DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-4-40-49

Обострение конкуренции в процессе коммерциализации индустрии спорта

В. А. Леднев^{1*}

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

* VLednev@synergy.ru

Аннотация. В статье проводится предварительный анализ развития коммерциализации в индустрии спорта в пандемийный период. Вся мировая индустрия спорта переживает нелегкие времена, так как многие спортивные организации (федерации, профессиональные лиги и клубы) лишились определенной части своих доходов. Особенно это стало заметно, когда появились серьезные ограничения присутствия болельщиков на спортивных событиях. Поэтому сейчас многие спортивные организации, в том числе такие как МОК, международные спортивные федерации, профессиональные лиги и клубы, как в Америке, так и в Европе, имеют серьезные финансовые проблемы. Хотя некоторые виды спорта, например шахматы и киберспорт, от мировой пандемии COVID-19 только выиграли. В условиях обостряющейся в мировом спорте конкуренции за внимание, интересы и деньги основных потребителей будут меняться условия развития разных видов спорта. Кто быстрее приспособится к нынешним факторам межотраслевой конкуренции, тот и останется в выигрыше. Хотя популярные виды спорта, такие как футбол, баскетбол, теннис, бокс и некоторые другие, изначально имеют лучшие стартовые возможности для коммерциализации и увеличения своих доходов. Для российской индустрии спорта важно понимать будущие тенденции развития мирового спорта и межотраслевой конкуренции, чтобы находить оптимальный баланс между экономическими и спортивными результатами. Итоги Олимпийских игр – 2020 в Токио позволяют надеяться на то, что спортивный потенциал России можно развивать и совершенствовать, конкурируя с другими ведущими спортивными державами. Спортивные организации просто обязаны максимально использовать хорошие возможности российских спортивных организаций и спортсменов после Игр в Токио для коммерциализации видов спорта, по которым есть хорошие спортивные результаты, возросшая популярность этих видов, интерес болельщиков и особенно представителей бизнеса, заинтересованных в расширении своих целевых аудиторий через спорт, спортивные события и звезд российского спорта.

Ключевые слова: индустрия спорта, коммерциализация, конкуренция, пандемия, спортивная организация, спортивное событие

Для цитирования: Леднев В. А. Обострение конкуренции в процессе коммерциализации индустрии спорта // Современная конкуренция. 2021. Т. 15. № 4. С. 40–49. DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-4-40-49

Increasing Competition in the Process of Commercialization in the Sports Industry

V. Lednev^{1*}

¹ Synergy University, Moscow, Russia

* VLednev@synergy.ru

Abstract. The article provides a preliminary analysis of the development of commercialization in the sports industry in the “pandemic period”. The entire global sports industry is going through difficult times, as many sports organizations (federations, professional leagues and clubs) have lost a certain part of their income. This became especially noticeable when there were serious restrictions on the presence of fans at sports events. Therefore, now many sports organizations have serious financial problems, including such as the IOC, international sports federations, professional leagues and clubs, both in America and in Europe. Although, some sports have only benefited from the global COVID-19 pandemic, for example, chess and cybersports. In the context of increasing competition in world sports for the attention, interests and money of the main consumers, the conditions for the development of different sports will change. Whoever adapts faster to the current factors of intersectoral competition will remain the winner. Although popular sports, such as football, basketball, tennis, boxing and some others, initially have the best starting opportunities for commercialization and increasing their income. It is important for the Russian sports industry to understand the future trends in the development of world sports and intersectoral competition in order to find the optimal balance between economic and sport results. The results of the 2020 Olympic Games in Tokyo allow us to hope that Russia’s sports potential can be developed and improved by competing with other leading sports countries.

Keywords: sports industry, commercialization, competition, pandemic, sport organization, sport event

For citation: Lednev V. Increasing Competition in the Process of Commercialization in the Sports Industry. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2021, vol.15, no.4, pp.40-49 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2021-15-4-40-49

Введение

В марте–апреле 2020 г. почти весь мировой спорт был поставлен на паузу из-за пандемии коронавируса. С тех пор прошло уже 1,5 года, ситуация, конечно, улучшилась, но в целом мировая индустрия спорта по-прежнему переживает нелегкие, а порой и просто тревожные и драматические времена. Большая часть доходов различных спортивных организаций (федераций, профессиональных лиг и клубов) напрямую связана с организацией и проведением спортивных событий. Данное исследование посвящено анализу этого «ковидного периода» и оно

показывает, что происходит с международным календарем крупных спортивных соревнований:

- некоторые крупные спортивные события отменены и никогда уже не состоятся (например, чемпионат мира по легкой атлетике – 2021);
- часть знаковых мировых мегасобытий были перенесены на 1 год и уже состоялись летом 2021 г. (чемпионат Европы по футболу – 2020 и летние Олимпийские игры – 2020 в Токио);
- какие-то соревнования проходили в усеченном формате (например, регулярные чемпионаты НХЛ и НБА, серия «Формула-1»).