

УДК 339.13

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА СПОРТИВНЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ РАЗРАБОТКИ ПРОЕКТА НА ПРИМЕРЕ СПОРТИВНО-ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА**Э.В. Землинский, И.Д. Шварёв, М.С. Фролко**

ФГБОУ ВО Российский университет спорта «ГЦОЛИФК», Москва, email: eduardzemlinskii@yandex.ru, vanya.shvarev.2002@mail.ru, marinafs13@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена маркетинговому исследованию рынка спортивных услуг в условиях выполнения учебного проекта на примере спортивно-туристического кластера. В статье представлены результаты проведённого анализа с учётом современных тенденций рынка спортивных услуг. Авторы подчеркивают необходимость комплексного подхода к изучению целевой аудитории и потребительских предпочтений, который позволяет детально выявить ключевые факторы, влияющие на выбор потребителей спортивных услуг, такие как качество услуг, доступность, разнообразие предложения и цены. Статья также акцентирует внимание на необходимости применения различных маркетинговых инструментов для повышения конкурентоспособности кластера. В результате проведённого исследования подчеркивается важность постоянного мониторинга рынка и вовлечения всех заинтересованных сторон для создания устойчивого и востребованного спортивно-туристического кластера, способного эффективно удовлетворять потребности современного потребителя.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, спортивно-туристический кластер, жизненный цикл проекта, SWOT-анализ, сильные стороны, слабые стороны.

MARKETING RESEARCH OF THE SPORTS SERVICES MARKET IN THE CONTEXT OF PROJECT DEVELOPMENT USING THE EXAMPLE OF A SPORTS AND TOURISM CLUSTER**E.V. Zemlinsky, I.D. Shvarev, M.S. Froloko**

FSBEI of HE Russian University Sport (SCOLIPE), Moscow, email: eduardzemlinskii@yandex.ru, vanya.shvarev.2002@mail.ru, marinafs13@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to marketing research of the sports services market in the context of a training project using the example of a sports and tourism cluster. The article presents the results of the analysis, taking into account modern trends in the sports services market. The authors emphasize the need for a comprehensive approach to studying the target audience and consumer preferences, which allows us to identify in detail the key factors influencing the choice of consumers of sports services, such as the quality of services, accessibility, variety of offers and prices. The article also focuses on the need to use various marketing tools to increase the competitiveness of the cluster. As a result of the conducted research, the importance of constant monitoring of the market and the involvement of all stakeholders is emphasized in order to create a sustainable and in-demand sports and tourism cluster capable of effectively meeting the needs of modern consumers.

Keywords: marketing research, sports and tourism cluster, project lifecycle, SWOT analysis, strengths, weaknesses.

Дата поступления статьи в редакцию: 10.04.2025

Дата принятия статьи в печать: 12.05.2025

Введение

Современный рынок спортивных услуг представляет собой динамичную и многогранную область, которая активно развивается в условиях глобализации и изменения потребительских предпочтений. С учетом быстрого роста интереса к здоровому образу жизни и активному отдыху, спрос на спортивные услуги в последние годы значительно возрос. Однако, несмотря на высокий потенциал роста, данный рынок сталкивается с рядом вызовов, таких как конкурентная борьба, необходимость адаптации к меняющимся условиям и предпочтениям потребителей, а также влияние экономических факторов.

Важным аспектом успешного функционирования предприятий в данной сфере является проведение маркетинговых исследований, которые позволяют определить ключевые тенденции, выявить потребности целевой аудитории и принять обоснованные решения по разработке и внедрению новых услуг. Особенно актуально это в контексте разработки спортивно-туристического кластера, который объединяет разнообразные виды деятельности, включая спорт, туризм, отдых и досуг. Создание такого кластера

предполагает комплексный подход к организации и продвижению спортивных услуг, с ориентацией на потребности рынка и особенности целевой аудитории.

«В Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)», понятие «туристский кластер» определяется как сосредоточение на некоторой территории предприятий и организаций, интегрированных в одну логистическую схему и занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами» [10].

Спортивный кластер рассматривается как объединение различных хозяйствующих субъектов в области скорее профессионального спорта для реализации программ тренировки спортсменов, проведения спортивных и масштабных культурных мероприятий [1].

