

УДК 796:338

## ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ОБЛАСТИ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

**В.В. КАРНЕЙЧИК**

(Белорусский национальный технический университет, Минск)

*Рассматриваются проблемы ценообразования в области физкультурно-спортивных услуг в Республике Беларусь. На основании проведенного собственного социологического исследования выявлены основные факторы, оказывающие влияние на этот процесс, рассмотрены вопросы доступности и платежеспособного спроса в отношении услуг спортивных объектов. Изучены особенности ценовой политики бюджетных и частных физкультурно-спортивных организаций. Предложены меры по оптимизации ценообразования в сфере физкультурно-спортивных услуг.*

**Введение.** Основной задачей повышения эффективности работы физкультурно-спортивных объектов в Республике Беларусь является разработка адекватной ценовой политики спортивных сооружений, отвечающей сегодняшним реалиям. Установление цены на услуги физкультурно-спортивных организаций в меняющихся социально-экономических условиях – одна из актуальных проблем этой сферы. От правильности установления цены во многом зависит рентабельность предприятия, его конкурентоспособность и другие показатели хозяйственной деятельности, так как именно стоимость физкультурно-спортивных услуг оказывает непосредственное воздействие на процесс стимулирования или, наоборот, торможения интереса потребителя. Назначая цену, необходимо прежде всего ответить на вопрос: какую максимальную плату готовы внести предполагаемые клиенты за потребление конкретной услуги. Если в результате анализа выясняется, что потенциальные потребители конкретной услуги не смогут из своих доходов оплатить ее реальную стоимость, это означает, что данная услуга не будет потребляться, а физкультурно-спортивная организация не сможет обеспечить самоокупаемость путем реализации производимых ею услуг [1].

Ценообразование – процесс по установлению, регулированию цен (тарифов) и контролю за применением установленного законодательством порядка ценообразования юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, осуществляющими свою деятельность без образования юридического лица и другими субъектами ценообразования [2].

Основные факторы, оказывающие влияние на стоимость физкультурно-спортивных услуг, можно разделить на две группы: внешние и внутренние. К первой группе относятся факторы, непосредственно не связанные с деятельностью спортивных сооружений: обеспеченность физкультурно-спортивными сооружениями, наличие спроса на спортивно-оздоровительные услуги, конкуренция на рынке этих услуг, платежеспособность населения, возраст и контингент потребителя.

К внутренним факторам относят: разнообразие услуг, состояние материально-технической базы объекта, квалификация тренеров, инструкторов и других специалистов, режим работы и т.д. [3; 4]. Именно эта группа факторов формирует у потребителей представление о качестве услуг спортивного объекта.

**Основная часть.** Для исследования степени влияния факторов на процесс ценообразования в сфере физкультурно-спортивных услуг в Республике Беларусь, а также с целью изучения наличия и удовлетворенности платежеспособного спроса в отношении услуг спортивных объектов, был проведен анкетный опрос среди жителей города Минска и Минской области (города Борисов, Молодечно, Вилейка). Анкетирование проводилось среди таких категорий населения, как врачи, учителя и экономисты. Данный контингент был выбран неслучайно: работники сферы образования и медицинские работники – это именно те специалисты, которые непосредственно участвуют в формировании отношения населения к занятиям физической культурой и спортом, а экономисты являются специалистами наиболее грамотными в сфере ценообразования. Всего в опросе приняли участие 1400 человек, годными для обработки оказались 1216 анкет. Анкетный опрос населения проводился в период с конца января до начала марта 2013 года.

Среди причин отказа населения от пользования услугами спортивных объектов наиболее значимы следующие (рис. 1).

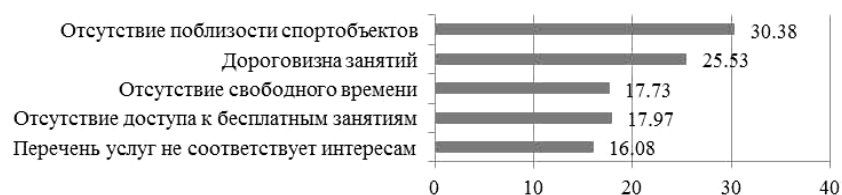


Рис. 1. Причины не пользования услугами спортивных объектов, %

Согласно ответам респондентов, одним из наиболее важных факторов, влияющих на пользование физкультурно-спортивными услугами, является обеспеченность спортивными сооружениями. Под обеспеченностью спортивными сооружениями понимается степень удовлетворения потребностей населения в объектах физической культуры [5]. То есть обеспеченность подразумевает под собой не просто наличие в регионе определенного количества спортивных объектов, а определяется возможностью получения населением различных физкультурно-спортивных услуг.

