

ПЕРСПЕКТИВЫ МАСШТАБИРОВАНИЯ ЛОКАЛЬНЫХ СПОРТИВНЫХ ЛИГ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК

М.К. Шамканов, генеральный директор
LLC Barsbek Absolute Challenge
(Кыргызстан, г. Бишкек)

DOI:10.24412/2411-0450-2025-11-325-332

Аннотация. В рамках статьи рассматриваются перспективы к конструированию модели масштабирования локальных спортивных лиг на международные рынки на примере инновационного турнира по единоборствам Barsbek Absolute Challenge. Выделены детерминанты успеха – оригинальный регламент, цифровые механики продвижения и целенаправленное формирование брендов атлетов. Отдельно сделан акцент на аналитике синтеза правил как инструмента повышения зрелищности и расширения пула участников за счет привлечения бойцов из смежных дисциплин. В заключение сформулированы практико-ориентированные рекомендации и предложена пошаговая схема международной экспансии. Материал адресован спортивным менеджерам, промоутерам и руководителям спортивных федераций.

Ключевые слова: спортивный менеджмент; масштабирование лиг; гибридный спорт; единоборства; управление брендом; вовлечение аудитории; франчайзинг в спорте; Barsbek Absolute Challenge.

В эпоху изменяющейся спортивной индустрии и усиления гегемонии крупных транснациональных лиг (UFC, NBA, FIFA) локальные и нишевые промоушены оказываются перед совокупностью системных вызовов. Параллельно формируется выраженный зрительский запрос на новые, более динамичные и нестандартные соревновательные форматы, что открывает возможности для предпринимательских и исследовательских инициатив. Особенно отчетливо данный сдвиг проявляется в единоборствах: интерес аудитории смещается от «чистых» дисциплин к универсальным спортсменам и гибридным поединкам. При этом значительная часть научного дискурса в спортивном менеджменте концентрируется на масштабировании уже институционализированных лиг, фактически оставляя вне поля зрения стратегии роста для стартапов с уникальным продуктом [1, 2]. Настоящее исследование адресует этот разрыв, предлагая анализ потенциала междисциплинарного формата как ключевого двигателя международной экспансии.

Цель исследования заключается в формулировании научно-обоснованной модели масштабирования локальной спортивной лиги с инновационным междисциплинарным регламентом для выхода на международные рынки.

Задачами исследования являются:

1) Идентифицирование современных теоретических подходов и прикладных стратегий интернационализации спортивных организаций на основе актуальной научной литературы.

2) Осуществление разбора кейса турнира Barsbek Absolute Challenge, выделив определяющие факторы локального успеха (уникальный регламент, маркетинговая архитектура, финансовая конфигурация).

3) Интегрирование полученных результатов и предложение универсальной поэтапной модели международной экспансии для сопоставимых нишевых проектов.

Научная новизна состоит в том, что в качестве методологической опоры для модели интернационализации впервые рассматривается гибридный соревновательный регламент, синтезирующий несколько дисциплин. В отличие от работ, фокус которых ограничен маркетинговыми или финансовыми аспектами, данный подход помещает в центр анализа собственно «продукт» – спортивное зрелище и демонстрирует, что его инновационность является первичным условием успешного масштабирования.

Авторская гипотеза основывается на предположении о том, что локальная лига, сконструированная вокруг уникального и

тщательно проработанного междисциплинарного регламента, обладает заметно более высоким потенциалом быстрого и успешного выхода на международную арену по сравнению с лигами, использующими традиционные модели.

Материалы и методы

Теоретико-методологический фундамент исследования составили актуальные работы по спортивному менеджменту, маркетингу и экономике, в совокупности обеспечившие целостное видение механизмов интернационализации в спортивной сфере.

Малькова И.В. [1] отмечает, что в условиях российской экономики, модель франчайзинга в спорте, фиксирует не только возможности экспансии (масштабируемость форматов соревнований, унификация операционных процедур, снижение транзакционных издержек обучения партнёров), но и ограничения, связанные с регуляторной изменчивостью, асимметрией компетенций и доступом к финансированию.

