

Анализ современных инновационных направлений совершенствования МСП в сфере спорта

А.В. ШИШКО

В статье сделан статистический обзор развития малого и среднего предпринимательства (МСП) в такой сфере социальной направленности, как спорт. Крайне редки публикации по исследованию этой области. Автор делает ряд предложений по внедрению элементов цифровизации в спортивную индустрию на основе обобщения зарубежного опыта.

Ключевые слова: малый бизнес, предпринимательство, спорт, цифровая платформы, государственное регулирование, киберспорт.

The development of small and medium-sized businesses (SMBs) in such a social area as sports is statistically reviewed in the article. The publications on research in this area are extremely rare. The author makes a number of proposals for the introduction of digitalization elements into the sports industry based on the generalization of foreign experience.

Keywords: small business, entrepreneurship, sports, digital platforms, government regulation, cyber sport.

Введение. В то время как спорт и физическая активность занимают все большее место в нашей жизни во многих отношениях, сообщество спортивных исследований и инноваций становится более организованным и лучше скоординированным в своем взаимодействии с представителями других смежных секторов. Всемирная организация здравоохранения утверждает, что отсутствие спорта и физической активности является основным риском смертности. С ростом неактивного населения потребность в спорте как никогда высока, особенно с ростом Е-занятости и цифровизации хозяйственных связей.

С началом пандемии в 2020 г. весь спортивный сектор очень сильно пострадал от ограничений. Хотя пандемия оказала негативное влияние на многие спортивные клубы, она также заложила основу для беспрецедентных изменений в том, как мы работаем, общаемся и занимаемся спортом. Произошло много нововведений, и они коснулись и спортивной сферы.

Давайте подумаем, например, сколько сейчас людей посещают онлайн-тренировки, проводимые их спортивным клубом или личными тренерами. Инновации могут увеличить участие граждан в спорте и физической активности. Это может привести к появлению новых бизнес-моделей, приносящих пользу всему сектору. Его можно направить на улучшение здоровья и устойчивости [1].

Уровень готовности малого бизнеса к цифровизации спорта в Беларуси. Спортивная индустрия – это широкомасштабный бизнес, на долю которого приходится 1,5–2 % мирового ВВП. В бизнес-экосистеме участвуют различные заинтересованные стороны, такие как спортивные объекты (имеются в виду лиги, федерации, клубы и спортсмены), спонсоры, вещательные компании, государственный сектор, инвесторы и агентства (среди прочих), которые способствуют постоянному росту отрасли. На самом деле респонденты считают, что экономическое значение спортивной индустрии в будущем, безусловно, будет расти, и они определяют, что технологии будут играть ключевую роль в качестве одного из первых ключевых факторов роста к 2025 г. Трансляция и спонсорство будут вносить основной вклад в общий рост отрасли, поскольку новые цифровые решения открывают больше возможностей и способствуют развитию их бизнес-моделей [1].

На самом деле новые ОТТ-платформы создают растущую конкуренцию традиционному телевизионному сегменту и, по прогнозам, станут самым быстрорастущим источником дохода. ОТТ-платформы – платформы, предоставляющие видеоконтент через интернет. Более того, внешние инновационные рекламные решения и принятие новых возможностей для создания прямого доступа к потребителю, и персонализированный цифровой контент сыграют важную роль в росте спонсорского вклада в спортивную индустрию.

Бренды смогут разрабатывать более эффективные стратегии спонсорства и использовать доступные технологии для предоставления персонализированного опыта своей целевой аудитории и повышения лояльности. Также с помощью OTT-платформ болельщики могут наблюдать за спортивными событиями с помощью VR- и AR-технологий, как будто они находятся на спортивном событии в данный момент.

Как ни странно, но первый раз использовали AR-технологии во время пандемии, именно в Беларуси и именно магистрант, автор данной статьи. В марте 2020 г., когда весь футбольный мир сделал паузу, белорусский футбольный чемпионат продолжил проводить матчи. Весь мир тогда начал наблюдать за чемпионатом Беларуси по футболу. Компания РСМ, которая предоставляла футбольному клубу «Динамо-Брест» услуги по маркетингу и организации мероприятий во время футбольного матча, начала продавать виртуальные билеты за реальные деньги. После нескольких матчей об этом новшестве писали в американских СМИ на канале ESPN, в Англии на канале Sky Sports и в других [2].

Российские телекомпании также начали внедрять к себе в пустующие студии виртуальных болельщиков (манекены), ссылаясь на нашу идею. В таблице 1 представлена информация о возможностях OTT-платформ и получение прибыли от их работы.

