«АВТОГОНКИ ПЕРЕТЯНУТ НА СЕБЯ ЧАСТЬ ЛЮДЕЙ, КОТОРЫЕ УВЛЕКАЮТСЯ ДРУГИМИ ВИДАМИ СПОРТА И ДРУГИМИ ХОББИ»

СЕРГЕЙ СИРОТКИН, РОССИЙСКИЙ ПИЛОТ «ФОРМУЛЫ-1», ОРГАНИЗАТОР ЧЕМПИОНАТА РОССИИ В КЛАССЕ «ФОРМУЛА-4» И СОРЕВНОВАНИЙ ПО КАРТИНГУ, РАССКАЗАЛ КОРРЕСПОНДЕНТУ **BUSINESS GUIDE** ОБ ОСНОВНЫХ ЗАДАЧАХ «ФОРМУЛЫ-4», ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ГОНОЧНЫХ СЕРИЙ, А ТАКЖЕ О ТОМ, КТО И КАК МОЖЕТ ЗАРАБОТАТЬ В СЕГМЕНТЕ АВТОСПОРТА. ЕКАТЕРИНА ДЫННИКОВА

BUSINESS GUIDE: Расскажите, почему вы решили создать чемпионат в классе «Формула-4»?

СЕРГЕЙ СИРОТКИН: Идея создания «Формулы-4» продиктована обстоятельствами, которые сложилась за последние годы. Российские картингисты — одни из самых сильных на мировой арене. Ввиду политической ситуации юные пилоты, которые готовы делать следующий карьерный шаг в формульные классы, сталкиваются с определенными сложностями участия в иностранных гоночных сериях: в той же F4, которая существует на национальном уровне во многих странах. С этим и связано появление российской «Формулы-4» в 2025 году, которая является следующей после картинга ступенькой в автоспорте. «Формула-4» фактически связывает картинг со всем остальными автоспортивными дисциплинами. При этом мы запустили «Формулу-4» в статусе чемпионата России — SMP F4, разработав уникальный формат работы как с участниками, так и со зрителями.

BG: Для чего нужна «Формула-4» в России?

С. С.: Начну издалека. Есть команды, которые занимаются картингом, и есть команды в кольцевых гонках. Представьте, что вы отдали ребенка в картинг, он там успешно занимался с 6 до 14–16 лет, выигрывал чемпионаты. Так как после картинга условного «мостика» в кузовные классы не существовало, то родители и спортсмен оказывались перед выбором: оставаться в картинге и дальше продолжить выступать со своей командой или переходить в кольцевые гонки, но уже в другую команду. Причем там желающих принять юных картингистов много, конкуренция за молодых пилотов довольно высока. Но картинговые команды не заинтересованы терять своих воспитанников, в которых было вложено много сил на протяжении стольких лет,— и тут возникает конфликт интересов. Мы же, организуя «Формулу-4», по сути, предложили картинговым командам сотрудничество — совместно запустить чемпионат с их участием. Таким образом спортсмены имеют возможность продолжать свою гоночную карьеру, переходя на новый уровень с теми командами, в которых они выступали в картинге, а для команд это новый виток развития как в спорте, так и в бизнесе.

BG: Что потребовалось для запуска чемпионата, какими были основные сложности?

С. С.: Со стороны, наверное, кажется, что у нас было много технических сложностей и что они были главной проблемой. Действительно, возникали вопросы с подготовкой техники и оборудования, но они не были ключевыми. Самой важной задачей оказалось изучение рынка автоспорта, его тенденций, сложностей, ограничений. Важно было четко ответить на вопрос, для чего нужен наш чемпионат, будет ли на него спрос, как создать мероприятие с учетом ограниченных финансовых ресурсов участников рынка? Шел поиск бизнес-моделей, которые будут эффективными. Мы в итоге придумали формат, где большой объем работы, которая обычно лежит на командах, мы забрали на себя — организатора чемпионата. Это дало возможность командам с имеющимися у них ресурсами зайти в чемпионат. В свою очередь, такой формат позволил нам как организатору расширить статьи дохода.



ПРЕСС-СЛУЖБА «ФОРМУЛЫ-4»

BG: Каким для вас в итоге был первый чемпионат SMP F4?

С. С.: Можно сказать, что в первый сезон мы вошли отчасти вслепую, понимая, что несем немалые риски. Но в итоге все сложилось очень удачно, и нам удалось выполнить все обещания, которые давали на старте. Это был фундаментальный шаг с точки зрения создания и укрепления нашей репутации. Поскольку многие, глядя на предыдущие попытки сделать нечто подобное, не верили, что у нас получится.

