

УДК 796.342.071

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ТЕННИС КАК СФЕРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ольга БОРИСОВА

*Национальный университет
физического воспитания и спорта Украины*

ПРОФЕСІОНАЛЬНИЙ ТЕНІС ЯК СФЕРА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. Ольга БОРИСОВА. *Національний університет фізичного виховання і спорту України*

Анотація. Сьогодні більшість видів спорту, у тому числі й олімпійських, комерціалізуються, орієнтують свою діяльність на одержання доходу, створення відповідної ринкової інфраструктури. Одним із векторів якісних перетворень у сучасному спорті виступає не тільки становлення ринкової самоорганізації, але й формування ринку послуг як самостійної, відкритої підсистеми економіки, що виконує важливу функцію – використання ресурсів для задоволення потреб суспільства в нематеріальних благах. У статті проаналізовано особливості функціонування тенісу як сфери підприємництва, що тривалий час живе за законами ринку, перетворився в різновид комерційно-спортивної діяльності й досяг високих економічних показників.

Ключові слова: сегмент світової індустрії послуг, маркетингова стратегія, професійний теніс, організаційно-управлінська система.

Постановка проблемы. В последние десятилетия спорт превратился не только в социально значимое явление и зрелище, но и в специфическую сферу бизнеса. Мировой спорт высших достижений, в том числе и олимпийский, развивается сегодня во многом по законам предпринимательской деятельности: спорт, спортивные зрелища и атрибутика стали «товаром», который хорошо продается и покупается практически во всех странах мира. Данная проблема достаточно эффективно решена в теннисе, который прошел коммерциализацию и профессионализацию, сформировал организационно-управленческую систему, как на международном, так и национальном уровнях, и апробировал ее на практике. Теннис уже длительное время живет по законам рынка, превратился в разновидность коммерческо-спортивной деятельности и достиг высоких экономических показателей. Это стало возможным во многом благодаря тому, что многие субъекты тенниса осуществляют свою деятельность, опираясь на принципы предпринимательства [1-4].

Связь работы с научными программами, планами, темами. Работа выполняется в рамках тем 2.1.1 «Профессиональный спорт – система знаний и сфера практической деятельности» Сводного плана научно-исследовательской работы в сфере физической культуры и спорта на 1998–2000 гг. (№ госрегистрации 0199U001831), 1.1.7. «Методико-теоретические основы развития профессионального спорта в Украине» Сводного плана научно-исследовательской работы в сфере физической культуры и спорта на 2001–2005 гг. (№ госрегистрации 0103U003018) и 1.1.4 «Исторические и организационные направления развития профессионального спорта в Украине» Сводного плана НИР в сфере физической культуры и спорта на 2006–2010 гг. (№ госрегистрации 0106U010760), 1.2 «Современный профессиональный спорт и пути его развития в Украине» Сводного плана НИР в сфере физической культуры и спорта на 2011–2015 гг. (№ госрегистрации 0111U001715).

Анализ последних исследований и публикаций. Актуальность развития спорта для любого государства определяется его социальными функциями. Радикальные изменения, происходящие в современном спорте высших достижений, профессионализация и коммерциализация олимпийского спорта, быстрые темпы развития профессионального спорта, обуславливают необходимость изучения закономерностей функционирования последнего, разработки его стратегии развития на национальном уровне в соответствии с общемировыми тенденциями, а также формирования механизма реализации их в конкретной стране с учетом национальных возможностей и традиций. Одним из видов спорта, который активно развива

ется в мире и существенно влияет на поддержание позитивного международного имиджа любой страны, в том числе и Украины, является профессиональный теннис. Однако, несмотря на развитие научной мысли, расширение круга проблем, в трудах украинских ученых не нашли должного отражения и глубокого осмысления социальные, экономические, этические, правовые, спортивные аспекты развития профессионального спорта в стране.

Цель исследований: определить особенности функционирования тенниса как сферы предпринимательской деятельности.

