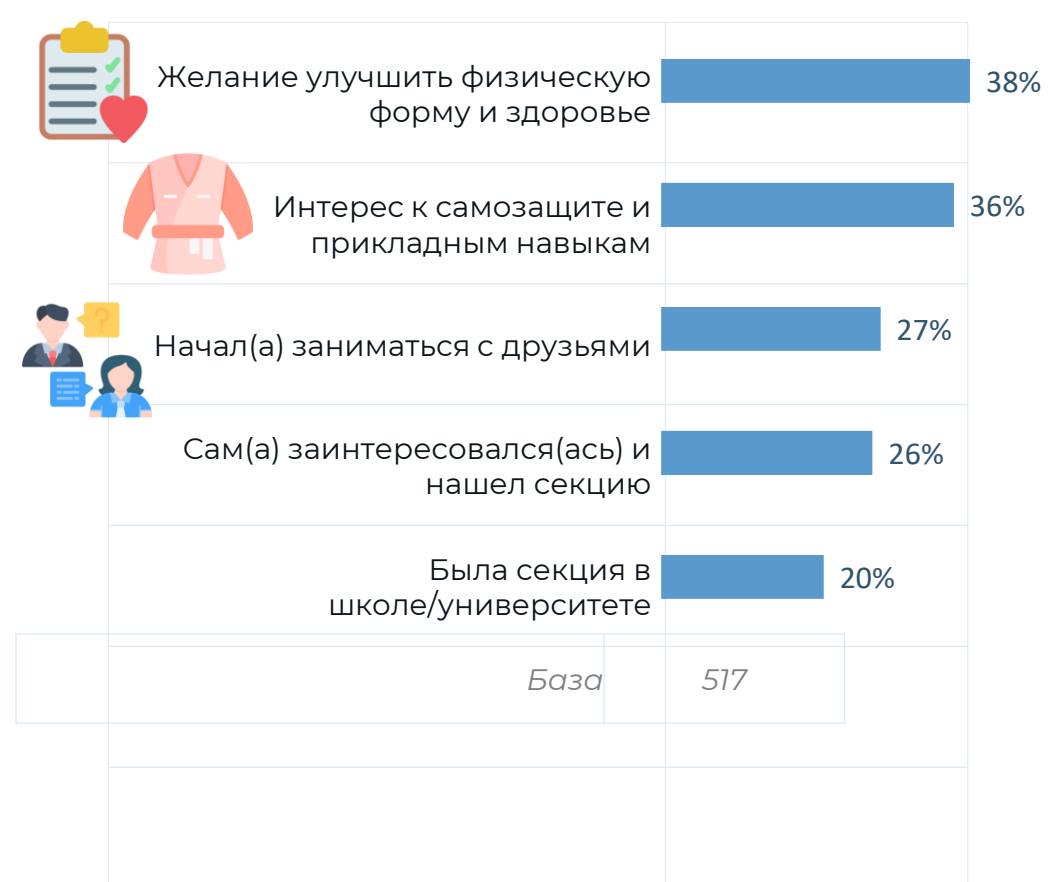


Студенты и работающая молодежь в первую очередь идут в самбо из-за интереса к самозащите и желания улучшить физическую форму и здоровье.