Настоящее исследование направлено на анализ рынка спортивных услуг в условиях разработки проекта спортивно-туристического кластера, с акцентом на выявление ключевых факторов, влияющих на спрос и предложение в данной области. В рамках данной работы будут рассмотрены актуальные тенденции, социально-экономические аспекты, а также лучшие практики маркетинговых стратегий, которые могут быть использованы для эффективного продвижения спортивных услуг. Важность данного исследования обусловлена не только экономическими, но и социальными эффектами, связанными с популяризацией спорта и активного отдыха, что в свою очередь способствует улучшению качества жизни и здоровья населения.

Результаты исследования и их обсуждение

«Жизненный цикл проекта – это последовательность фаз проекта, задаваемая исходя из потребностей управления проектом. Целью жизненного цикла является создание в использовании структуры для руководства и управления проектами» [6].

Стоит отметить, что жизненный цикл проекта позволяет руководителю организации не только централизовать разработанный план действий, но объединить всех участников, провести оценку всех необходимых ресурсов.

Традиционно жизненный цикл проекта представляют, как последовательные этапы, через которые проходит проект, от разработки идеи до ее воплощения в реальных условиях. Вместе с тем, у каждого этапа есть задачи и результат, которые позволяют руководителю контролировать процесс и оценивать качество работы.

Ниже поэтапно представим жизненный цикл проекта на примере спортивно-туристического кластера в Калининградской области.

Первая стадия «предпосевная» – формирование идей, проведение исследований, анализ рынка, разработка бизнес-плана, а также определение стратегических направлений проекта и определение финансовых ресурсов для реализации проекта.

Вторая стадия – «посевная», характеризуется началом реализации проекта – внедрение инфраструктурных и организационных элементов, реализация маркетинговой кампании, проведение работ по привлечению клиентов, спонсоров, партнеров. При этом основной задачей является проверка эффективности концепции разработанной идеи, для проведения работ на следующих этапах.

На третьей стадии «раннего роста» проект активно развивается, при эффективном менеджменте привлекаются все больше клиентов и инвесторов. Основная задача – создание регулярного и стабильного дохода, расширение доли рынка, стабилизация рыночной ниши.

На стадии «расширения», являющейся четвертой стадией, проект достигает максимизации прибыли, при стабильных финансовых показателях. Возможны работы по расширению проекта, как в услугах, так и географическом плане. При благоприятной ситуации на рынке – завоевание новых клиентов и сегментов.

Стадия «выхода» характеризуется завершением проекта: объединение с иными организациями, разделение бизнеса, расширение проекта, через привлечение новых инвесторов. Основной задачей является формирование максимальной стоимости для участников проекта, а также обеспечение его долгосрочной устойчивости.

Моисеенко Ж.Н. отмечает, что «жизненные этапы проекта могут считаться успешными, если они выполнены без задержек, цели были достигнуты, и при этом отсутствует перерасход средств, выделенных из бюджета» [6].

Обратим внимание, что рассматриваемый проект по созданию спортивно-туристического кластера объединит различные спортивные объекты, инфраструктуру и услуги, необходимые для проведения

спортивных соревнований разного уровня. Существенно то, что это позволит организовывать и проводить спортивные мероприятия, соревнования и тренировки на высоком уровне, привлекая как местных спортсменов, так и участников из других регионов, и стран.

Рассмотрим реализацию проекта спортивно-туристического кластера в Калининградской области в условиях реализации плана на несколько лет (рис. 1).

С одной стороны, развитие спортивно-туристического кластера в Калининградской области направлено создание специальных спортивных центров, объектов для размещения спортсменов и их тренеров, а также инфраструктуры для проведения соревнований, а с другой, развитие гостиничной и ресторанной инфраструктуры для удобства гостей и участников мероприятий.

По нашему мнению, проект имеет большой потенциал для привлечения инвестиций в Калининградскую область, в частности, откроет возможности для трудоустройства жителей региона, а также простимулирует интерес к здоровому образу жизни. При этом добавим, что спортивно-туристический кластер будет выступать в роли площадки для проведения разнообразных мероприятий культурного и спортивного характера.

Для удовлетворения потребностей спортсменов необходимо обеспечить качественную тренировочную базу, современное оборудование и услуги высокого уровня. Так, Тельных Д. А., отмечает, что «в спорте, как и в любой другой сфере человеческой деятельности, часто приходится сталкиваться с решением различных экономических вопросов. Развитие видов спорта дошло до такого состояния, что сегодня для комфортных занятий спортом необходима специализированная одежда, хорошо развитая инфраструктура и материально-техническая база. Для этого необходимы постоянные финансовые вложения в различные спортивные проекты» [8]. Отсюда делаем вывод, что одним из важных этапов развития кластера будет привлечение инвестиций, но для этого необходимо предложить привлекательные инвестиционные возможности, показать потенциал региона и перспективы развития.