BG: Увеличивается ли число участников чемпионата?

С. С.: Не слишком быстро, но оно растет. Очевидно, что экономическая ситуация не способствует увеличению финансовых возможностей для занятия автоспортом. Это касается как родителей спортсменов, так и их потенциальных спонсоров. Тем не менее в этом сезоне у нас уже есть рост: число участников увеличилось с 16 до 18 машин.

BG: Велика ли конкуренция среди разных дисциплин автоспорта за зрительскую аудиторию?

С. С.: К сожалению, в России в принципе невелика аудитория, которая интересуется автоспортом, нам ее еще нужно завоевывать. Есть дисциплины, которые смотрят более охотно, например дрифт. Я бы не сказал, что мы сильно конкурируем друг с другом за зрителей, скорее мы работаем над тем, чтобы число этих зрителей в принципе увеличивалось. То есть речь идет о конкуренции за людей, которые любят другие виды спорта и другое провождение свободного времени. Кто-то любит сходить на футбол, кто-то — в кино, а мы хотим сделать так, чтобы человек выбирал поход на гоночный уикенд.

BG: Может ли карьера в спорте стать бизнесом или стабильным источником дохода для гонщиков?

С. С.: В принципе да. Пилот может зарабатывать, выступая в гонках. Например, команды для достижения результата приглашают опытного, талантливого пилота и платят ему хорошую зарплату — и вот его заработок. Также можно стать тренером, вести других спортсменов, выполнять функции автоспортивного менеджера. Кто-то организует свои школы: картинг, дрифт, контраварийное вождение. Возможностей для заработка достаточно. Известные пилоты часто получают предложения амбассадорства каких-то брендов.

BG: Насколько человек, который отправляет ребенка в автоспорт, может быть уверен, что его вложения окупятся?

С. С.: Автоспорт сложен тем, что на результат влияет целый комплекс факторов. Для успеха важно, чтобы сложилось очень много вещей: техническая подготовка машины, состав команды и так далее. В этой профессии не только твои навыки важны, но и твое окружение.

BG: Кто отдает детей в автоспорт?

С. С.: Чаще те, кто сам был гонщиком либо как-то еще связан с автоспортом. Либо, что намного реже, это родитель, который любит автогонки и является просто зрителем. Это достаточно узкий круг лиц. Наша задача — сделать так, чтобы автоспорт стал более популярным и привлекательным не только для профессионалов. Тем что более автоспорт и, в частности, картинг — это один из немногих видов спорта, который формирует ребенка как всесторонне развитую личность.

BG: Как и кто может все же заработать в этом бизнесе, какие еще есть варианты?

С. С.: Все деньги, которые формируются в автоспорте (спонсорские доходы, взносы за участие, сервисные сборы, доходы от реализации продукции и билетов) распределяются между следующими участниками: поставщики тех или иных компонентов, сами организаторы, гоночные команды и гоночные школы. Последовательность, которую я перечислил, на самом деле повторяет и уровень доходов, и порог входа.

BG: Каковы ваши ожидания от нового сезона в 2026 году?

С. С.: Мы рассчитываем, что число машин увеличится, также планируется увеличение количества гонок за этап. В этом году у нас будет четыре гонки за уикенд. Кроме того, в этом году в первые в истории российского автоспорта мы ввели новый инструмент взаимодействия с командами. По сути, это продукт, аналогичный всем понятной и привычной страховке: компенсация суммы ущерба автомобиля при аварии.

BG: А что будет интересного в рамках зрительской программы?

С. С.: Зрительскую программу мы тоже разработали с нуля, и она отличается от привычных программ спортивных мероприятий. Мы существуем совместно с Российской серией кольцевых гонок, но у нас свой закрытый паддок и своя билетная система. Билет SMP F4 позволяет нашему гостю наслаждаться не только формульной атмосферой на территории F4, но и смотреть заезды в других классах большого гоночного ивента. Можно приобрести билет как на один день, так и на оба дня, как обычный, так и Priority, который позволяет, как в аэропорту, в приоритетном порядке проходить через кассу и на стартовую решетку. Все билеты, кстати, включают экскурсию с гоночным комментатором, который расскажет обо всем происходящем в паддоке. Такую услугу мы вводили в рамках нашей Зимней кольцевой серии на «Сириус Автодроме», и это оказалось очень востребованным, зрители стали намного лучше понимать гоночный процесс. Также планируются различные интерактивы, продажи мерча. То есть мы развиваем дополнительный бизнес, который строится вокруг нашей дисциплины автомобильного вида спорта. ■