Методы и организация исследований. Методологическую основу исследования составляет диалектический анализ сложных социальных процессов и явлений, к которым относится профессиональный спорт в целом и профессиональный теннис в частности. В исследовании используются методологические подходы общей теории спорта, а также следующие исследовательские приемы: системный анализ; анализ научной литературы и документов; абстрагирование, индукция, дедукция; сравнение и сопоставление; функционально-структурный анализ.

Результаты исследований и их обсуждение. Современный профессиональный теннис превратился в важный сегмент сферы мировой спортивной индустрии. Его структуры во главу своей деятельности ставят использование современных технологий, что существенно расширило связи с другими отраслями экономики. Высокая эффективность функционирования современного тенниса базируется на взаимодействии двух дополняющих друг друга сфер – собственно тенниса и обеспечивающей инфраструктуры. Именно общность интересов представителей каждой из сфер способствуют формированию необходимых условий для осуществления спортивных, оздоровительных, образовательных мероприятий путем реализации технологических, организационно-экономических, производственных, правовых и других связей (рис. 1).

Сегодня профессиональный теннис является открытой системой, взаимодействующей с внешней средой, основным системообразующим компонентом которой является спортивное соревнование, а в нашем случае спортивное зрелище. Достижению указанного результата содействуют как основные компоненты системы: участники, организаторы, органы управления, средства массовой информации, так и другие составляющие: система подготовки теннисистов, судейство, маркетинговая и билетная программы, обеспечение безопасности спортивных мероприятий, взаимодействие со структурами власти (государственными, муниципальными), спонсорами, болельщиками.

Высокая экономическая эффективность индустрии профессионального тенниса обеспечивается благодаря корпоративному управлению спортивными проектами, осуществляемому профессиональными структурами. Международные профессиональные организации тенниса (АТР – Ассоциация теннисистов-профессионалов, WTA – Женская теннисная ассоциация, ITF – Международная федерация тенниса) формируют структуру мирового рынка спортивных услуг, характеризующуюся тем, что небольшое количество фирм закупает все рыночное предложение определенного ресурса, а игроки также продают свои услуги ограниченному числу компаний [5-8].

Кроме того, индустрия профессионального тенниса обеспечивает массовое производство специфического «продукта», который находит признание со стороны многочисленных субъектов национальных рынков, а также мирового рынка, то есть спортивной услуги. Процесс реализации услуги индустрии тенниса на рынке имеет ряд отличительных особенностей. Во-первых, в отличие от материальных продуктов, услуги производятся и потребляются в основном одновременно и не подлежат хранению. Поэтому потребление большинства видов услуг основано на непосредственном контакте между их производителями (спортсменами, тренерами) и потребителями (зрителями, занимающимися), исключая посредничество. Во-вторых, реализация услуг тесно взаимодействует с торговлей сопутствующими товарами (спортивный инвентарь, оборудование, экипировка и т.д.) и оказывает на нее все возрастающее воздействие. В-третьих, сфера услуг обычно больше защищена государством от конкуренции со стороны зарубежных производителей, чем сфера материального производства. Бо-

лее того, транспорт и связь, финансовые и страховые услуги, наука и спорт во многих странах традиционно находятся в полной или частичной собственности государства или же контролируются им. Результаты спортивной деятельности: достижения на Олимпийских играх, чемпионатах мира и других официальных соревнованиях, воспитание здорового поколения и поддержание уровня здоровья населения, представляют собой стратегические задачи государства, обеспечивающие международный авторитет страны, благосостояние, суверенитет и безопасность. В результате международная торговля услугами имеет больше барьеров, чем торговля товарами, имеющими материальную форму. В-четвертых, не все виды услуг индустрии тенниса пригодны для широкого вовлечения в международный хозяйственный оборот. В первую очередь это относится к услугам спортивных сооружений (проведение турниров, занятий) и т.д. Управление процессом оказания спортивных услуг зависит от их вида, производителей и потребителей, качества, условий их предоставления. Однако уникальность зрелищно-массовых услуг профессионального тенниса позволяет им успешно конкурировать со всеми иными услугами аналогичного свойства и качества, представленными на рынках шоу-бизнеса. Следует отметить, что в течение длительного времени рынок услуг тенниса представлял собой поле деятельности мелких и средних фирм. Ситуация кардинально изменилась в связи с появлением, а точнее массированным выходом на этот рынок транснациональных корпораций, использующих современные средства телекоммуникаций и создавших глобальную систему передачи информации.



