

**ЕКОНОМІКО-СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ
В ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ
ТА СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

*Матеріали
II Міжнародної науково-практичної конференції*

Львів
ЛДУФК
2019

УДК 330.34:796.011

Е 45

*Рекомендовано до друку вченою радою
Львівського державного університету фізичної культури
імені Івана Боберського
(протокол № 9 від 21.05.2019 року)*

Е 45 Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : ЛДУФК, 2019. – 126 с.

ISBN 978-617-7336-50-0

У збірнику представлено матеріали конференції, в яких висвітлено науковий доробок авторів, що стосується проблем становлення, розвитку й удосконалення економіко-соціальних відносин в галузі фізичної культури та сфері обслуговування. Зосереджено увагу на проблемах і перспективах розвитку менеджменту та маркетингу в галузях туризму, готельно-ресторанного бізнесу, фізичної культури, спорту й реабілітації. Актуалізовано доцільність інновацій у цих галузях.

Матеріали збірника будуть корисні і цікаві для студентів, аспірантів, науко-педагогічних працівників галузей економіки, фізичної культури та сфери обслуговування.

УДК 330.34:796.011

УДК 796.062.4:001.8

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ПИТАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ В БОКСІ

Ганна Тарасова, Валерій Томчук

Національний університет кораблебудування ім. адм. Макарова

Актуальність. Важливу роль в організації боксерських поєдинків відіграє діяльність менеджера, що є офіційним представником і господарем його ділових інтересів, постійний пошук перспективних спортсменів і промоутерів – організаторів боїв.

Для професійного боксу характерна інтенсивна рекламна і спонсорська діяльність, активність менеджерів, які прагнуть не запізнитися з укладанням контрактів із перспективними спортсменами, велика кількість турнірів, постійне складання рейтингових списків боксерськими організаціями, представниками засобів масової інформації, що сприяє швидкій популяризації спортсменів. Це відбувається завдяки укладанню договорів із організаторами матчів, представниками рекламних сторін, добору противників, матеріального забезпечення тренувань та їх організації [1;3].

В умовах професійного боксу всі боксери змушені користуватися послугами менеджерів, оскільки організація справи цілком залежить від їхньої діяльності.

У професійному боксі менеджер виконує такі функції: економічні, соціальні, управлінські, організаційні. Основним його обов'язком є долучити до сфери діяльності свого клубу окремого боксера, з яким він працює, вирішувати соціально-економічні проблеми тренувального та змагального процесів і т. ін., оскільки його завданням є організувати перехід від всебічного аналізу проблем до практичної діяльності, то можна стверджувати, що управлінські та організаційні функції для менеджера головні [4].

Однак питання діяльності менеджерів у цьому виді спорту актуальні і майже не досліджені, а зміст функцій, які виконують фахівці, не вивчали. Отже, **метою** нашого дослідження було проаналізувати діяльність менеджера в боксі.

Аналіз останніх публікацій та виклад основного матеріалу. У діяльності менеджера професійного боксу організація і проведення поєдинків боксерів займає провідне місце. Загалом уся діяльність менеджера спрямована на підготовку цих поєдинків. Це наочно продемонстрували результати дослідження з вивчення змісту роботи менеджера у професійному боксі [5], які ми перевірили на результатах дослідження підготовки і реалізації менеджменту проекту з організації і проведення боксерського турніру «Разом із легендами боксу», який відбувся у м. Києві 2 жовтня 2018 року. За діями боксерів

на ринзі спостерігав президент WBC Маурисіо Сулейман. Організаторами боксерського івенту стали українські компанії «Boom Vox Promotions» і «Sparta Boxing Promotions».

Проведений попередній аналіз виявив, що складання цільової моделі – початковий етап менеджмент-проекту з проведення міжнародного турніру з боксу серед професійних боксерів. Тож цю модель може бути покладено в розроблення графіка планування організації та проведення міжнародного турніру з боксу.

У турнірі взяли участь вісім боксерів, серед яких чотири спортсмени з-за кордону, котрі змагалися за пояси чемпіонів світу WBC. Запрошення професійних спортсменів такого рівня потребувало значних зусиль від менеджерів боксерів і промоутерів турніру. Усе це дало змогу провести бої на високому спортивному рівні і забезпечити об'єктивне суддівство. Крім того, при підготовці і проведенні турніру відбувалась інформаційна підтримка заходу. Отже, можемо говорити про спортивну подію не тільки як про основний кінцевий продукт індустрії спорту, а як про бізнес-одиночку. Оскільки головним «товаром» спортивної події є емоції, то інтерес до таких івентів дуже великий, адже глядачі готові платити лише за титульні бої за участю чемпіонів – топ-зірок світового боксу.

Відповідно до цього можемо зробити такий висновок: щоб отримати достатній дохід від продажу недорогих квитків, учасники поединку повинні бути популярні, видовищні і мати багато шанувальників. Саме тому боксерові не обійтися без менеджера і помічника з піару, які створюють йому сприятливий імідж. Отже, менеджер є найбільш важливою і часто найвпливовішою особою в кар'єрі професійного боксера.

Список використаних джерел

1. Зуев В. Н. Менеджмент для спортивного организатора / В. Н. Зуев, И. И. Сулейманов. – Омск : [б.и.], 1997. – 241 с.
2. Менеджмент организации : учебное пособие. – Москва : ИНФРА, 1995. – 432 с.
3. Филиппов С. С. Основы менеджмента в сфере физической культуры / С. С. Филиппов. – Санкт-Петербург : [б.и.], 2004. – 143 с.
4. Филиппов, С. С. Информационное обеспечение управления спортивным соревнованием / С. С. Филиппов, В. В. Ермилова // Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта. – 2009. – № 2 (48). – С. 83–87.
5. Филиппов, С. С. Результаты исследования содержания деятельности менеджера профессионального бокса / С. С. Филиппов, С. И. Микаэлян // Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта. – 2010. – № 4 (62). – С. 120–124.