Эмпирические модели спонсорства, описанные Сяо К.Х., Тан К.Ю., Су Ю.С. [2], демонстрируют, что активации, построенные на опытном маркетинге, опосредуют связь «качество спонсорского взаимодействия → удовлетворённость → капитал бренда → намерение покупки», а значит, в международном контексте решающей становится способность лиги локализовать опыт – от фан-зон и AR-активаций до ко-создания контента с микроинфлюенсерами.

Петров П.К. [3] описывает, что переход к цифровым средам компетенций (аналитика данных, медиапроизводство, киберфизические тренировки), способен повысить институциональную готовность лиг к международным партнёрствам благодаря унификации профессиональных стандартов.

Сельский А.К. [4] фиксирует роль облачных платформ, ИИ-аналитики фан-поведения, трансграничных OTT-каналов и Web-сообществ для монетизации за пределами локальных рынков; при этом в исследовании подчёркиваются барьеры интероперабельности и дефицит венчурного финансирования на ранних стадиях.

В сравнительно-институциональной перспективе, Салех Х.М., Таджил Э.К. [5] проводят анализ трансформаций мировой индустрии

на примере Английской премьер-лиги, демонстрируют, как сочетание централизованной продажи медиа-прав, строгого лицензирования и глобальных маркетинговых альянсов конвертируется в международную аудиторию и инвестиционную привлекательность.

Отчерцов М.В. [6] предлагает матрицу ответственности стратегий роста и организационных архетипов: от продуктово-сервисной диверсификации (медиаконтент, мерчандайзинг, спортивный туризм) до сетевых платформ, где лига становится координирующим узлом экосистемы партнёров.

Систематический обзор вовлечённости клиентов в спорте, проведенный Макдональд Х. и др. [7] демонстрируют таксономию engagement-конструктов (поведенческого, эмоционального, когнитивного), выделяя омниканальные траектории участия (присутствие на матчах, социальные сети, контент-экономика, фэнтези-лиги) и подчёркивая необходимость учёта контекстов лиги и культуры.

Бобровский Е.А. [8] считает, что государственные проекты – от субсидий на оснащение до поддержки информационных технологий – создают экстерналии для всей экосистемы, понижая барьеры входа и повышая стандарты инвентаря и данных; при этом устойчивость эффекта зависит от сопряжения мер поддержки с частными инвестициями и механизмами отбора проектов.

Для нишевых видов спорта, Санахуджа-Перис Г., Агулло-Калатаюд В., Блай-Арраес Р. [9] описали, что устойчивое фан-сообщество строится на «ресурсной бережливости», идентичности «Давид против Голиафа», микросегментации и механизмах совместного производства ценности болельщиками.

На уровне инструментов коммуникации Мартинус Дж., Даффетт Р. Г., Нотт Б. [10] описывают, что принятие социальных сетей как основного медиаканала – не просто дешёвая альтернатива, но и способ институционализации связей со спонсорами (прозрачные метрики, таргет-аудитории, сторителлинг), что особенно важно при выходе на новые рынки.

Помимо теоретического анализа, немаловажным методом исследования был избран

кейс-стади турнира по грэпплингу Barsbek Absolute Challenge – инновационного спортивного проекта, запущенного в Центральной Азии. Эмпирическая база формировалась на основе комплекса качественных и количественных методов, проведенных в ходе организации и анализа первых турниров серии. В их число вошли: прямое включенное наблюдение за соревновательным процессом; видеоанализ поединков для выявления тактико-технических особенностей гибридного регламента; мониторинг вовлеченности аудитории в цифровых медиа (социальные сети, видеохостинги) с анализом охватов и просмотров. Выбор данного кейса обусловлен его уникальным междисциплинарным регламентом, а также тем, что автор исследования, являясь генеральным директором проекта, обладает необходимым доступом к первичным организационным, финансовым и маркетинговым данным, что обеспечивает высокую достоверность и глубину анализа.

Несмотря на проведенные исследования, в корпусе работ выявляются противоречия. Во-первых, напряжение между стандартизирующей логикой франчайзинга и необходимостью культурной локализации фан-опыта: жёсткие стандарты снижают вариативность локальных активаций, тогда как исследования вовлечённости и нишевых сообществ требуют высокой чувствительности к контексту. Во-вторых, дилемма централизованных медиа-прав и открытых платформ болельщического сопроизводства: кейс АПЛ демонстрирует эффективность жёсткой централизации, но цифровые экосистемы и социальные сети подталкивают к более распределённым моделям монетизации. В-третьих, технологический оптимизм (ИИ-аналитика, OTT, sporttech) сталкивается с институциональными ограничителями – от фрагментации прав на данные и контент до неравенства компетенций между центром и периферией лиги. Наконец, государственная поддержка, повышая базовый уровень инфраструктуры, не гарантирует рыночной устойчивости без встроенных механизмов отбора и коинвестиций.

