

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2023.87.51.059

Возможности коммерциализации индустрии единоборств**Василенко Максим Михайлович**

Аспирант,
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»,
125190, Российская Федерация, Москва, Ленинградский пр., 80;
e-mail: mvasilenko@yandex.ru

Аннотация

Современная спортивная индустрия уже достаточно длительное время осуществляет не только общественную, но и коммерческую функцию, что объясняется возникновением финансовой выгоды от грамотного применения зрительского интереса к спортивным событиям индустрии единоборств. Спортивная индустрия стала создавать собственные маркетинговые продукты для многочисленной аудитории потребителей (телеканалов и современных СМИ, бизнес-сектора и зрительской аудитории), которые ориентируются не только на масштабные сегменты спорта (например, футбол, хоккей), но и менее популярные типы спорта, включая индустрию единоборств. Коммерциализация индустрии единоборств способствовала возникновению дополнительных возможностей для осуществления спортивных событий единоборств. В данной статье обозначена актуальность исследования коммерциализации в индустрии единоборств, представлены специфические особенности современной индустрии единоборств, систематизированы ключевые потребители спортивных событий в рассматриваемой сфере, а также выделены предпосылки коммерциализации и результатов предпринимательского развития индустрии единоборств: существование программ, ориентированных на промоушен, в индустрии единоборств; осуществление постоянных турниров в индустрии единоборств, что стимулирует зрительскую аудиторию; наличие достаточно сильных спортсменов и бойцов в индустрии единоборств; присутствие интереса к спортивным событиям единоборств у зрительской аудитории; существование коммерческих профессиональных клубов для дополнительных занятий в индустрии единоборств.

Для цитирования в научных исследованиях

Василенко М.М. Возможности коммерциализации индустрии единоборств // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Том 13. № 3А. С. 745-752. DOI: 10.34670/AR.2023.87.51.059

Ключевые слова

Коммерциализация, индустрия единоборств, промоушен, предпринимательское развитие, престижные спортивные события, интерес зрительской аудитории, популяризация индустрии единоборств.

Введение

На протяжении последних двух десятилетий международная индустрия спорта функционирует с учетом значительной степени коммерциализации, которая обусловлена получаемыми сверхдоходами организаций индустрии единоборств, частных профессиональных клубов. По своей сути, вышеуказанные игроки стали в настоящее время крупнейшими частными структурами, которые достигают прибыли от проведения и трансляции спортивных событий.

Наиболее престижными международными спортивными событиями, безусловно, выступают Олимпийские игры и чемпионаты мира. При этом современная индустрия единоборств на сегодняшний момент времени выполняет не только общественную, но и коммерческую функцию, поскольку планомерно данный отраслевой сегмент трансформировался в сторону достаточно сильной и привлекательной предпринимательской сферы для огромного числа спортивных игроков, прежде всего, для частных профессиональных клубов. В данном случае это позволяет коммерчески грамотно применять зрительский интерес, а также финансово выгодно реализовывать события, происходящие в индустрии единоборств, в качестве развлекательной зрелищной программы.

Основная часть

Индустрия единоборств представляет собой конкретный межотраслевой сегмент международной и национальной спортивной индустрии, в котором формируются стабильные экономические отношения между ключевыми субъектами индустрии единоборств, большинство из которых осуществляют бизнес-деятельность в ходе производства, маркетингового продвижения и потребления важнейших продуктов индустрии единоборств, а именно непосредственно спортивных событий и оздоровительных услуг гражданским сообществом.

На рисунке 1 схематично представлены специфические особенности современной индустрии единоборств.

