

Компанії Porter Paint і Hammermill Paper є добрими зразками реалізації стратегії фокусування. Нині практично всі великі іноземні компанії намагаються у своїй діяльності використовувати кілька стратегій, оскільки ведуть свою діяльність у багатьох країнах. Використовуючи якусь стратегію, фірма не обов'язково повинна бути найкращою в кожній сфері своєї діяльності. Можна сфокусувати свої зусилля в декількох сферах, досягти в них відмінних результатів, і навіть лідувати, а в інших бути на других ролях.

У цьому плані можна навести два повчальних приклади: компанії Nokia і Samsung. У 1990-х роках Nokia порівняно із Motorola була крихітною компанією. Однак Nokia сміливо перетворила великі ризики і вдало застосовані стратегії глобального управління на практиці. Компанія Samsung перебуваючи у дуже невідгданому становищі, змогла обернути собі на користь більшість основних ризиків і за останніх півтора десятиріч досягла безпрецедентного зростання. Так у 2000 році Samsung коштувала третину вартості корпорації Sony, а нині вона вже більше ніж утричі дорожча за Sony. Отже, ці та інші приклади є свідченням того, що ефективна організація стратегічного управління та правильний вибір однієї або декількох стратегій підприємством є запорукою успіху та досягнення поставлених цілей організації.

1. Басова А.В. Глобальні стратегії підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://nauka.znet.info/1/basova.php>
2. Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование. Монография. Под ред. Д. Лукьяненко, А. Поручника, В. Колесова. – К., 2013. – С. 5.
3. Сливоцький Адриан Дж. Прорыв пер. з англ. Анна та Ігор Гусак. Львів: Вид-во УКУ, 2010. – 328 с.
4. Траут Дж., Ривкін С. Дифференціюйся или умирай! Выживание в эпоху убийственной конкуренции. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2008. – 288 с.

*Стахів І.М., Львівський національний університет
імені Івана Франка*

УПРАВЛІННЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИМИ ПОСЛУГАМИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Розвиток ринку спортивно-оздоровчих послуг робить суттєвий внесок в економіку багатьох країн, оскільки популяризація спорту веде до зростаючого попиту на спортивні споруди та місця, де можна займатися спортом. У зв'язку з цим спостерігається збільшення кількості установ, що пропонують увесь спектр послуг у сфері фізичної культури і спорту: від стадіонів, спортивних залів і басейнів до спортивно-оздоровчих центрів. Прагнення високих спортивних результатів стимулює також розвиток тісно пов'язаних зі спортом спортивної медицини і фармакології. Торгівля різними препаратами, що стимулюють роботу людського організму, перетворилася в окремий високоприбутковий напрям медичної промисловості, що робить свій внесок в економічний розвиток багатьох країн.

Проникати на інші ринки з послугами складніше, ніж з товаром. Це зумовлено специфікою послуг (часте надання послуг на певній території вимагає створення там філії фірми). Умовно виділяють три рівні регулювання послуг: національний, двосторонній, багатосторонній [3, с. 103].

На мою думку, ринок спортивно-оздоровчих послуг - складна система економічних відносин між виробниками та споживачами (клієнтами) спортивно-оздоровчих послуг, що визначається виходячи з можливості продавця без значних додаткових витрат реалізувати послугу на найближчій для покупця (клієнта) території із забезпеченням бажаних змін для або на користь одержувача послуг.

На відміну від товару, виробництво і споживання послуг відбувається одночасно, тому їх, як правило, не можна накопичувати. Все ж наслідки споживання послуг спорту мо-

жуть мати матеріальний і довгостроковий характер (у вигляді підвищення рівня здоров'я, фізичної підготовки тощо). Ефект від споживання послуг залежить не тільки від умов їхнього виробництва, а й від умов споживання.

З розширенням сфери спортивно-оздоровчих послуг виникає проблема регулювання найважливішого сектора економіки. Надання спортивно-оздоровчих послуг пов'язано з купівельним ризиком, тому споживачі заздалегідь обмірковують, які ризики або непередбачені проблеми можуть з'явитися, з якою імовірністю і які їх можливі наслідки.

Ринок послуг у різних галузях розвинений не однаково. У системі соціально-побутового обслуговування, громадського харчування, торгівлі, у рекреаційній сфері (включаючи туризм) ринкові відносини отримали найбільший розвиток і формують ефективний механізм задоволення суспільних потреб [1, с. 32]. Але в таких галузях, як культура, охорона здоров'я, освіта ринкові відносини мають обмежені можливості. У цих галузях присутній значний неринковий сектор (у тому числі державні організації та установи). Більше того, саме державний і суспільний сектор займає в цих галузях домінуюче положення. Причини активного державного втручання у процес виробництва та споживання спортивно-оздоровчих послуг цілком об'єктивні. Основною з них є неідеальність ринку в ряді галузей послуг. Ще однією причиною, що зумовлює необхідність державного регулювання у ряді галузей невиробничої сфери, прихована в самій природі цієї сфери, її генетичній основі. Адже блага, які надає спортивно-оздоровча сфера є суспільними.

Державне регулювання може здійснюватися у різних формах: субсидювання споживачів на цільовій основі, субсидювання виробників послуг, державна власність на фактори виробництва [2, с. 227]. Основна причина виявлених недоліків державного регулювання спортивно-оздоровчою сферою – недооцінка органами управління соціальної та економічної ролі цього виду діяльності.