Однако, успешная реализация проекта требует эффективного менеджмента и маркетинговых усилий, чтобы привлечь внимание широкой аудитории и создать устойчивую и конкурентоспособную позицию, при учете экологической безопасности и рациональном использовании природных богатств в процессе развития данного проекта.

Налаживание партнерских отношений с профессиональными спортивными организациями и тренерами является ключевым шагом для обеспечения предоставления высококачественных тренировочных услуг.

Сотрудничество с такими специалистами и учреждениями позволит создать надежную и профессиональную инфраструктуру для тренировок, что, в свою очередь, будет привлекать спортсменов с различным уровнем подготовки, от начинающих до опытных атлетов. Наличие партнерских связей откроет возможности для проведения всероссийских соревнований в регионе.

Перейдем к следующему вопросу по развитию спортивно-туристического кластера – развитие транспортной инфраструктуры. Проведённый анализ указанного вопроса, позволяет сделать вывод, что Калининградская область имеет удобные транспортные связи между различными объектами кластера (аэропорт, автомобильные дороги, железнодорожные и водные пути), что, безусловно, облегчит перемещение гостей, участников и сделает регион более доступным для туристов.

Так как, SWOT – анализ является эффективным инструментом планирования стратегических действий, рассмотрим кластер с различных аспектов: сильных и слабых сторон, возможностей и угроз внешней среды. «Анализ текущего состояния исследуемого объекта с этих четырех позиций позволяет понять благоприятные факторы и контролировать риски и угрозы предприятия, используя сильные стороны и избегая слабостей» [5]. «Метод SWOT-анализа – это современный метод управленческого анализа, метод анализа ситуации, который позволяет объективно и точно анализировать, и исследовать фактическое положение изучаемого объекта» [4].

«SWOT-анализ в основном концентрируется на четырех элементах аббревиатуры, но графический формат, используемый компаниями, варьируется в зависимости от глубины и сложности их усилий. Смысл выполнения SWOT заключается в выявлении положительных сил, которые работают вместе, и потенциальных проблем, которые необходимо решить или, по крайней мере, признать. Анализ обычно описывается как инструмент для диагностики сильных и слабых сторон, возможностей и угроз организации. Описание часто дополняется иллюстративной схемой реляционной матрицы SWOT» [9].

Проведение SWOT-анализа позволяет выявить ключевые факторы, влияющие на развитие спортивно-туристического кластера в Калининградской области, и поможет разработать стратегии для устранения угроз, усиления сильных сторон и использования возможностей для развития кластера.

SWOT-анализ спортивно-туристического кластера в Калининградской области является важной ступенькой для разработки успешных стратегий развития, повышения его конкурентоспособности и устойчивости в долгосрочной перспективе.

SWOT-анализ проекта создания спортивно-туристического кластера на территории Калининградской области может быть представлен следующим образом в таблице 1.