Рис.1. Основные компоненты и связи индустрии профессионального тенниса

Практическая значимость развития тенниса обуславливается и тем, что это не только сектор сферы услуг, не требующий больших капиталовложений, но и фактор социальной стабильности, обеспечивающий создание дополнительных рабочих мест. Причем строительство спортивных сооружений, не только создает рабочие места в самом секторе, но и через систему межотраслевых связей стимулирует развитие других отраслей экономики. В последнее время теннис тесно взаимодействует с наукоемкими отраслями – информационными и компьютерными технологиями, что принципиально повлияло на изменение структуры мирового теннисного бизнеса. Следует отметить, что формирование услуги тенниса как товара строится на общей концепции развития его массового, олимпийского и профессионального направлений путем применения традиционного и социально-этического маркетинга, а также использования не только рыночных, но и государственных источников финансирования. В результате изложенного выше мы приходим к выводу, что услуга тенниса как товара предполагает существование трех основных компонентов: спорт высших достижений, услуги и потребительские товары, имеющие как основные, так и производные составляющие (рис.2).



Рис. 2. Рыночные связи тенниса

Среди основных составляющих выделяются: игровая форма (правила, техника); игроки; оборудование и экипировка; спортивные сооружения. Игровая форма предусматривает различную целевую направленность, а именно: спортивные достижения, здоровье, развлечение, общение. В результате этого функционируют общие (подвижные игры, веселые старты, типичные игровые формы) и специальные (вид спорта) формы. Производные составляющие включают в себя информацию, статистику, программы, видео- и аудиопroduкцию, билеты, сувениры, талисманы и т.д.

Основными субъектами, формирующими бренд тенниса как товара, являются спортивные организации (АТР, WTA, ITF, организационные комитеты спортивных турниров и других мероприятий и т.д.), спонсоры, болельщики и средства массовой информации. Принци-

пиально важными составляющими при формировании товара являются технологические инновации: совершенствование теннисного инвентаря, радио- и телетрансляции, Интернет, Wi-Fi. Следовательно, «теннис как товар» – это совокупность качеств, процессов и возможностей (товары, сервис и идеи), которые необходимо продать, чтобы удовлетворить потребности покупателя. Формирование социально-экономических отношений в профессиональном теннисе имеет специфические особенности, которые обусловлены прежде всего превращением субъектов тенниса (по цели и характеру деятельности) в экономические субъекты: теннисисты-профессионалы, зрители, профессиональные спортивные организации и органы управления спортом.

Существенное влияние на функционирование тенниса оказывают и социально-политические процессы, проявляющиеся в вовлечении видных политических и общественных деятелей в руководство федерациями и участие в спортивных мероприятиях. Так, успех «Кубка Кремля» во многом был предопределен приобщением Президента России Бориса Ельцина к занятиям теннисом и посещению соревнований, что в свою очередь стимулировало российских и зарубежных бизнесменов вкладывать деньги именно в теннис, считавшийся в то время «государственным видом спорта». Причем политический фактор является особо важным для продвижения на рынок вида спорта и спортивных мероприятий в постсоветских странах. На примере «Кубка Кремля» можно проследить изменение сегмента крупных спонсоров турнира: если в начале 1990-х гг. это были российские торговые компании и банки первой волны – «Микродин», «Инкомбанк», то к концу столетия его составили крупные государственные корпорации и «окологосударственные» образования, такие как «Московская городская телефонная сеть», «Роснефть», «Славнефть». В начале XXI века ведущую роль в нем заняли крупные многопрофильные холдинги, ставящие своей целью продвижение своего имени и репутации как корпораций федерального и международного значения («Русский алюминий», «Банк Москвы») [1]. Аналогичные изменения произошли и в программе продажи билетов прежде всего в ложе. Если в течение первых годов турнир посещали люди, желающие оказаться на одной трибуне с руководством страны, то постепенно акценты сместились в сторону зрителей, интересующихся теннисом без каких-либо побочных причин.