Так, в ходе исследования изучены статистические данные о количестве спортивных объектов на территории исследуемых районов. Если соотнести количество спортивных сооружений с плотностью населения региона, то получится, что самая высокая обеспеченность у жителей Вилейки (рис. 2) [6].

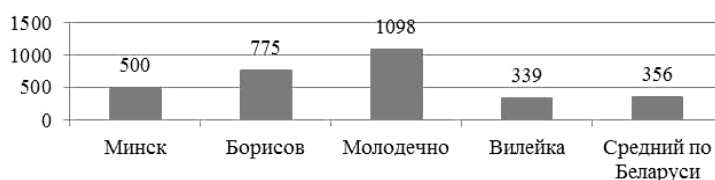


Рис. 2. Количество жителей региона на один спортивный объект, кол-во чел.

На деле же оказывается, что именно население города Вилейки чаще всего не удовлетворено условиями для занятий физической культурой и спортом. Среди них наблюдается самая низкая активность в пользовании услугами физкультурно-спортивных объектов. Так, 60,07 % опрошенных жителей этого города не пользуются физкультурно-спортивными услугами, а если и пользуются, то, как правило, только одной услугой, и то эпизодически. Именно жители города Вилейки чаще остальных респондентов объясняют причину отказа от услуг спортивных объектов отсутствием услуг представляющих для них интерес. Такое положение дел может быть связано с низкой пропускной способностью объектов, физическим и моральным износом материально-технической базы спортивных объектов, нехваткой квалифицированных кадров, узким спектром предлагаемых услуг и т.д.

Для оценки обеспеченности спортивными сооружениями населения следует учитывать не только демографическую ситуацию региона, а прежде всего пропускную способность объектов, их профильность, характер и разнообразие предоставляемых услуг. На это следует обращать внимание при планировании строительства новых сооружений и модернизации уже существующих.

На ценовую политику спортивных сооружений особое влияние оказывает такой фактор, как платежеспособность населения. В данном случае под платежеспособностью понимается способность населения региона пользоваться платными услугами физической культуры и спорта.

Стоимость является одним из ключевых моментов при принятии решений потребителями о покупке услуги. Чем выше цена, тем менее доступной она становится для потребителей.

Доступность подразумевает не только досягаемость потребителями услуг мест занятий физической культурой и спортом, беспрепятственность их перемещения внутри спортивных сооружений, но и стоимостные показатели спортивных услуг [7].

В ходе опроса респонденты высказали свое мнение относительно доступности услуг спортивных объектов в материальном отношении. Сложность с оплатой интересующих услуг возникает у каждого четвертого участника опроса. Существует опасение, что с ростом цен на физкультурно-спортивные услуги потребительский спрос на них будет падать. Но пользователь при покупке услуги руководствуется не одной лишь ценой, а принимает во внимание качество услуги и сопоставляет его с ценой, т.е. исходит из соотношения «цена / качество».

Как показало исследование, большинство опрошенных считают возможным для себя повышение оплаты за физкультурно-спортивные услуги при улучшении определенных условий (рис. 3).

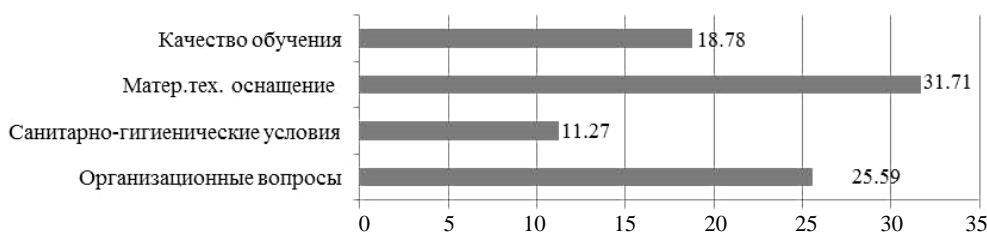


Рис. 3. Определяющие факторы, повышающие платежеспособность спроса в сфере физкультурно-спортивных услуг, %

Факторы расположения объекта, доступность цен и качество услуг являются определяющими и в тех случаях, когда респонденты выступают в качестве непосредственных потребителей услуг спортивных объектов. Безусловно, все эти факторы взаимосвязаны, но на процесс ценообразования каждый из них влияет по-разному, в зависимости от ситуации.