Результаты

Эмпирическую основу исследования составило рассмотрение организационной, соревновательной и медийной деятельности лиги Barsbek Absolute Challenge (турнир по

грэпплингу, в котором реализован уникальный междисциплинарный регламент) за период её существования. Совокупность выявленных фактов позволяет выделить ключевые детерминанты успеха проекта и оценить его потенциал к масштабированию. Проведённый анализ показывает, что решающим фактором выступает оригинальность концепта. В противоположность классическим лигам, ограниченным одной дисциплиной (например, исключительно бразильское джиу-джитсу или только ММА), Barsbek Absolute Challenge изначально выстроен как интеграционная платформа. Организаторам удалось снять барьеры конкурентной изоляции между представителями различных борцовских школ (вольная и греко-римская борьба, дзюдо, самбо и др.), предоставив им единое поле соревнования. Это соответствует общей динамике рынка, где усиливается тренд к гибридизации и формированию «супер-боёв», пересекающих границы промоушенов и дисциплинарных рамок, что продиктовано запросом аудитории на новизну и редкие по атлетической выразительности противостояния.

Ключевым механизмом воплощения междисциплинарной идеи стал специально синтезированный регламент. Он сконструирован путём комбинирования наиболее динамичных и зрелищных положений правил ведущих организаций по грэпплингу – ADCC (Submission Grappling) и UWW Grappling – с добавлением элементов шоу и пораундной структуры, унаследованных из ММА [3, 4].

Разработанные правила обеспечили бойцам разных школ возможность результативно капитализировать собственные сильные стороны. Так, дзюдоисты и самбисты эффективно реализуют бросковый арсенал, тогда как специалисты джиу-джитсу – преимущества в партере. Заимствование характерных для ММА решений (чёткая раундовая организация, акцент на активном ведении поединка) повысило темповую насыщенность схваток и сделало их понятнее широкой аудитории, не углублённой в тонкости грэпплинга. Опора на нормы авторитетных международных институтов (ADCC, UWW) сформировала высокий уровень доверия со стороны спортсменов и тренеров, что проявилось в отсутствии протестов и отказов от участия.

Таким образом, архитектура регламента турнира выступает критическим параметром его зрелищности и медийной капитализации: именно она определяет темпоритм поединков, спектр применяемых техник и общую драматургическую композицию соревнований.

Анализ совокупности данных, полученных по итогам турниров Barsbek Absolute Challenge, свидетельствует о выраженной результативности проекта по ключевым направлениям.

1) Вовлечение аудитории и медиа-охват. Проект продемонстрировал значительный охват пользователей в социальных сетях (Instagram, YouTube, Telegram). Видеозаписи поединков получили распространение, что фиксирует высокий уровень интереса со стороны онлайн-сообщества и подтверждает медийную привлекательность продукта.

2) Привлечение и развитие атлетов. В турнирах приняли участие спортсмены из разных видов спорта, включая чемпионов и мастеров спорта международного класса. Показательным маркером эффективности модели является то, что заметная часть участников после выступления на Barsbek Absolute Challenge получила предложения о сотрудничестве от более крупных лиг. Тем самым турнир выступает не только соревновательной площадкой, но и карьерным трамплином для атлетов.

3) Финансовая и организационная устойчивость. Проект вышел на полную окупаемость за счёт спонсорских средств, продажи билетов и донатов. Сформирована высокая лояльность партнёров, выразивших готовность к продолжению сотрудничества, что подтверждает коммерческую жизнеспособность представленной бизнес-модели на локальном уровне.

Для локальных и нишевых спортивных организаций критическим драйвером привлечения спонсоров и достижения финансовой устойчивости является конструирование сильного цифрового бренда и формирование вовлечённого онлайн-сообщества, зачастую опережающие по эффективности традиционные билетные источники дохода [5, 6].

