

УДК 65.012.227

ФАКТОРЫ УСПЕХА СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА РЫНКЕ

Дорошкевич А.И.,

магистрант

Сибирский Федеральный Университет,

Красноярск, Россия

Аннотация. В статье представлена оценка основных факторов успеха спортивных организаций. В первую очередь это связано с тем, что рынок спортивных услуг и соответственно конкуренция на нем постоянно растут. А в условиях высокой конкуренции стратегия организации должна включать мероприятия, направленные на развитие ключевых факторов успеха для обеспечения конкурентного преимущества.

Ключевые слова: ключевой фактор успеха, конкуренция, спортивная организация, спортивный менеджмент, стратегия развития.

FACTORS OF SUCCESS OF SPORTS ORGANIZATIONS IN THE MARKET

Doroshkevich A.I.

Siberian Federal University,

Krasnoyarsk, Russia

Annotation The article presents an assessment of the main success factors of sports organizations. First of all, this is due to the fact that the market of sports services and, accordingly, the competition on it is constantly growing. And in a highly competitive environment, the organization's strategy should include activities aimed at developing key success factors to ensure a competitive advantage.

Key words: key success factor, competition, sport organization, sport management, development strategy.

Следить за своим здоровьем и находиться в отличной спортивной форме является трендом двадцать первого века. Поэтому индустрия спорта набирает стремительные обороты. Показатели нарастающей конкуренции как на отечественном рынке спортивных услуг, так и на зарубежном подтверждают высокий интерес населения к спорту (рисунок 1) [3].

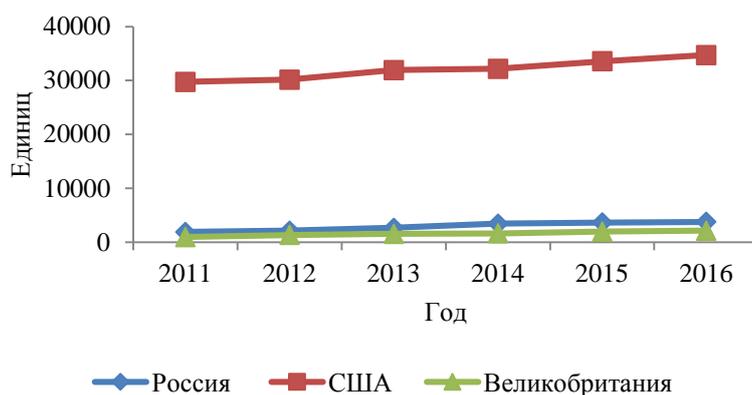


Рис.1 - Динамика количества спортивных организаций в некоторых странах мира, штук

В подобных условиях перед руководителями остро встают вопросы, касающиеся управления развитием спортивной организации. Для обеспечения успешного развития организации в основу стратегии должны быть положены ключевые факторы успеха – главные определители конкурентного успеха в отрасли. Обычно для отрасли характерны три-четыре фактора, а из них один-два наиболее важны [2].

Оценка ключевых факторов успеха спортивных организаций производится исходя из разработанного в данной работе деления, спортивных организаций по виду предоставляемых услуг:

- спортивные организации зрелищно-развлекательного характера (основной доход организаций – продажа билетов на спортивные мероприятия, клиент выступает в качестве зрителя матча, гонки, турнира и т.д.);

- спортивные организации спортивно-развлекательные характера (к данному типу организаций относятся те, которые организуют подвижный досуг населения (например, горнолыжная база);

- спортивные организации, предоставляющие спортивные услуги (к данному типу относятся фитнес-клубы, тренажерные залы, бассейны и т.д.).

Из большого перечня ключевых факторов успеха различных организаций к спортивным организациям можно отнести далеко не все в силу специфики предоставляемого характера услуг. Основные ключевые факторы успеха спортивных организаций, которые были выделены в работе, представлены в таблице 1 [5, 7].

