

- прояву / О. Барановський // Економіка України. – 2010. – № 2. – С. 34-48.
5. Мовсесян А. Некоторые тенденции мировой экономики / А. Мовсесян, С. Огнивцев // Экономист. – 2000. – № 7. – С. 86-88.
 6. Кучуков Р., Савка А. Экономическая транснационализация: особенности, противоречия / Р. Кучуков, А. Савка // Экономист. – 2005. – № 12. – С. 52-58.
 7. 7. Денисов А. Эксперты вспоминают о Великой депрессии / А. Денисов // Газета 2000. – 2007. – 16 февр. – С. А4.
 8. Дучинська Н. І. Діалектика інвестицій і нагромадження капіталу / Н. І. Дучинська // Вісник Донецького ун-ту. – Сер. В.: «Економіка і право». – Вип. 1. – 2007. – С. 301-309.
 9. Зверяков М. Ліберальна ідея і модернізація економіки України / М. Зверяков // Економіка України. – 2010. – № 7. – С. 11-21.
 10. Райхлин Э. Основы экономической теории. Макроэкономическая теория валового внутреннего продукта (кейнсианский подход / Э. Райхлин. – М.: Наука, 1997. – 365 с..

УДК 338.467.6/796.85

ВХОЖДЕНИЕ В РЫНОК БИЗНЕСА ВОСТОЧНЫХ ЕДИНОБОРСТВ: ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА, МЕНЕДЖМЕНТА И ДВИЖЕНИЯ НОВШЕСТВА

Саенко В.Г. – к. физ. восп., доцент,
Харьковская государственная академия физической культуры

В статье освещаются особенности восточных единоборств и продвижения их на рынок в форме оздоровительных физических и духовных методик, готовых к потреблению профессионально подготовленным специалистом, что занимается плодотворной деятельностью. Такие методики согласуются с общественными и этическими нормами обмена деятельностью в среде сервисного обслуживания населения, и в случае их применения производительный работник получает не только больше степеней свободы для развития физических свойств и реализации индивидуальности, но и активизирует волевые и когнитивные качества личности на рабочем месте. Искомая полезность формирует ситуативные условия бизнеса в сфере физической культуры и спорта, позволяет вырабатывать собственный продукт посредством усложнения его качества, выступает источником генерации физических систем, предназначение которых сводится к удовлетворению избранного ряда потребностей личности в развитии быстроты, силы, выносливости, гибкости, ловкости и готовности к противостоянию. Семейство восточных единоборств представляется как новшество сервисной деятельности.

Ключевые слова: маркетинг, менеджмент, организация, услуга, новшество, восточные единоборства, сервисная деятельность.

Саенко В.Г. Вхідження в ринок бізнесу східного єдиноборства: проблеми маркетингу, менеджменту та руху нововведення

У статті висвітлюються особливості східних єдиноборств і просування їх на ринок у формі оздоровчих фізичних і духовних методик, готових до споживання професійно підготовленим фахівцем, що займається плідною діяльністю. Такі методики узгоджуються з громадськими та етичними нормами обміну діяльністю в середовищі сервисного обслуговування населення, і в разі їх застосування продуктивний працівник отримує не тільки більше ступенів свободи для розвитку фізичних якостей і реалізації індивідуальності, але і

активізує вольові і когнітивні якості особистості на робочому місці. Шукана корисність формує ситуативні умови бізнесу в сфері фізичної культури і спорту, дозволяє виробляти власний продукт за допомогою ускладнення його якості, виступає джерелом генерації фізичних систем, призначення яких зводиться до задоволення обраного ряду потреб особистості в розвитку швидкості, сили, витривалості, гнучкості, спритності і готовності до протистояння. Сімейство східних єдиноборств представляється як нововведення сервісної діяльності.

Ключові слова: маркетинг, менеджмент, організація, послуга, нововведення, східні єдиноборства, сервісна діяльність.

Saienko V.G. The entry of Oriental martial arts into the business market: marketing problems, management and innovation promotion

The article highlights the features of martial arts and their promotion on the market in the form of improving physical and spiritual techniques, ready to be consumed by a professionally trained specialist who deals with productive activities. Such techniques are consistent with social and ethical standards in the public service environment, service exchange activities, and in the event of their application a productive employee gets not only more freedom for the development and implementation of the physical potential of the individual, but also activates the cognitive and volitional qualities of personality in the workplace. The desired usefulness generates situational business conditions in the sphere of physical culture and sports, allows developing one's own product by perfecting its quality, is the source of generation of physical systems, the purpose of which is to meet the chosen number of needs of the individual in the development of speed, strength, endurance, flexibility, agility and readiness to confrontation. The family of martial arts is presented as an innovative service activity.

