

Виходячи з розуміння місця антикризового управління в процесі діяльності фізкультурно-спортивної організації, бізнес-план фінансового оздоровлення та план санації слід розглядати як спеціальні документи, що мають вузьке функціональне призначення. Основними концептуальними документами, які мають розроблятися у фізкультурно-спортивній організації, що опинилася в кризовому стані, є програма та план антикризових заходів.

Висновки. Охарактеризувавши особливості кризових ситуацій в діяльності фізкультурно-спортивних організацій слід зазначити, що кризові ситуації частіше залежать від зовнішніх чинників, на які досить тяжко вплинути. Але розуміючи передумови кризи та її наслідки, можна досягти виходу організації із кризового стану, проте іноді вихід із однієї кризи передуює новій кризі, тож прийняття рішень антикризового характеру є вкрай відповідальним для керівництва. Кризові ситуації в діяльності фізкультурно-спортивних організацій можуть мати свої особливості через специфіку їх функціонування та взаємодії з різними зацікавленими сторонами

Перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Визначити ефективність використання методів антикризового управління в діяльності фізкультурно-спортивної організації.

Список використаної літератури:

1. Болотнов Д.Г. Особливості антикризового управління вітчизняними підприємствами. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 2. С. 171-176.
2. Бугай В.З., Онішко А.Д. Характерні риси та діагностика фінансової кризи. *Економічний простір*. 2019. № 142. С. 101–111.
3. Вербівська Л.В., Кушнір І.В., Романюк А.С. Діагностика кризового стану підприємств у сучасних умовах господарювання. *Молодий вчений*. 2018. № 12(1). С. 250–255. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2018-12-64-60>
4. Путятіна Г.М., Н.В. Серєда Маркетингова діяльність некомерційних організацій (на прикладі дитячо-юнацьких спортивних шкіл): навчальний посібник для студентів ВНЗ фізкультурно-спортивного профілю – Харків, 2013. 102 с.
5. Романович О.О., Свистун Л.А. Кризові явища у діяльності українських підприємств та методи їх діагностики. *Молодий вчений*. 2017. № 11. С. 1295–1299.
6. Хринюк О.С. Методи антикризового управління підприємством. Актуальні проблеми економіки та управління. *Збірник наукових праць молодих вчених*. 2011. № 5. С. 114–117.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ СПОРТИВНИХ ІВЕНТІВ

Микита Самойлов, Олександр Попов

*Харківська державна академія фізичної культури
Харків, Україна*

Анотація. У роботі визначено особливості організації і проведення спортивних івентів, розглянуто технологію їх підготовки та проведення, сильні

і слабкі сторони організаторів спортивних івентів. У роботі зазначено, що вивчення особливостей проведення спортивних івентів є важливим для оптимізації витрат, розробки маркетингових стратегій, забезпечення безпеки та створення позитивного економічного впливу на місцеві громади.

Ключові слова: спортивні івенти, організатори, учасники, технологія проведення.

Вступ. Вивчення особливостей проведення спортивних івентів є важливим для забезпечення успішного та прибуткового проведення подій, забезпечення високої якості та створення позитивного враження у учасників та глядачів спортивного івента. Спортивні події можуть мати значний вплив на економіку шляхом створення нових робочих місць, розвитку туризму та збільшення обігу коштів у місцевих громадах, саме це зумовило вибір теми дослідження.

Мета дослідження – вивчити особливості організації та проведення спортивних івентів.

Матеріали та методи дослідження. З метою досягнення мети дослідження використовувалися різноманітні наукові методи, такі як аналіз літературних джерел, документальних матеріалів, організаційний аналіз, системний аналіз, анкетування та методи математичної статистики.

Результати дослідження та їх обговорення. Спортивний івент – це подія або особливий період часу, який відзначається проведенням змагань з використанням ритуалів та церемоній з метою задоволення індивідуальних потреб [3]. Спортивні івенти мають значний вплив на суспільство та розвиток спортивної сфери, вони завжди привертають увагу глобальної та місцевої громадськості, спонсорів, телевізійних трансляцій, туристів та фанатів спорту [4]. Вони сприяють популяризації спорту, залученню інвестицій, розвитку туризму, підвищенню престижу та рейтингу місця проведення, підтримці місцевих економік та сприяють розвитку інфраструктури.

Фізкультурно-спортивні організації все частіше влаштовують заходи, які сприяють створенню позитивного іміджу самої організації та часто відображають позитивний імідж міста, області або країни в цілому. Новітні фізкультурно-спортивні організації звертаються до професійних івент-агентств для проведення спортивних змагань та інших подій [2].

Управління спортивними івентами передбачає ретельну підготовку всіх аспектів події, а саме: вибір локацій, підготовка безпеки та медичної допомоги, взаємодія з учасниками та глядачами, гнучке управління витратами, маркетинг та просування, щоб забезпечити максимальну участь глядачів та спонсорів, здатність до вирішення непередбачуваних обставин, що можуть вплинути на подію. Технологія проведення спортивних івентів включає такі складові, як основна ціль, завдання, діяльність організаторів, діяльність учасників, результати організаторів, результати учасників, оцінка результатів та корекція [1].