Таблица 1 – Ключевые факторы успеха спортивных организаций

Ключевой фактор успеха	Пример
Персонал	Тренер фитнес-клуба
Местоположение	Близость к дому
Создание «клубной» атмосферы	Сплочение клиентов
Программы для детей и беременных женщин	Детская комната
Возможность функционирования в рамках основной деятельности круглый год	Наличие бассейна
Наличие уникальных программ	Танцы на полотнах
Наличие дополнительных услуг	Массажный кабинет
Спортивный маркетинг	Применение метода 0 момента
Бренд	Обеспечение бесперебойной работы организации

Итак, первое, что следует упомянуть – персонал, в частности, тренер. Данный ключевой фактор успеха относится в первую очередь к спортивным организациям, оказывающим непосредственно спортивные услуги. Высокий

профессионализм и коммуникабельность – вот два главных качества, которыми должен обладать современный тренер.

Персональные тренеры, административные сотрудники, персонал на стойке обслуживания клиентов, обслуживающий персонал — все, кто работает в спортивной организации, могут как создать хорошее впечатление, так и быстро разрушить его. Поэтому данный фактор успеха также важен для спортивно-развлекательных комплексов, так как ожидаемый уровень сервиса у клиентов постоянно растет.

Для спортивных организаций, оказывающих зрелищно-развлекательные услуги, абсолютно весь персонал как ключевой фактор успеха не так важен, как для других групп организаций, так как основной успех приносят определенные члены организации (например, для спортивных команд игроки и тренерский состав – определяющее звено успеха).

Другим важнейшим фактором успеха является удачно выбранное место расположения спортивной организации – это львиная доля успеха. Большинство клиентов ориентируются на организации, расположенные поблизости от их дома.

При выборе места расположения спортивной организации, следует учесть следующие моменты:

- уровень развития инфраструктуры;
- транспортная развязка;
- плотность населения и их доходы;
- месторасположение конкурентов;

Такой ключевой фактор успеха спортивной организации, как местоположение наиболее значим для спортивных организаций, оказывающих спортивные услуги. Объясняется это тем, что люди при выборе тренажерного зала или иного спортивного комплекса для занятий основываются на его близости либо к дому, либо к работе.

Для спортивных организаций, оказывающих спортивно-развлекательные услуги, местоположение определяется спецификой вида спорта. Например, горнолыжный комплекс может располагаться только в горной местности.

Спортивные организации типа профессиональных команд по видам спорта также не привязаны жестко к местоположению, хотя удобное расположение спортивных арен, безусловно, приветствуется людьми.

Другим фактором успеха организации является создание узнаваемой «атмосферы». Это закон абсолютно всех услуг, опирающихся в своей концепции на «клубный» статус. Спортивный бизнес зависит от предпочтений клиентов в видах спорта, оборудовании и от того, как изменяются их привычки. Например, в то время как такое традиционное оборудование как беговые дорожки, силовые тренажёры и свободные веса не утрачивают своей важности, оборудование, используемое для определённого вида занятий и тренировок, это не просто очередной тренд, который можно с лёгкостью игнорировать. Создаются новые клубы для кросс-фита и других популярных направлений, которые имеют специфическую атмосферу. Поэтому недостаточно просто заполнить помещение клуба самыми современными и превосходными тренажёрами — в основе инвестиционной стратегии должно четкое видение того, какой будет организация, кто будет ее клиентами и т.д.. Что касается спортивных организаций типа фитнес-клуба, то создание определенной атмосферы позволяет повышать приемлемость клиентов и формировать круг постоянных клиентов. Поэтому данный фактор успеха весьма важен для данного типа спортивных организаций.

Для спортивных организаций, предоставляющих спортивно-развлекательные услуги, данный фактор хоть, конечно, и важен, однако является далеко не определяющим. В отличие от них для спортивных организаций зрелищного характера данный фактор успеха является очень важным, так как она стремится создать в сознании людей причастность к этой спортивной организации, как, своего рода, семье. В качестве примера

можно упомянуть поход на матч в составе друзей и семьи с клубной символикой (майки с именами игроков, шарфы, шапки и др.).