Студенты



Работающая молодежь



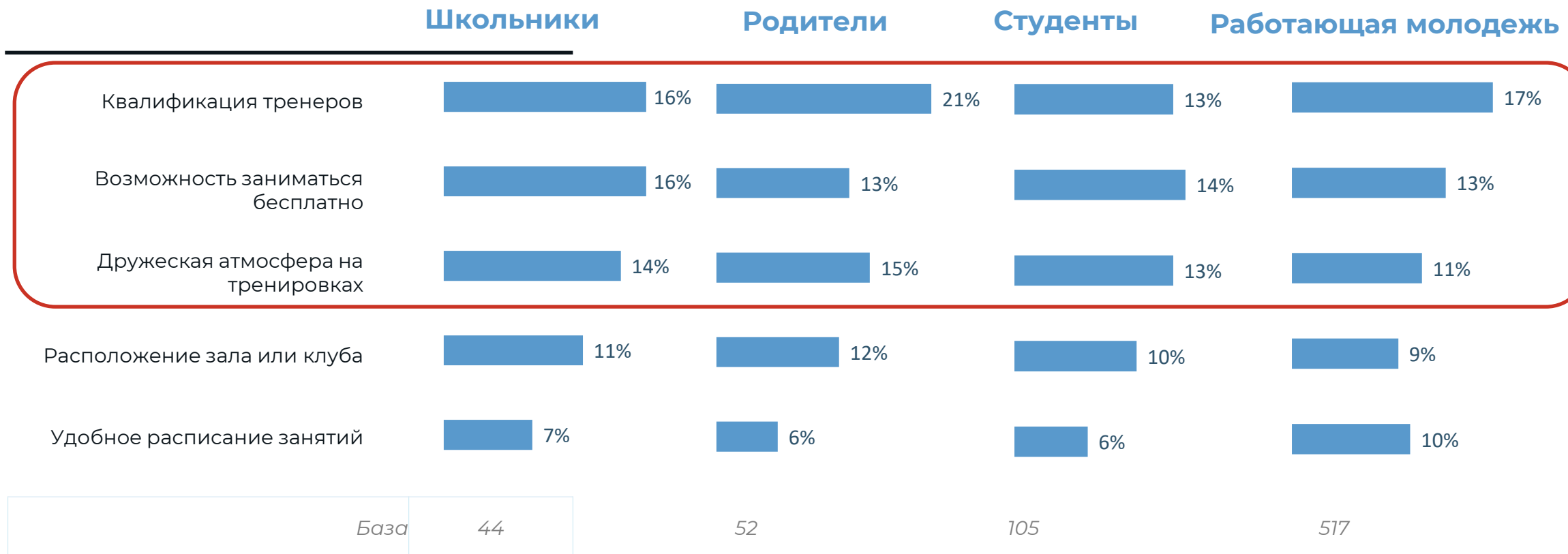


Факторы выбора клуба

Факторы выбора клуба



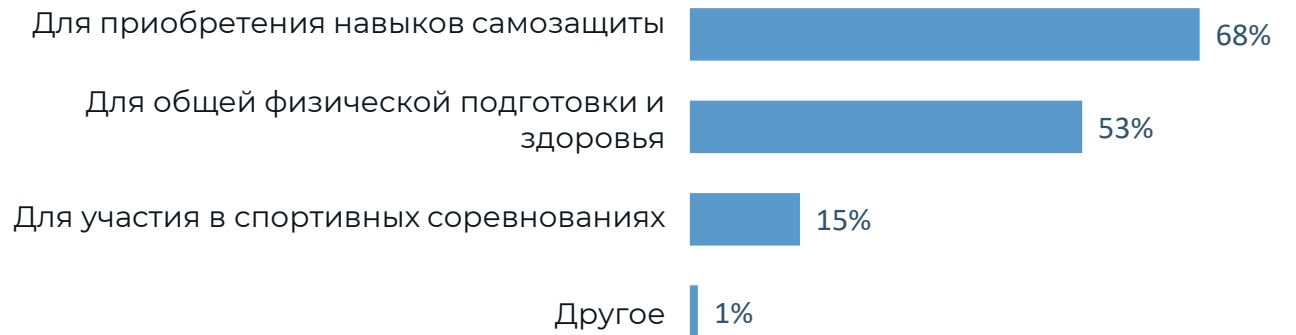
Среди всех групп анализа самые важные факторы одинаковы: квалификация тренеров, возможность заниматься бесплатно, дружеская атмосфера на тренировках



Почему могли бы начать заниматься самбо?



Чтобы привлечь и родителей школьников и студентов, в первую очередь стоит строить коммуникацию о самбо как о возможности приобретения навыков самообороны.



База: родители, которые рассматривают возможности занятий самбо для своего ребенка, n =95

Мотивация студентов



База: студенты, которые рассматривают возможности занятий самбо для себя, n =81

Почему продолжают заниматься самбо



Школьники реже, чем молодежь в целом, продолжает заниматься потому, что им нравится сам вид спорта. Для них основной мотивацией продолжать тренировки является улучшение физической формы и спортивные амбиции. Родители же уверены, что их дети занимаются в первую очередь потому, что им нравится сам вид спорта, а также поддержание физической формы и здоровья.

Школьники



Родители



Почему продолжают заниматься самбо



Для молодежи, вовлеченной в самбо, интересно тренироваться, так как это помогает им поддерживать физическую форму, а также они проявляют интерес к самому виду спорта.