Keywords: marketing, management, organization, service, innovation, martial arts, service activities.

Постановка проблеми. Восточные единоборства выходят на рынок Украины по сравнению с другими системами физического развития человека с отличительными свойствами и характеристиками, что, как правило, неизвестны потребителю. По этой причине данная услуга остается без внимания и востребованной в небольших масштабах. Для продвижения таких видов и систем физического развития человека, каких множество, на рынок, для организации на них надлежащего спроса требуется включить надлежащие средства научной и методической поддержки, которыми обладают маркетинг как наука и менеджмент как функция или хозяйственный механизм управления организацией. Есть и другие составные его классификации, например, в исследовании [1, 4, 7, 15] названы позиции политики, социального процесса, менеджмента спроса и др., но в данном случае требуется представлять населению одну позицию – продукт восточных единоборств и продвигать его на рынок, влияя на образ его восприятия. Данное требует соединения научных положений менеджмента и маркетинга а) в части признания государствами и их властями полезности восточных единоборств как услуги, т.е. продвижения их на макроуровне, и б) в части организационного воплощения его на микроуровне с позиции конечного результата. Расчет работы строится на мнении двух теоретиков – Друкера П.Ф. [4], который подтверждает природу того, что маркетинг окидывает взглядом всю сферу экономики, включает в себя и матрицу производства и моменты сервиса, т.е. динамично вывел его на макроуровневый срез, укладываемый в систему коммуникационного взаимодействия по Котлеру Ф. [7], который воспринял маркетинг как управленческий процесс, связанный с созданием и обменом ценностями. То есть, аналитиками эволюционно усилен был микроуровневый срез маркетинга, укладываемый в систему коммуни-

кационных концепций. В работе требуется решить два вопроса – 1) получить политико-идеологическое одобрение власти на производство услуги в государстве и 2) организовать продвижение восточных единоборств на рынок. Первый вопрос решается посредством организации общественного производства услуги на сомоокупных принципах бизнеса и предпринимательства и согласованного взаимодействия с органами власти и местного самоуправления, а второй – на основе соотношения спроса и предложения населения.

Анализ последних исследований и публикаций. Особенности применения менеджмента и маркетинга в физкультурно-оздоровительной и спортивной сфере освещаются как в отечественных [3, 6, 8, 11], так и иностранных источниках [14, 18, 18, 20]. Однако восточные единоборства открывают перед потребителем преимущества в физическом развитии и оздоровлении человека. Отдельные положения организации бизнеса в физкультурно-оздоровительной и спортивной сфере нами были раскрыты в предыдущих работах [2, 9, 10, 19]. Наиболее действенным рекламным моментом продвижения услуги восточных единоборств на рынок выступает описание биографических вех вхождения и этапности в освоении того или иного единоборства.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. В имеющихся публикациях отображаются некоторые управленческо-экономические процессы в отдельных видах единоборств, однако в среде вхождения в рынок бизнеса восточных единоборств остаются проблемы относительно маркетинга, менеджмента и движения новшества. Это требует исследования и создания новейших теоретико-методических разработок, которые окажут позитивное влияние на социально-экономические процессы, которые являются фрактальными.

Постановка задания. Целью исследования является обоснование методологических положений и методических моментов продвижения восточных единоборств на рынок Украины на принципе диалектики как формы конкретизации продукта услуги, его свойств и привлекательных сторон.

Изложение основного материала исследования. В сочетании менеджмента и маркетинга в силу вступают диалектические положения, позволяющие формировать адекватное рыночное мышление местного населения. Маркетингу, при этом, отводится функция вооружения менеджера инструментарием, который обеспечивает осознание собственных возможностей среды потребителей, среды конкурентов и позиционирует на рынке услугу восточных единоборств. В намеченном плане можно воспринять разработки разных лет, что представлены в источниках [5, 11, 13], взятых для примера. Это означает, что маркетинг движется синхронно с менеджментом, ибо, в соответствии с рекомендацией ряда авторов он выступает и элементом процесса управления, и в тоже время позволяет достичь такого результата, что не под силу менеджменту – соединить воедино позиции а) идентифицировать услугу, б) привлечь внимание того сектора рынка, что нуждается в ней, чтобы в) выделиться в сегмент удовлетворения потребностей на основе рекламной и разъяснительной работы привлекательных позиций. Поэтому задача менеджмента извлечь наиболее эффективные способы маркетинга по представлению новой услуги потребителю и воспользоваться ими.

