

image not found or type unknown



Спортивные продукты систематизированы на услуги и товары. Причем важно иметь в виду, что в основном в индустрии спорта оказываются услуги:

1. Спортивные события;
2. Спортивно-оздоровительная услуга;
3. Спортивная атрибутика с клубной символикой;
4. Права на телетрансляции;
5. Рекламные права;
6. Права на спортсменов;
7. Бренды спортивных организаций.

Из вышеперечисленных услуг, очевидно, что основных продуктов по сути два:

- спортивное событие, включая все производные от него продукты (билеты, права на партнерство и спонсорство, спортивная атрибутика, права на телетрансляции);
- спортивно-оздоровительные услуги.

Показано, что неотъемлемой сущностью индустрии спорта и ее основных субъектов (спортивные федерации, ассоциации и клубы) являются бренды спортивных организаций (федераций, клубов и команд) и отдельных спортивных соревнований, которые приобретают интересные формы продуктов индустрии спорта. Доказано, что от совокупного спроса клиента спортивного события (зрелища) напрямую зависит рыночная стоимость многих продуктов индустрии спорта (права на телетрансляции, бренды спортивных организаций, рекламные права).

К основному товару индустрии спорта отнесены предметы спортивной атрибутики с клубной символикой, которые являются обязательным атрибутом проведения и участия спортивных организаций (федераций, клубов и команд) в спортивных соревнованиях.

Таким образом, разберёмся с тем, что же необходимо сделать для эффективной коммерциализации.

Коммерциализация (по определению В.И. Мухопода) - представляет собой процесс превращения объекта собственности (инновации) в прибыль средствами торговли. Другими словами, коммерциализацию можно представить как процесс выведения инновационных продуктов на рынок.

Данный процесс включает в себя несколько последовательных этапов:

1. На первом этапе, если предприятие ведет разработку нескольких инновационных продуктов, происходит оценка и отбор тех, которые наиболее выгодны для выведения на рынок.
2. Второй этап процесса коммерциализации заключается в формировании необходимых финансовых средств.
3. На третьем этапе происходит закрепление прав на созданную инновацию с их распределением между всеми участниками процесса.
4. Наконец, четвертый и последний этап коммерциализации предполагает организацию производства инновации либо ее внедрение в производственный процесс с дальнейшей ее доработкой при необходимости.

На сегодняшний день в мировой индустрии спорта, как и во всех других сферах материальной деятельности, есть свои производители, продукты и потребители. Именно благодаря производителям спортивных событий и спортивно-оздоровительных услуг стал возможен серьезный прогресс коммерциализации в спорте.

Для эффективной коммерциализации продуктов индустрии спорта необходимо выбрать свой подход к процессу и уделять особое внимание к выбору способа коммерциализации. Необходимо помнить, что при всей успешной коммерциализации спортивных организаций, они не только зарабатывают на спортивных событиях, но и несут очень существенные расходы, имея в виду строительство стадионов, заработную плату по профессиональным контрактам футболистов, трансферные сделки.