

Література:

1. Газнюк Л. М., Разумовський С. О. Маркетингова діяльність у сфері фізичної культури та спорту як об'єкт соціального пізнання. *Слобожанський науково-спортивний вісник*. 2014. № 1 (39). С. 12-16.
2. Муштай В. А., Бересток Б. П. Формування та оцінка ефективної системи управління маркетинговою діяльністю підприємства сфери послуг. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 2(19). С. 183-189.
3. Леко Б. А. Теоретико-методологічні та психолого-валеологічні виміри процесу фізичного виховання у вищих на вчальних закладах. *Молода спортивна наука України: зб. наук. пр. з галузі фіз. культури та спорту* Л., 2004. Т. 3. С. 198–205.

СПОРТ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Семенов А.І., ст. викладач

Харківський національно автомобільно-дорожній університет

У період глибоких соціально-економічних перетворень української економіки, включаючи і сферу фізичної культури та спорту, розвиваються та поглиблюються структурні та функціональні взаємозалежності, що не тільки ускладнює, а й зміцнює організаційно-економічні зв'язки, без яких сучасне суспільне виробництво та відтворення неможливі.

Фізичну культуру та спорт називають соціальним феноменом ХХ століття. Спорт дійсно проник у більшість соціальних інститутів, включаючи охорону здоров'я, освіту, культуру, засоби масової інформації. Багато політиків вважають спорт об'єднуючою силою – національною ідеєю, що сприяє становленню здорового суспільства та сильної держави. У багатьох державах зменшення витрат на охорону здоров'я та вирішення демографічних проблем пов'язують із заняттями в системі фізичної культури та спорту з усіма її оздоровчими функціями [1].

Фізична культура і спорт як соціальний інститут і як специфічний вид професійної діяльності, що активно впливає на розвиток здорового суспільства, зазнає нині глибоких кількісних, структурних і якісних перетворень. Вони зумовлені, перш за все, новими соціально-економічними, демографічними та політичними умовами, що склалися в період соціально-економічних реформ, що проводяться. Перехід до ринкових відносин породив безліч проблем у цій особливій сфері соціальної діяльності. Становище посилюється нестабільністю економічної ситуації, погіршенням життєвого рівня населення [3].

У цих умовах значно знизилася можливість як держави, так і інших суб'єктів економічної діяльності у формуванні та фінансуванні галузі фізичної культури та спорту. Обмеженість фінансових коштів створює великі труднощі державі у реалізації спортивно-оздоровчих функцій, пов'язаних із турботою про здоров'я населення, підтримання громадського порядку, утвердження

національного престижу та відволікання населення, насамперед молоді, від вулиці, алкоголю, наркотиків.

Крім того, соціальна роль фізичної культури та спорту тісно пов'язана із самовдосконаленням особистості, вихованням у людях законслухняності, звички до дисципліни та більш ефективної трудової діяльності, що зрештою, формує стабільність суспільної системи.

Ринкові відносини докорінно змінили значення та вплив соціальних інститутів на різних рівнях. Так, спорт для всіх став прерогативою місцевих та регіональних органів, а великий спорт – спорт вищих досягнень – нашої країни [2].

Проте ринкові перетворення, комерціалізація інфраструктури фізичної культури та спорту набувають нових імпульсів розвитку і найчастіше несуть як позитивні, а й негативні наслідки. Йде пошук нових ефективних форм і видів комерційної діяльності у системі фізичної культури та спорту, які забезпечують задоволення потреб населення. Розробка науково обґрунтованих рекомендацій щодо вдосконалення механізму формування та функціонування підприємницьких структур у сфері фізичної культури та спорту як найважливішого чинника, що забезпечує задоволення зростання якості послуг та обсягу діяльності [1].

Розробки концептуальних засад розвитку та вдосконалення системи комерціалізації та підприємницької діяльності з урахуванням особливостей структурних утворень у сфері фізичної культури та спорту в умовах перехідної економіки.