Студенты

Работающая молодежь

Улучшение физической формы и здоровья 43%

Улучшение физической формы и здоровья 43%

Нравится сам вид спорта 38%

Нравится сам вид спорта 35%

Развитие прикладных навыков для самозащиты 29%

Положительная атмосфера и общение в спортивной группе или клубе 24%

Нравится формат занятий 24%

Развитие прикладных навыков для самозащиты 23%

Тренер 21%

Тренер 18%

Желание достичь высокого уровня мастерства в этом виде спорта 19%

Желание достичь высокого уровня мастерства в этом виде спорта 18%

База 105

База 517

Барьеры к занятиям самбо

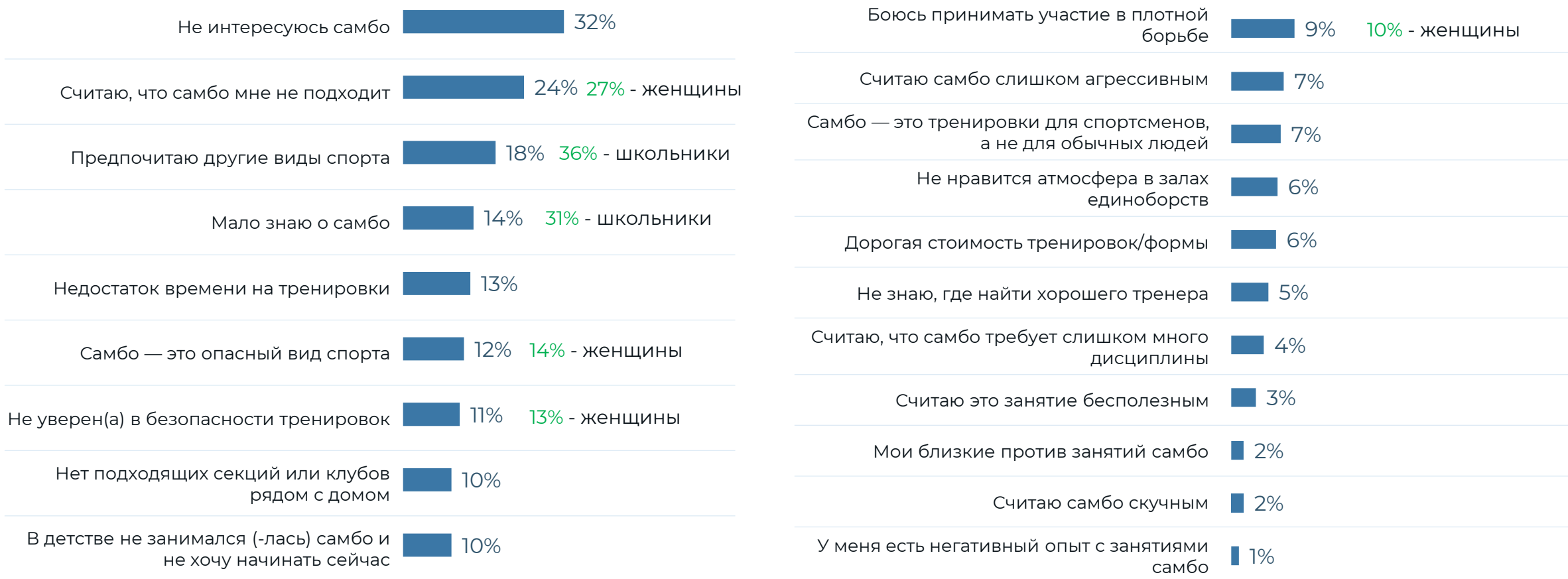


Барьеры к занятию самбо



Основные барьеры, которые препятствуют к занятию самбо, являются низкий интерес к этому виду спорта (32%) и ощущение, что самбо не подходящий вид спорта (24%), предпочитают другие виды спорта (18%) или мало знают о самбо (14%), недостаток времени на тренировки (13%). Сомневаются в безопасности тренировок 11%, воспринимают самбо как опасного вида спорта 12%.

Занимаются самбо самостоятельно





Информационные каналы

Каналы получения информации о спорт мероприятиях



Для родителей основной канал получения информации о спорте – телевидение и радио, молодежь больше активна в социальных сетях и телеграме.

	Тотал	Школьники	Студенты	Родители	Работающая молодежь
Через телевизионные или радиопередачи	34%	24%	23%	50%	29%
Через социальные сети (Facebook*, Instagram*, VK и т. д.)	33%	39%	39%	22%	37%
Через интернет-порталы и спортивные сайты	33%	24%	30%	34%	34%
Через Телеграм-каналы	25%	31%	23%	19%	27%
Через рекламные объявления в общественных местах (на улице, в метро и т. д.)	19%	16%	20%	17%	20%
Не интересуюсь спортивными событиями и мероприятиями	16%	16%	20%	14%	15%
Через блоги спортсменов/инфлюенсеров	14%	18%	18%	8%	16%
Другое	2%	3%	2%	2%	1%
База	2276	127	308	650	1191

Наиболее интересный контент о спорте



Для всех изучаемых групп, наиболее интересными являются видео о спортивных событиях. Школьники и студенты меньше других читают статьи и новости, а студенты в целом чаще других оказываются не заинтересованы в контенте о спорте.

	Тотал	Школьники	Студенты	Родители	Работающая молодежь
Видео (тренировки, матчи, обзоры)	51%	46%	52%	47%	54%
Статьи и новости	35%	27%	27%	39%	37%
Фотографии и фоторепортажи	29%	29%	27%	26%	31%
Не интересуюсь контентом о спорте	21%	24%	28%	23%	18%
Подкасты и аудиозаписи	13%	13%	15%	9%	15%
Другое	0%	2%	0%	1%	0%
База	2276	127	308	650	1191

Сервисы поиска спортивных мероприятий



Наиболее вовлеченной оказывается работающая молодежь: они используют специальные приложения для поиска спортивных мероприятий, а также сайты билетных операторов. Школьники и родители реже всех посещают мероприятия и пользуются сервисами