На основании проведённого анализа Barsbek Absolute Challenge может быть квалифицирован как уникальный проект без прямых региональных аналогов в Центральной Азии. Его конкурентное преимущество – доказавшая свою эффективность и легитим-

ность гибридная модель, пригодная к использованию для иных рынков.

Обсуждение

Полученные эмпирические данные позволяют выйти за рамки констатации удачного примера и перейти к аналитическому осмыслению с формализацией универсальной конструкции. Успех Barsbek Absolute Challenge не случаен: он является результатом продуманной интеграции трех взаимодополняющих компонентов – инновационного продуктового решения, действенной маркетинговой архитектуры и устойчивой организационной конфигурации. В этом разделе рассматривается логика их взаимосвязи и то, каким образом на данной связке может быть построена стратегия международной экспансии.

Сопоставление с устоявшимися форматами демонстрирует, что гибридная конфигурация Barsbek Absolute Challenge адресует ряд базовых изъянов. Традиционные лиги по грэпплингу часто характеризуются сниженной динамикой и избыточной регулятивной сложностью для массового зрителя. Лиги ММА, напротив, предъявляют высокий порог вхождения для узкоспециализированных борцов, не ориентированных на ударную технику. Предложенный формат занимает промежуточную, но отличимую позицию между этими полюсами, обеспечивая зрелищность, присущую ММА, без сопоставимого уровня травмоопасности, и сохраняющую техническую многомерность грэпплинга без присущей ему монотонности.

Для систематизации указанных преимуществ вводится авторская концептуальная рамка «Трёх столпов гибридной спортивной лиги». В центральной позиции расположен Инновационный регламент – техническое ядро, придающее формату уникальность как спортивному зрелищу. Его функция – выровнять стартовые условия для атлетов из разных школ и одновременно индуцировать темповые, ориентированные на активность поединки. От этого ядра непосредственно питаются два смежных блока: атлето-центричный маркетинг и медиа-ориентированный продукт. Первый переносит фокус с «ивента как такового» на нарративы о самих участниках – «вольник против джитсера», «дзюдоист против самбиста», – создавая интригу, которая масштабирует интерес аудитории. Второй

конвертирует эти сюжеты в шоу-форму: высококачественная трансляция, выразительная графика, профессиональная комментаторская подача – все это делает контент понятным и притягательным для широкого круга зрителей [7, 8].

В результате продукт перестает быть просто «турниром по борьбе» и превращается в «сериал о противостоянии сильнейших борцов». Для наглядной фиксации конкурентных преимуществ данной конструкции в таблице 1 будет выполнен сравнительный анализ с действующими форматами.

Таблица 1. Сравнительный анализ форматов лиг единоборств [5-7]

Критерий	Традиционный Грэпплинг (IBJJF, ADCC)	Традиционное MMA (UFC, Bellator)	Гибридный Формат (Barsbek Absolute Challenge)
Целевая аудитория	Узкоспециализированная (спортсмены, фанаты BJJ)	Широкая, мейнстримная	Широкая, объединяющая фанатов разных видов борьбы
Пул атлетов	Ограничен специалистами по грэпплингу/BJJ	Требует универсальных бойцов (ударная и борцовская техника)	Открыт для специалистов из всех видов борьбы (дзюдо, самбо и др.)
Зрелищность	Переменная, часто низкая для неспециалистов	Высокая, но с высоким уровнем травматизма	Стабильно высокая за счет динамичных правил, низкий травматизм
Порог входа для атлетов	Низкий для борцов, высокий для ударников	Очень высокий (требуется владение всеми аспектами боя)	Низкий для борцов, закрыт для чистых ударников
Потенциал сторителлинга	Средний ("технарь против технаря")	Высокий ("противостояние стилей и личностей")	Очень высокий ("противостояние целых школ и наций")

Как следует из сравнительной матрицы, гибридный формат занимает стратегически выигрышную позицию, селективно интегрируя сильные стороны смежных дисциплин. Опираясь на столь прочную основу, становится

возможным построение траектории масштабирования. В этой связи предлагается авторская «поэтапная модель международной экспансии гибридной лиги» (ММЭГЛ), которая для наглядности отражена на рисунке 1.