Чтобы избежать в дальнейшем многих пояснений, здесь скажем, что маркетинг в работе воспринимается как системный подход к организации при-

бильного для компании и любой другой организации удовлетворения потребностей людей разных возрастов. Нацеленность на насыщение потребностей клиентов в развитии их физической способности на основе восточных единоборств в его наиболее открытых вариантах дает возможность переносить новый прибыльный бизнес с Азиатско-Тихоокеанского региона [16] на территорию большинства государств Европы в конкретную среду. Остальные вопросы, такие как выяснение целей, образ фирмы, стратегия и контроль действий и результатов включаются позже, если регистрируется движение бизнеса.

Перед маркетингом также как и перед менеджментом, уже с первых минут движения услуги возникает множество вопросов по описанию качества услуги по той причине, что существуют скрытые качества этой услуги, которые тормозят ее восприятие. Основной причиной возникновения этого торможения выступает то положение, что свойства услуги имплицитные, т.е. содержащиеся внутри чего-то большего, часто подразумеваемые, ибо внешне не проявляющиеся, скрытые, не явные и не выраженные прямо. Это означает, что ожидается проявление опасности в том, что критично настроенный потенциальный клиент не сможет воспринять услугу надлежащим образом. Он требует детального ознакомления с содержанием и результатом. То есть, требуется вести поиск не только прямых, но и косвенных его характеристик. Таким методом поиска выступает модельная форма графического отображения восточного единоборства киокушин каратэ. На рис. 1 представлены срезы поэтапного включения единоборца в режим тренировки физических свойств по критерию наполнения тренировочного процесса упражнениями от белого до коричневого пояса.

Интересными для потенциального потребителя являются два момента:

1) наличие цветного пояса для воспитанника и условия его присвоения и получения единоборцем;

2) нагрузки на единоборца в тренировочном процессе, что двигаются от пояса к поясу по спирали, прогрессивно возрастают.

По оценке маркетинга цветной пояс здесь – это прямая, а спираль развития – это косвенная характеристика. Воспринимается первая характеристика, как наиболее привлекательная, а вторая – остается на втором плане, изначально она не замечается, но интересна также из-за зрительной недоступности. И все же, такой подход к существованию восточных единоборств отражает только внешнюю реальность продвижения человека, но это не позволяет автоматически отразить и представить потребителю все варианты услуги физического развития и духовного воспитания личности по содержанию единоборства. Перед потребителем оно в таком виде не может открыть функции 1) оздоровительного, 2) прикладного, 3) спортивного, 4) традиционного, 5) эзотерического и 6) религиозного, как это уже сложилось исторически на Востоке. То есть, все его шесть целевых позиций остаются закрытыми от потребителя, хотя именно эти позиции восточных единоборств – это и есть те целевые самостоятельные целостности разветвленной услуги, имеющие методическое содержание и собственного потребителя. По этой причине они и должны в работе представляться по отдельным секторам качества и по отдельным секторам потребителей как отдельно вычлененные целостности. Содержание этих целостностей следующее.