	Тотал	Школьники	Студенты	Родители	Работающая молодежь
Не посещают мероприятия/не используют сервисы	53%	67%	58%	58%	47%
Спец. приложения для поиска мероприятий (Strava, Meetup)	23%	16%	18%	18%	27%
Сайты билетных операторов (Ticketmaster, Kassir.ru)	21%	13%	21%	17%	24%
Платформы для онлайн-регистрации на события (Eventbrite, TimePad)	17%	14%	19%	12%	19%
Другое	2%	1%	2%	3%	2%
База	2276	127	308	650	1191

Подписка в социальных сетях



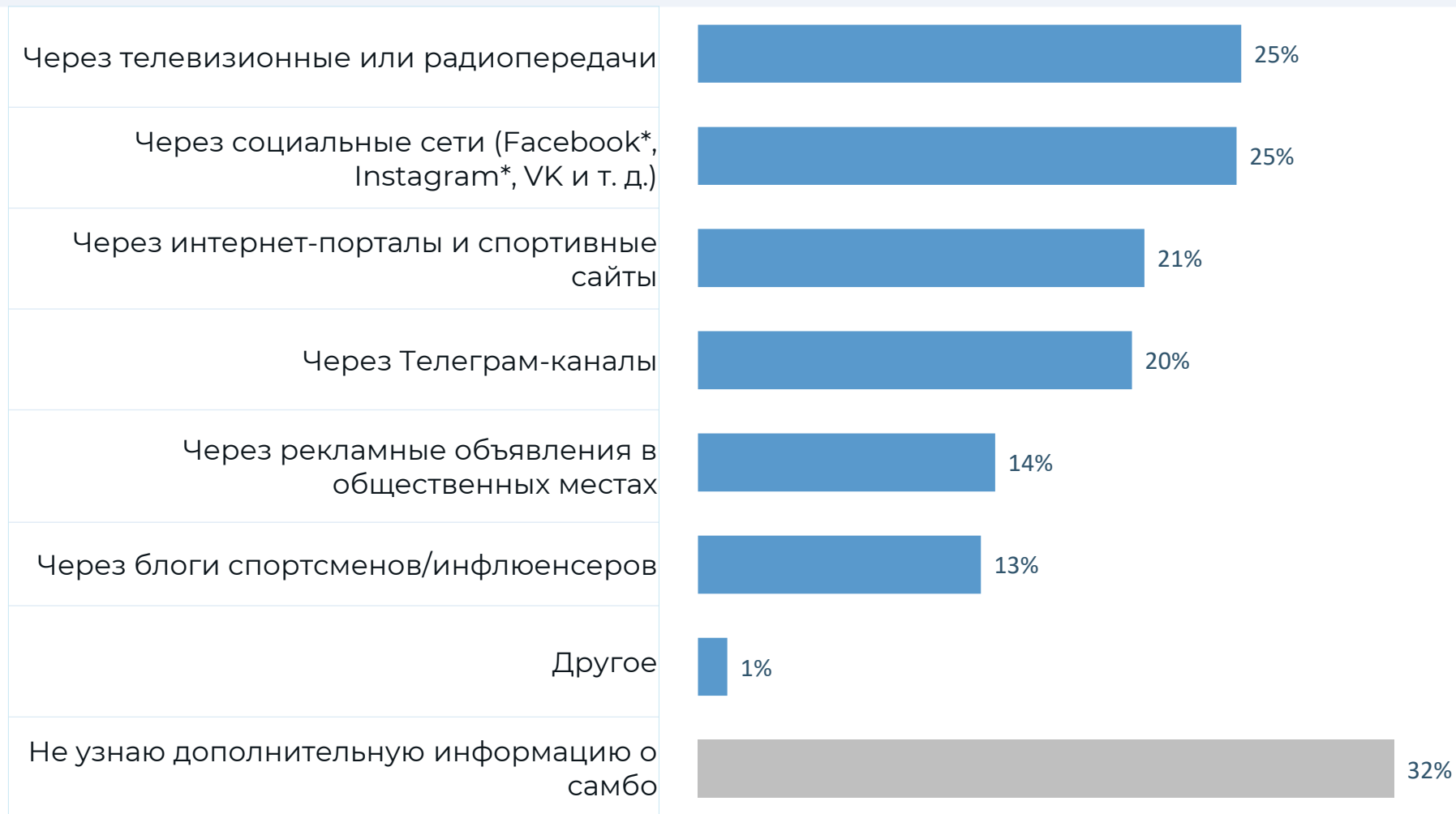
Работающая молодежь интересуется спортом в соц. сетях, чаще других вступает в группы по интересам, как спортивные клубы и фан-группы. Родители чаще не следят за спортивными событиями в соц сетях в целом.