Индустрия
единоборств

Зрелище и развлечение

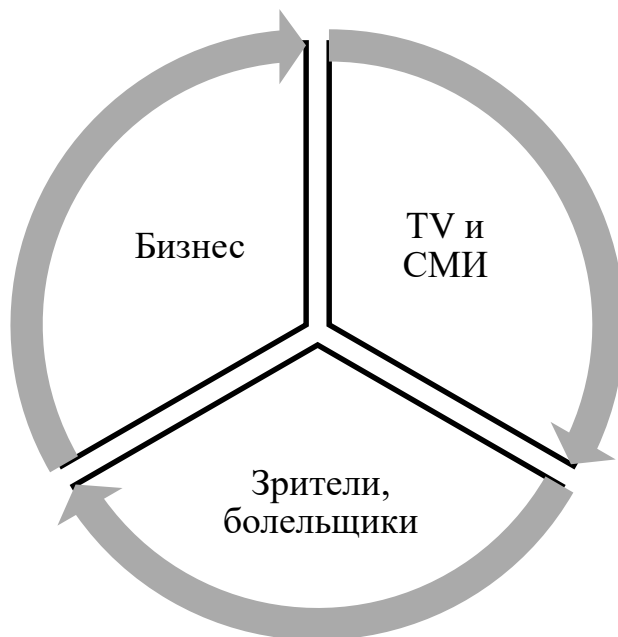
Привлекательный бизнес и целая индустрия

Форма досуга

Источник: составлено автором на основе [Леднев, 2019].

Рисунок 1 - Специфические особенности современной индустрии единоборств

На рисунке 2 приведены ключевые потребители событий индустрии единоборств.



Источник: составлено автором на основе [Гаджиев, 2021].

Рисунок 2 - Ключевые потребители событий индустрии единоборств

В данном случае зрительская аудитория и болельщики приобретают зрелищный продукт, иначе говоря, многочисленные спортивные события, осуществляемые в рамках индустрии единоборств. Вместе с тем предпринимательский сегмент покупает организационные права на рекламную кампанию и спонсорство, что повышает потенциальную покупательскую аудиторию посредством совокупности зрительской аудитории и болельщиков, а, в свою очередь, современные СМИ увеличивают рейтинги трансляций спортивных единоборств, в результате наращивая свою прибыль за счет рекламных кампаний.

Следовательно, события спортивных единоборств в настоящее время оказывают воздействие на различные факторы, а именно:

- На популяризацию спортивных единоборств в международной и национальной индустрии физической культуры;
- На популяризацию индустрии физической культуры в целом;
- На планомерное развитие и прирост результата коммерциализации спортивных единоборств;
- На расширение потенциальной покупательской аудитории, внимание которой сконцентрировано на событиях спортивных единоборств;
- На повышение денежных поступлений частных профессиональных клубов, а также организаторов спортивных единоборств [Леднев, Братков, 2019].

Результаты коммерциализации и предпринимательского развития международной и национальной индустрии единоборств обусловлены ключевыми предпосылками, которые состоят в следующем:

- 1) Существование программ, ориентированных на промоушен, в индустрии единоборств;

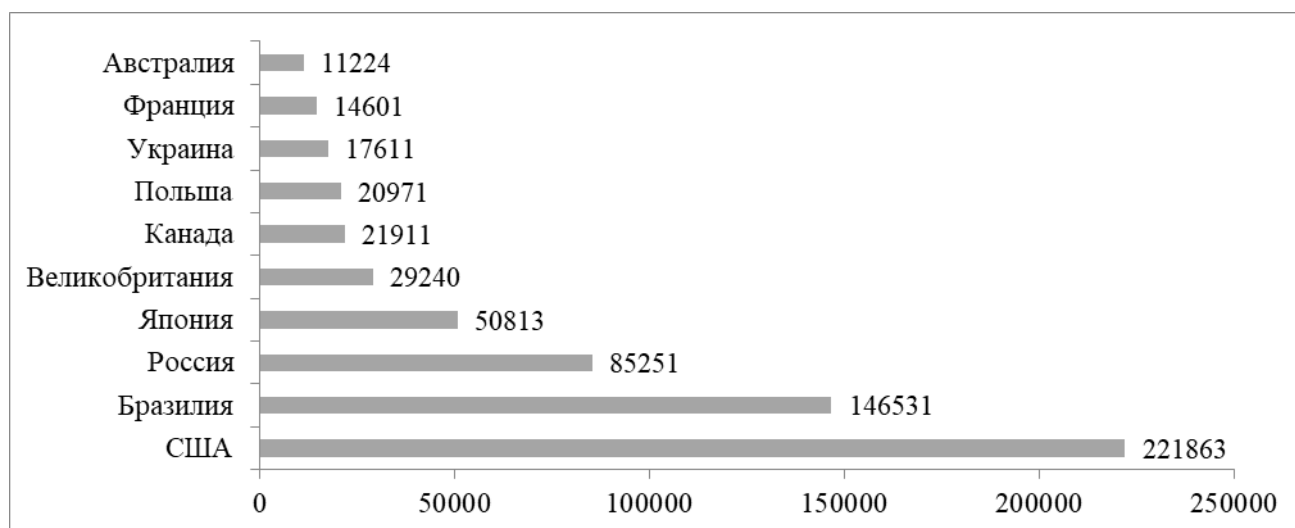
- 2) Осуществление постоянных турниров в индустрии единоборств, что стимулирует зрительскую аудиторию;
- 3) Наличие достаточно сильных спортсменов и бойцов в индустрии единоборств;
- 4) Присутствие интереса к спортивным событиям единоборств у зрительской аудитории;
- 5) Существование коммерческих профессиональных клубов для дополнительных занятий в индустрии единоборств.

