

Іванов К. Р.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИХ ЗАКЛАДІВ

Сучасний світ неможливо уявити без спорту, що став однією з найважливіших сфер життєдіяльності суспільства. Стрімкий розвиток спорту викликав науковий інтерес до вивчення даного феномену. Вченими досліджуються комунікативні можливості спорту, аналізуються розвиток та технології спортивного маркетингу, спонсорства, паблік рілейшнз у спорті, взаємовідносини телебачення і спорту та ін.. Однак деякі проблеми до теперішнього часу можна вважати не достатньо вивченими.

Перш за все це стосується досліджень спортивно-оздоровчої сфери як галузі економіки, зокрема, в умовах, коли нестабільна соціально-економічна ситуація істотно впливає на неефективне функціонування та розвиток спортивно-оздоровчої сфери.

Спортивно-оздоровчій сфері властиві всі атрибути нематеріального виробництва – вироблений галуззю продукт не має відчутної форми і предметного втілення [1]. Однак це не означає, що його немає. Спортивно-оздоровча сфера виробляє такі продукти, як здоров'я, довголіття, розвага, цікаве дозвілля. Окрім підвищення якості продуктивних сил суспільства, спорт, як засіб соціально-економічного зміцнення країни, проявляється й у багатьох інших сферах людської діяльності [2].

Важливим напрямом в оцінці існуючих спортивно-оздоровчих комплексів є виявлення їх соціально-економічної ефективності і методів її оптимізації. Методи виявлення та оптимізації соціально-економічної ефективності функціонування конкретного спортивно-оздоровчого комплексу оснований на показниках економічної ефективності, рівні рентабельності, розмірі додаткового прибутку від оренди, від надання платних додаткових послуг, співвідношення показників пропускної спроможності і завантаженості споруди, показників розширення обслуговуваного контингенту [3].

При цьому важливим фактором в просуванні спортивно-оздоровчих послуг оцінка та оптимізація ефективності управління маркетингом. Так в роботі [4] пропонується здійснювати оцінку результатів маркетингової діяльності спортивно-оздоровчих та фізкультурних закладів на підставі зваженої бальної оцінки (адитивна інтегральна функція) реалізації управлінських функцій: маркетингове планування, організація стратегічного маркетингу, маркетинговий контроль, стратегічний аналіз, регулювання.

Там же для вибору варіанту маркетингової стратегії (МС) для кожного з альтернативних варіантів обчислюється оцінка ефективності стратегічного уп-

равління маркетингом як співвідношення прогнозованої бальної оцінки результатів реалізації варіанту МС до відкоригованої бальної оцінки реалізації функцій стратегічного управління маркетингом послуг сфери фізкультури та спорту.

На відвідуваність спортивно-оздоровчих комплексів і відповідно на соціально-економічну ефективність їх функціонування впливає степінь оптимальності їх розташування, обґрунтування якої на території міста (регіону) передбачає врахування таких факторів, як споживча привабливість, концентрація робочих місць, транспортна доступність, тип просторової структури міста, особливостей оподаткування, енергопостачання та землекористування (ціна або орендна плата землі) та ін. [5].

Так задачу врахування транспортних особливостей розміщення об'єкту можна аналізувати на підставі «методу центра тяжіння» [5], а маркетингові особливості – використовуючи модель Рейлі-Конверса [6].

Отже методика виявлення соціально-економічної ефективності спортивно-оздоровчих закладів з урахуванням їх розташування та відвідуваності полягає в зіставленні показників їх заповнюваності, чисельності постійних та тимчасових відвідувачів, кількості реалізованих послуг і відповідно об'ємів доходів та прибутку, при фактичному та можливому оптимальному розташуванні.

Оцінки доцільності та ефективності реконструкції і модернізації заснована на зіставленні об'єму необхідних витрат і можливого отримання економічного і соціального ефекту та проводиться шляхом розв'язування задач дискретної або неперервної умовної оптимізації.

Таким чином, комплексна оцінка результатів функціонування існуючих спортивно-оздоровчих закладів, оптимальності їх розташування, результатів їх модернізації здійснюється на основі прямих і непрямих показників ефективності із застосуванням коректних методів та моделей.

Список використаних джерел:

1. Стахів І. М. Використання ринкових інструментів у спортивно-оздоровчій сфері / І. М. Стахів // Вісник Львівського університету. Серія економічна. – 2014. – Вип. 51. – С. 423–428.
2. Ведмеденко Б. Ф. Теоретичні основи і практика виховання молоді засобами фізичної культури / Б. Ф. Ведмеденко. – К., 1993. – 282 с.
3. Крылова В. М. Методы определения и повышения социально-экономической эффективности существующих физкультурно-оздоровительных сооружений / В. М. Крылова // Спортивное законодательство и экономика – 51 с.
4. Войтович С. Я. Методика оцінки ефективності стратегічного управління маркетингом послуг підприємств сфери фізичної культури і спорту / С. Я. Войтович, І. П. Потапюк // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. : Економічні науки. – 2012. – № 2. – С. 216–220.
5. Джонсон Д. Современная логистика / Д. Джонсон, Д. Вуд. – М.: Вильямс, 2005. – 624 с.
6. Азарян О. М. Моделювання розміщення розважальних центрів на території міста: інноваційний вектор / О. М. Азарян, І. Ю. Мартинов // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – №8. – С. 399–410.