	Тотал	Школьники	Студенты	Родители	Работающая молодежь
Не слежу за спортивными сообществами в соц. сетях	39%	43%	41%	50%	33%
Группы и сообщества, посвященные конкретным видам спорта	29%	28%	29%	24%	32%
Группы по интересам в социальных сетях (спортивные клубы, фан-группы и т. д.)	27%	29%	28%	17%	32%
Официальные страницы мероприятий и организаций	23%	24%	19%	20%	26%
Информационные агентства, посвященные конкретным видам спорта	14%	13%	14%	10%	15%
Другое	1%	1%	1%	1%	1%
База	2276	127	308	650	1191

Каналы получения информации о самбо



Самые популярные каналы получения информации о самбо в целом – ТВ и радио и социальные сети.



База: все респонденты, n =2276

Каналы получения информации о самбо



Среди тех, кто занимается самбо, наиболее вовлечены занимающиеся 1-2 раза в неделю: они интересуются самбо через интернет порталы и сайты, в телеграм-каналах, а также смотрят за блогами спортсменов.

	Тотал	Реже 1 раза в месяц	Реже 1 раза в неделю	1-2 раза в неделю	3-4 раза в неделю	Чаще 4-х раз в неделю	Не занимаются
Через телевизионные или радиопередачи	23%	21%	23%	27%	19%	33%	18%
Через социальные сети	37%	39%	45%	41%	36%	46%	24%
Через интернет-порталы и сайты	30%	30%	36%	41%	32%	33%	11%
Через Телеграм-каналы	31%	26%	36%	41%	36%	46%	10%
Через рекламные объявления в общественных местах	20%	36%	20%	23%	20%	31%	7%
Через блоги спортсменов/инфлюенсеров	21%	16%	30%	27%	22%	26%	7%
Другое	1%	0%	0%	1%	3%	0%	1%
Не узнают информацию о самбо	16%	8%	6%	5%	13%	5%	47%
База: занимающиеся самбо	718	61	87	244	120	39	167

Каналы получения информации о самбо



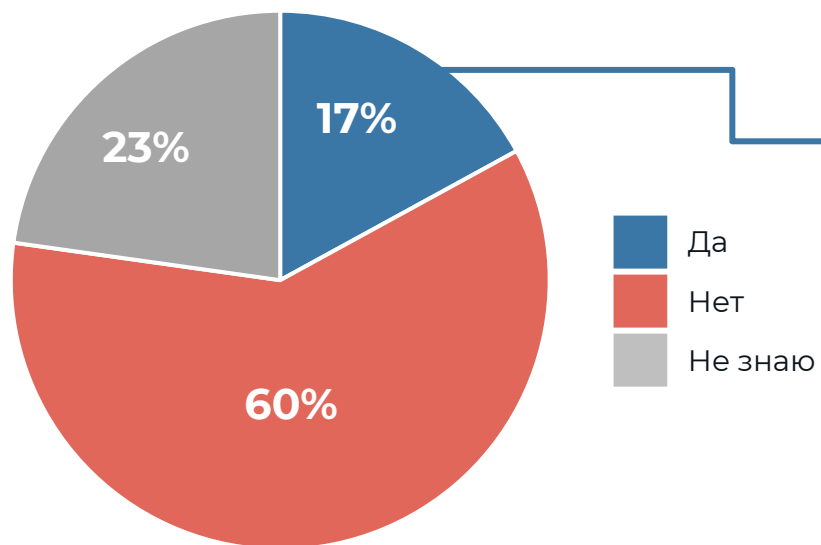
Больше всех информацией о самбо интересуется работающая молодежь: они ищут информацию в социальных сетях, через интернет-порталы, а также читают блоги спортсменов. Наименьшая вовлеченность у родителей – они в основном получают информацию через теле и радиопередачи

	Тотал	Школьники	Студенты	Родители	Работающая молодежь
Через телевизионные или радиопередачи	25%	11%	15%	34%	24%
Через социальные сети	25%	27%	29%	14%	30%
Через интернет-порталы и сайты	21%	15%	16%	18%	24%
Через Телеграм-каналы	20%	20%	20%	16%	22%
Через рекламные объявления в общественных местах	14%	9%	16%	10%	16%
Через блоги спортсменов/инфлюенсеров	13%	14%	13%	7%	17%
Другое	1%	2%	1%	3%	1%
Не узнают информацию о самбо	32%	39%	39%	37%	27%
База	2276	127	308	650	1191