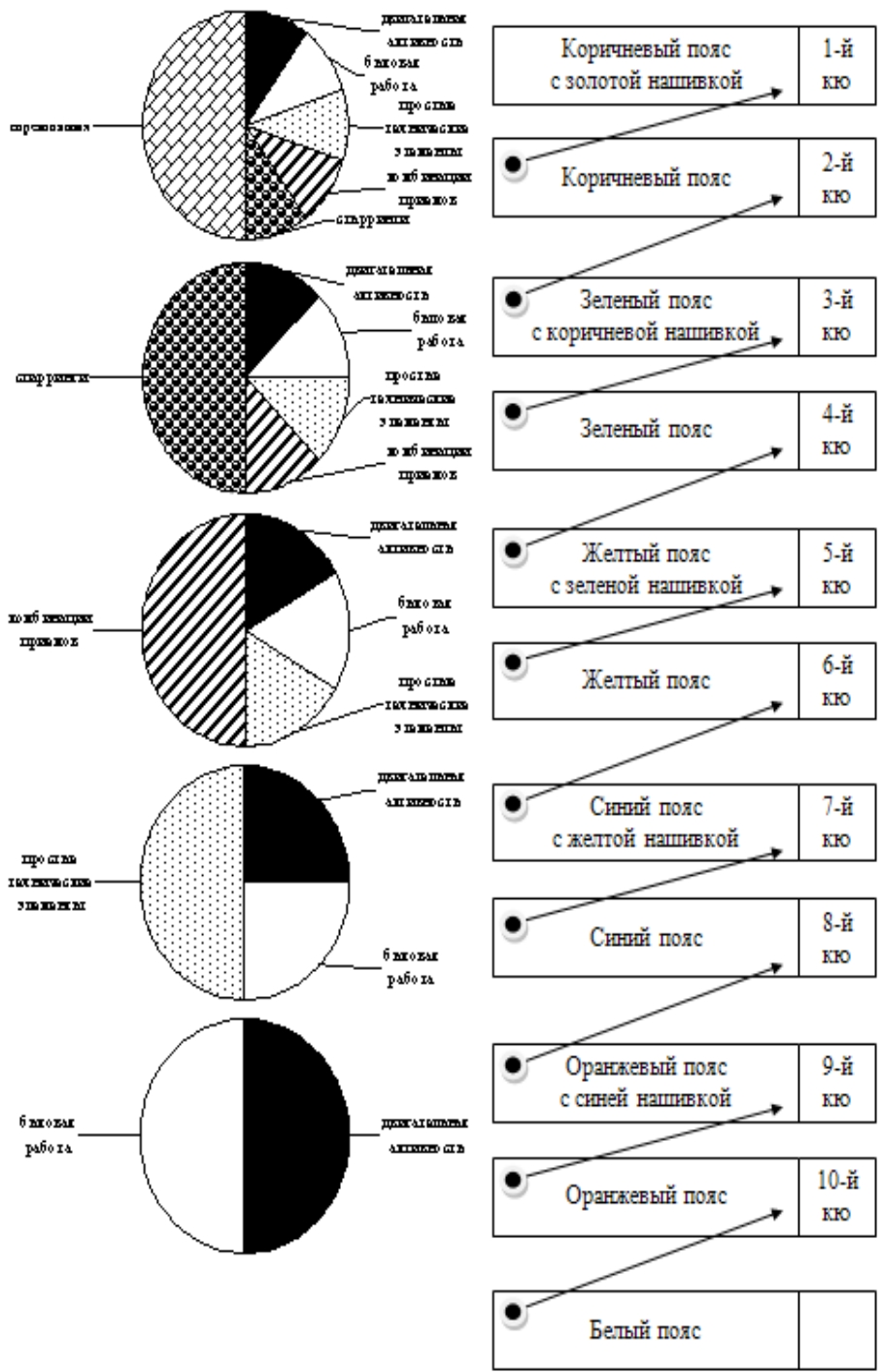


Рисунок 1. Структурное содержание включения единоборца в тренировку (разработано автором)

1. Оздоровительная. Направлена на формирование здоровья человека, сохранение и его укрепление, а поэтому предназначение ее профилактическое или даже лечебное. Чаще всего – упражнения взяты из единоборства, но формируют они один из видов фитнеса. Например, каратэробика, что является смешанным средством физического развития человека на основе сочетания каратэ и аэробики, или китайское тайджицюань.

2. Прикладная. Направлена на решение боевых целей, чаще всего – это армейские виды боевого искусства нападения или защиты. Прикладными в разное время считались почти все древние виды кэмпо. Иначе они не сохранились бы для потомков, так как носители их не смогли бы выжить, а, следовательно, и научить ближних и оставить за собой последователей. Из японских видов «будзюцу», такими остаются те виды единоборств, которые в названии завершаются концовкой «дзюцу». Означает этот термин «искусство» или «техника». Например, существует дзюдзюцу, кендзюцу, ниндзюцу и т.д.

3. Спортивная. Объединяет множество тех единоборств, где ставится цель добыть победу и медаль, завоевать более высокое соревновательное место, славу или осуществить любое другое спортивное достижение, например – установить рекорд. Отдельные виды спорта включают и спортивные и оздоровительные нагрузки, что зависит от поставленной цели. Так, китайское ушу воспринимается как в спортивном варианте, так и целебной гимнастикой.

4. Традиционная. Связана с наиболее полным воплощением боевого искусства как системы оздоровления и подготовки духовного и физического развития человека. В этом варианте сочетается прикладной аспект совершенствования человека, который не только не поддерживает, но даже и отрицает спортивные мотивы его движения. В систему становления личности изначально заложена определенная традиция. Например, традиционные стили ушу получили название «цзиньфу», что означает «чисто боевое искусство». Но и все же, наиболее важным аспектом традиционного направления выступает именно боевое искусство.

