

*Талан І.О., студент; науковий керівник Колумбет О.М., д.п.н., проф.
Київський національний університет технологій та дизайну*

КРИТЕРІЇ ТА КОМПОНЕНТИ ЗМІСТУ ФІЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНИХ ПОСЛУГ

Анотація. У статті проаналізовані основні підходи до класифікації фізкультурно-спортивних послуг з метою визначення економічних показників впливу на галузь. Визначені критерії класифікації фізкультурно-спортивних послуг, що дало можливість встановити класифікацію фізкультурно-спортивних послуг, де всі послуги розподіляються на фізкультурно-виховні, фізкультурно-оздоровчі, спортивно-оздоровчі, спортивно-тренувальні, спортивно-видовищні, фізкультурно-реабілітаційні та досліджені показники, які формують ці послуги.

Ключові слова: фізкультурно-спортивні послуги; класифікація; фактори; професійна діяльність; фізкультура і спорт; реабілітація; здоров'я.

*Талан И.А., студент; научный руководитель Колумбет А.Н., д.п.н., проф.
Киевский национальный университет технологий и дизайна*

КРИТЕРИИ И КОМПОНЕНТЫ СОДЕРЖАНИЯ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ

Аннотация. В статье проанализированы основные подходы к классификации физкультурно-спортивных услуг с целью определения экономических показателей влияния на отрасль. Определены критерии классификации физкультурно-спортивных услуг, что дало возможность разработать классификацию физкультурно-спортивных услуг, где все услуги распределяются на физкультурно-воспитательные, физкультурно-оздоровительные, спортивно-оздоровительные, спортивно-тренировочные, спортивно-зрелищные, физкультурно-реабилитационные и исследованы показатели, которые формируют эти услуги.

Ключевые слова: физкультурно-спортивные услуги; классификация; факторы; профессиональная деятельность; физкультура и спорт; реабилитация; здоровье.

*Talan I.; scientific supervisor Kolumbet O.
Kyiv National University of Technologies and Design*
**PHYSICAL CULTURE AND SPORTS SERVICES
CONTENT CRITERIA AND COMPONENTS**

Abstract. The article analyzes the main approaches to the classification of physical culture and sports services with the aim of determining the economic indicators of influence on the industry. The classification criteria of physical culture and sports service have been defined, which allowed to develop a classification of sports services, where all services are divided into physical education, sports and recreation, sports and fitness, sports training, sports entertainment, sports rehabilitation, and the indicators which form these services have been investigated.

Keywords: sports services; classification; factors; professional activity; sports; rehabilitation; health.

Вступ. У країнах із соціально-економічними системами ринкового типу функціонуванню та розвитку сфери фізичної культури і спорту притаманні певні особливості. Це зумовлюється чинниками зовнішнього стосовно сфери фізичної культури і спорту характеру – політичними, соціальними, економічними, культурними тощо. Водночас, слід взяти до уваги, що самотність сфери фізичної культури і спорту як соціальної системи, її самодостатність багато в чому визначається внутрішніми факторами внутрішнього плану, дія яких надає процесу функціонування та розвитку сфери фізичної культури і спорту ознак закономірності.

На наш погляд, походження цих факторів слід шукати у професійній діяльності, притаманній сфері фізичної культури і спорту, а саме у змісті та результаті цієї діяльності. Правомірність такої постановки питання підтверджується й іншими дослідженнями. У соціально-економічному сенсі фізична культура і спорт розглядаються дослідниками як сфера послуг. А фахова діяльність суб'єктів цієї сфери трактується як така, що втілюється у специфічному результаті – послугі фізичної культури і спорту. Ці послуги належать до класу соціально-культурних, тобто послуг, які забезпечують задоволення духовних, інтелектуальних потреб та підтримання нормальної життєдіяльності споживача. Цим підкреслюється важлива суспільна роль фізичної культури і спорту як дієвих засобів підвищення загальної культури людини.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження економічних аспектів функціонування галузі фізичної культури та спорту зокрема проводили у своїх наукових працях такі закордонні та вітчизняні вчені: С. Гуськов [2], М. Золотов [6], О. Іванов [7], М. Кутєпов [9], М.Ю. Мічуда [10], П. Рожков [14], О. Степанова [16], Г. Арнаут [17], Г. Бартунек [20], М. Колеман [22], Р. Джуланотті [25], М. Монделло [26] та інші.