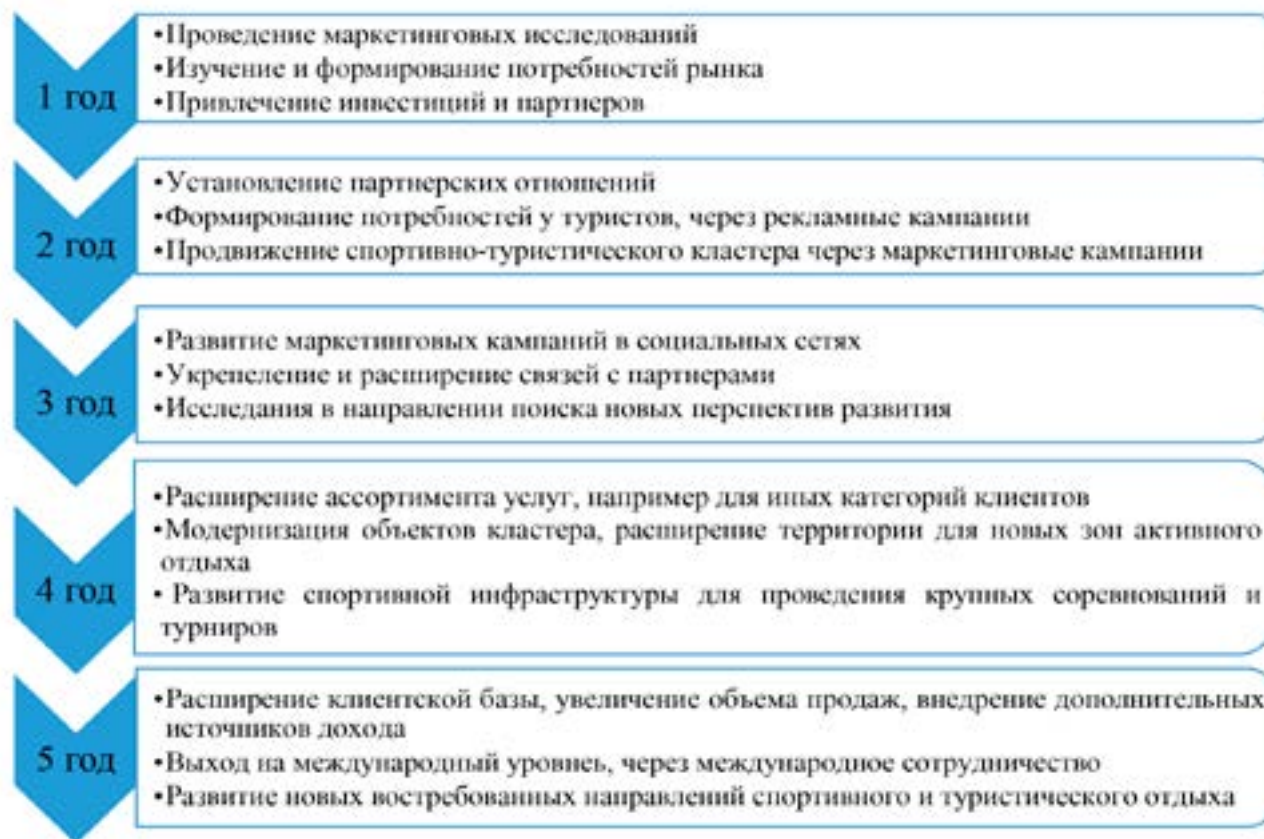


Рис. 1. План реализации спортивно-туристического кластера

Таблица 1

Матрица SWOT-анализ спортивно-туристического кластера

Области	Возможности:	Угрозы:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие спорта и туризма в регионе, получение субсидий и грантов 2. Расширение ассортимента услуг путём развития специфических видов спорта. 3. Заинтересованность в сотрудничестве со стороны государства и коммерческих партнёров, в связи с уникальностью проекта 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Конкуренция со стороны частных клубов по видам спорта 2. Изменение спроса на представленные виды спорта в силу их слабой популярности 3. Сезонность спроса может характеризоваться изменением спроса потребителей на конкретные виды спорта в разное время года
Сильные стороны:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Организация соревнований по видам спорта 2. Участие в выставках и форумах 3. Участие в грантовых конкурсах и программах общественной поддержки спорта и туризма 4. Привлечение тренеров и специалистов для развития видов спорта 5. Организация мастер-классов и выступлений по видам спорта 6. Проведение презентаций проекта перед гос. органами и бизнесом 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Создание уникальной программы тренировок 2. Разработка и проведение фестивалей, мастер-классов от известных спортсменов, спортивных марафонов 3. Предложение персональных тренировок для любителей, проведение сборов для сборных команд РФ 4. Разработка актуальных программы для разных времен года
<ol style="list-style-type: none"> 1. Уникальное предложение, которое не представлено на рынке 2. Выбор уникальной территории для расположения кластера 3. Широкий спектр услуг: от персональных тренировок, до проведения сборов для сборных команд РФ 		

продолжение табл. 1

окончание табл. 1

Слабые стороны:	1. Выделение области, где вложение ресурсов принесет наибольшую отдачу 2. Участие в программах и конкурсах для привлечения дополнительных ресурсов 3. Участие в спортивных выставках, форумах и мероприятиях 4. Развитие онлайн присутствия для повышения осведомленности целевой аудитории	1. Партнерство с другими спортивными организациями для обмена ресурсами 2. Привлечение экспертов и консультантов для создания уникальных предложений 3. Проведение информ. кампании для повышения осведомленности о видах спорта 4. Создание сезонных скидок и предложений для повышения спроса на виды спорта в различное время года
1. Ограниченные ресурсы 2. Недостаточная инновационность 3. Низкая осведомленность		



Рис. 2. Преимущества спортивно-туристического кластера в Калининградской области

Проведенный SWOT-анализ, позволил оценить сильные и слабые стороны проекта по созданию спортивно-туристического кластера в Калининградской области, а также определить возможности и угрозы, с которыми может столкнуться проект в ходе его реализации. Анализ является субъективной позицией авторов, но по-нашему мнению он может послужить основой для разработки стратегических планов для достижения успеха в данном проекте.

