

як це сталося з такими українськими клубами, як «Говерла» та «Металіст», оскільки без участі у змаганнях клуб не зможе мати попит на свій продукт.

Література:

1. Разумовський С. О. Маркетинг фізичної культури як елемент соціальної сфери суспільства (соціально-філософський аналіз). *Слобожанський науково-спортивний вісник*. 2013. № 2. С. 199-203.
2. Лалак Н., Войтович І. Маркетинг професійного спорту: світовий досвід та перспективи розвитку в Україні. *Молода спортивна наука України*. 2008. Т. 1. С. 161-165
3. Тищенко Т. Б. Особливості формування готовності майбутніх фахівців фізичного виховання та спорту до маркетингової діяльності. *Науковий часопис* [Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова]. Серія 15: Науковопедагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт): зб. наук. пр. 2010. № 3. С. 307-310.

ЕКОНОМІЧНІ ПИТАННЯ У СФЕРІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПОРТУ

Безніс О.Є., ст. викладач

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сучасні зміни в українській спортивній сфері тісно пов'язані з перетвореннями в країні та є передумовою розвитку спортивного, фізкультурно-оздоровчого бізнесу як важливої складової національної економіки. Сьогодні фізична культура та спорт розглядаються як цінність і входять органічним компонентом у такі феномени, як «рівень життя» і «стиль життя», а фізичні кондиції та здоров'я розглядаються в суспільстві як визначальні фактори конкурентоспроможності особистості на ринку праці, її успішності в особистому, суспільному і професійному житті.

Таким чином, саме формування економічних знань у галузі спортивної індустрії реалізується через поєднання пізнавальних, теоретичних і практичних компонентів, що сприяє формуванню гармонійної, усебічно розвиненої особистості, для якої професійні знання, уміння й навички та їх постійне оновлення становлять основу самореалізації в економічній сфері суспільства.

Саме тому у нинішніх соціально-економічних умовах належить істотно змінити підходи до рівня фінансування галузі фізичної культури і спорту. З цією метою віднайти нові джерела державного фінансування та їх наповнення, змінити підходи фінансування галузі з місцевого бюджету, активізувати залучення позабюджетних коштів. Для цього потрібно, розробити та прийняти правові акти для залучення фінансових та матеріальних ресурсів у сферу фізичної культури і спорту, домогтися створення достатнього багаторівневого та багатоканального фінансування закладів фізичної культури і спорту що дасть можливість істотно покращити ефективність їх роботи та зміцнення їх

фінансового стану. Аналіз чинних нормативно-правових актів, з проблем фінансової політики держави в галузі фізичної культури і спорту, вказує на те що багато складових потребують оновлення відповідно реалій сьогодення, ринкових умов. Слід виробити стратегію фінансового забезпечення цієї галузі. Посилити роль фінансового контролю у ефективності використання виділених фінансових ресурсів.

За результатами дослідження виокремлено напрями маркетингової діяльності в галузі спорту з акцентом на необхідність спиратися на загальну концепцію виробничо-економічного маркетингу, тому що сучасна економіка пропонує сфері спорту механізм, за допомогою якого і здійснюється його комерціалізація. Особливістю розвитку маркетингу спортивної сфери є його поділ на соціальний, економічний та соціальний феномени.

Для цілей підвищення ефективності системи управління фізичної культурою і спортом з використанням принципів системи збалансованих показників необхідно оптимізувати організаційно-управлінську модель фізкультурно-спортивних організацій незалежно від форм власності й уніфіковану систему звітності про їхню діяльність.

Література:

1. Мічуда Ю. П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку: закономірності функціонування та розвитку. К.: Олімпійська література, 2007. 216 с
2. Катаєв О. І., Андрієнко Г. М. Сучасні вимоги і шляхи удосконалення процесу підготовки фахівців із фізичного виховання та спорту. *Теорія та методика фізичного виховання*. 2003. № 1. С. 2-3.
3. Федорович Р. В., Семенюк С. Б. Маркетингове моделювання діяльності підприємства. *Наука і економіка*. 2010. № 2(8). С. 150-155.

ЗДОРОВИЙ СПОСІБ ЖИТТЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Безніс О.Є., ст. викладач

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Здоров'я це найважливіший фактор працездатності і розвитку організму людини, особливо підлітка.

Поняття здоров'я трактується в наш час більш розширено, ніж відсутність захворювань. Це стан повного фізичного, психічного і соціального благополуччя. На жаль, в даний час в Україні у просвітницькій і практичній роботі спостерігаються негативні тенденції стану фізичного, психічного, духовного і морального здоров'я. В зв'язку з цим виникає необхідність удосконалювати цю діяльність як у системі освіти, так і в сім'ї. Значиму роль при цьому матиме сформованість глибоких, міцних знань про здоровий спосіб життя і здоров'я взагалі у студентів, їх батьків, викладачів. В ряду основних