

**АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЛАТНЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ И СПОРТА ЖИТЕЛЯМИ Г. ПИНСКА**
Ф.Ф. Любич, А.Ю. Журавский

Полесский государственный университет, Беларусь. lubich_ff@mail.ru

Актуальность. В современных условиях хозяйствования значимость самокупаемости физкультурных объектов стоит как никогда высоко[1]. Еще более остро стоит вопрос финансирования таких отраслей социальной сферы, как физическая культура и спорт. На современном этапе, в условиях ограниченного бюджетного финансирования развития материально–технической базы физической культуры и спорта, встает вопрос всесторонней оценки существующих физкультурно–спортивных сооружений с точки зрения самокупаемости и более эффективного их функционирования[2]. Такая оценка должна базироваться на системе социальных и экономических условий. Это позволит установить наиболее оптимальные, экономически эффективные направления их использования и совершенствования. Социально–экономическую оценку поможет дать анкетирование населения по отношению к платным услугам. Это позволит определить подходы к рациональному развитию спортивного сектора экономики, что определяет актуальность проведенного исследования.

Объектом исследования является сеть спортивных услуг в сфере физической культуры и спорта в г. Пинске.

Предметом исследования являются экономические аспекты взаимодействия субъектов и объектов спорта, варианты повышения эффективности сети спортивных сооружений.

Методы и организация исследования. В методологической основе исследования использовался метод социологического опроса в форме анкетирования по разработанной анкете, системного анализа и табличного метода [3].

В анкетировании приняло участие 410 жителей г. Пинска в мае 2011 года. В анкету были включены вопросы оценки уровня доступности информации о платных услугах, оценки уровня качества услуг, их количества, удобного времени посещения спортивных объектов, уровня дохода в семье на одного человека и суммы, выделяемой на посещение платных услуг в месяц, а так же пол, возраст, семейное положение и образование.

Результаты исследования и их обсуждение. Перед тем как продать услугу её необходимо представить на рынке. От её широкого и массового представления зависит, как быстро и информативно население сможет о ней узнать, прицениться и воспользоваться. В результате опроса респондентов к оценке уровня доступности информации о платных услугах 230 ответили удовлетворительно, неудовлетворительную оценку дало 176 человек, 4 не смогли определиться. Почти 44 % жителей недовольны уровнем доступности информации. С информацией о платных услугах больше всего были ознакомлены из рекламы на радио и телевидении – 136 человек, в прессе – 130 человек, на сайте – 127 человек, других источников – 17 человек. Возможно, необходимо сделать акцент именно на телевидение и прессу, что экономически затратно. Эффективно размещение информации на собственном сайте услуг, которые можно представить в более широком ассортименте и практически без больших материальных затрат.

Вопросы количества и качества являются неотъемленной частью рыночных отношений. На вопрос: «Удовлетворяет ли Вас качество платных услуг?», высокую оценку дали 42 респондента, средним уровнем назвали 266 человек, низким – 89 человек, не дали ответа 13 человек. Около 85 % дали положительную оценку качества оказываемых услуг. Год от года уровень притязательности к комфорту и качеству жизни населения согласно статистике растет. И если не работать по-

стоянно в этом важном направлении, то можно быстро растерять все ранее завоеванные позиции, да и антиреклама на пользу не пойдет.

Возможность представить на рынок большее количество физкультурно–оздоровительных и спортивных услуг позволит увеличить доходную часть и расширить возможность последних. На вопрос «Удовлетворяет ли Вас количество платных услуг?» положительно ответило 208 человек, отрицательно – 181 человек, не дали ответ – 14 человек. Почти половина опрошенных, а это 44 %, не удовлетворена количеством платных услуг. Поэтому необходима информация, о каких, дополнительных услугах и о каком количестве и качестве идет речь.

Вопрос об отношении к платным услугам населения несет большую информацию. Это и потребность к получению качественных, комфортных услуг за собственные деньги, и как население созрело к рыночным отношениям, и какую сумму человек может заплатить за предоставляемые услуги и т.д. Так положительно к платным услугам высказались 215 человек, отрицательно – 184, не смогли определиться 11 человек. В результате мы видим, что платить за свое здоровье 45 % респондентов не хотят.

С целью более рациональной организации работы спортивных объектов, был поставлен вопрос: «В какое время суток Вам удобно посещать спортивные объекты: с 8 до 13 часов, с 13 до 18 часов и с 18 до 22 часов?»

9 % респондентов ответили, что удобно получать услуги с 8 до 13 часов, 24 % удобно заниматься с 13 до 18 часов, и 65 % готовы посещать с 18 до 22 часов. 2 % анкетированных уклонились от ответа. Следовательно, отдать под платные услуги спортивные объекты рационально с 18 часов, а менее востребованное время отдать под услуги школьникам, студентам и пенсионерам. Организовать работу обслуживающего персонала максимально необходимо в «пиковое» время, а в другое время можно задействовать меньшее количество работников и сэкономить на заработной плате.

На возможность пользоваться платными услугами большое значение имеет материальный доход человека и возможность выделять определенную сумму из этого дохода на свое здоровье.

Таблица

Ваш уровень дохода на одного человека (тыс. рублей)					
до 200	до 400	до 600	до 800	свыше 1000	нет ответа
174	132	56	16	16	6
Какую сумму Вы готовы выделить из дохода на посещение платных услуг в месяц(тыс. рублей)					
до 10	до 30	до 50	до 70	свыше 90	нет ответа
7	261	101	29	7	5

Наибольшую активность в анкетировании приняли женщины – 76 %. Мужчины – 24 %. Количество опрошенных по возрасту составило: до 20 лет – 25 %, от 20 до 30 лет – 34 %, от 30 до 40 лет – 26 %, от 40 до 50 лет – 8 %, и свыше 50 лет – 9 %. Из них – учащихся и студентов – 22 %, рабочих – 43 %, служащих – 27 %, пенсионеров – 5 %, безработных – 1 %, не дали ответа – 2 %.

Из них женатых и замужем – 66 %, не замужем и неженатых – 32 %, не дали ответа – 2 %. Соотношение образования составило: среднее – 23 %, среднее специальное – 54 %, высшее – 23 %.

Выводы:

1. Анкетирование населения позволило провести анализ для эффективного управления спортивными сооружениями в плане оказания платных услуг.

2. Для того чтобы оздоровительные услуги стали рентабельными, необходимо наиболее рационально использовать коммерческое время и отдать его на предоставление платных услуг.

3. Необходимо более активно проводить маркетинговую политику по предоставлению услуг в области физической культуры и спорта, используя наиболее доступные средства информации.

4. Для более глубокого исследования и постоянного мониторинга услуг использовать интернет для заполнения разработанных анкет на сайтах организаций, представляющей такие услуги, или организовать электронную связь «покупатель–продавец услуг».

Литература:

1. Золотов, М.И. Менджмент и экономика физической культуры и спорта: учебное пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / М.И. Золотов, В.В. Кузин, М.Е. Кутепов, С.Г. Сейранов. – М.:2004. – 236с.
2. Золотов М.И. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта: учебное пособие / М.И. Золотов/1–е изд. М.: 2001г.– 189с.
3. Долятовский, В.А. Исследование систем управления: учебное пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Долятовский В.А., Долятовская В.Н. – М.: МарТ, 2003. – 256 с.