5. Эзотерическая. Воспринимается как наиболее сложная для восприятия среда множества мистических средств физического развития и активизации сакральных сил человека, а системы остаются мало распространенными по той причине, что большинство вариантов скрыто от посторонних и поэтому недоступно для практики. Среда за целями боевого искусства не владеет ни боевыми, ни спортивными свойствами, а поэтому признается оздоровительной. Следовательно, требуется уточнить, что это восточное направление физического развития и утверждения личности по задачам духовной традиции и эзотерики ближе к оздоровительному. Важнейшим аспектом взаимного развития становится работа с биологическими энергиями, и естественным является то, что астральные аспекты выводят единоборца в астральное состояние в каратэ. Например, массовая система тайджицюань многими ее поклонниками воспринимается как сугубо оздоровительное кэмпо. Но в действительности она является эзотерической системной практикой, согласно которой реализуются проявления даосских принципов связи «инь» и «ян» в весьма узком кругу адептов. В их варианте наполнения, восприятия и освоения ее нередко называют «тайцзи-цигун». Кроме того, надо отметить следующее: из стилей айкидо эзотерическим считается «Ки-Айкидо», что создано мастером Коити Тохэй. В

этом айкидо обращает на себя внимание то обстоятельство, что восприятие его как боевого искусства, отходит на второй план, а главным фактором обращения к нему выступает умение управлять личной энергетикой «Ки». К этим системам относится и система «цигун». Надо сказать здесь и о следующем: есть тантра – это особое направление совершенства человека, когда в основу действия ставится эзотерическое, то есть мистическое, развитие свойств личности, что занимается боевым искусством. В группу тантрического боевого искусства относятся, к примеру, астральное каратэ Гуру Вар Авери, и, опять же, айкидо, что было достигнуто в высшем своем развитии мастером Морихэем Уэсибой.

6. Религиозная. Распространяется исключительно в религиозной среде адептов, и, преимущественно, в буддийских и даосских монастырях. В них вносятся совершенно отличные качества, которыми пользуется только круг посвященных. Для примера скажем, что таким есть ушу, использовавшееся как основная система совершенствования в легендарном монастыре Шаолинь. При этом в основу совершенствования должны быть положены мантры и молитвы. Примером может служить Шоринджи-кэмпо, что создано в наше время и последователями которого считаются, опять же, буддийские монахи; славяно-горицкая борьба имеет религиозную направленность и формирует российское кэмпо. Есть и другие примеры.

То есть, внешне не трудно описать и оценить сегменты услуг бизнеса восточных единоборств для понимания его потребителями по направлениям оздоровления, духовного и физического развития человека. В соответствии с этим, избираются под потребителя средства тренировки, а наиболее требовательные слои населения, например, духовные лица или предпочитающие посещать закрытые от посторонних наблюдателей клубы по интересам в узком кругу, могут включиться в систему с учетом собственных физических возможностей. То есть, появляется надежда, что общие перспективы могут получить собственные очертания в схемах маркетинга и дальнейшее успешное развитие сотрудниками менеджмента. Это следует воспринимать как отправное положение, с которого начинается движение в Европу восточных единоборств. Но этот момент еще не обеспечивает массовое движение и успех.

Торможение движения восточных единоборств связано также с отражением исторической достоверности того, что европейские государства сформировали собственные образовательные системы. Эти системы оцениваются как открытые и эффективные по большинству учитываемых показателей, в том числе и по критерию эффективности физического развития, но в действительности остаются консервативными в плане включения в них новых систем физического развития. Этим утверждением и будем руководствоваться далее, оценивая общую образовательную систему по ее качеству, которая является открытой для граждан и приспособленной уже давно к их выбору. Но и этот момент, в котором поддерживается параметр консервативности как положительная характеристика высокой стойкости образовательной системы, отклоняет вхождение в размеренный ритм иных, даже весьма эффективных элементов, тоже не является окончательным тормозом.

Следующий момент связан с тем, что сферой физической культуры, физической подготовки и спорта занимается отлаженная государственная струк-

тура власти, ее система образования, органы самоуправления, предприятия, организации и среда культурного отдыха и проведения досуга. То есть, организационная среда оздоровительно-физической подготовки человека, как и на других территориях, функционирует укрупнено за тремя основами, а именно:

1. Государственная основа. Создаются учебные заведения, армия, специальные подразделения войск, разрешена сеть школ и спортивно-оздоровительных секций.

2. Общинно-религиозная основа. Получают социально-территориальную поддержку клубы по интересам, общины, объединения, охранные образования, территориальные громады.

3. Народная основа. Свободно регистрируется семья, территориальные культурные общества, кружки, образования, секции и школы по интересам.