Ключевой предпосылкой коммерциализации индустрии единоборств выступает активная деятельность существующих программ, ориентированных на промоушен, возникновение в дальнейшем новых программ, а также их продвижение на международных сегментах. В данном случае возникла значительная конкурентная борьба в российских условиях, осуществляются турниры в индустрии единоборств посредством зарубежных программ промоушенов, а также наблюдается ожесточенная конкуренция с прочими представителями бизнес-сектора развлечений и досуга.

Компании, продвигающие продукты индустрии единоборств, конкурируют не только с аналогичными коммерческими организациями, но и с различными предпринимательскими областями досуга и развлечений, которые постоянно доступны для зрительской аудитории. Вместе с тем усиление драматической составляющей спортивных событий, а также азарта транслируемых боев, может способствовать улучшению потребительской базы компании, продвигающей продукты индустрии единоборств [Захаров, 2018].

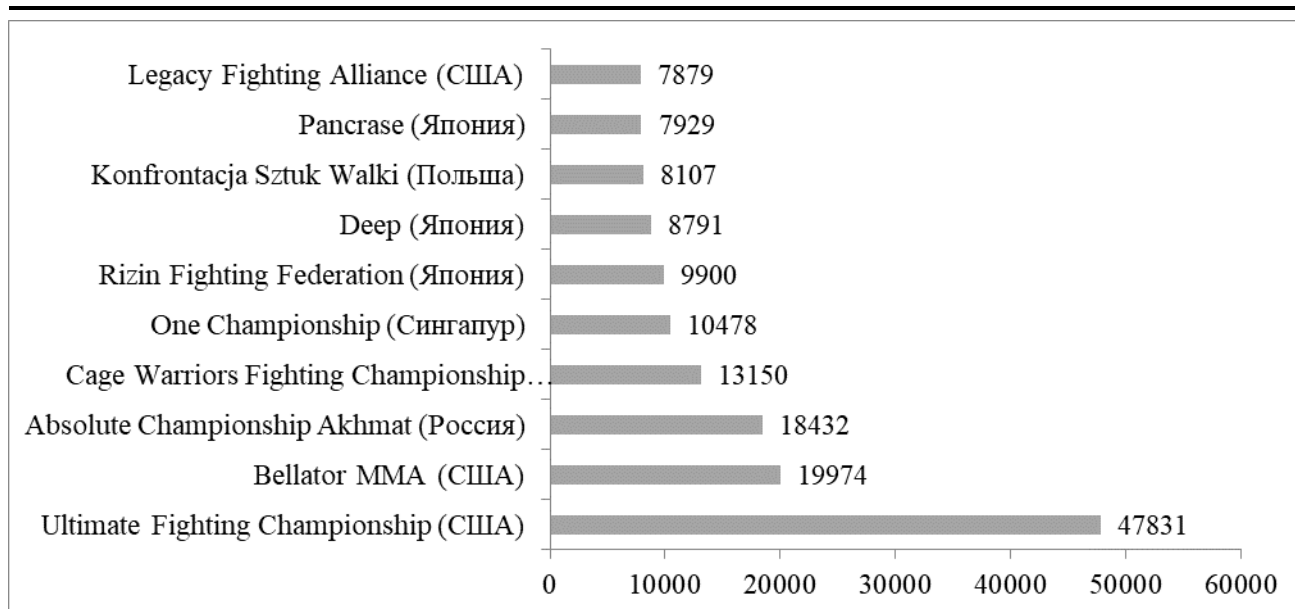
В соответствии с международным рейтингом, проиллюстрированным на рисунке 3, Россия занимает третье место с точки зрения развития национальной индустрии единоборств в международном сообществе.