Аналізуючи державне втручання у розвиток надання спортивно-оздоровчих послуг, треба мати на увазі, що жодна з галузей економіки не позбавлена такого втручання. Держава реалізує податкову політику і використовує заборонно-дозвільні важелі в будь-якій галузі. Однак ступінь державного втручання може бути різним.

Основні напрями державної політики у галузі регулювання розвитку ринку спортивно-оздоровчої сфери повинні ґрунтуватися на спільній діяльності фізкультурно-спортивних організацій, органів і установ освіти, охорони здоров'я, засобів масової інформації.

Значна частина галузей сфери послуг ефективно розвивається за умов дії ринкового механізму, який базується на реалізації платних послуг. Ринок платних спортивно-оздоровчих послуг розглядається в сукупності із товарним ринком і підпорядковується дії законів, властивих ринковим відносинам. Але між ринком платних послуг і товарним ринком немає повної тотожності.

Економічні відносини, які діють на ринку спортивно-оздоровчих послуг, відрізняються сильнішою мотивацією економічної поведінки ринкових суб'єктів. Що стосується споживача, то в нього присутнє прагнення досягти певних результатів, а також соціального статусу. Соціальна престижність виступає на ринку спортивно-оздоровчих послуг одним з найважливіших факторів формування попиту.

Ще однією особливістю ринку спортивно-оздоровчих послуг є широкі можливості для економічних експериментів, а саме формуються умови для застосування сучасних форм господарювання або ж пошуку нових.

Цілями державного втручання у ринок спортивно-оздоровчих послуг на території України повинні стати:

- забезпечення умов для задоволення потреб особи в заняттях фізичною культурою і спортом;
- підтримка громадського здоров'я і використання масового спорту як засобу профілактики неінфекційних захворювань;
- патріотичне виховання населення;

- реалізація соціальної функції галузі фізичної культури і спорту;
- підвищення продуктивності праці, поліпшення трудових ресурсів країни;
- покращення економічного добробуту країни.

Таким чином, в сучасних умовах держава відіграє значну роль у забезпеченні ефективного функціонування індустрії спорту. Активна політика держави у даній сфері обумовлюється її інтересами, які полягають у тому, аби створити умови для збереження генофонду країни шляхом залучення населення до здорового способу життя, покращення економічної ситуації в країні, забезпечити сприятливі умови для відтворення суцільної робочої сили, використати досягнення вітчизняних спортсменів на престижних міжнародних змаганнях з метою створення та підтримання позитивного іміджу країни, виховання патріотичних почуттів у громадян.

Можливості державного регулювання сфери спортивно-оздоровчих послуг залежать від правильного вибору інструментів, методів і механізмів регулювання і визначаються наявними ресурсами, їх джерелами. При цьому метою державного регулювання ринку спортивно-оздоровчих послуг є досягнення максимальної в даних умовах ефективності використання обмежених ресурсів суспільства для задоволення потреб населення у галузі фізичної культури. Основні напрямки державного регулювання: регулювання сектора муніципальних спортивно-оздоровчих послуг та регулювання сектора приватних спортивно-оздоровчих послуг. Так, державне регулювання сектора приватних спортивно-оздоровчих послуг ґрунтується на необхідності захисту інтересів споживачів суспільних благ, узгодження загальнодержавних і приватних інтересів, впорядкування діяльності підприємницьких організацій галузей ринку спортивно-оздоровчих послуг, створення умов для їх розвитку та базується в основному на рекомендаційних, індикативних методах управління.

Організаційні принципи сучасного спорту можна розглядати як свого роду альянс між державним управлінням і бізнесом. Тому в сучасних умовах необхідно шукати найбільш оптимальні форми ефективної взаємодії держави і ринкових структур. Безпосередньо впливаючи на становлення, розвиток і ефективне функціонування індустрії спорту, держава має свої зовсім конкретні політичні, економічні і соціальні інтереси, які багато в чому пов'язані з тією особливою роллю, що спорт відіграє в сучасному суспільстві, впливаючи практично на всі сфери сучасного суспільства: політику, економіку, техніку, науку, освіту, мистецтво, засоби масової інформації, сферу дозвілля тощо. Тому держава повинна бути зацікавлена в розвитку спортивно-оздоровчої сфери.

Держава може активно впливати на формування попиту на спортивно-оздоровчі послуги. Пріоритетним напрямом впливу держави на попит досліджуваних послуг є створення сприятливих умов для залучення до спортивної комунікації первинних споживачів послуг, тобто людей, які займаються фізичною культурою і спортом заради задоволення особистих потреб. З цією метою держава формує відповідний механізм впливу на суспільство, який включає філософські, морально-етичні, соціально-психологічні, економічні та інші засоби, які спонукають людей до активних занять фізичною культурою і спортом.

1. Гадайчук Д.Л. Результати досліджень з питань використання фінансових ресурсів організаційно-управлінськими структурами у спорті вищих досягнень/ Д.Л. Гадайчук // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. - 2004. - №13. - С.29 -39.
2. Кузьменко О.О. Реалізація державної програми у сфері фізичної культури і спорту/ О.О. Кузьменко // Науковий вісник молодих вчених. - 2010. - Вип. 1 (1). - С.225-229.
3. Пауцук О.В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід / О.В. Пауцук. - Київ, 2005. - 558 с.