В спортивной организации семейного формата должны быть предусмотрены программы для очень маленьких детей и для беременных женщин. Это касается в первую очередь спортивных организаций спортивного и спортивно-развлекательного формата. Наличие программ подобного рода открывает большой сегмент клиентов - мамы с маленькими детьми. Если говорить о зрелищных спортивных мероприятиях, то, как правило, они ориентированы на взрослую аудиторию либо на детей примерно с 10 лет.

Функционирование спортивного объекта круглый год как еще один фактор успеха спортивной организации. В последнее время наблюдается выраженная тенденция к крупным проектам в области спорта. Однако, как правило, здесь речь идет о «моноспортивных» проектах, то есть о проектах, ориентированных на какой-то определенный вид спорта. Чаще всего это теннис, игровые поля, стадионы, аквапарки, горнолыжные комплексы и т. д. Однако, построив их, владельцы сталкиваются с резкими сезонными колебаниями потока посетителей. Причина заключается в том, что почти все виды спорта имеют сезонный характер, поэтому трудно ожидать ажиотажа в посещении пригородного горнолыжного курорта летом. Очевидный выход — создание сопутствующих спорт-структур, которые компенсируют сезонные колебания [6].

Наиболее актуален этой фактор успеха для спортивно-развлекательных организаций, так как они часто сталкиваются с этой проблемой. Также профессиональные команды по вида спорта имеют схожую ситуацию, ведь большинство видов спорта имеют сезонный характер. Фитнес-центры и другие подобного рода организации сталкиваются лишь с некоторым колебанием спроса в летний период.

Также ключевым фактором успеха является уникальность программы (наличие в расписании той программы, которая отсутствует у конкурентов).

Это относится в большинстве случаев к спортивным организациям, оказывающим непосредственно спортивные услуги. Программы, не имеющие аналогов, являются конкурентным преимуществом спортивной организации. Не редки случаи, когда клиенты ходят в спортивную организацию только ради тренера, либо ради определенной программы. Наличие уникальности программы у спортивно-развлекательного комплекса в условиях конкурентной среды тоже будет являться ключевым фактором успеха. Спортивным организациям зрелищного характера наличие неповторимой программы добиться довольно трудно в силу стандартизированного спортивного регламента проведения игр, матчей и иных мероприятий. Однако это не значит, что данный фактор успеха не важен для них.

Еще одним фактором успеха спортивных организаций является наличие дополнительных услуг.

К числу подобных услуг можно отнести:

- массажный кабинет;
- салон красоты;
- магазин спортивных товаров;
- кинотеатр;
- сауна;
- кафе, ресторан или столовая и др.

В современных условиях клиент стремится получить целый комплекс услуг в одном месте, экономя на этом время и деньги. Исходя из этого спортивные организации постоянно расширяют перечень своих услуг, ведь это является одним из факторов успеха для них. Например, наличие фитобара, где можно поесть после нагрузки или массажного кабинета, для комплексного оздоровления организма. Однако это также актуально и для спортивно-развлекательных организаций, куда часто приезжают на несколько дней, что означает наличие свободного времени для приятного времяпрепровождения. Наличие дополнительных услуг у спортивных

организаций зрелищного характера не является необходимым, однако может приносить дополнительный доход.

Немаловажную роль играет и маркетинг. Традиционный маркетинг спортивных услуг в России несет в основном информативную функцию. Эта модель маркетинга часто стабильно работает в спортивных организациях и многие из них по-прежнему придерживаются ее. Ее основным недостатком является то, что она подразумевает работу с людьми, которые уже ходят в спортивные организации, то есть потребность в членстве у которых уже сформирована. Однако, по статистике, коэффициент проникновения услуги находится на очень низком уровне по всему миру. Из этого можно сделать вывод, что количество потенциальных клиентов намного превышает число существующих. Следовательно, применение маркетинговых мероприятий необходимо всем спортивным организациям [3].

