

УДК 796.075

ПРОБЛЕМИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПОРТУ

*Д. Атаманюк, В. Холявка, Д. Петришин
Львівський державний університет
фізичної культури*

Метою роботи є сформулювати аргументи необхідності ресурсного забезпечення фізкультурно-спортивних послуг в умовах ринкових взаємовідносин. Завдання дослідження – виявити тенденції та навести аргументи, які підтверджують неминучість і необхідність застосування комерціалізації та проблеми, які при цьому можуть виникнути.

Методика дослідження ґрунтується на вивченні та узагальненні підходів до цієї проблеми дослідників у монографіях, посібниках, підручниках та періодичних виданнях, мережі Інтернет, спостереженнях та опитування.

Результати дослідження викладено у формі аргументів та висновків щодо необхідності застосування до певної границі комерційних відносин стосовно послуг у сфері ФКіС з метою залучення додаткових коштів для формування матеріальної бази, фінансової підтримки підготовки спортсменів різного рівня кваліфікації, а також розвитку мережі різних підприємницьких структур фізкультурно-оздоровчого спрямування тощо.

Комерціалізація послуг ФКіС в Україні офіційно здійснюється з переходом економіки на ринкові засади. Цей зв'язок зумовлений тим, що були втрачені для спорту та оздоровчої фізичної культури джерела фінансування (підприємств, профспілок тощо), а державних недостатню.

Ринкові взаємовідносини передбачають самофінансування, самостійність у виборі напрямів діяльності, вільне підприємництво в межах чинного законодавства. Закони України про підприємництво, громадські неприбуткові організації, Закон України про фізичну культуру і спорт та інші відкрили можливості розвитку господарської діяльності фізкультурно-спортивних організацій на засадах ринку.

В отриманні послуг ФкіС зацікавлені та мають потребу широкі прошарки населення, спортсмени, підприємства, держава. Спонукальними мотивами для населення у послугах ФкіС є такі:

- здоров'я (підтримка, формування чи відновлення);
- бажання бути красивим (особливо жінки);
- формування спортивних властивостей і вмінь;
- розважальні (ігри, сауна, масаж).

Активізація занять фізичної культури та спорту вимагає залучення значних ресурсів, матеріальних та фінансових, а також вільного часу в охочих займатися. У зарубіжних країнах комерціалізація розвивається та офіційно признана у 80-их роках минулого століття, в Україні комерційні принципи пов'язані із запровадженням ринкових взаємовідносин

Позитивна сторона комерціалізації полягає в залученні необхідних додаткових ресурсів для підтримання та здійснення спортивної діяльності. У фізкультурно-оздоровчій сфері комерційні відносини зумовили активізацію розвитку організаційних структур, які спрямовані на задоволення потреб споживачів у фізкультурно-оздоровчих, спортивно-оздоровчих, видовищних послугах тощо. Економічна криза, інфляція знижує можливості широких мас населення користуватися платними послугами.

Аналізуючи комерціалізацію послуг ФкіС, доцільно розрізнити зміст, напрямки та їх значення для спорту вищих досягнень, масового спорту та фізкультурно-оздоровчої діяльності.

Фізична культура – складова частина культури, пов'язана із системою фізичного виховання, організації спорту, спеціальних наукових досліджень, технічних засобів, потрібних для фізичного виховання і спорту, суспільної та особистої гігієни.

Рекреація – це система заходів, пов'язана з використанням вільного часу людей для їх оздоровчої, культурно-ознайомчої і спортивної діяльності на спеціалізованих територіях, які розміщені поза їх постійним помешканням.

Підприємства зацікавлені у розвитку фізичної культури, оскільки це сприяє зниженню захворювань працівників, підвищенню показника практично здорових людей, скороченню втрат робочого часу, зростанню продуктивності праці. На підприємствах, де систематично проводиться виробнича гімнастика і здійснюються спортивні заняття, захворювання удвічі нижчі, ніж там, де фізичній культурі не приділяють уваги [5, С.127 - 128].

Важливими чинниками розвитку масового спорту є ментальність населення щодо потреб фізичної активності, забезпечення матеріальною базою, платіжоспроможність споживачів фізкультурно-спортивних послуг, політика та стратегія центральних та місцевих органів влади з цієї проблеми.

Особливо складним є питання забезпечення матеріальною базою, що вимагає вкладення значних фінансових ресурсів. Так, для вдосконалення спортивних баз ДЮСШ у Львівській області потрібно близько 250 млн грн. (Довідка обл. Управління ФК іС). За даними того ж документа, у Львівській області спортзалами забезпечено тільки 45% ЗОШ (із урахуванням пристосованих приміщень – 62%, басейнами – 2,7%), 712 шкіл області не мають спортивного залу, у навчальних закладах 14 районів області не мають жодного басейну.

