

ПРОБЛЕМА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ЗМАГАНЬ З ФЕХТУВАННЯ В УКРАЇНІ**Олександр ВАУЛІН**

*Львівський державний університет фізичної культури, м. Львів, Україна,
e-mail: a-vaulin@bigmir.net*

Вступ. Змагання в спорті є центральним елементом, який визначає усю систему організації, методики та підготовки спортсменів. Без змагань неможливе саме існування спорту, тому спорт можна розглядати як сферу знань та діяльність, яка спрямована на функціонування і розвиток змагань.

Мета – визначити проблематику дослідження змагань з фехтування в умовах комерціалізації спорту.

Результати. Важливими серед компонентів спортивної діяльності є процеси комерціалізації, професіоналізації, глобалізації тощо. Особливості цих процесів потрібно враховувати для діяльності міжнародних суб'єктів спорту та відповідно на їх національному рівні.

У дослідженнях А. М. Зенкової [2] щодо організації та проведення легкоатлетичних змагань в Україні виявлено, що найбільших змін під впливом сучасних тенденцій, зокрема комерціалізації спорту, зазнають процеси, пов'язані з організацією та проведенням змагань.

Було визначено категорії учасників змагань, це ЗМІ, спонсори, глядачі, спортсмени та організатори, також критерії економічної ефективності змагань: конкуренція, непередбачуваність переможця; правильний вибір цільової аудиторії; стабільність календаря; вигідні час та місце проведення; оптимальна кількість стартів у сезоні.

Фахівець О. В. Дрюков [1] у своєму дослідженні визначив концептуальні основи для успішного й динамічного розвитку фехтування в дитячо-юнацьких спортивних школах в Україні.

У працях Н. Козлової [3] проаналізовано організаційні аспекти діяльності спортивних центрів, структуру і зміст послуг, що надаються в умовах централізованої підготовки восьми національних команд з фехтування.

Обговорення й висновки. Відсутність наукових даних, пов'язаних із комерціалізацією фехтування в Україні, зокрема оцінки ефективності їх проведення, пошуку резервів для залучення різних груп формує актуальне науково-практичне завдання для дослідження.

Проблемне поле удосконалення пов'язане з протиріччями, які викликають потребу в підсиленні комерційної складової частини змагань у спорті, у тому числі у фехтуванні, залученні фахівців із менеджменту, маркетингу та роботи зі ЗМІ до процесу організації змагань.

Ключові слова: фехтування, удосконалення, змагання, організація.

Список літератури

1. Дрюков О. В. Концептуальні основи розвитку фехтування у дитячо-юнацьких спортивних школах в Україні / О. В. Дрюков // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. – 2015. – № 12. – С. 35–40.

2. Зенкова А. М. Організаційні основи проведення легкоатлетичних змагань в умовах комерціалізації : автореф. дис... канд. наук з фіз. виховання і спорту : [спец.] 24.00.01 «Олімпійський та професійний спорт» / Зенкова А. М. ; НУФВСУ. – Київ, 2013. – 23 с.

3. Козлова І. О. Тренувальні центри в системі олімпійської підготовки спортсменів (на матеріалі фехтування) : автореф. дис... канд. наук з фіз. виховання і спорту : [спец.] 24.00.01 – Олімпійський і професійний спорт / І. О. Козлова ; Нац. ун-т фіз. виховання і спорту України, Київ, 2014. – 20 с.