Поставлена мета необхідність вирішення наступних завдань: розкрити економічну природу та особливості господарської комерціалізації та підприємницької діяльності щодо надання затребуваних послуг у сфері фізичної культури та спорту.

Якщо держава мотивує свою участь у справах спорту її соціальною значимістю, спортивні організації представляють і захищають в основному інтереси спортсменів, то комерційні структури спорту, як правило, вирішують і забезпечують можливість отримання прибутку на ринку спортивних послуг, що розвивається. Існує тісний взаємозв'язок між спортом та економікою. Спорт все більшою мірою стає товаром. За орієнтовними даними, обсяг спортивного ринку у світі, включаючи індустрію спортивного обладнання та обладнання, на початок ХХІ століття становить в окремих розвинених країнах 2% від загального валового внутрішнього продукту.

Непідготовленість основних груп населення (що раніше працювали в державних структурах у сфері фізичної культури та спорту) до ведення власної справи, відсутність необхідного досвіду та підприємницьких традицій, закриття та перепрофілювання багатьох стадіонів та спортивних споруд, а також відсутність стартового капіталу, необхідних ділових знань та досвіду управління, що дозволяє організувати спортивні приватні підприємства міста і прогнозувати реальний попит споживачів, висувують на першому плані проблему організації та вдосконалення підприємницької діяльності у сфері

фізичної культури та спорту. Усе це разом накладає свій відбиток формування сфери фізичної культури та спорту і робить ці проблеми актуальними [2].

Література.

1. Аршавський І.А. Фізіологічні механізми і закономірності індивідуального розвитку. К: Наука, 1982.-270с.
2. Мічуда Ю. П. Професійний спорт як різновидність підприємницької діяльності. *Теорія і методика фіз. виховання*. 2005. № 1. С. 30–36.
3. Савченко В.Г., Приходько В.В., Долбішева Н.Г. Адміністративний менеджмент: навч. посібник. Д.: Інновація, 2015.176 с.

ФІЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНІ ПОСЛУГИ У РИНКОВИХ ВІДНОСИНАХ

Шевченко В.І, ст. викладач

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Історично усі проекти, пов'язані із спортом, відносилися до сектора відпочинку і розваг і грали досить несуттєву роль. Проте останніми роками ситуація кардинально змінилася: індустрія спорту виходить на новий рівень розвитку і стає повноцінною галуззю економіки. Про це свідчать величезні інвестиції в розвиток спортивних клубів, а також особливу увагу з боку держави.

Як справедливо відмічає у своїй статті професор менеджменту і маркетингу Н.В. Слободянюк, "спорт все більше стає важливою галуззю економіки багатьох розвинених країн. Фізична культура і спорт все частіше проникають в усі сфери життя людей, формують стосунки з державою, утворюючи специфічну сферу для ведення бізнесу. Фізична активність і спорт є найважливішою сферою підприємницької діяльності, яка забезпечує, з одного боку, зайнятість багатьох людей в галузях спортивної індустрії, з іншого боку, вказані галузі підприємництва поповнюють федеральні і місцеві бюджети за рахунок податкових надходжень, що дозволяє державі вирішувати соціальні проблеми населення. Динаміка розвитку самого спорту і його видів все більше пов'язана з економікою, торгівлею і професійною орієнтацією учасників спортивних заходів. У цій системі знаходяться значні матеріальні і фінансові активи, розширюється мережа трудових і управлінських ресурсів. Формування сфери фізичної культури і спорту пов'язане з використанням сучасних технологій, що істотно поглибило і розширило технологічні й функціональні зв'язки цієї сфери з іншими підсистемами національної економіки. Спортивна індустрія об'єднує не лише спортсменів, одночасно формується традиційна комерційна сфера діяльності і організація бізнесу, яка у свою чергу дозволяє заробляти гроші в умовах конкуренції як у сфері національного, так і міжнародного у сфері спорту".