Кроме того, отечественные промоушены индустрии единоборств также входят в международный рейтинг государств. В данном случае российская программа, ориентированная на промоушен «Absolute Championship Akhmat», находится на третьем месте, а также прикладывает практически все усилия для того, чтобы в будущем продвинуться в международном рейтинге государств, обозначенном на рисунке 4.



Источник: составлено автором на основе [Рейтинг стран..., www].

Рисунок 3 - Международный рейтинг государств по развитию национальной индустрии единоборств в международном сообществе на 26.03.2023, очки



Источник: составлено автором на основе [Рейтинг промоушенов ММА, www].

Рисунок 4 - Международный рейтинг государств по развитию промоушенов в индустрии единоборств на 26.03.2023, очки

С помощью эффективных мер, предпринятых в социальных медиа, включения в программу единоборств составляющих развлекательных шоу индустрия единоборств планомерно становится популярной. Об этом обстоятельстве свидетельствуют:

- Повышение числа организаций, которые осуществляют спортивные поединки в индустрии единоборств;
- Повышение числа спортивных залов и объектов спортивной инфраструктуры для единоборств;
- Повышение объема продаж платных трансляций спортивных событий единоборств;
- Возникновение новостных телеканалов в отечественных и зарубежных современных СМИ по тематическому направлению индустрии единоборств.

Другой важнейшей предпосылкой коммерциализации и результатов предпринимательского развития индустрии единоборств является осуществление постоянных турниров в индустрии единоборств, что стимулирует зрительскую аудиторию. В данном случае стоит обратить внимание на значительное воздействие международных тенденций на спортивную индустрию в целом и на относительно крупные события в индустрии единоборств, поскольку именно на данные спортивные мероприятия ориентирована зрительская аудитория, современные СМИ, представители коммерческого сектора [Гореликов, Гаджиев, 2022].

Несмотря на вышесказанное, существуют возможности для осуществления постоянных турниров в индустрии единоборств. В соответствии с представленным путем ведут свою деятельность компании, организующие спортивные события индустрии единоборств в международном сообществе, для российских реалий также характерен обозначенный тренд.

Значительной и в то же время основополагающей предпосылкой коммерциализации и результатов предпринимательского развития индустрии единоборств выступает наличие достаточно сильных спортсменов и бойцов в рассматриваемом сегменте. Вместе с тем в отечественной системе спорта имеется крайне высокий потенциал индустрии смешанных

единоборств к привлечению спортсменов и бойцов из прочих типов единоборств. Нужно обратить внимание, что российская индустрия единоборства обладает насыщенной исторической ретроспективой и собственными традициями. Помимо того, бойцы индустрии единоборств в течение достаточно длительного промежутка времени с высоким успехом представляли России на спортивных соревнованиях международного уровня [Гаджиев, 2022].

Ключевыми поставщиками спортсменов и бойцов в индустрию смешанных единоборств стали такие сегменты российских единоборств: вольная, греко-римская борьба, бокс, каратэ, дзюдо, панкратион, грэпплинг, джиу-джитсу, самбо.

Существенной предпосылкой коммерциализации и результатов предпринимательского развития индустрии единоборств выступает присутствие интереса к спортивным событиям единоборств у зрительской аудитории. В данном случае для наличия вышеуказанной предпосылки имеются такие условия, как осуществление огромного количества спортивных событий единоборств в российских регионах за счет активного функционирования организационной структуры и объектов индустрии единоборств.

Постоянные трансляции спортивных событий единоборств на отечественных телеканалах, в том числе с участием отечественных спортсменов, либо топ-турниры с участием зарубежных популярных бойцов индустрии единоборств играют основополагающую роль в поддержании интереса со стороны зрительской аудитории.

Кроме того, огромное число специализированных электронных ресурсов, множество аккаунтов в различных социальных медиа, которые отражают не только программу промоушена, но и коммуникацию зрительской аудитории со спортсменами индустрии единоборств, позволяют в определенной степени продвигать продукты программ промоушенов.