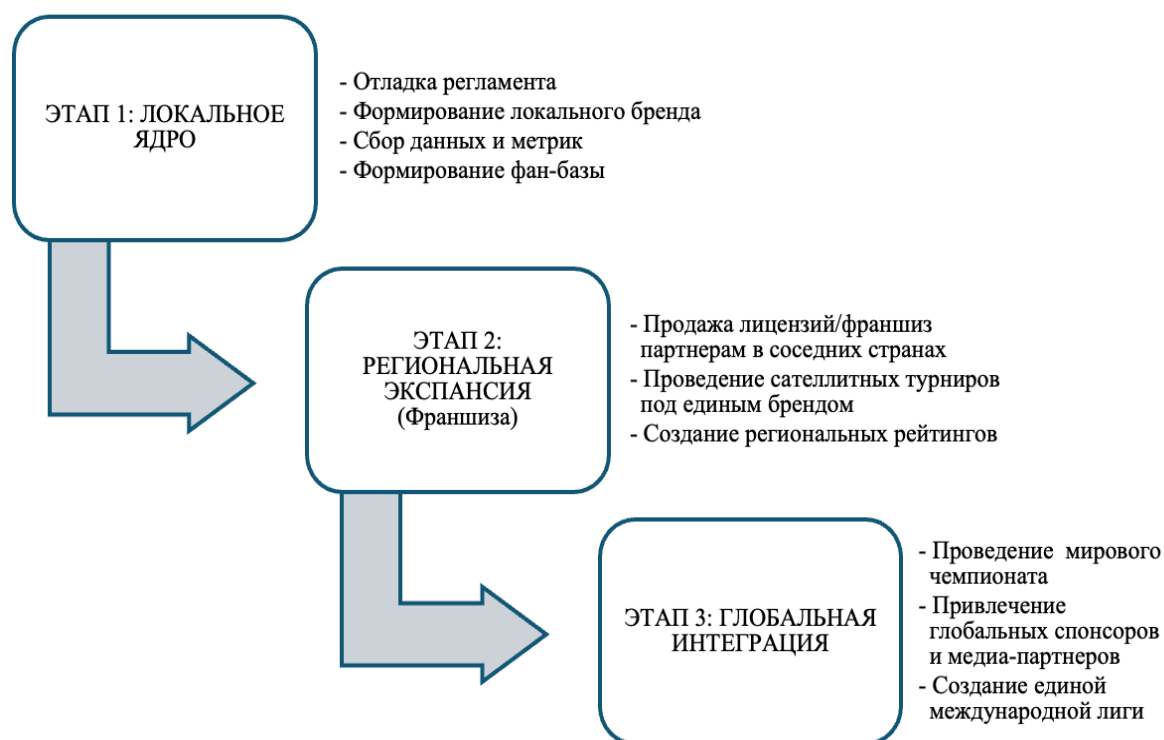


Рис. 1. Поэтапная модель международной экспансии (ММЭГЛ) [3, 9, 10]

Предлагаемая конструкция задаёт траекторию поступательного и управляемого развития. На стартовой фазе, уже реализованной в проекте Barsbek Absolute Challenge, продукт создаётся и проходит верификацию на домашнем рынке; ключевая цель – подтвердить состоятельность концепции и накопить эмпирические данные. На следующем этапе масштабирование осуществляется через франчайзинговый механизм: организация-основатель передаёт локальным промоутерам в других странах комплексный пакет – права на бренд, детально описанные операционные

регламенты, методику организации и набор маркетинговых материалов. Такая архитектура обеспечивает быстрое географическое расширение при минимизации капитальных затрат и снижении операционных рисков. Финальная ступень – кульминация экосистемы: победители региональных франшиз сходятся в едином мировом чемпионате, формируя глобальное медийное событие и привлекая крупных спонсоров. При этом практическая имплементация модели требует учёта и постоянного мониторинга потенциальных рисков, прописанных в таблице 2.

Таблица 2. Матрица рисков и стратегии их митигации при международной экспансии [2, 3, 6, 10]

Категория риска	Описание	Стратегия митигации
Регуляторный	Различия в законодательстве и правилах атлетических комиссий в разных странах.	Разработка гибкого "модульного" регламента, который можно адаптировать под местные требования без потери основной концепции. Юридическая экспертиза на каждом новом рынке.
Культурный	Несоответствие формата или маркетинга культурным особенностям новой аудитории.	Привлечение локальных партнеров (франчайзи) с глубоким пониманием местного рынка. Адаптация маркетинговых кампаний под культурный код региона.
Конкурентный	Появление подражателей или активное противодействие со стороны уже существующих лиг.	Построение сильного глобального бренда. Постоянные инновации в регламенте и формате шоу. Формирование эксклюзивных контрактов с лучшими атлетами.
Операционный	Потеря контроля качества при быстрой экспансии через франчайзинг.	Создание четкой системы стандартов (brand book, event manual). Внедрение системы обучения и сертификации для франчайзи. Регулярный аудит проводимых турниров.