Невирішені частини проблеми. Аналіз досліджень науковців [3, 5, 8, 12, 13, 18, 19, 21, 23] встановив відсутність чітко вираженої внутрішньої логіки у побудові сукупності критеріїв класифікації послуг сфери фізичної культури і спорту. Велике розмаїття критеріїв, з одного боку, надає можливість ознайомитися з різноманітними компонентами змісту послуг, що важливо для вирішення практичних завдань, наприклад для опрацювання фізкультурно-спортивною організацією стратегії маркетингу, визначення цільових ринків, або для формування державою соціальних нормативів споживання послуг. З іншого боку, спираючись на такі підходи до класифікації фізкультурно-спортивних послуг, надзвичайно важко вирішувати завдання наукових досліджень. Насамперед це стосується наукового аналізу системи ринкових відносин у сфері фізичної культури і спорту, характер функціонування підсистем або окремих компонентів якої визначається специфічними рисами того або іншого виду фізкультурно-спортивної послуги.

Постановка завдання. *Мета дослідження* – теоретико-методичне обґрунтування класифікації фізкультурно-спортивних послуг у контексті визначення показників впливу результатів фахової діяльності на сферу фізичної культури та спорту.

Результати дослідження. Не підлягає сумніву, що класифікація фізкультурно-спортивних послуг має бути досить простою і зрозумілою, а критерії відображати найбільш істотні компоненти соціально-економічного змісту послуги. Проте найголовнішою вимогою класифікації має бути відповідність її меті та завданням дослідження. У нашому випадку віднесення фізкультурно-спортивної послуги до певного виду має здійснюватися в інтересах аналізу особливостей, а також закономірностей функціонування та розвитку підсистем системи ринкових відносин сфери фізичної культури і спорту. Окрім того, сукупність критеріїв має бути певним чином упорядкована. Методологічно доцільним, на нашу думку, є ранжування критеріїв відповідно до міри соціально-економічної значущості послуг з урахуванням визначальних особливостей їхньої товарної форми. Виходячи з цього, сукупність критеріїв, за якими класифікуються фізкультурно-спортивні послуги, має поділятися на два рівні. Перший рівень – це головний (визначальний) критерій. Таким критерієм є зміст потреби, що задовольняється споживанням певної фізкультурно-спортивної послуги. Другий рівень складає решта критеріїв, які носять допоміжний характер і розкривають суттєві параметри фізкультурно-спортивної послуги, віднесених до видів, визначених за допомогою головного критерію. Серед них: соціальна значущість потреби, що задовольняється споживанням послуги; регулярність споживання фізкультурно-спортивної послуги; форма існування фізкультурно-спортивної послуги; спосіб компенсації за споживання фізкультурно-спортивної послуги (табл. 1).

Дамо визначення та розглянемо кожний з видів фізкультурно-спортивних послуг.

Таблиця 1

Класифікація фізкультурно-спортивних послуг

Критерій	Фізкультурно-спортивні послуги
Зміст потреби, що задовольняється споживанням послуги	Фізкультурно-виховна
	Фізкультурно-оздоровча
	Спортивно-оздоровча
	Спортивно-видовищна
	Спортивно-тренувальна
	Фізкультурно-реабілітаційна
Соціальна значущість потреби, що задовольняється споживанням послуги	Послуга, що задовольняє першочергові життєві потреби
	Послуга, споживання якої не викликане першочерговою життєвою необхідністю
Регулярність споживання	Послуга ефективна лише у разі її регулярного споживання
	Послуга, що не потребує регулярного споживання
Форми існування	Послуга, що існує як реальний процес фізкультурно-спортивної діяльності («жива» послуга)
	Послуга, що існує у формі електронної версії (телерепортаж, відеозапис, відеокопія тощо)
Спосіб компенсації за споживання послуги	Безплатний
	Платний

Джерело: розроблено за даними [1, 6, 10].