Результати опитування серед жителів міста Харкова та Харківської області показали, що всі опитані знають хоча б один іміджевий захід, що проводився в місті Харкові до початку війни. 32% респондентів брали активну участь у

спортивних івентах і планують продовжувати долучатися до них у майбутньому. Опитані визначили основні цілі спортивних іміджевих заходів: популяризація здорового способу життя (70%), реклама різних видів спорту (25%), а також розваги та активний відпочинок (5%). Це опитування свідчить про успішний менеджмент та маркетинг органів місцевої влади у співпраці з івент-агентством щодо просування спортивних івентів у місті та області.

Ефективність організаційної моделі для підвищення прибутковості та популярності спортивних івентів полягає в ряді ключових аспектів, таких як:

1. Маркетингова стратегія, яка націлена на залучення глядачів, спонсорів, телевізійних аудиторій та медіа.

2. Партнерство зі спонсорами та співпрацю для забезпечення фінансової стабільності та підвищення прибутковості івенту.

3. Інноваційні технології передбачають використання сучасних технологій, включаючи відеотрансляції, мобільні додатки та віртуальну реальність.

4. Управління гостьовими досвідами, а саме створення привабливих та комфортних умов для відвідувачів сприяє позитивному досвіду та рекомендаціям.

5. Розвиток міжнародних зав'язків та розширення географії заходу може сприяти залученню більш широкої аудиторії учасників.

Ефективна модель повинна поєднувати ці та інші аспекти для досягнення максимальних результатів у плані прибутковості та популярності спортивних івентів.

Висновки. Отже, успішна організація спортивних заходів вимагає ретельного планування, управління ризиками та здатності вирішувати проблеми швидко та ефективно. На підставі отриманих даних можна зробити висновок, що спортивні івенти викликають великий інтерес серед глядачів та учасників, та є популярними серед широкої громадськості. Вони привертають увагу спонсорів та мас-медіа, та можуть впливати на економічний розвиток та популяризацію спорту.

Перспективи подальших досліджень у даному напрямку полягають у вивченні ефективності використання сучасних технологій у процесі проведення спортивних івентів.

Список використаної літератури:

1. Бондар А.С., Петренко І.В., Губарева А.В. Increasing the efficiency of organizing and conducting mass participation sports events. Monograph. Promising areas for the development of physical culture, sports, fitness and recreation : Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2023. pp. 89-113

2. Ніколюк О.В., Дьяченко Ю.В., Савченко Т.В. Особливості розвитку івент менеджменту в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 6. С. 98-103.

3. Повалій Т. Л., Світайло Н. Д. Івент-менеджмент : навчальний посібник. Суми: Сумський державний університет, 2021. 198 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/82458/1/Povalii_management.pdf;jsessionid=DFFC6B06FDFB9F4B17C416F8114F5DF6

4. Хитрова О.А., Харитоновна Ю.Ю. Стан і тенденції розвитку івент-менеджменту в Україні. Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: економіка і менеджмент. 2018. Вип. 30. С.27-31.

ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ СПОРТИВНОЇ ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

Олена Степанюк, Ірина Когут

*Національний університет фізичного виховання і спорту України
Київ, Україна*

***Анотація.** Популярним методом взаємодії та спілкування студентської молоді у позанавчальний час є участь у волонтерській діяльності, в якій прищеплюються цінності, розвиваються життєві навички, стимулюється співпраця та надаються можливості спілкування й обміну досвідом. В епоху комерціалізації спорту волонтерство може бути важливим інструментом виховного впливу у формуванні гуманістично орієнтованого суспільства незалежно від будь-якої приналежності.*

***Ключові слова:** спортивна волонтерська діяльність, заклади вищої освіти, соціальна інтеграція, гуманізація суспільства.*

Вступ. Характеризуючи сучасний стан розвитку спортивної волонтерської діяльності в Україні, на основі порівняння із світовим досвідом, визначено, що вона має епізодичний характер. Однак вивчення міжнародного досвіду свідчить, що вагоме значення для розвитку спорту в усьому світі належить волонтерській діяльності. В свою чергу актуальним постає питання вивчення сучасного стану розвитку спортивної волонтерської діяльності в Україні.

Мета та завдання дослідження: визначити сучасний стан розвитку спортивної волонтерської діяльності в закладах вищої освіти України задля популяризації кращих практик щодо розвитку і поширення цього явища.

Матеріал і методи дослідження: теоретичний аналіз і узагальнення літературних джерел, даних мережі Інтернет; метод експертних оцінок, методи математичної статистики.

Результати дослідження та їх обговорення. За результатами експертного опитування визначено, що дієвим інструментом популяризації та поширення спортивної волонтерської діяльності серед молоді є заклади освіти (рис. 1). Аналізуючи сучасний стан цього питання, визначено, що в більшості закладів вищої освіти сфери фізичної культури і спорту не відбувається підготовки студентської молоді до спортивного волонтерства в межах освітнього процесу. Більшість закладів вищої освіти сприяють поширенню спортивного волонтерства переважно за допомогою співпраці з громадськими та державними організаціями, які займаються підготовкою спортивних волонтерів перед конкретними змаганнями. Однак позитивним прикладом є Харківська державна академія фізичної культури, де поєднано різні інструменти популяризації, поширення та навчання студентської молоді до спортивного волонтерства, а