В результате интеграции всех компонентов модель формирует самоподдерживающуюся экосистему – своего рода «маховик роста»,

который накапливает инерцию и усиливает собственную динамику (рис. 2).

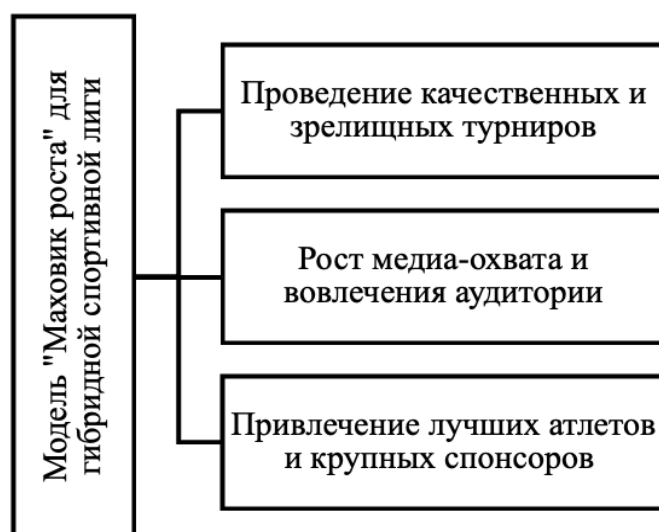


Рис. 2. Модель «Маховик роста» для гибридной спортивной лиги [1, 4, 10]

На рисунке 2 представлена основа модели, в рамках которой каждый последующий узел усиливается предшествующим. Результативные турниры порождают контент, что ведёт к расширению медийного присутствия. Увеличившаяся видимость и охват, в свою очередь, притягивают элитных атлетов (ориентированных на символический капитал славы) и спонсоров (ориентированных на масштаб аудитории). Привнесённые спонсорские ресурсы и участие звёзд формируют предпосылки для проведения последующих турниров на более высоком уровне качества и масштаба, тем самым переводя систему на новый виток с возрастающим импульсом.

Подводя итог следует отметить, что анализ кейса Barsbek Absolute Challenge в сопряжении с теоретическими моделями позволил выстроить целостную стратегию масштабирования, основанную не на заимствовании чужих практик, а на капитализации собственной уникальности. Предложенная модель ММЭГЛ в комбинации с концепцией «Трёх столпов» и «Маховика роста» формирует универсальный фреймворк, применимый к другим нишевым спортивным организациям.

Выводы

Исследование было направлено на конструирование модели масштабирования локальных спортивных лиг до уровня международных рынков. В ходе работы все исследовательские задачи были последовательно выполнены, что позволило сформулировать следующие итоги.

Во-первых, критический обзор актуальной научной литературы подтвердил, что вектор интернационализации спорта определяется цифровизацией, приоритизацией вовлеченности аудитории и разработкой отличимого ценностного предложения. Эффективные траектории роста демонстрируют смещение от классических иерархических конфигураций к адаптивным сетевым решениям, в частности к франчайзинговым архитектурам.

Во-вторых, углубленный анализ кейса Barsbek Absolute Challenge выявил набор детерминант успеха, положенных в основу предлагаемой модели. Показано, что центральным механизмом является инновационный гибридный регламент, снимающий проблему конкурентной изоляции между различными школами единоборств и формирующий зрелищный, медиа-емкий продукт. Устойчивые результаты на локальном этапе, подтвержденные эмпирически (охваты аудитории, уровень участия атлетов, финансовая окупаемость), свидетельствуют о практической состоятельности концепции.