Пока еще рано говорить, что OTT-платформы быстро вытеснят цифровое телевидение, так как передачи будут дублироваться и на цифровом телевидении. Люди 35+ лет уже привыкли получать новости именно из телевизора, а не через интернет, но отрицать популярность OTT-платформ тоже не стоит (таблица 1).

Таблица 1 – Дополнительные преимущества OTT-платформ в спорте

Вид работ	Ключевые возможности	Монетизация
Работа с данными	– OTT-сервисы могут детально сегментировать свою аудиторию, что является надежной основой для формирования положительного потребительского опыта; – грамотное использование данных позволяет платформам выявлять актуальный контент, предлагать персонализированные рекомендации и анализировать значимость различных характеристик своего продукта для потребителя.	Использование данных, собираемых платформой, для точного сегментирования аудитории при программатик-закупках рекламы
Иммерсивность	– закрытие трибун для болельщиков подстегнуло спрос на иммерсивный просмотр спортивных соревнований в цифровой среде; – благодаря 5G растут возможности использования VR и AR. OTT-платформы и ранее экспериментировали с технологиями смешанной реальности, сейчас настало время для активного внедрения.	VR-трансляции по премиальным ценам; виртуальный продукт-плейсмент
Интерактивность	– OTT-платформы сильно отличаются от традиционного ТВ своей социальной составляющей: например, во время стримов зрители могут общаться друг с другом, используя интерфейс OTT-платформы; – культуру болельничества в спорте можно развивать и на OTT-платформах, организуя общение болельщиков между собой или с их кумирами в digital-среде.	Публикация брендированного контента в чатах во время игр; предложение платного просмотра соревнований со звездами в качестве ведущих трансляций
Персонализация	– масштаб решений по персонализации контента растет вместе с развитием технологий хранения и обработки данных; – персонализация помогает показывать потребителю контент, который ему нравится, и скрывать нерелевантные видео, в то же время оставляя возможность для поиска нового контента.	Персонализированная реклама во время прямых трансляций
Геймификация	– основываясь на растущую популярность фэнтези-турниров и их органичные связи с беттингом, геймификация предстает наиболее перспективной возможностью для монетизации на OTT-платформах; – создание программ лояльности с элементами геймификации очень актуально в условиях борьбы OTT-платформ с оттоком пользователей.	Интеграция букмекеров для принятия ставок; проведение фэнтези-турниров со взносами за участие

Примечание: источник [3, с. 13].

«Умные» спортивные площадки и приложения смогут помочь болельщикам добраться до стадиона, предоставляя ценную информацию и обновленную информацию о наличии парковки, пробках или задержках общественного транспорта, а также использовать искусственный интеллект или даже виртуальную реальность для устранения всех этих различных факторов, которые обычно являются «головной болью» для обслуживающего персонала.

Оказавшись на стадионе, сбор данных также позволит операторам стадиона получить представление о потоках людей, и на основе этих данных цифровые платформы также предоставят болельщикам удобные маршруты к своим местам через менее загруженные ворота или позволят любителям узнать состояние очередей в ваннах, ресторанах и магазинах товаров в режиме реального времени. Эти нововведения потенциально могут предложить бесконечный набор услуг, включая продажу цифровых билетов, подтверждение цифрового доступа и системы безналичных платежей (между прочим), которые будут иметь ключевое значение для болельщиков при удобном и безопасном входе на стадионы [4].

Одни из основных инноваций – это носимые устройства и датчики, которые встраиваются в спортивную одежду, прикрепляются к телу игрока (например, в виде браслета) и интегрируются в спортивный инвентарь, такой как мячи. Эти инструменты полезны для измерения скорости, ускорения или замедления, пройденное расстояние и переменность сердцебиения спортсмена (между другими факторами), которые в совокупности создают общий профиль игрока. Делая еще один шаг вперед, тренеры могут даже получить представление о качестве сна игроков или их болезненности после тренировок.

Например, если игрок получает травму мягких тканей из-за чрезмерной тренировки, тренер сможет поделиться информацией с физиологом, чтобы понять причину этой травмы и предотвратить ее повторение (анализируя, сколько дней восстановления, которые ему нужны между тренировками, и помочь игрокам в том, когда лучше всего вернуться к игре).

В частности, респонденты считают, что совершенствование технологий будет играть ключевую роль в минимизации и предотвращении травм. Сбор данных на тренировках и соревнованиях позволяет тренерам выявлять перегрузки игроков и симптомы перенапряжения, которые могут привести к травмам.