Приведенная выше предпосылка коммерциализации и результатов предпринимательского развития индустрии единоборств усилилась в постковидный временной период, когда спортивные события индустрии единоборств в числе первых стали привлекать зрительскую аудиторию и болельщиков с помощью цифровых инструментов маркетинга [Байков, Мантров, 2021]. Здесь стоит отметить, что отечественная зрительская аудитория поддержала рассматриваемую предпосылку коммерциализации собственным интересом к индустрии единоборств.

Крайне перспективной предпосылкой коммерциализации и результатов предпринимательского развития индустрии единоборств выступает существование коммерческих профессиональных клубов для дополнительных занятий в индустрии единоборств. Некоторые отечественные фитнес-клубы начали оказывать потребительской аудитории дополнительные индивидуальные занятия по смешанным единоборствам.

Так, в течение 2020 года Русская Фитнес-Группа стала развивать на отечественном спортивном рынке международный торговый бренд фитнес-клубов UFC GYM. До 2030 года запланировано открытие более 50 профессиональных клубов в отечественной индустрии единоборств. Данный международный торговый бренд был создан в рамках продвижения уникальных программ спортивных тренировок, а также подготовки потребительской аудитории от популярных спортсменов индустрии единоборств [Почему UFC Gym..., www].

Заключение

Подводя итог вышеизложенному, необходимо отметить, что возможности и результаты коммерциализации и предпринимательского развития индустрии единоборств зависят от выделенных пяти предпосылок: существование программ, ориентированных на промоушен, в

индустрии единоборств; осуществление постоянных турниров в индустрии единоборств, что стимулирует зрительскую аудиторию; наличие достаточно сильных спортсменов и бойцов в индустрии единоборств; присутствие интереса к спортивным событиям единоборств у зрительской аудитории; существование коммерческих профессиональных клубов для дополнительных занятий в индустрии единоборств. При этом приведенные предпосылки обозначают, что индустрия единоборств уже стала мощным продуктом коммерциализации в сегменте спорта.

Библиография

1. Байков Е.А., Мантров Г.В. Особенности конкурентной борьбы традиционного телевидения и стриминговых платформ в сфере спортивного вещания // Петербургский экономический журнал. 2021. № 2. С. 91-98.
2. Гаджиев К.А. Подбор и продвижение спортсмена в индустрии смешанных единоборств // Наука и спорт: современные тенденции. 2022. Т. 10. №. 3. С. 66-72.
3. Гаджиев К.А. Смешанные единоборства – новый маркетинговый продукт индустрии спорта в России // Наука и спорт: современные тенденции. 2021. Т. 9. №. 3. С. 108-114.
4. Гореликов В.А., Гаджиев К.А. Возможности для спонсоров и партнеров в индустрии смешанных единоборств // Наука и спорт: современные тенденции. 2022. Т. 10. №. 1. С. 120-127.
5. Захаров О.Ю. Боевые искусства под влиянием коммерциализации: международный опыт и тенденции // Вестник Российского Международного Олимпийского Университета. 2018. № 4. С. 55-65.
6. Леднев В.А. Бизнес в индустрии спорта: миф или реальность? // Вестник Российского Международного Олимпийского Университета. 2019. №. 1. С. 66-77.
7. Леднев В.А., Братков К.И. Предпринимательство в индустрии спорта: возможности, ожидания и результаты // Современная конкуренция. 2019. Т. 13. №. 1 (73). С. 120-130.
8. Почему UFC Gym – фитнес по-новому. URL: https://www.sport-express.ru/new_informaciya/news/pochemu-ufc-gym-fitness-po-novomu-1803042/
9. Рейтинг промоушенов ММА. URL: <https://mma-oracle.com/ru/rating/promotion/page-0>
10. Рейтинг стран по уровню развития ММА на сегодняшний день. URL: <https://mma-oracle.com/ru/rating/country>

Opportunities for the commercialization of the martial arts industry

Maksim M. Vasilenko

Postgraduate,
Moscow Finance and Industry University “Synergy”,
125190, 80, Leningradskii ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: mvasilenko@yandex.ru