Фізкультурно-виховна послуга – різновид фізкультурно-спортивної діяльності, який базується на застосуванні засобів фізичної культури з метою досягнення оптимального індивідуального рівня здоров'я, а також розвитку рухових навичок та психофізіологічних показників, необхідних для підтримання здорового способу життя та професійної діяльності людини.

Безпосередніми виробниками фізкультурно-виховних послуг є вихователі дошкільних виховних закладів, учителі середніх загальноосвітніх навчальних закладів та викладачі вищих навчальних закладів. Виробництво такої послуги здійснюється у формі навчально-виховного заняття (уроку тощо), який проводиться відповідно до спеціальних методик. Одиницею виміру та обліку фізкультурно-виховної послуги є одне навчально-виховне заняття відповідної тривалості. Споживачами фізкультурно-виховної послуги є вихованці дошкільних виховних закладів, учні, студенти, курсанти, військовослужбовці. Категорії споживачів свідчать про те, що фізкультурно-виховна послуга є наймасовішим видом фізкультурно-спортивних послуг, який належить до першочергових потреб людини. Практично кожна людина у певний період свого життя користується ними. Щорічно в Україні майже третина населення є споживачами фізкультурно-виховних послуг. Необхідно підкреслити, що фізкультурно-виховна послуга вимагає обов'язкового регулярного споживання, яке забезпечується відповідною організацією навчального процесу в навчально-виховних закладах.

Фізкультурно-оздоровча послуга – це різновид фізкультурно-спортивної діяльності, який базується на застосуванні фізичних вправ з метою збереження та зміцнення здоров'я людей, формування у них навичок здорового способу життя. Такі послуги надаються фізкультурно-оздоровчими організаціями – фізкультурно-спортивними клубами, фітнес-клубами, фітнес-центрами, оздоровчими комплексами, центрами здоров'я тощо. Безпосередніми виробниками фізкультурно-оздоровчих послуг є відповідні фахівці – інструктори, методисти, тренери, організатори. Виробництво-споживання фізкультурно-оздоровчих послуг здійснюється у формі оздоровчого заняття або у формі заняття, що має на меті розвиток рухових якостей та навичок з окремих видів спорту. Заняття може

проводитися як у групі (колективне споживання), так й індивідуально з застосуванням методик, які враховують індивідуальні потреби клієнта.

Одиницею виміру та обліку послуги є одне оздоровче заняття, тривалість якого визначається відповідно до науково обґрунтованих методик. Споживачами послуг є представники різних вікових та професійних груп населення. Для отримання необхідного ефекту від споживання фізкультурно-оздоровчої послуги обов'язкове їх регулярне споживання. Це пов'язано з істотними витратами часу споживача й вимагає від нього значної наполегливості та волі. Незважаючи на це, у високорозвинених країнах споживання фізкультурно-оздоровчих послуг носить масовий характер.

Спортивно-оздоровча послуга – це різновид фізкультурно-спортивної діяльності, що базується на використанні видів спорту з метою збереження та зміцнення здоров'я людей, залучення до цінностей спорту, формування навичок здорового способу життя. Спортивно-оздоровчі послуги надаються спортивними організаціями (спортивними клубами, центрами з видів спорту, спортивними спорудами тощо). Безпосередніми виробниками спортивно-оздоровчих послуг є тренери та інструктори.

Організаційною формою виробництва-споживання спортивно-оздоровчих послуг є тренувальне заняття, яке має на меті формування навичок та розвиток фізичних якостей з окремих видів спорту. Одиниця виміру та обліку спортивно-оздоровчої послуги – одне спортивно-оздоровче заняття, тривалість якого визначається відповідно до науково обґрунтованих методик. Споживачами послуг є представники різних вікових та професійних груп населення – спортсмени-аматори. Для отримання необхідного ефекту від споживання спортивно-оздоровчих послуг обов'язкове їх регулярне споживання. Слід зазначити, що регулярність споживання спортивно-оздоровчих послуг порівняно, скажімо, з фізкультурно-оздоровчими послугами, досягається дещо легше, тому що за своєю природою заняття спортом, яким притаманні ігрові компоненти, є привабливішими, ніж заняття фізичними вправами.