Точно так же такие технологии, которые отслеживают производительность, будут играть жизненно важную роль в целях обучения, включая его образовательный компонент. По мнению респондентов, тренерам необходимо будет использовать информационные панели, которые включают все собранные данные и определяют индивидуальные сильные и слабые стороны команды и, следовательно, персонализируют тренировки в соответствии с оптимальным состоянием каждого спортсмена.

Кроме того, по мере развития технологий мы увидим все больше инновационных инструментов, пытающихся максимально улучшить обучение игроков (например, виртуальная реальность и дополненная реальность будут имитировать «ситуации реальных условий», как это делают симуляторы автомобильных гонок). Во время соревнований тренер сможет наблюдать за динамикой команды, которую можно улучшить слабыми местами соперника, и изменять стратегию со стороны в режиме реального времени (например, посредством замен игроков). После игры данные можно использовать для прогнозирования закономерностей и создания индивидуальных программ для конкретных игроков, чтобы быстрее достичь целей производительности и получить конкурентное преимущество перед конкурентами.

Один из примеров, которые может использовать и спортсмен, и обычный любитель здорового жизни – это кольцо *Oura*. Профессиональная бойцовская лига «*UFC*» выпустила «умное кольцо». После трехлетней проверки различных технологий и носимых устройств сотрудники *UFC Performance Institute* выбрали кольцо *Oura Ring* в качестве своего первого в мире «официального носимого устройства для здоровья» благодаря его точности, удобству и способности предоставлять ценную информацию через простую в использовании удаленную базу данных.

Oura – умное кольцо, которое отслеживает сон, готовность и активность. *Oura Ring* подключается к простому в использовании приложению, которое предоставляет ежедневную персонализированную информацию, а также долгосрочные тенденции, чтобы помочь пользователям улучшить сон и восстановление, что позволяет спортсменам показывать свои лучшие результаты.

Доктор Ромин Фомин, директор по спортивным наукам в UFC Performance Institute, ежедневно работает непосредственно со спортсменами и данными об их кольцах Oura Ring. Он уже убедился в эффективности кольца Oura Ring и считает, что данные, которые оно предоставляет, могут помочь в составлении рекомендаций для спортсменов [5].

За последние несколько лет индустрия киберспорта росла огромными темпами как с точки зрения бизнеса, так и с точки зрения потребителей, и ожидается, что она продолжит расти в будущем. Поскольку киберспорт переживает бурный рост, создаются новые форматы лиг и соревнований для дальнейшего расширения зрительской аудитории. И хотя киберспорт начинает сокращать разрыв в монетизации по отношению к другим устоявшимся «традиционным» спортивным лигам, он все равно останется приоритетом в будущем [6].

Возможности окупаемости цифровизации МСП в спорте. На рисунке 1 приведем мнение опрошенных руководителей и работников в киберспортивной индустрии о коммерческом успехе киберспортивных инициатив на конец 2021 г.



Рисунок 1 – Результаты анкетного опроса руководителей спортивной индустрии об эффективности киберспорта

Примечание: источник [4].

Более того, энтузиасты киберспорта (люди, которые смотрят профессиональный киберспортивный контент чаще одного раза в месяц) составят 201,2 млн, что означает рост на 28,2 млн, и ожидается, что среднегодовой темп роста (2022–2025 гг.) с +15,7 % до 297,1 млн. в 2025 г. [4]. Принимая во внимание огромную аудиторию киберспорта, его глобальное географическое распространение, эволюцию инфраструктуры новых лиг и увеличение связанных с этим доходов (например, за счет увеличения размера призовых фондов), монетизация киберспорта, наконец, начнется.

Фактически, одним из ключевых факторов, который усилил рост киберспорта за последние несколько лет, являются прямые трансляции. Стриминг не только вывел взаимодействие пользователей на совершенно новый уровень, но и помог издателям завоевать популярность во всем мире и увеличить продажи игр. И поскольку аудитория продолжает расти, респонденты ожидают, что к 2025 г. значение выделенных потоковых каналов будет расти, а также будет переходить на новые форматы (например, с ПК в первую очередь на консоли и мобильные устройства).

Это подчеркивает возможность дальнейшего монетизации прямых трансляций, поскольку в настоящее время большая часть контента доступна для бесплатного просмотра, и на данный момент тремя основными каналами получения дохода являются реклама, донаты через прямые трансляции и спонсорство.

