

DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-4-15-26

Направления развития предпринимательства в индустрии спорта

В. А. Леднев^{1*}

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

* VLednev@synergy.ru

Аннотация. В статье анализируются различные направления развития предпринимательской деятельности в российской индустрии спорта, которые в конечном итоге формируют потенциальный спрос на обучение предпринимательству в разных сегментах. Индустрия спорта России сегодня показывает абсолютно разные успешные примеры развития предпринимательства применимо к сегментам индустрии, имея в виду профессиональный и массовый спорт, а также спортивно-оздоровительную индустрию. Анализ успешных практик предпринимательства в индустрии спорта дает возможность определить основные траектории возможных образовательных программ. Среди них можно выделить клубную деятельность, организацию спортивных событий и персональный менеджмент профессионального спортсмена. Каждая траектория развития связана с конкретными производителями продуктов и их потребителями. Основными продуктами индустрии спорта выступают спортивные события и спортивно-оздоровительные услуги. К производителям относятся профессиональные лиги и клубы, организаторы спортивных событий, фитнес-клубы. Среди потребителей можно выделить зрителей и болельщиков, партнеров и спонсоров, различные медиа и клиентов спортивно-оздоровительных и фитнес-клубов. Поэтому специфические профессиональные компетенции заметно отличаются, хотя есть и набор общих профессиональных компетенций. Разработка в будущем матрицы профессиональных компетенций поможет сделать эти программы обучения для предпринимателей очень востребованными.

Ключевые слова: спортивно-оздоровительная услуга, индустрия спорта, предпринимательство, массовый спорт, спортивное событие, спортивный клуб, профессиональный спорт

Для цитирования: Леднев В. А. Направления развития предпринимательства в индустрии спорта // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. №4. С. 15–26. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-4-15-26

Directions of Entrepreneurship Development in the Sports Industry

V. Lednev^{1*}

¹ Synergy University, Moscow, Russia

* VLednev@synergy.ru

Abstract. The article analyzes various directions of business development in the Russian sports industry, which ultimately form a potential demand for entrepreneurship training in different segments. The Russian sports industry today shows absolutely different successful examples of entrepreneurship development applicable to industry segments, meaning professional and mass sports, as well as the sports and wellness industry. The analysis of successful business practices in the sports industry makes it possible to determine the main trajectories of possible educational programs. Among them are club activities, organization of sports events and personal management of a professional athlete. Each development trajectory is associated with specific product manufacturers and their consumers. The main products of the sports industry are sports events and sports and wellness services. Manufacturers include professional leagues and clubs, organizers of sports events, fitness clubs. Among consumers, viewers and fans, partners and sponsors, various media and clients of sports and fitness clubs can be distinguished. Therefore, specific professional competencies differ markedly, although there is also a set of general professional competencies. The development of a matrix of professional competencies in the future will help make these training programs very popular for entrepreneurs.

Keywords: sports and wellness service, sports industry, entrepreneurship, mass sport, sport event, sport club, professional sport

For citation: Lednev V. Directions of Entrepreneurship Development in the Sports Industry. *Sovremennaya konkurenciya*=Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.4, pp.15-26 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-4-15-26

Введение

Главный программный документ, характеризующий развитие российского спорта, – это Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года, принятая в 2020 году на уровне распоряжения Правительства РФ. И несмотря на то, что в этом значимом и довольно объемном документе прямо не используется термин «предпринимательство», «истинный дух» предпринимательской деятельности, особенно возможные механизмы и инструменты, безусловно присутствуют.

Государство рассчитывает, что будет постепенно снижаться доля бюджетного фи-

нансирования в спорте, особенно если речь идет о профессиональном спорте. Для этого необходимо повышать инвестиционную и коммерческую привлекательность спорта, чтобы спортивные организации (спортивные федерации, профессиональные клубы и лиги) увеличивали размеры своих коммерческих доходов, работая с основными потребителями продуктов индустрии спорта (зрители и болельщики, бизнес-структуры, медиа, букмекеры).

Если анализировать сферу массового спорта и фитнес-индустрию, то в качестве основных потребителей необходимо рассматривать клиентов, которые покупают разные спортивно-оздоровительные услуги (абонементы, индивидуальные и групповые