

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Матвиенко А.И.

Полоцкий государственный университет  
(211440, Витебская обл., г. Новополоцк, ул. Блохина, 29,  
+375 29 217 31 83, alexsandr.psu@mail.ru)

Фундаментальные и прикладные исследования в сфере маркетинга, отражены во множестве научных изданий и публикаций, и получили хорошее освещение, как зарубежными, так и отечественными учеными. Но вопросы маркетинга в сфере услуг, особенно в отечественной науке, недостаточно нашли свое отражение и остаются чрезмерно актуальными. Главное влияние на развитие фундаментальных основ маркетинга оказал научно-технический прогресс, который сделал возможным огромное разнообразие товаров, быстрые темпы прироста их восстановления, оперативное управление отраслями мирового хозяйства и непосредственно маркетингом. На сегодняшний день получили глобальное применение современные информационные технологии, научные исследования которых всегда носят актуальный характер в перспективно зарождающихся направлениях науки, например, таких как интернет-маркетинг и ресурсы его моделирования.

Индустрия ПС в мире является одной из наиболее значительных коммерческих отраслей. Самое важное для маркетинга в ПС, это увеличение потенциальных потребителей (болельщиков) и расширение отраслевого рынка, для сохранения ценных спортивных субъектов при развивающейся глобализации, в связи с этим, необходим поиск решений данных вопросов в ходе спортивной интеграции. В рыночных условиях ПС становится коммерческой отраслью и прекращает носить характер бюджетного меценатства, и, как правило, продвижения государства на международной арене. ПСО, в свою очередь, превращается в субъект рыночных отношений, и соответственно начинает свое существование в конкурентной среде. Реформирование конкурентной среды способствует появлению креативных, неценовых возможностей и принципов позиционирования ПСО, таких как интернет-маркетинг, формирование которого нацелено на конкретную потребительскую аудиторию.

Можно выделить следующее эффективно решаемые задачи с помощью интернет-маркетинга в ПСО: создание и повышения имиджа спортсменам, команде и менеджерам ПСО; повышение возможностей поиска инвестиций на основе формирования информационной среды системы деловой коммуникации ПСО; формирование и регулирование гибкой системы потенциальных потребителей (болельщиков) целевой аудитории. На основе отмеченных эффективно решаемых задач, можно обозначить главные преимущества продвижения ПСО с помощью возможностей интернет-маркетинга, такие как стоимость и экономия средств на исследовании рынка.