Спортивно-видовищна послуга – це різновид фізкультурно-спортивної діяльності, що базується на використанні видів спорту з метою досягнення специфічного психоемоційного стану людей і характеризується виникненням відчуття співпереживання та естетичної насолоди. Спортивно-видовищні послуги надаються спортивними організаціями – спортивними клубами (командами). Безпосередніми виробниками цієї послуги є спортсмени, тренери, судді. Виробництво-споживання спортивно-видовищних послуг здійснюється у різноманітних формах. Це може бути спортивне змагання, фізкультурно-спортивний захід видовищного характеру (театралізована вистава, свято, концерт тощо). Одиницею виміру та обліку спортивно-видовищної послуги є один спортивно-видовищний захід, часові та інші параметри якого визначаються відповідно до офіційно затверджених правил із видів спорту та регламентів проведення змагань.

Споживачами названих послуг є глядачі. Порівняно з видовищними послугами інших галузей економіки (наприклад, мистецтва), спортивно-видовищні послуги знаходять більш масового глядача. Значною мірою це зумовлено відносною демократичністю їхнього змісту, простотою сприйняття. Для масового глядача цілком достатньо знати сенс і правила спортивного змагання для задоволення своєї потреби у видовищі. До того ж, на відміну від мистецького видовища (оперного чи драматичного спектаклю), спортивне видовище не потребує значних інтелектуальних напружень, що спрощує його сприйняття-споживання.

Спортивно-видовищна послуга має відмінності й від інших видів фізкультурно-спортивних послуг. Як відмічалося, для повного задоволення потреб у фізкультурно-виховній та фізкультурно-оздоровчій послугах, споживачі повинні споживати їх регулярно відповідно до науково обґрунтованих методик. Споживання ж спортивно-видовищних послуг цього не потребує. Ефект від сприйняття глядачем конкретного спортивного видовища практично не залежить від того, скільки змагань раніше він відвідав. Тобто кожна

окрема послуга може повноцінно споживатися автономно, незалежно від попередніх. Спортивно-видовищна послуга має ще одну відмінність: її виробництво не передбачає безпосередньої участі глядача-споживача у спортивній діяльності. Споживач у цьому випадку відіграє більш пасивну роль, ніж споживач фізкультурно-оздоровчої послуги.

Спортивно-тренувальна послуга – різновид фізкультурно-спортивної діяльності, спрямованої на досягнення бажаного психофізіологічного стану спортсмена, що вивляється у рівні його спортивної форми. Безпосередніми виробниками такої послуги є тренери з різних видів спорту. Виробництво-споживання спортивно-тренувальних послуг має форму тренувального процесу (тренувального заняття), який здійснюється відповідно до науково обґрунтованих методик. Одиницею виміру та обліку спортивно-тренувальної послуги є одне навчально-тренувальне заняття, тривалість якого визначається відповідно до науково обґрунтованих методик. Споживачами вказаних послуг виступають спортсмени.

На відміну від інших фізкультурно-спортивних послуг спортивно-тренувальна послуга передбачає більш жорстку форму поведінки споживача, регламентуючи його дії не лише в період споживання (тренування), а й за його межами. Щоб досягти бажаного рівня форми, спортсмен має дотримуватись методики тренувань, витримувати високі навантаження, підпорядковувати своє життя суворому режиму. Це потребує значних емоційних та інтелектуальних зусиль. Спортивно-тренувальна послуга може вважатись такою, що передує спортивно-видовищній послугі. Як правило, вони тісно пов'язані між собою. Перша закладає необхідні передумови для забезпечення високої якості другої. Важко сподіватися на яскраве спортивне видовище, змістовну гру чи єдиноборство, якщо їм не передував повноцінний тренувальний процес.

Фізкультурно-реабілітаційна послуга – різновид фізкультурно-спортивної діяльності, спрямованої на відновлення здоров'я людей після перенесених ними захворювань засобами фізичної культури. Безпосередніми виробниками такої послуги є фахівці з фізичної реабілітації.