Орієнтовно для вдосконалення спортивних баз навчальних закладів системи загальної середньої освіти Львівської області (тільки спортзалами) необхідно понад 62 млрд 800 млн грн для будівництва та 102 млн грн для їх ремонту й реконструкції.

Комерціалізація фізкультурно-спортивних, фізкультурно-оздоровчих послуг перебуває в особливо складних умовах теперішнього середовища в Україні. Економічна криза, війна, реформування економіки зумовили проблеми платоспроможності населення і, відповідно, неможливості користуватися платними фізкультурно-спортивними, фізкультурно-оздоровчими, фізкультурно-рекреаційними послугами.

У теоретичному аспекті для оцінювання потенційних можливостей оплати послуг ФКіС може бути застосована методологія розрахунку раціональних нормативів споживчих платних послуг, яку сформулювала Т.І.Корягіна. Її зміст полягає у формулюванні принципів розроблення раціонального споживчого бюджету. Автор ґрунтується на тому, що «абсолютні потреби населення конкретизуються в границях раціонального споживчого бюджету (РСБ), який складається із взаємопов'язаної системи раціональних норм середньодушового споживання окремих видів благ і послуг у вартісному вираженні» [4]. Методика такого розрахунку норм базується на кількісному виявленні розумних (раціональних) потреб усебічно розвиненої людини. Використання РСБ дає змогу здійснювати процес управління раціональним споживанням

з одного боку, а з другого – визначати довгострокові фундаментальні завдання розвитку окремих галузей споживчого комплексу.

Розробка РСБ ґрунтується на двох методологічних принципах:

1. Принцип аналогій (використання інформації динаміки особистого споживання в зарубіжних країнах).

2. Рівнодоступність економічних благ. Застосування цього принципу дозволяє слідувати, з одного боку, вплив фактора виробництва і пропозиції товарів і послуг по території країни, а з другого – фактора грошового доходу.

Паралельно із РСБ усередненим розробляється бюджет мінімуму матеріального забезпечення сім'ї. Такий бюджет, стверджує автор розробки, окреслює мінімально дозволєну межу споживання.

Завдання побудови моделі «розумного споживання» полягає в тому, щоб вмістити в себе найзагальніші риси численних індивідуальних моделей споживання. Інша мета моделі полягає в тому, щоб узгодити потреби індивідумів з потенційними можливостями суспільства.

Основними вихідними показниками при розрахунку раціональних нормативів споживання населенням послуг є показники середнього відвідування відповідних закладів і середня величина тарифів за одноразове обслуговування з видів послуг.

Анкетування, яке ми виконали, та опитування виявили, що в теперішніх соціально-економічних умовах переважна кількість споживачів користується платними послугами з місячним абонементом вартістю 200 – 400 грн. Навіть за такого рівня оплати попит на платні послуги в теперішній час знижується.

Опитування користувачів ФОП спортивних комплексів із абонементом на тривалий період і вартістю від 3000 грн/рік і вище (2014р.) дозволило встановити, що у зв'язку із високими темпами інфляції понад 20% опитаних не мають можливості продовжувати відвідувати такі спортивні об'єкти.

Отже, застосування та впровадження комерційних засад у сферу надання фізкультурно-спортивних послуг є необхідним і розширює можливості як виробників послуг, так і користувачів. Попит спортсменів та значних прошарків населення на платні

послуги досить високий: перших для підвищення спортивної майстерності, других – для формування чи підтримання здоров'я.

Загальною тенденцією у світі і в Україні є зростання кількості виробників (клубів, секцій) фізкультурно-спортивних послуг. Для задоволення потреб, які постійно збільшуються, у фізкультурно-спортивних послугах необхідно розвивати матеріальну базу та формувати відповідне фінансове забезпечення. В Україні процес розвитку виробництва фізкультурно-спортивних послуг обмежується станом платоспроможності населення в умовах економічної кризи, інфляції.

Список використаних джерел:

1. Гуськов С. И. Спортивный маркетинг / С. И. Гуськов. – Киев, 1996. – 296 с.
2. Мічуда Ю. П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку / Ю. П. Мічуда. – Київ: Олімпійська література, 2007. – 215с
3. Імас Є. В. Протиріччя економіки культури і спорту фізичної в перехідних суспільних системах/ Є. В. Імас, Ю. П. Мічуда // Економіка та держава. – 2008. – № 2. – С. 41.
4. Корягина Т. И. Платные услуги в СССР / Корягина Т. И. – Москва, 1990.
5. Здоровье – социальная ценность / Панкратьева Т. Н. [и др.]. – Москва, 1989.