Каналы получения информации о самбо

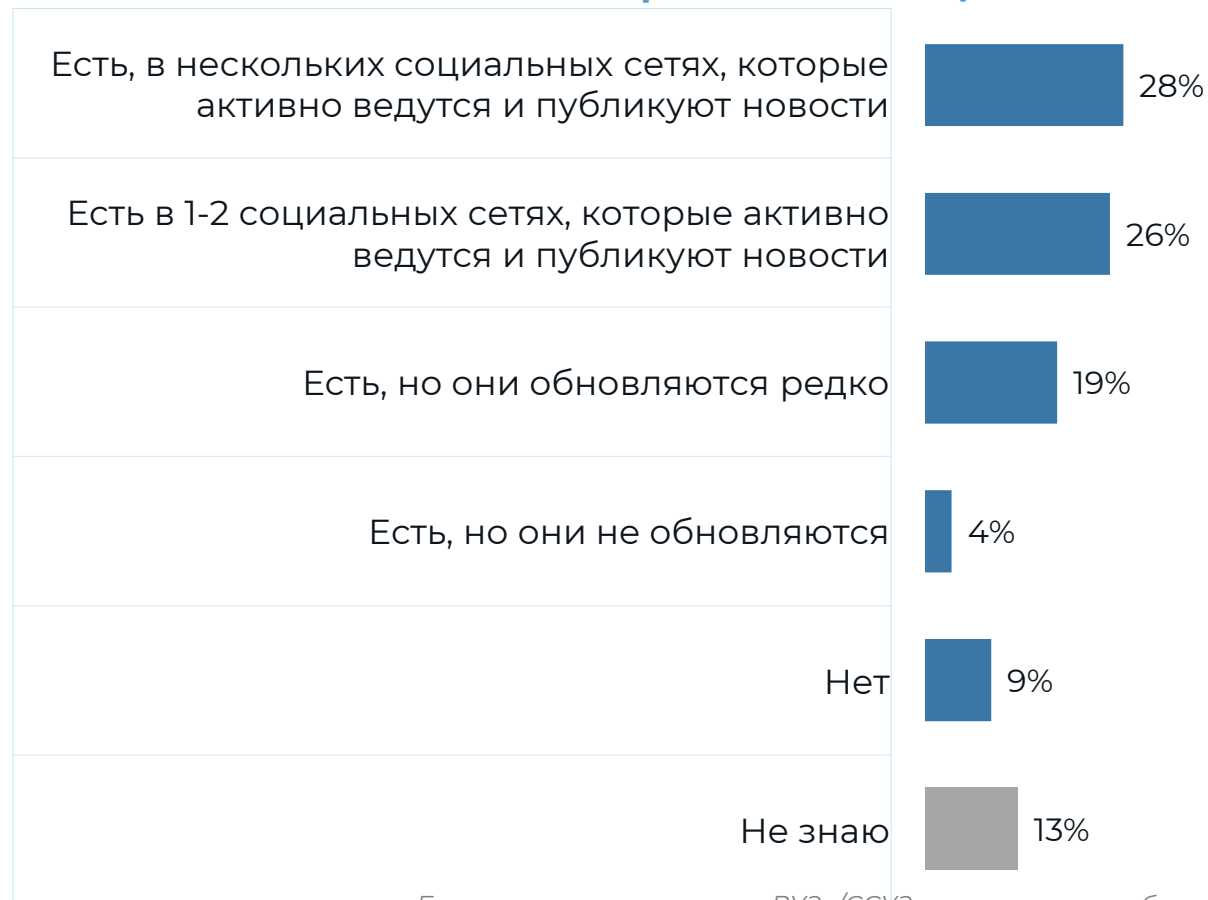
17% студентов говорят о наличии в их ВУЗе секции по самбо. Среди них, у большей части секций есть социальные сети, которые активно ведутся.

Наличие секции самбо в ВУЗе/ССУЗе



База: студенты, n =308

Наличие страницы в соц сетях у секции самбо ВУЗа/ССУЗа



База: студенты, у которых в ВУЗе/ССУЗе есть секция самбо, n =53

Каналы получения информации о самбо



Несмотря на активное ведение социальных сетей, студенты предпочитают узнавать информацию о событиях секции через сообщения либо в общем чате, либо от тренера или других участников секции.



База: студенты, n =308



Выводы

Выводы



Задача 1: Выявить разницу в восприятии самбо как спорта, вида физической культуры и прикладного спортивного направления.

Большинство воспринимает самбо как основа самообороны (81%) и профессиональный вид спорта (81%).

- Среди возрастной группы 45-60 лет респонденты чаще отмечают, что самбо - это основа самообороны, навыки самозащиты (89% vs 81%). Также они чаще отмечают, что самбо больше чем спорт, это часть национальной российской культуры (75% vs 64%).
- Молодежь в среднем реже отмечает, что самбо - это самооборона, навыки самозащиты (школьники 73%, студенты 77% vs 81%), а скорее воспринимает самбо, как хобби или увлечение (76% vs 71%), как вид спорта, способствующий комплексному укреплению организма (студенты 82% vs 76%).
- Школьники реже отмечают, что самбо это комьюнити единомышленников и часть национальной российской культуры (53% vs 64%).

71% опрошенных отметили, что самбо – популярный вид спорта.

- Студенты в меньшей степени воспринимает самбо как популярный вид спорта, показатель согласия с утверждения ниже - 65%.

Восприятие самбо отличается среди тех, кто занимается самбо или не занимается им.

