

image not found or type unknown



Основными продуктами индустрии спорта являются спортивное событие, включая все производные от него продукты (билеты, права на партнерство и спонсорство, спортивная атрибутика, права на телетрансляции); а также спортивно-оздоровительные услуги.

основными продуктами рынка спортивных событий, в отношении которых разрабатываются программы маркетинга, являются **соревнования** разного типа, а также **показательные выступления** и шоу. Основная выгода, предлагаемая этими продуктами – зрелище. Кроме того, на рынке спортивных событий предлагаются **права** на профессиональных спортсменов (в процессе трансферов) и на использование по лицензии фирменной символики клубов и соревнований. Отдельно стоит выделить маркетинг **спортсмена**, цель которого – построение персонального бренда.

Основным продуктом рынка спортивных услуг являются **тренировки** (в форме программ и отдельных услуг). Именно в отношении их разрабатываются маркетинговые программы.

Спорт традиционно используется для извлечения прибыли, а спортсмены неизбежно вовлекаются в товарно-денежные отношения. Спортсмены знают, что чем выше достоинство медалей – тем выгоднее условия коммерческих контрактов.

С одной стороны, без коммерциализации нет большого спорта – подготовка атлетов обходится дорого. Коммерческий интерес стимулирует и повышает зрелищность соревнований – благодаря этому они привлекают больше зрителей. Следовательно, бездушная коммерция приобщает человечество к благородному олимпийскому движению.

Однако, это может привести и к негативным последствиям. Угроза нависает над незрелищными – то есть, менее прибыльными видами спорта, которые периодически пытаются исключить из программы Олимпиад. Погоня за презренным металлом приводит к удорожанию билетов на соревнования, росту стоимости проживания делегаций и туристов, способствует ущемлению прав спортсменов, негативно отражается на охране окружающей среды, транспортных проблемах... Коммерциализация спорта чревата превращением его в разновидность шоу-бизнеса, а Олимпийских игр – в развлекательное представление. Все это,

безусловно, способствует снижению авторитета Олимпийского движения.