Такая организационная среда выдвигает к специалистам физических систем воспитания стандартные требования, а именно профильные знания, навыки и умения от исполнителя тренировочного процесса, документальное подтверждение статуса. В плане общего ознакомления обращается внимание на следующее положение – в восточных единоборствах существо физического неразрывно связано с существом духовного, что не ново окружению и объединяет педагогическую европейскую среду. Но это же условие определяет и методическую схему тренировки, в основу которой ложатся и физический и духовный элементы, которые остаются вне поля контроля из-за их слабой выраженности в методических и учебных документах. Их связь, как совокупность методического единства, слабо просматривается и вносит в менеджмент субъектно-объектных отношений особенности, которые ожидают уточнения. Связано это с преобладанием субъективного свойства в методических положениях. Они вмещаются, как правило, в самом персонификаторе отношений, а именно: а) в воспитателе, б) в учителе, в) в наставнике, г) в тренере, д) в менеджере. Это разные за знаниями и структурами обязанностей специалисты, но объединяет их то единое, за которым следует искать, хотя и без государственных сертификатов, но опытных специалистов и им доверяться и входить с ними в доверительные отношения до тех пор, пока не подтвердится договоренный результат. Из перечисленных интерес представляют три позиции, а именно: тренеры, учителя и менеджеры. Данное обосновывается следующим образом.

1. Положение тренера-воспитателя или тренера-инструктора. Потребителя интересуют основы поведения такого специалиста в быту, в обществе, в контакте с самим потребителем, устои культуры, общения и профессиональной ориентации, образованность, семейное положение и т.п., обладает ли этот специалист педагогическим даром по передаче ожидаемого от него искусства. Не подтверждая квалификацию документально, а, только предъявляя пояса и сертификаты частных мастеров-сэнсэев и спортивных организаций, приходится входить с ними в контакт. На начальном этапе посредством бесед и игр тренером-воспитателем ведется духовная подготовка окружения к переходу на собственные средства жизнеобеспечения, а посредством приобщения к физической культуре, включения в мероприятия оздоровления, досуга, игр и спорта создается интерес к физическому развитию личности, а поэтому хотелось бы знать уровень подготовки и в этом направлении. На последующих этапах данное направление действий требует обращения к образованности тренера-инструктора и его умениям активизации знаний и навыков по схемам менедж-

мента. Несмотря на то, что сферы воспитателя и организатора взаимодействия отличаются друг от друга по содержанию и структуре, но по большинству деталей и сторон они дополняют друг друга, и становятся полезными. Следует уточнить, кроме того, следующее: если специалист переходит в спортивную систему производства услуг с промышленного предприятия, то как эти системы структурно отличаются по целям, действиям и предметному наполнению от тех, что функционируют в системе управления хозяйствующими предприятиями и организациями. Об этом свидетельствует и собственно объект воздействия – в экономиках различных типов [12], перерабатывая сырье, гарантированно производятся товары и услуги для удовлетворения личных и общественных потребностей на условиях обмена и реализации, в то же время как в данном случае труд затрачивается без гарантии того, что субъект, с которым проводится процедура взаимодействия, со временем осознает и превратится в общественно полезного производителя или в эффект. То есть здесь взаимодействуют фрактальные участники, к которым выдвигается на начальной стадии потребления услуги множество вопросов и требований.

2. Положение учителя или наставника. В отдельных государствах оба специалиста воспринимаются как однородные по функциям образования, ибо здесь взаимодействуют фрактальные субъекты обучения. Задача, что выдвигается перед учителем, сводится к наделению ученика такими знаниями, навыками и умениями, чтобы он превратился в производительную силу общества в установленное время его зрелости и на созданном государством рабочем месте, а перед наставником – передать и закрепить переданное. Требуется потребителю услуги знать, на что можно рассчитывать от таких специалистов в области физической культуры.

3. Положение менеджера. Задача менеджера в образовании, физической культуре, спортивно-оздоровительных процессах и мероприятиях досуга под интерес потребителя – разработать эффективную программу развития обозначенного ряда физических качеств, оздоровления или получения удовольствия. Методическим подходом к решению задачи является то, что любая культура физического предназначения, в том числе и восточные единоборства, как организационный порядок, возникла в определенный момент из хаоса, и на новом витке развития отношений, восстановления, реструктуризации и распространения ее, такой порядок вытесняется хаосом и замещается снова порядком более высокого уровня. Данное применить на практике менеджеру возможно под контролем тренера-воспитателя или тренера-инструктора. Для данного исследования причинами перехода порядка организованной системы «Восточные единоборства» к хаосу рассогласованной и невосприимчивой, а затем превращения ее из хаоса в порядок, который делает ее восприимчивой средой, выступают:

