

УДК 796:339.146

## ФУНКЦІОНУВАННЯ СФЕРИ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ В УМОВАХ СУЧАСНОГО РИНКУ

*Тетяна Кравченко*

*ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ  
імені Григорія Сковороди» (Україна)*

Найбільш інтенсивне проникнення ринкових відносин у сферу фізичної культури і спорту, особливо у сферу спорту вищих досягнень, за всю історію існування фізичної культури і спорту яскраво проявляється останніми роками. Зважаючи на це зрозуміло, що цей процес постійно перебуває у полі зору численних вітчизняних та зарубіжних дослідників. Їхні наукові інтереси зосереджуються насамперед на таких аспектах процесу функціонування та розвитку фізичної культури і спорту, які найбільше цікавлять фахівців-практиків: процес комерціалізації спорту та його конкретні прояви [1]; розвиток спортивного бізнесу в сучасних умовах [1]; застосування маркетингу у сфері фізичної культури і спорту [2, 5, 6, 8, 9]; джерела фінансування фізичної культури і спорту [5, 6, 7, 8]; роль держави у забезпеченні соціально-економічних основ функціонування та розвитку фізичної культури і спорту в умовах ринку [1, 3].

Практика потребує відповідей на такі важливі питання: як у ринкових умовах забезпечити сферу фізичної культури і спорту економічними ресурсами? Як найефективніше використати ці ресурси? Як розширити джерела фінансових надходжень фізкультурно-спортивних організацій? Вказані проблеми розглядають переважно на прикладі професійного спорту, який давно інтегрований у сферу ринкових відносин.

Водночас сучасне суспільство потребує відповіді на глобальні питання, які б давали чіткі уявлення про тенденції функціонування та розвитку сфери фізичної культури і спорту в умовах соціально-економічних систем ринкового типу, а також їхніх тимчасових модифікаціях.

**Мета дослідження** – теоретично обґрунтувати виявлені головні тенденції розвитку сфери фізичної культури і спорту, які виникають у процесі інтеграції сфери фізичної культури у систему сучасного ринку.

**Методи дослідження:** аналіз та узагальнення спеціальної літератури; системний та порівняльний аналіз.

Аналіз та узагальнення результатів наукових досліджень провідних зарубіжних і українських учених [1, 4], а також аналіз досвіду економічної діяльності фізкультурно-спортивних організацій дають змогу дійти висновку

про наявність багатьох тенденцій розвитку сфери фізичної культури і спорту. Особливо в умовах сучасного ринку результат діяльності людини у сфері фізичної культури і спорту наповнюється економічним змістом та набуває форми соціальної послуги, яка стає товаром [1, 2].

Першою послугою, яка набула статусу товару, стало спортивне видовище, оскільки споживання спортивного видовища серед населення є найбільш популярним порівняно з іншими послугами, які пропонують у сфері фізичної культури і спорту.

Розширення ринку фізкультурно-спортивних послуг відбувається значною мірою завдяки процесу індустріалізації виробництва різноманітних послуг, зокрема фітнес-індустрії, яка на сучасному етапі набула інтернаціонального характеру. Яскравими прикладами є великі об'єднання фітнес-клубів, які працюють у різних країнах. Слід зазначити, що одним із вирішальних факторів формування та розвитку сучасного ринку фізкультурно-спортивних послуг є вплив економічних інтересів представників зовнішнього середовища (суб'єктів економічної діяльності) та інших галузей народного господарства [1, 3].

**Висновки.** Ринок активно стимулює виробників фізкультурно-спортивних послуг, зважаючи на зміну вподобань споживачів, підвищувати рівень видовищності традиційних видів спорту через внесення змін до правил змагань, застосовувати супутні та додаткові послуги, розширювати номенклатуру фізкультурно-спортивних послуг завдяки появі нових різновидів спорту, доступніших для масового споживача.

### Список використаних джерел

1. Мічуда Ю. П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку: закономірності функціонування та розвитку. – Київ : Олимп. лит., 2007. – 216 с.
2. Степанова О. Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта. 2-е изд. – Москва : Физкультура и спорт. 2005. – 256 с.
3. Andreff W. Handbook on the Economics of Sports. – Cheltenham : Edward Elgar, 2006. – 797 p.
4. Bubka S. N. The Olympic Sponsorship in the XXI Century / Bubka S. N., Michuda Y. P. // Proceeding Book. XVI International Scientific Congress «Olympic Sports and Sport for All» and VI International Scientific Congress «Sport, Stress, Adaptation», 17–19 May. – 2012. – P. 727–730.
5. Maennig W. International Handbook on the Economics of Mega Sporting Events. – Zimbalist. Edward Elgar, 2013. – 640 p.
6. Mullin B. Sport Marketing. Third Edition / Mullin B., Hardy S., Sutton W. // Champaign Ill., Human Kinetics Publ, 2007. – 540 p.
7. Expert Group «Sustainable Financing of Sport». Report from the 2nd meeting (22 May 2012). EU Work Plan for Sport. 2011–2014. – EU, 2012. – 9 p.

---

8. Sullivan M. «Sport Consumer». The Business of Sport Management, ed. Simon Chadwick / Sullivan M. – Harlow : Pearson, 2009. – P. 128–153.

9. UEFA Club Licensing and Financial Fair Play Regulations. Edition 2010. – Genève, 2010. – 91 p.