В-третьих, на основе синтеза теоретических положений и эмпирического материала разработана авторская «Поэтапная модель международной экспансии гибридной лиги» (ММЭГЛ). Модель задает ясную трехступенчатую стратегию:

- 1) разработка и валидация концепции на локальном рынке;
- 2) региональное наращивание присутствия посредством франчайзинга;
- 3) глобальная интеграция путем проведения мировых чемпионатов. Концепция усилена прикладными инструментами – идеей «Трёх столпов продукта» и матрицей рисков, – что обеспечивает ее непосредственную операциональную применимость.

Таким образом, выдвинутая гипотеза о том, что уникальный междисциплинарный формат выступает драйвером международного масштабирования, получила эмпирико-теоретическое подтверждение. Представленная модель может служить дорожной картой для промоутеров, спортивных менеджеров и инвесторов, ориентированных на вывод локальных инновационных проектов на глобальные площадки. Перспективы дальнейших исследований связаны с рассмотрением юридической составляющей международного спортивного франчайзинга и анализом механизмов культурной адаптации гибридных форматов в различных национальных контекстах.

Библиографический список

1. Малькова И.В. Франчайзинговая модель бизнеса: сущность, тенденции развития, проблемы и перспективы в российской экономике // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). – 2022. – № 3. – С. 21-44.
2. Hsiao C.H., Tang K.Y., Su Y.S. An empirical exploration of sports sponsorship: Activation of experiential marketing, sponsorship satisfaction, brand equity, and purchase intention // *Frontiers in Psychology*. – 2021. – Т. 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.677137>.

3. Петров П.К. Возможности и проблемы цифровой трансформации физкультурного образования и сферы физической культуры и спорта // Вестник Удмуртского университета. Серия Философия. Психология. Педагогика. – 2023. – Т. 33. – № 2. – С. 162-173.

4. Сельский А.К. Цифровая трансформация и инновационные технологии в спортивной индустрии: анализ глобальных тенденций и российских практик рынка спорттех // Российский журнал информационных технологий в спорте. – 2024. – Т. 1. – № 2. – С. 34-45.

5. Saleh H.M., Thajeel E.K. Transformations in the global sports industry: reality challenges and investment prospects-the english premier league as a model // Multilateral: Jurnal Pendidikan Jasmani dan Olahraga. – Т. 24. – № 2. – С. 224-237.

6. Отчерцов М.В. Элементы типологического подхода к управлению развитием диверсифицированных организаций спортивной индустрии // Экономика, предпринимательство и право. – 2024. – Т. 14. – № 6. – С. 3149-3178.

7. McDonald H. et al. Customer engagement in sport: An updated review and research agenda // Journal of Sport Management. – 2022. – Т. 36. – № 3. – С. 289-304. <https://doi.org/10.1123/jsm.2021-0233>.

8. Бобровский Е.А. Роль государственных проектов в развитии спортивного оснащения и продвижения спортивных информационных технологий // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2021. – Т. 10. – № 1 (34). – С. 91-94.

9. Sanahuja-Peris G., Agulló-Calatayud V., Blay-Arráez R. David against Goliath: Diagnosis and Strategies for a Niche Sport to Develop a Sustainable Fan Community // Sustainability. – 2021. – Т. 13. – № 24. <https://doi.org/10.3390/su132413594>.

10. Marthinus J., Duffett R.G., Knott B. Social media adoption as a marketing communication tool by non-professional sports clubs: a multiple case study approach // International Journal of Sports Marketing and Sponsorship. – 2025. – Т. 26. – № 6. – С. 14-31. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-04-2024-0082>.

PROSPECTS FOR SCALING LOCAL SPORTS LEAGUES TO THE INTERNATIONAL MARKET

M.K. Shamkanov, *General manager*
Absolute Challenge LLC
(Kyrgyzstan, Bishkek)

Abstract. *This article examines the prospects for developing a model for scaling local sports leagues to international markets, using the innovative martial arts tournament Barsbek Absolute Challenge as an example. The determinants of success are highlighted, including original regulations, digital promotion mechanisms, and targeted athlete branding. Special emphasis is placed on the analysis of rules synthesis as a tool for enhancing the spectacle and expanding the participant pool by attracting fighters from related disciplines. Finally, practical recommendations are formulated and a step-by-step plan for international expansion is proposed. This article is intended for sports managers, promoters, and heads of sports federations.*

Keywords: *sports management; league scaling; hybrid sports; martial arts; brand management; audience engagement; sports franchising; Barsbek Absolute Challenge.*