- Респонденты, которые занимаются самбо, ассоциируют его со спортом, жизнью, физической культурой, прикладным спортивным направлением, силой, познанием и преодолением себя.
- Родители детей, занимающихся самбо, видят самбо не только как способ поддержания физического развития, но и как важный элемент воспитания личности ребенка.
- Среди широкой аудитории самбо скорее ассоциируется с борьбой, боевыми искусствами.

Выводы



Задача 2-3: Дифференцировать группы и определить драйверы и барьеры для занятий самбо для каждой группы, вовлеченных в практики занятия самбо

Большинство респондентов занимаются самбо 2-3 года.

- Школьники чаще других групп пробовали заниматься самбо ранее, но далее не продолжали занятия. Отметили, что сейчас не занимаюсь, но занимался ранее порядка 32%.
- В то время как среди работающей молодежи больше тех, кто занимается этим видом спорта в течение длительного времени, более 5 лет - 26%.

Для тех, кто не занимается самбо, но рассматривает его для занятий, основным мотивом для начала тренировок являются приобретение навыков самозащиты (68%) и поддержка общей физической формы (53%).

Те, кто уже занимаются самбо, отметили, что выбрали этот вид спорта из-за интереса к самозащите и прикладным навыкам, желание поддерживать физическую форму, а также общие тренировки с друзьями.

- Для школьников основным мотивом является то, что их привели на тренировки родители - 34%.

Основным мотивом для продолжения занятий для всех групп является улучшение физической формы.

- Молодежь подходит к выбору более осознанно, поэтому им нравится самбо не только, как и физ.активность, но и как сам вид спорта (38% vs 18% школьники) .
- Школьники продолжают тренировки из-за спортивных амбиций и поддержки их тренера (23% vs 18% молодежь).

Выводы



Задача 2-3: Дифференцировать группы и определить драйверы и барьеры для занятий самбо для каждой группы, вовлеченных в практики занятия самбо.

Основные барьеры, которые препятствуют к началу занятия самбо:

- Низкий интерес к этому виду спорта - 32%
- Ощущение, что самбо не подходящий вид спорта - 24%
- Другие виды спорта более предпочтительны - 18%
- Малая информированность о самбо - 14%
- Недостаток времени на тренировки - 13%
- Сомнения в безопасности тренировок - 11%
- Восприятия самбо как опасного вида спорта - 12%.

Школьники чаще других групп предпочитают другие виды спорта (36%) и мало знают о самбо (31%).

Женщины скорее сомневаются в безопасности самбо, они отмечают чаще других групп, что самбо – это опасный вид спорта (14%). Также, они чаще не уверены в безопасности тренировок (13%). И бояться участвовать в плотной борьбе (10%).

Задача 4: Определить оптимальные каналы продвижения и содержание контента для продвижения культуры занятия самбо для каждой из групп

Выводы: 1) Самой вовлеченной группой является работающая молодежь: они активно интересуются спортивными мероприятиями, смотрят спорт. новости в соц.сетях и пользуются различными сервисами заказа билета на спорт.мероприятия. Наименее вовлеченной группой являются школьники – они практически не интересуются доп.информацией о спорте, не посещают спорт.мероприятия.

2) Основным источником получения информации среди молодых групп (14-35) являются соц.сети, в частности группы по интересам, телеграм-каналы. Родители в основном получают информацию через ТВ и радиопередачи.

3) Среди тех студентов, у которых в ВУЗе есть секция самбо (17%), отмечается, что секции активно вовлечены в ведение соц.сетей, но основным источником получения информации о событиях секции являются чаты и личное общение с другими участниками секции либо тренером.



Рекомендации

Общие рекомендации



1. Простая точка входа в спорт (делать открытые занятия бесплатными)
2. Поддержка и создание комьюнити (организовывать регулярные встречи в доступных городских пространствах)
3. Делать акцент на уникальности самбо как об одном из виде самообороны (формировать идентичность)
4. Повышать информированность о самбо как о безопасном виде спорта (развенчивать стереотипы)
5. Развивать инфраструктуру для занятий самбо в школа/университетах/ССУЗах/в общественных учреждениях

Молодежь

- Молодежь слабо знакома с самбо, поэтому стоит вовлечь известных спортсменов, блогеров и инфлюенсеров для привлечения к занятиям самбо.
- Учитывать современные тренды других популярных видов спорта (например, организовывать какие-то флешмобы/межспортивные активности).

Женщины

- Подчеркивать безопасность тренировок и наличие строгих правил, направленных на предотвращение травм. Подчеркивать, что самбо это самооборона, акцентируя внимание на фитнесе. Организовать специальные женские группы по занятию самбо.