1) ментальность народа, перенимающего систему физического развития на первых порах с недоверием, что требует отведения некоторого времени на адаптацию и признание ее полезности и эффективности;

2) образовательная система, которая оказывается готовой к восприятию и воспроизводству в начале движения исключительно формальных сторон новой системы, но беспомощной к восприятию скрытых моментов психологического и сакрального взаимодействия, что делает ее воспроизводимой и восприимчивой фрагментарно и только в некоторых ее формах, частях и элементах;

3) собственно система менеджмента восточных единоборств, которая должна решать задачи:

а) организационную. Осуществляется поиск профессионально обученных наставников и тренеров, владеющих авторитетом, системой и знаниями. Эффективность психолого-педагогической их деятельности зависит от структуры знаний, навыков и умений, критичности отношения к делу и к участникам тренировочного процесса.

б) учебно-методическую. Предлагается системно научно- и методически обоснованный тренировочный процесс, включающий в себя эффективный механизм педагогического и функционального воздействия на воспитанника, а для этого обоснованно избирать технические элементы и методики их освоения.

в) сущностную. Аккумулируется знание о глубинном и прагматическом содержании восточных единоборств.

Напомним здесь о том, что многие рекламные и разъясняющие положения восточных единоборств не могут быть донесены до сознания потребителя, ибо требуется переходить от теории к практике. Остается надежда на то, что ментальность народов Европы сохраняет, с одной стороны, мощные защитные реакции к новому не только в физкультурном движении, но и во многих сферах государственного и политического устройства, социального и хозяйственного обеспечения, общественного и экономического регулирования процессов, проникновения внешнего в среду, а с другой – эта ментальность не является непреодолимой и остается достаточно восприимчивой и гибкой к нечто новому. Отдельные несогласованности, которые выявляются, требуется дополнительно пояснять и преодолевать, включая методами менеджмента и педагогический такт собеседника. Для убедительности может быть применена демонстрационная схема тренировки и показательных моментов единоборцев, для чего требуется разрабатывать и создавать а) демонстрационные ролики, б) рисунки, изображения и блок-схемы, в) бизнес-планы и бизнес-программы, г) бизнес-процессы.

Данное распределение позволяет разрабатывать и красочно доводить до сведения потребителя информацию:

1) в форме демонстрационных роликов существо физической культуры и спортивно-оздоровительной гимнастики, рассчитанных на контингенты ученической и студенческой молодежи, неработающего населения и жителей любого иного возраста;

2) в форме рисунков, изображений и блок-схем методике и программы развития молодежи в учебных заведениях военного, спортивного, медицинского и юридического профилей обучения, где эти системы весьма актуальные и истребованные;

3) в форме бизнес-планов и бизнес-программ представлять преимущества систем рукопашного противостояния и сопротивления без применения оружия, элементы и приемы повышения и совершенствования личных духовных и физических качеств, необходимых как военнослужащим в армейских формированиях, так и слушателям специальных кафедр профессиональной подготовки военных кадров;

4) в форме бизнес-процессов способы и формы узкоспециализированной профильной подготовки человека к выполнению специальных заданий, требующих от него включения запредельных или граничных мыслительных и физических возмож-

ностей и людского ресурса в областях космонавтики, испытания новых летательных аппаратов и выполнения особых государственных поручений.

Продвигая на рынок восточные единоборства, требуется в рекламные проспекты включать информацию о следующем: наравне с физическими способностями, единоборец развивает в себе наблюдательность и такие свойства организма и центральной нервной системы, что приспособлены к сохранению, мобилизации и применению редких знаний и уникальных умений в нестандартных средах и экстремальных ситуациях.

Выводы. Методологической основой вхождения восточных единоборств на рынок Украины выступает системный подход, основанный на менеджменте и маркетинге разработки рекламной и разъяснительной программы. Исходными моментами такой программы выступают:

а) внешние признаки проявления восточных единоборств, главными среди которых связываются с совершенствованием и развитием общих черт физического здоровья, таких как выносливость, гибкость, красота тела, ловкость и сила, с выполнением нормативных требований и спортивным достижением признания и успехов, зрительскими удовольствиями и времяпрепровождением;

б) скрытые моменты связываются с моментом улучшения таких характеристик как бесстрашие, стойкость, умение постоять за себя.