В 2020 г. швейцарская компания «On» запустила Cyclon, первый в мире сервис обуви на основе подписки, который предлагает бегунам по всему миру полностью перерабатываемую спортивную одежду. Приблизительно за 30 долларов в месяц подписчики получают новую обувь и одежду для бега, которую они могут вернуть, когда закончат, в обмен на новейшие версии. После возвращения бывшее в употреблении снаряжение будет полностью переработано, а материалы повторно использованы для создания новых продуктов [7].

Первый продукт в сервисе Cyclon – это полностью перерабатываемые, высокоэффективные кроссовки, которые весят менее 200 граммов и более чем на 50 % состоят из материалов на биологической основе. «On» стремится к тому, чтобы к 2022 г. количество подписчиков Cyclon достигло 200 000. В целом, несмотря на COVID-19, в июне 2020 г. были отмечены самые высокие продажи электронной коммерции на рынке «On» в США на сегодняшний день, что привело к ожидаемому росту на 190 % за год.

Еще одними новшеством в индустрии спорта обладает компания «Hyper Ice». Основным продуктом компании является пистолет для массажной терапии, но компания также создала свою «операционную систему» HyperSmart, которая сочетает физическую и цифровую активность пользователя, чтобы последовательно направлять его к оптимальному самочувствию. Алгоритмы HyperSmart интерпретируют данные с носимых устройств и физической активности, и они интегрированы с Apple Health, Strava и Garmin (с Whoop и Orangetheory на подходе), чтобы настраивать пред- и послетренировочные процедуры в приложении Hyperice с учетом их и их целей.

Одним из новшеств в последние 10 лет стали фитнес-браслеты и трекеры, которые помогают проводить замеры данных, таких как ЧСС, количество шагов, уровень стресса и другие. Одним из тех, кто обновил эти гаджеты, стала компания Whoop, создав свой фитнес-трекер. Одной из особенностей данного фитнес-трекера является ранее предупреждение о заболевании COVID-19 [6].

Как и спортсмены, которым он служит, популярный инструмент для здоровья и фитнес-трекер Whoop адаптированы к пандемии несколькими способами. Один из них запускал журнал, в котором пользователи самостоятельно сообщали о кофеине, употреблении алкоголя, периоде кормления и других деталях образа жизни для оценки того, как эти выборы влияют на сон, восстановление, вариабельность сердечного ритма и частоту сердечных сокращений в состоянии покоя.

Также была внедрена функция частоты дыхания, которая, как было показано, является основным индикатором возможного заражения, если пользователь видит большие отклонения или внезапное превышение нормы.

Заключение. Whoop также разработал алгоритм, который, как было доказано, способен выявлять 20 % предсимптомных заболеваний COVID-19 за два дня до появления симптомов и правильно идентифицировать 80 % случаев с симптомами к третьему дню появления симптомов.

Всякие инновации в сфере спорта можно разделить на инновации для: спорта высших достижений, людям, ведущим здоровый образ жизни, общедоступные, IT-продукты. Каждые эти направления можно использовать в сфере спортивного бизнеса с социально-экономическими целями и задачами. Белорусские предприниматели уже начали изготовление своих собственных новых продуктов, которые могут составить конкуренцию мировому рынку, а также используют разработки, которые закрепили свой статус во всем мире.

Литература

1. Хаустович, Н. А. Эффективность, безопасность и устойчивость экономики : монография / Н. А. Хаустович [и др.] – Минск : Мисанта, 2021. – С. 152–157.
2. Dynamo Brest : Belarusian club create 'virtual fans' with mannequins [Electronic resource] // BBC website. – Mode of access : <https://www.bbc.com/sport/football/52243536>. – Date of access : 12.05.2022.
3. The European Platform for Sport Innovation, 2021–2027 Strategic research and innovation agenda «Leading sport innovation for greater societal and economic impact». – Bruxelles, 2021. – 44 p.
4. Global sports innovation center, Digital Transformation of Sports Entities by 2025 : «How will it look like?». – Madrid, 2019. – 47 p.
5. Oura ring : the only ring for the octagon [Electronic resource] // Ultimate fighting championship website. – Mode of access : <https://www.ufc.com/news/oura-ring-only-ring-for-the-octagon-ufc-performance-institute-technology>. – Date of access : 10.05.2022.
6. Hayduk, T. The Future for Sport Entrepreneurship [Electronic resource] / T. Hayduk // J. of the Intern. Econ. – New York, 2020. – P. 135–141.
7. On Running Just Launched Their Eco-Friendly Cyclon Sneaker Subscription Service [Electronic resource] // Men's health editorial website. – Mode of access : <https://www.menshealth.com/technology-gear/a34014157/on-running-sneakers-cyclon-subscription-service/#sidepanel>. – Date of access : 12.05.2022.