Родители

- Создать семейные клубы и секции по самбо, где родители и дети могут заниматься вместе. Организовать семейные мероприятия и соревнования по самбо, подчеркивая его роль в воспитании и физическом развитии детей.
- Взрослые от 45 до 60 лет самая заинтересованная группа в самбо, и они хотели бы попробовать этот спорт. Здесь важно подчеркивать, что самбо спорт для всех и что им легко начать заниматься. Также важно доносить до этой аудитории, что самбо – это вид самообороны и часть национальной культуры. Включить элементы самбо в программы физической активности для взрослых.

Рекомендации по каналам продвижения



Работающая молодежь

Каналы продвижения: активное использование социальных сетей и Telegram-каналов. Учитывая их интерес к спортивным мероприятиям и использование сервисов заказа билетов, стоит интегрировать возможность покупки билетов напрямую через эти платформы, например через карточки товаров в VK.

Содержание контента: публикация интервью с участниками и тренерами, обзоры и анонсы предстоящих событий, короткие обучающие видео по технике самбо. Также эффективными будут рекламные акции и конкурсы с призами (например, бесплатные билеты на мероприятия).

Студенты

Каналы продвижения: акцент на чатах и личном общении, а также ведение активной деятельности в социальных сетях, особенно в тех, где присутствуют студенческие группы и сообщества.

Содержание контента: создание чат-групп для обсуждения предстоящих событий и обмена опытом, публикация расписания тренировок и соревнований, посты о достижениях участников и анонсы мероприятий.

Каналы продвижения: ТВ и радиопередачи, возможно, рассмотреть партнерство с местными телеканалами и радиостанциями для регулярных передач о пользе занятий самбо для молодежи.

Содержание контента: информационные сюжеты о пользе самбо для развития и здоровья детей и подростков, интервью с родителями учащихся, информация об успехах студентов в спорте и учебе.

Школьники

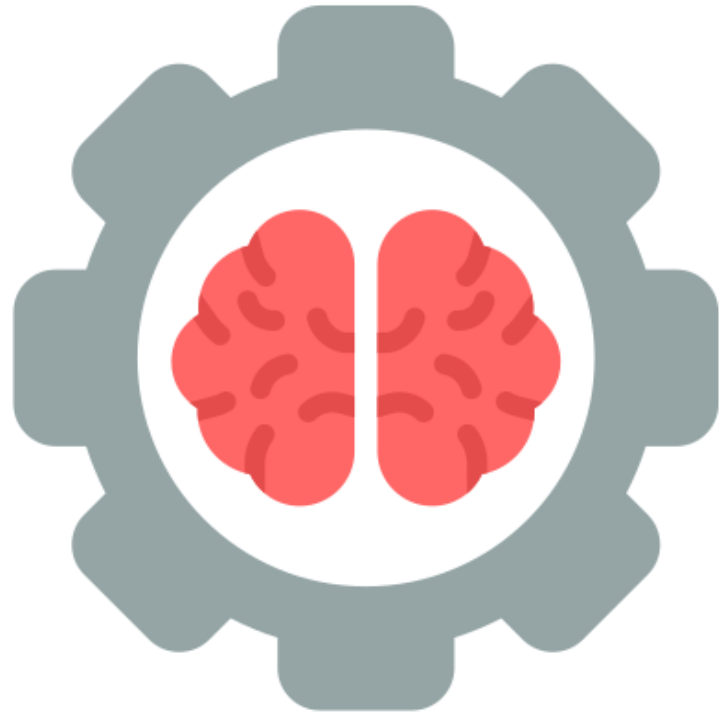
Каналы продвижения: хотя школьники были определены как наименее вовлеченная аудитория, стоит рассмотреть возможность привлечения их через образовательные программы в школах, демонстрации мастер-классов и спортивных праздников.

Содержание контента: создание видеороликов и публикаций о том, как начать заниматься самбо, истории успеха молодых спортсменов, важность спорта в школьной жизни.

Общие рекомендации:

- Разработка мобильного приложения и веб-версии для возможности централизованного получения информации о студенческой лиге самбо, включая новости, расписание соревнований, результаты и возможность покупки билетов
- Организация открытых тренировок и дней открытых дверей для привлечения новых участников.
- Сотрудничество с известными спортсменами и блогерами для увеличения охвата и вовлеченности аудитории.

Методологическая рефлексия



В процессе реализации данного исследования мы столкнулись с рядом трудностей, которые важно учесть в случае развития данного анализа:

- 1) Низкие стартовые знания о самбо: для вхождения в поле исследования нам потребовалось достаточно много времени, чтобы составить подходящий инструментарий.
- 2) Использование одного метода сбора данных: при использовании количественной методологии мы упускаем часть данных о низком уровне интереса к самбо у молодежи и их отношению к этому виду спорта. Использование смешанной методологии могло бы увеличить глубину полученных выводов.
- 3) Низкая популярность самбо у молодежи: увеличение сроков и сложности поля в связи с низкой достижимостью целевой группы, особенно аудитории занимающихся самбо.

**Спасибо за
внимание!**
Готовы обсуждать