Виробництво-споживання фізкультурно-реабілітаційної послуги має форму реабілітаційного заняття, яке проводиться відповідно до науково обґрунтованих методик. Одиницею виміру та обліку фізкультурно-реабілітаційної послуги є одне фізкультурно-реабілітаційне заняття. Споживачами вказаних послуг виступають особи, які потребують відновлення після перенесених захворювань. Кожний вид послуг споживається з відповідними додатковими та супутніми послугами, які не є жорстко фіксованими. Їх перелік може змінюватись залежно від багатьох факторів і визначається власником фізкультурно-спортивної організації згідно з обґрунтованими рекомендаціями фахівців з менеджменту. Про це, зокрема, свідчить практика надання додаткових та супутніх послуг спортивно-оздоровчими клубами США [4, 10, 11, 16, 24].

Одним із важливих критеріїв класифікації фізкультурно-спортивних послуг є *соціальна значущість потреб*, які задовольняються в результаті споживання певної послуги. Згідно з цим критерієм, фізкультурно-спортивні послуги поділяються на два види: 1) послуги, що забезпечують задоволення першочергових життєвих потреб людини; 2) послуги, споживання яких не викликане першочерговою життєвою необхідністю.

До першого виду послуг слід віднести фізкультурно-виховні, фізкультурно-оздоровчі та фізкультурно-реабілітаційні послуги. Це об'єктивно, оскільки будь-яке суспільство зацікавлене (в тому числі й економічно) мати населення з досить високим рівнем здоров'я, щоб кожне нове покоління вступало у самостійне трудове життя фізично загартованим з умінням вести здоровий спосіб існування. Цієї мети досягають шляхом фізичного виховання населення, тобто надання йому фізкультурно-виховні послуги. Зважаючи на високу соціальну значущість цих послуг, вони визнаються суспільством обов'язковими для споживання людьми відповідних вікових груп.

Фізичне виховання шляхом проведення обов'язкових занять здійснюється в дошкільних виховних, середніх загальноосвітніх, професійних навчально-виховних та вищих навчальних закладах відповідно до навчальних програм, затверджених у встановленому порядку».

Першочергові життєві потреби забезпечують також фізкультурно-оздоровчі та спортивно-оздоровчі послуги. Тому виробництво-споживання послуг цих видів високорозвинене суспільство теж вважає одним із своїх головних завдань у сфері соціальної політики.

До послуг, які не є першочерговими для людини, належать спортивно-тренувальні та спортивно-видовищні послуги. Це закономірно. Адже спортивно-тренувальні послуги споживаються відносно вузьким колом людей, діяльність яких розгортається у сфері спорту вищих досягнень, з метою формування суто професіональних якостей. А для спортсменів-професіоналів таке споживання є насамперед умовою забезпечення себе засобами для існування, а не передумовою розвитку особистості. Щодо спортивно-видовищних послуг, то й вони не можуть розглядатися як єдиний засіб самовдосконалення людини. Споживання їх виступає, скоріше, формою дозвілля, носить розважальний характер. А функції самовдосконалення успішніше можуть виконувати, наприклад, послуги сфери культури.

За регулярністю споживання фізкультурно-спортивні послуги поділяються на: 1) послуги, які приносять ефект лише внаслідок їх регулярного споживання; 2) послуги, які не потребують регулярного споживання.

До першого виду, як уже зазначалось, належать фізкультурно-виховні, фізкультурно-оздоровчі, спортивно-оздоровчі, спортивно-тренувальні та фізкультурно-реабілітаційні послуги. Їх споживання відбувається відповідно до спеціальних методик (технологій), які передбачають певну періодичність занять (навчально-виховних, оздоровчих, тренувальних) з метою досягнення бажаного результату.

Єдиною послугою, яка належить до другого виду, є спортивно-видовищна послуга: її споживач-глядач може досягти бажаного ефекту у результаті відвідування одного окремого спортивного змагання або іншого спортивного видовища. Більше того, відвідування кількох поспіль змагань не дає гарантій отримання бажаного ефекту внаслідок об'єктивно притаманної цій послугі нестабільності якості: надзвичайно захоплююча видовищна гра може чергуватись із нудною та нецікавою.

За формою існування фізкультурно-спортивні послуги поділяються на: 1) послуги, що існують як реальний процес фізкультурно-спортивної діяльності («жива» послуга); 2) послуги, що існують у формі електронних версій (телерепортаж, відеозапис, відеокопія тощо).

