

Література:

1. Закон України «Про фізичну культуру і спорт» від 24.12.1993 р. № 3808-XII. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3808-12> (дата звернення: 02.02.2019).
2. Закон України «Про Державний бюджет України на 2011 рік» від 23.12.2010 р. № 2857-VI. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2857-17_ (дата звернення: 02.02.2019).
3. dsmsu.gov.ua/index/ua/category/309 (дата звернення: 02.02.2019).

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ В УКРАЇНІ

Рафальський О.Ю.

Науковий керівник: Семенов А.І.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Фізична культура і спорт займали завжди важливе місце як в житті людини, так і в суспільстві в цілому. Фізичне виховання є однією з найдревніших частин фізичної культури, що своїми коренями сягає в первісну педагогіку, і разом з тим найбільш організованим і регламентованим елементом фізичної культури. Воно має чітку, історично сформовану систему цілей і завдань стосовно віку, статі, фізичного розвитку і стану здоров'я людини.

Спорт не тільки підвищує якість продуктивних сил суспільства, а й як засіб соціально-економічного зміцнення країни проявляється у багатьох інших сферах людської діяльності. Наприклад, позитивно впливаючи на стан здоров'я людини, спорт сприяє приросту цінного з усіх багатств держави дієздатного населення, що, в свою чергу, збільшує добробут самої країни. Розглядаючи цей аспект впливу на економіку, необхідно відзначити, що тут важливо, перш за все, фізичне виховання і масовий спорт. Основна їх мета оздоровлення населення і підтримка його репродуктивних можливостей.

Зважаючи на різноплановість ефекту фізкультурно-спортивних послуг, їхніми покупцями-споживачами можуть виступати як окремі особи, так і суб'єкти господарської діяльності, а також певні соціальні інститути. Одним із споживачів фізкультурно-спортивних послуг виступає і держава, яка намагається використати досягнення своїх спортсменів на найпрестижніших міжнародних змаганнях з політичною метою, сподіваючись на поліпшення свого міжнародного іміджу. Окрім цього, держава потенційно зацікавлена у підтриманні та зміцненні здоров'я населення країни, одним із дієвих чинників чого є фізична культура і спорт [2].

Так, Законом України «Про фізичну культуру і спорт» визначені такі форми впливу держави на економіку галузі: підтримка олімпійського руху, діяльності всеукраїнських фізкультурно-спортивних товариств, спортивних федерацій, інших громадських організацій фізкультурно-спортивної спрямованості (стаття 3); підготовка членів збірних команд України до

міжнародних змагань (стаття 21); фінансування державної програми розвитку фізичної культури і спорту за рахунок державного бюджету, бюджетів місцевого самоврядування (стаття 28); забезпечення фізкультурно-оздоровчими і спортивними спорудами, а також контроль за ефективністю їх використання (стаття 29); забезпечення підготовки та перепідготовки кадрів у сфері фізичної культури і спорту (стаття 30) [1].

Аналізуючи сучасну економіку сфери фізичної культури і спорту України, слід звернути увагу на наявність низки протиріч, які виникли під впливом сукупності чинників, головними серед яких можна визначити такі: зміну ролі держави у забезпеченні життєдіяльності фізкультурно-спортивних організацій; активне проникнення у сферу фізичної культури і спорту ринкових відносин; виникнення раніше неприйнятної сфері приватного сектора; формування ринку фізкультурно-спортивних послуг.

Для розвитку фізичної культури і спорту використовуються позабюджетні кошти, зокрема від: Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності; підприємств, установ та організацій, об'єднань громадян, окремих осіб; фінансово-господарської діяльності закладів фізичної культури і спорту; користування правами інтелектуальної власності закладами фізичної культури і спорту, організаторами фізкультурно-оздоровчих та спортивних заходів; проведення державної спортивної лотереї; інвестиційної діяльності у сфері фізичної культури і спорту.