Abstract

The modern sports industry has been performing not only a public, but also a commercial function for quite a long time, which is explained by the emergence of financial benefits from the competent application of spectator interest in sports events of the martial arts industry. The sports industry began to create its own marketing products for a large audience of consumers (TV channels and modern media, the business sector and the audience), which focus not only on large-scale segments of sports (for example, football, hockey), but also less popular types of sports, including the martial arts industry. The commercialization of the martial arts industry has contributed to the emergence of additional opportunities for the implementation of martial arts sporting events. This article outlines the relevance of the study of commercialization in the martial arts industry, presents the specific features of the modern martial arts industry, systematizes the key consumers of sporting

events in the field under consideration, and highlights the prerequisites for commercialization and the results of entrepreneurial development of the martial arts industry: the existence of promotion-oriented programs in the martial arts industry; the implementation of permanent tournaments in the martial arts industry, which stimulates spectator activity. audience; the presence of sufficiently strong athletes and fighters in the martial arts industry; the presence of interest in martial arts sporting events among the audience; the existence of commercial professional clubs for additional classes in the martial arts industry.

For citation

Vasilenko M.M. (2023) *Vozmozhnosti kommertsializatsii industrii edinoborstv* [Opportunities for the commercialization of the martial arts industry]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 13 (3A), pp. 745-752. DOI: 10.34670/AR.2023.87.51.059

Keywords

Commercialization, martial arts industry, promotion, entrepreneurial development, prestigious sporting events, audience interest, popularization of the martial arts industry.

References

1. Baikov E.A., Mantrov G.V. (2021) *Osobennosti konkurentnoi bor'by traditsionnogo televideniya i strimingovykh platform v sfere sportivnogo veshchaniya* [Features of the competitive struggle of traditional television and streaming platforms in the field of sports broadcasting]. *Peterburgskii ekonomicheskii zhurnal* [Petersburg Economic Journal], 2, pp. 91-98.
2. Gadzhiev K.A. (2022) *Podbor i prodvizhenie sportsmena v industrii smeshannykh edinoborstv* [Selection and promotion of an athlete in the industry of mixed martial arts]. *Nauka i sport: sovremennye tendentsii* [Science and sport: modern trends], 10, 3, pp. 66-72.
3. Gadzhiev K.A. (2021) *Smeshannye edinoborstva – novyi marketingovyi produkt industrii sporta v Rossii* [Mixed martial arts – a new marketing product of the sports industry in Russia]. *Nauka i sport: sovremennye tendentsii* [Science and sport: modern trends], 9, 3, pp. 108-114.
4. Gorelikov V.A., Gadzhiev K.A. (2022) *Vozmozhnosti dlya sponsorov i partnerov v industrii smeshannykh edinoborstv* [Opportunities for sponsors and partners in the mixed martial arts industry]. *Nauka i sport: sovremennye tendentsii* [Science and sport: modern trends], 10, 1, pp. 120-127.
5. Lednev V.A. (2019) *Biznes v industrii sporta: mif ili real'nost'?* [Business in the sports industry: myth or reality?]. *Vestnik Rossiiskogo Mezhdunarodnogo Olimpiiskogo Universiteta* [Bulletin of the Russian International Olympic University], 1, pp. 66-77.
6. Lednev V.A., Bratkov K.I. (2019) *Predprinimatel'stvo v industrii sporta: vozmozhnosti, ozhidaniya i rezul'taty* [Entrepreneurship in the sports industry: opportunities, expectations and results]. *Sovremennaya konkuretsiya* [Modern competition], 13, 1 (73), pp. 120-130.
7. *Pochemu UFC Gym – fitnes po-novomu* [Why UFC Gym is fitness in a new way]. Available at: https://www.sport-express.ru/new_informaciya/news/pochemu-ufc-gym-fitnes-po-novomu-1803042/ [Accessed 02/02/2022]
8. *Reiting promoushenov MMA* [Rating of MMA promotions]. Available at: <https://mma-oracle.com/ru/rating/promotion/page-0> [Accessed 02/02/2022]
9. *Reiting stran po urovnyu razvitiya MMA na segodnyashnii den'* [Rating of countries according to the level of development of MMA today]. Available at: <https://mma-oracle.com/ru/rating/country> [Accessed 02/02/2022]
10. Zakharov O.Yu. (2018) *Boevye iskusstva pod vliyaniem kommertsializatsii: mezhdunarodnyi opyt i tendentsii* [Martial arts under the influence of commercialization: international experience and trends]. *Vestnik Rossiiskogo Mezhdunarodnogo Olimpiiskogo Universiteta* [Bulletin of the Russian International Olympic University], 4, pp. 55-65.