До першого виду послуг належать охарактеризовані вище фізкультурно-спортивні послуги: фізкультурно-виховні, фізкультурно-оздоровчі, спортивно-оздоровчі, спортивно-видовищні, спортивно-тренувальні та фізкультурно-реабілітаційні послуги. Усі вони являють собою процес «живої» праці відповідних фахівців з фізичного виховання і спорту.

У сучасних умовах, коли значного рівня розвитку досягли засоби масової комунікації, можна стверджувати про існування вторинної, похідної фізкультурно-спортивної послуги – її електронної копії. За своїм змістом – це ерзац-послуга, бо споживач сприймає процес надання послуги (фізкультурно-оздоровче заняття, спортивне видовище тощо) значною мірою очима виробника електронної копії послуги (оператора, режисера, коментатора). До того ж, звичайно, електронна копія репрезентує не всю послугу, а її окремі фрагменти, що істотно впливає на загальне враження про справжній зміст. Наприклад, телевізійна трансляція футбольного матчу являє собою набір послідовних фрагментів про перебіг подій: їх зміст та тривалість визначаються операторами та режисером трансляції. Крім того, сприйняття трансляції глядачами багато в чому залежить від коментатора, який дає власне трактування того чи іншого епізоду змагання.

Слід також мати на увазі, що споживач електронної версії фізкультурно-спортивної послуги відокремлений від її виробника у просторі. З огляду на це, він не отримує можливості безпосередньо впливати на якість послуги. Він може робити це лише опосередковано, через ринковий механізм, через зміну попиту на послуги, тобто шляхом відвідання чи невідвідання фітнес-центру чи спортивних змагань з участю даного спортсмена або команди. У цьому сенсі електронна версія фізкультурно-спортивної послуги має багато спільного з матеріальним продуктом.

Однак слід відмітити й деякі переваги електронної версії фізкультурно-спортивної послуги. Завдяки їй заявляється можливість задовольняти (хоча й не повною мірою) потреби у фізкультурно-спортивних послугах великої кількості людей. Телетрансляції спортивних змагань збирають мільйонні аудиторії глядачів у багатьох країнах світу. Завдяки технічним можливостям телебачення, глядачі можуть кілька разів і в різних ракурсах спостерігати найцікавіші моменти змагань, а коментар дає додаткову інформацію про хід змагання, його учасників тощо. Все це, безперечно, піднімає корисність електронної версії послуги, ефект від її споживання, компенсуючи певною мірою ті вади, про які йшлося.

Є ще один критерій класифікації фізкультурно-спортивних послуг. Це *спосіб компенсації за користування* послугами. Сучасним економічним системам притаманні два таких способи: безплатне і платне користування послугами. Відповідно і самі фізкультурно-спортивні послуги поділяються на: 1) безплатні; 2) платні.

Віднесення фізкультурно-спортивних послуг до безплатних чи платних зумовлене соціальною значущістю потреби, яку вони задовольняють. Послуги, що задовольняють першочергові життєві потреби (фізкультурно-виховна та фізкультурно-оздоровча послуги) споживаються, як правило, безплатно або на пільгових умовах. Це дає можливість забезпечити їх споживання найширшими верствами населення. Решта послуг, які задовольняють не першочергові потреби людини (спортивно-видовищна та спортивно-тренувальна послуги), є платними.

Висновки:

1. Встановлено, що критеріями класифікації фізкультурно-спортивних послуг є: *соціальна значущість потреб*, які задовольняються в результаті споживання певної послуги; *спосіб компенсації за користування* послугами; *форма існування* певної послуги; регулярність споживання послуги.

2. Визначена класифікація фізкультурно-спортивних послуг, де всі послуги розподіляються на фізкультурно-виховні, фізкультурно-оздоровчі, спортивно-оздоровчі, спортивно-тренувальні, спортивно-видовищні, фізкультурно-реабілітаційні та досліджені показники, які формують ці послуги.