И заключительный, но не последний фактор, рассмотренный в данной работе, – бренд. Бренд спортивной организации— это ее репутация и те обещания, которые она даёт своим клиентам и ключевым партнёрам. Хорошо продуманный и сфокусированный бренд может превратить обычную спортивную организацию в выдающуюся.

Все ключевые факторы успеха спортивных организаций были даны оценены по степени их важности для развития и благополучного существования. Полученные результаты в ходе анализа ключевых факторов представлены в таблице 2.

Проанализировав вышеперечисленные ключевые факторы успеха спортивных организаций, можно сделать следующие выводы:

- для спортивных организаций, предоставляющие спортивные услуги, важнейшими факторами являются местоположение и персонал. Также важными являются уникальные программы, дополнительные услуги и создание «клубной» атмосферы;

- для организаций, оказывающих спортивно-развлекательные услуги, важнейшим фактором успеха является возможность комплекса функционировать круглый год. К очень важным же факторам относятся наличие уникальных программ и бренд организации, то есть, то, чего ждут клиенты от этой организации;

- для организаций, предоставляющих услуги зрелищного характера, важнейшим фактором успеха является создание «клубной» атмосферы. К числу важных можно отнести спортивный маркетинг и возможность получения дохода круглый год.

Не все ключевые факторы успеха в равной степени важны для разных спортивных организаций, однако, их грамотная совокупность может принести значительное преимущество организации.

Таблица 2 – Важность ключевых факторов успеха для спортивных организаций

Ключевой фактор успеха	Важность ключевого фактора успеха		
	Спортивные организации, предоставляющие спортивные услуги	Организации спортивно-развлекательного характера	Организации зрелищно-развлекательного характера
Персонал	Один из важнейших	Важно	Очень важен состав команд
Местоположение	Один из важнейших	Определяется спецификой вида спорта	Не является важным
Создание «клубной» атмосферы	Очень важно	Не является важным	Один из важнейших
Программы для детей и беременных женщин	Важно	Важно	Не является важным
Возможность функционирования в рамках основной	Не является важным	Одно из важнейших	Очень важно

деятельности круглый год			
Наличие уникальных программ	Очень важно	Очень важно	Важно
Наличие дополнительных услуг	Важно	Важно	Не является важным
Спортивный маркетинг	Важно	Важно	Важно
Бренд	Важно	Важно	Важно

Библиографический список:

- 1 Алешин В.В. Менеджмент и маркетинг на европейских стадионах / В.В. Алешин -М.: Спорт, 2010.-№2.-12-15 с.
- 2 Горшков В.Е. Экономика физической культуры и спорта / В.Е. Горшков- Учебное пособие. М:МОГИФК, 2015.-195 с.
- 3 Татаринцев А.Н. Перспективы развития российского рынка фитнес-услуг / А.Н. Татаринцев – 2016 // Социально-экономические явления и процессы. – 2016 год, №12. – С. 34-41.
- 4 Черепов В.А. Проблемы менеджмента в сфере физической культуры и спорта: Учебное пособие / В.А. Черепов - СПб.: СПбГАФК им. П.Ф.Лесгафта, 2014.-269 с.
- 5 Влияние различных факторов на успешность фитнеса как бизнеса. Как построить успешный фитнес-клуб [Электронный ресурс], - Режим доступа: <https://fitnessexpert.com/journal/vliyanie-razlichnyh-faktorov-na-uspeshnost-fitnesa-kak-biznesa-kak-postroit-uspeshnyy-fitness> (Дата обращения 20.01.2018г.)
- 6 Как успешно распоряжаться ресурсами фитнес-клуба [Электронный ресурс], - Режим доступа: <http://www.mfitness.ru/press-center/publikatsii/kak-uspeshno-rasporyazhatsya-resursami-fitness-kluba-promeshchenie/> (Дата обращения 21.01.2018г.)
- 7 Факторы успеха фитнес – клуба [Электронный ресурс], - Режим доступа: www.e-executive.ru (Дата обращения 18.01.2018г.)