Выводы и перспективы дальнейших исследований:

1. Профессиональный теннис представляет собой совокупность социально-экономических отношений частного и публичного характера, возникающих между субъектами в связи с их участием в профессиональной спортивной деятельности.

2. Индустрия профессионального тенниса – это важный сегмент мировой индустрии услуг, эффективное функционирование которого обеспечивается благодаря хорошо отлаженным взаимосвязям и взаимодействию спортивных, оздоровительных, образовательных, технических, управленческих, научных структур, а также спортивной промышленности и средств массовой информации.

3. Полученные в ходе исследования знания в области тенниса, его опыт развития в спортивном движении могут лечь в основу разработки концепции развития видов спорта на современном этапе.

Список литературы

1. *Мічуда Ю. П.* Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку. Закономірності функціонування і розвитку / Мічуда Юрій Петрович. – К. : Олімпійська література, 2007. – 216 с.
2. *Globalization and sport / Giulianotti R., Robertson R. [ets.] / ed. Giulianotti R., Robertson R.* – Malden: Blackwell Publishing, 2008. – 144 p.
3. *Mullin B.* Sport marketing / Bernard J. Mullin, Stephen Hardy, William A. Sutton. – 3 ed. – Champaign: Human Kinetics, 2007. – 540 p.
4. *Woods R.* Social issues in sport / R. Woods. – Champaign: Human Kinetics, 2007. – 384 p.
5. Barclays ATP World Tour Finals Partnership : Electronic resource. – Access mode: <http://www.atpworldtour.com/News/Tennis/2011.aspx>.
6. Bolletieri Sports Academy : Electronic resource. – Access mode: <http://www.sportline.bolletieri.com>.

7. ITF Coaches Education Program : Electronic resource. – Access mode: <http://www.itftennis.com>.
8. Sony Ericsson WTA Tour Story : Electronic resource. – Access mode: <http://www.sony-ericssonwtatour.com/page/News/2011.html>.

List or references

1. *Michuda Yu. P.* Sfera fizychnoyi kultury i sportu v umovakh rynku. Zakonomirnosti funktsionuvannya i rozvytku / Michuda Yuriy Petrovych. – К. : Olimpiys'ka literatura, 2007. – 216 s. (Ukr.)

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ТЕННИС КАК СФЕРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ольга БОРИСОВА

*Национальный университет
физического воспитания и спорта Украины*

Аннотация. Сегодня большинство видов спорта, в том числе и олимпийских, подвергаются коммерциализации, ориентируют свою деятельность на получение дохода, создание соответствующей рыночной инфраструктуры. Одним из векторов качественных преобразований в современном спорте выступает не только становление рыночной самоорганизации, но и формирование рынка услуг как самостоятельной, открытой подсистемы экономики, выполняющей важнейшую функцию – использование ресурсов для удовлетворения потребностей общества в невещественных благах. В статье проанализированы особенности функционирования тенниса как сферы предпринимательства, который длительное время живет по законам рынка, превратился в разновидность коммерческо-спортивной деятельности и достиг высоких экономических показателей.

Ключевые слова: сегмент мировой индустрии услуг, маркетинговая стратегия, профессиональный теннис, организационно-управленческая система.

PROFESSIONAL TENNIS AS SPHERE OF ENTERPRISE ACTIVITY

Olga BORYSOVA

*National University
of Physical Education and Sports of Ukraine*

Annotation. Today the majority of kinds of sports including Olympic, are exposed of the commercialization, focus the activity on income reception, creation of a corresponding market infrastructure. As one of vectors of qualitative transformations in modern sports acts not only formation of market self-organising, but also formation of the market of services as independent, open subsystem of the economy which is carrying out the major function – use of resources for satisfaction of requirements of a society in the immaterial blessings. In article features of functioning of tennis as spheres of business which long time lives under market laws are analyzed, has turned to a version of commercial-sports activity and has reached high economic indicators.

Key words: segment of the world industry of services, marketing strategy, professional tennis, organization and management system.