Список використаної літератури

1. Галкин В. В. Экономика спорта и спортивный бизнес / В. В. Галкин. – М.: КНОРУС, 2006. – 320 с.
2. Гуськов С. И. Государство и спорт (о государственной политике зарубежных стран в области физического воспитания и спорта) / С. И. Гуськов. – М.: Физкультура и спорт, 1996. – 176 с.
3. Дудов В. А. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: содержание, стратегии, коммуникации / В. А. Дудов, О. Н. Степанова. – М.: РАГС при Президенте РФ, 2003. – 153 с.
4. Дутчак М. В. Спорт для всіх у країнах з високим рівнем охоплення населення організованою руховою активністю / М. В. Дутчак // Теорія і методика фізичного виховання і спорту. – 2007. – № 3. – С. 47–58.
5. Жестянников Л. В. Экономическое регулирование системы физической культуры и спорта: опыт и перспективы развития / Л. В. Жестянников. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1999. – С. 67–91.
6. Золотов М. И. Экономика физической культуры / М. И. Золотов. – М.: СпортАкадемПресс, 2001. – 189 с.
7. Иванов А. В. Проблемы современного этапа формирования рыночных отношений в спорте Украины / А. В. Иванов // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. – Вип. 80. – Донецьк: ДонНТУ, 2004. – 200 с.
8. Колов Ю. Н. Проблемы теории переходной экономики / Ю. Н. Колов // Вестник Томского государственного университета. – 2004. – № 283. – С. 141–148.
9. Кутепов М. Е. Управление спортом в муниципалитетах Франции: правовые основы / М. Е. Кутепов // Спорт для всех. – 1999. – № 4. – С. 21–23.

10. Мічуда Ю. П. Сфера фізичної культури і спорту в умовах ринку (закономірності функціонування та розвитку) / Ю. П. Мічуда. – К.: Олімпійська література, 2007. – 218 с.
11. Мочерний С. В. Світове господарство в умовах глобалізації / С. В. Мочерний, Я. С. Ларіна, С. В. Фомішин. – К.: Ніка-Центр, 2006. – 200 с.
12. Переверзин И. И. Менеджмент спортивной организации / И. И. Переверзин. – М.: Физкультура и спорт, 1998. – 162 с.
13. Платные услуги физической культуры и спорта населению. – Минск: ГУ «ФУМЦФВН», 2010.
14. Рожков П. А. Совершенствование экономического механизма функционирования физической культуры и спорта / П. А. Рожков. – СПб.: СПбГУЭФ, 2003. – 254 с.
15. Степанова О. Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О. Н. Степанова. – М.: Советский спорт, 2007. – 256 с.
16. Andreff W. The Evolving European Model of Professional Sports Finance / W. Andreff, P. Staudohar // Journal of Sports Economics. – 2000. – Vol. 1 (3). – P. 257–276.
17. Arnaut J. L. Independent European Sport Review / J. L. Arnaut. – Brussels: EU, 2006. – 175 p.
18. Andreff V. Economie du Sport / V. Andreff // Paris – Revue EPS. – 1990. – V. 23. – P. 79–89.
19. Bartunek J. M. Organizational and Educational Change. The life and role of a Change Agent Group / J. M. Bartunek. – Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers. Mahwah, New Jersey, 2003. – 295 p.
20. Breuer Chr. The Development of Sport Management Education in Germany – The Cologne Model / Chr. Breuer // Вестник Института экономики и социальных технологий. – 2011. – № 1. – С. 22–27.
21. Coleman M. Leadership and management in education. Cultures, change and context / M. Coleman. – Oxford University Press, 2005. – 291 p.
22. Danylchuk K. E. The nature of managerial work in Canadian intercol-legiate athletics / K. E. Danylchuk // Journal of Sport Management. – 1999. – No. 13 (2). – P. 148–166.
23. Donabedian A. The Seven Pillars of Quality / A. Donabedian // Arch Pathol. Lab. Med. – 1990. – V. 114. – P. 115–119.
24. Giulianotti R. Sport Spectators and the Social Consequences of Commodification / R. Giulianotti // Journal of Sport & Social. – 2005. – Vol. 29 (4). – P. 386–410.
25. Mondello M. A Content Analysis of the Journal of Sports Economics / M. Mondello, P. Pedersen // Journal of Sports Economics. – 2003. – Vol. 4 (1). – P. 64–73.