Перспективы дальнейших исследований в данном направлении. Планируется осуществить поиск способа модельного отображения системы восточных единоборств. Ориентиром выступает сходство двух моделей, которые позволяют описать существо исследования. Первая модель – это организационно-функциональная модель, которая строится на позициях науки о менеджменте и положениях моделирования, а вторая – это феноменологическая модель, которая основана на условиях проявления вероятности, фиксации неопределенности и предположениях о фрактальности восточных единоборств и комплиментарности взаимодействия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бритченко И. Г. Макромаркетинг (поведение, реклама, администрирование) / И. Г. Бритченко, М. И. Белявцев, А. А. Садеков. – Д. : ДонГУЭТ, ДонНУ, 2002. – 427 с.
2. Бритченко И. Г. Организационные основы взаимодействия спортивного бизнеса: постановка и последовательное движение к инновационному управлению в Украине / И. Г. Бритченко, В. Г. Саенко // e-Journal VFU; Секция «Администрация, управление и экономика». – Варна : ВСУ "Черноризец Храбър", 2016. – № 9. – С. 1 – 32.
3. Гринин В. Г. Основы менеджмента и маркетинга / В. Г. Гринин, В. Г. Саенко, А. В. Толчева. – Луганск : Изд-во ЛНПУ имени Тараса Шевченко, 2004. – 304 с.
4. Друкер П. Ф. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения / П. Ф. Друкер. – пер. с англ. М. Котельниковой. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 1998. – 288 с.
5. Ермошенко М. М. Маркетинговый менеджмент : навч. посібник / М. М. Ермошенко. – К. : НАУ, 2001. – 204 с.

6. Кириленко О. Социологический анализ спортивной активности населения Украины / О. Кириленко // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2007. – № 3. – С. 169-187.
7. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб.: ПитерКом, 1998. – 896 с.
8. Саенко В. Г. Ступени образования спортивных менеджеров в организациях восточных единоборств / В. Г. Саенко // Физическое воспитание, спорт, физическая реабилитация и рекреация: проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]: материалы VI Междунар. электрон. науч.-практ. конф. – Красноярск: Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т, 2016. – С. 203 – 206.
9. Саенко В. Г. Услуга по развитию физической способности человека в среде спортивного бизнеса [Электронный ресурс] / В. Г. Саенко // Эффективная экономика. – 2016. – № 7. – Режим доступа: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5079>.
10. Саенко В. Г. Финансирование программ по физической культуре и спорту / В. Г. Саенко // Современные здоровьесберегающие технологии. – Орехово-Зуево: ГГТУ, 2016. – № 3. – С. 141-151.
11. Степанова О. Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций: учеб. пособ. в 2-х ч. / О. Н. Степанова. – М.: Прометей, Московский педагогический государственный университет, 2013. – Ч. 2. – 268 с.
12. Толчева А. В. Переходной экономикой формируется новый тип экономического мышления / А. В. Толчева, Т. А. Горягина // Соц.-эконом. проблемы перетворения громадянського суспільства: сучасне і майбутнє. – Луганськ: Вид-во ЛНДІ соціально-трудових відносин, 2004. – С. 82-86.
13. Шубін А. А. Маркетинг менеджмент: новые решения / А. А. Шубін, І. Г. Брітченко, Р. К. Перепелиця, Г. І. Брітченко. – Донецк: ДонДУЕТ, 2007. – 326 с.
14. Hoye R. Sport management: principles and applications / R. Hoye, A. C. Smith, M. Nicholson & B. Stewart. – Routledge, 2015. – 230 p.
15. Kotler P. Principles of marketing / P. Kotler, G. Armstrong. – Pearson education, 2010. – 630 p.
16. Lee Y. H. The Sports Business in The Pacific Rim: Economics and Policy / Y. H. Lee, R. Fort. – Springer, 2014. – Vol. 10. – 384 p.
17. Mintzberg H. Il lavoro manageriale in pratica. Quello che i manager fanno e quello che possono fare meglio / H. Mintzberg. – FrancoAngeli, 2014. – 170 p.
18. Nite C. An Examination of Sport Management Doctoral Programme Research Requirements / C. Nite, J. N. Singer // Educate~, 2013. – 13(2). – pp. 24-35.
19. Saienko V. G. Marketing and management in the field of sports business / V. G. Saienko // Proceedings of academic science – 2016: XI International scientific-practical conference. – United Kingdom: Science and Education Ltd, 2016. – pp. 29-35.
20. Thieme L. Zur Konstitution des Sportmanagements als Betriebswirtschaftslehre des Sports / L. Thieme // Entwicklung eines Forschungsprogramms, 2011. – Vol. 1. – 434 p.