Відповідно до ст. 47 Закону України «Про фізичну культуру та спорт» від 24 грудня 1993 р. держава сприяє розвитку фізичної культури і спорту надаючи різні пільги, зокрема, звільняє заклади фізичної культури і спорту від сплати земельного податку, може надавати податкові пільги для юридичних та фізичних осіб (резидентів та нерезидентів), що здійснюють благодійну діяльність у сфері фізичної культури і спорту, сприяє діяльності суб'єктів господарювання, що здійснюють інвестиційну діяльність у сфері фізичної культури і спорту в Україні [1].

Головними умовами для розвитку повинно стати стимулювання занять фізичною культурою, створення життєвих ситуацій за яких рухова діяльність стає внутрішньою органічною потребою, за якої усвідомлюється її значення та користь. А це означає, що держава повинна створити більше спортивних клубів, секцій, спортзалів, щоб молодь мала можливість всебічно розвиватися.

Змінюючи нормативну базу, значну увагу потрібно приділити створенню програм розвитку фізичної культури та спорту, створити вигідні умови для заохочення меценатів, які б були зацікавлені у фінансуванні даної сфери, а також щоб держава змогла більше виділяти коштів з Державного бюджету [3].

Література:

1. Про фізичну культуру та спорт: Закон України від 24 грудня 1993 р. *Відомості Верховної Ради*. 1993. № 3808-ХІІ.
2. Імас Є.В., Мічуда Ю.П. Протиріччя економіки фізичної культури і спорту в перехідних суспільних системах. *Економіка та держава*. 2008. № 2. С. 40.

3. Экономика физической культуры: учеб. пособие / Под общ. ред. В.Ж. Кузина. М., 2004. 496 с.

ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ УКРАЇНСЬКИХ ФУТБОЛЬНИХ КЛУБІВ

Яцина П.А.

Науковий керівник: Кофанов І.В., викладач

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Раніше футбол був лише руховою забавою, засобом дозвілля та відпочинку. ХХ століття створило такий феномен масової культури та бізнесу, як професіональний спорт. І футбол став одним із його флагманів, переродившись у справжню індустрію зі своїми законами, звичаями та протореними доріжками до заробітку. Футбол професіоналів перетворив майки гравців у різнобарвні футболки, що, неначе ялинки з новорічними гірляндами, обліплені логотипами спонсорів та всілякою рекламою. Футбол професіоналів обліпив стадіони рекламними бордами, а також винайшов сотні способів втулити рекламу в трансляції. Футбол професіоналів перетворив клуби із «закладів дозвілля» на акціонерні товариства, прибуткові підприємства, фабрики великої галузі.

Гравець починаючи із, напевно, 70-х – немов ходячий манекен. На ньому – чітка айдентика світових брендів, від бутсів і до написів на футболках, від усміхненого образу з реклами газованого напою до політичних резервів, які відкриває цей вид спорту. Футболом править не тактика і навіть не футболісти, а маркетинг – він точно знає, мінімум, чотириста порівняно чесних способів відйому грошей у населення. Завдяки маркетинговим примочкам паства футболу сама охоче жертвує на нього свої кошти, неначе підношення ідолу. Це сама суть сучасного футболу – суворого бізнесу, який перетворює стадіони на торговельні центри, а футболістів – на безликі рекламні модулі.

Оглядаючи матеріали маркетингового семінару УЄФА, котрий недавно пройшов в Україні, розумієш, що ми відстали від цивілізованого світу на десятиліття, які тепер доведеться наганяти екстерном.

Розглянемо найпоширеніші способи заробітку для футбольного клубу.

1. спонсорська допомога. Клуби фактично живуть на кошти «меценатів», а їхній топ-менеджмент займається, переважно, не залученням додаткових коштів, а освоєнням наданих спонсором. Причин цього багато, але головна – це справді легко, приємно і вигідно. Але це розбещує й розлінує – така зворотна сторона «ін'єкцій» легких, не зароблених, грошей. Інша сторона – «власництво». Президент (власник) утримує клуб, тому просто може бути не зацікавленим у залученні додаткових спонсорів. А пошук нових спонсорів у цивілізованому світі – це один із головних засобів прогресу клубу;

2. білети, абонементи та інші прибутки у день матчу;