Данное направление исследования дополняется также рассмотрением социальной эффективности в направлении реализации спортивного кластера. Целесообразность выведения данного проекта может быть обусловлена следующими социальными факторами, которые могут быть достигнуты при реализации в соответствии со стратегиями развития физической культуры и спорта и туризма в Российской Федерации и Калининградской области, в частности (рис. 2).

Таким образом, успешная реализация проекта по созданию спортивно-туристического кластера в Калининградской области потребует комплексного подхода, учета рисков и грамотного планирования как сильных сторон, так и слабостей проекта.

Выводы

В статье исследуется актуальность маркетингового анализа в контексте разработки проекта спортивно-туристического кластера, что создает новые возможности для совершенствования существующих спортивных услуг и привлечения новых целевых аудиторий. Выводы исследования свидетельствуют о необходимости проведения комплексного маркетингового исследования, которое включает в себя анализ текущих тенденций на рынке спортивных услуг, оценку потребительских предпочтений и изучение конкуренции.

Важность кластеров в развитии спорта в РФ связана с тем, что они могут выступать инструментом стратегии развития массового спорта в регионах страны. При их создании учитываются социально-экономические, этнические, социокультурные и природно-климатические особенности региона [2].

Одним из основных аспектов, на котором акцентируется внимание, является зависимость успешности разработки спортивно-туристического кластера от глубины понимания потребностей целевой аудитории.

«Стоит отметить, что проектное управление является частью реализации госпрограмм, так как государственные программы включают подпрограммы и множество взаимосвязанных проектов, которые объединяют общие цели, ресурсное обеспечение, временный фактор и т. д., управление проектами является ключевой деятельностью в их реализации» [7].

В заключение, маркетинговое исследование подтверждает свою ключевую роль в процессах разработки и реализации проектов в сфере спортивных услуг, демонстрируя необходимость постоянного мониторинга рынка и вовлечения всех заинтересованных сторон, включая государственные структуры, бизнес и потребителей. Это создаёт надежный фундамент для устойчивого развития спортивно-туристического кластера, способного эффективно удовлетворять растущий спрос на спортивные услуги в условиях современного общества.

Литература

1. Ананишнев В.В., Корепова В.В. Проблемы формирования спортивных кластеров в России // Кластеры. Исследования и разработки. 2016. № 2 (3). С. 35-38.
2. Гуреева Е.А., Петренко Е.С., Гончарова Н.Ю., Алатырева Я.А. Спортивные кластеры как инструмент стратегического развития массового спорта в регионах Российской Федерации // ТиПФК. 2023. № 10. С. 63-65.
3. Егорова М.Н. Современные технологии продвижения в индустрии спорта // Журнал правовых и экономических исследований. 2019. № 1. С. 124-128.
4. Киреев И.Д. Применение SWOT-анализа в стратегическом планировании развития сферы деятельности спорта // Финансовые рынки и банки. 2024. № 9. С. 13-16.
5. Леднев В.А. Индустрия спорта как арена конкурентной борьбы // Науковедение. 2013. № 6 (19). С. 59.
6. Моисеенко Ж.Н. Жизненный цикл проекта // Форум молодых ученых. 2021. № 6 (58). С. 538-542.
7. Подорув Ю.В. Успешное овладение общекультурными и профессиональными компетенциями студентами специальности «Экономическая безопасность» с использованием современных средств обучения физической культуре // Известия Тульского государственного университета. Физическая культура. Спорт. 2017. Вып. 2. С. 71-80.
8. Тельных Д.А. Проблемы привлечения коммерческих инвесторов в проекты с применением информационных методик и технологий в спортивной сфере // АНИ: экономика и управление. 2021. № 2 (35). С. 337-340.
9. Бачинский А.Г., Дмитриев Н.А., Авласевич Д.В., Кириллов А.А. Технология swot-анализа // Форум молодых ученых. 2020. № 3 (43). С. 67-72.
10. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)». [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/557414759> (дата обращения 25.03.2025).