Так, одним из ключевых моментов при установлении цен на услуги спортивного сооружения является отношение организации к определенной форме собственности (государственной или частной).

В Республике Беларусь физкультурно-спортивные услуги на коммерческой основе предлагают как бюджетные, так и частные организации, механизм ценообразования которых различен.

Частнопредпринимательская деятельность в данной сфере, как правило, ограничивается арендой помещений индивидуальными предпринимателями для оказания платных физкультурно-оздоровительных услуг, а также созданием в крупных городах фитнес-клубов (центров).

Низкая предпринимательская активность связана с высоким риском убытков в этой отрасли, так как спрос на физкультурно-спортивные услуги в стране недостаточно высок и недостаточно стабилен. К тому же бюджетные организации являются для предпринимателей серьезными ценовыми конкурентами, предлагая услуги за более приемлемую цену. Частные организации ориентированы на получение прибыли, чем и обусловлены более высокие цены на физкультурно-спортивные услуги. Высокая цена может не удовлетворить потребителя, ведь последнего интересуют не затраты производства, а его результаты, кроме того, потребитель ориентируется на рыночные цены конкурентов.

Коммерческие спортивные клубы главный акцент делают на качество услуг, имидж и престижность организации, что позволяет им привлекать потребителей, составляя конкуренцию государственным спортивным объектам. Потребитель должен сделать для себя выбор в плане соотношения цена/качество.

Ценообразования на физкультурно-спортивные услуги государственных спортивных сооружений имеет свои особенности: с одной стороны, цена определяется, необходимостью безубыточной деятельности, а с другой – требованиями по доступности физкультурно-оздоровительных услуг для широких слоев населения.

Для бюджетных физкультурно-спортивных организаций в социально-ориентированном государстве, каковым является Республика Беларусь, прибыль не является основной целью деятельности. Поэтому вопрос о путях увеличения прибыли – важный, но не первостепенный, так как прямо или косвенно эти организации получают субсидии, а значит, на первый план должны выходить социальные обязательства производителей физкультурно-спортивных услуг.

Стоимость физкультурно-спортивных услуг для различных потребительских групп варьируется в зависимости от величины дохода на душу населения и составляет некоторый ценовый диапазон. При этом учитываются факторы регионального развития, темпы инфляции в стране. Если общий уровень доходов населения в отдельно взятом городе или регионе выше, чем в соседних, то степень готовности платить большие суммы за физкультурно-спортивные услуги будет, вероятнее всего, выше.

Были изучены уровень заработной платы и цены на некоторые виды физкультурно-спортивных услуг в городах, в которых проводился анкетирование (табл. 1).

Таблица 1

Соотношение уровня заработной платы и уровня цен на физкультурно-спортивные услуги в конкретном регионе (данные за 2-й квартал 2013 года)

Регион	Средняя зарплата в регионе, тыс. руб.	Средняя стоимость абонемента на физкультурно-спортивные услуги для взрослого населения (8 занятий), руб. <sup>1</sup>
Минск	6 305,7	317 000
Борисов	4 198,1	110 000
Молодечно	4 571,7	114 000
Вилейка	3 959,9	97 000

Как видно из данных таблицы, стоимость абонементов на физкультурно-спортивные услуги в исследуемых регионах колеблется в достаточно широком диапазоне, т.е. происходит субъективное формирование цен на одинаковый вид услуг, ориентируясь главным образом на заработную плату в регионе, т.е. основным фактором при формировании цен на услуги бюджетных спортивных организаций в Республике Беларусь является платежеспособность населения.

Цены на физкультурно-спортивные услуги для жителей Минска выше, чем в других исследуемых городах, даже по отношению к более высокой заработной плате. Зарплата в Минске больше примерно в 1,5 раза, а стоимость физкультурно-спортивных услуг выше более чем в 2 раза.

<sup>1</sup> Средняя стоимость абонементов по пяти видам услуг: посещение бассейна, аквааэробика, аэробика, тренажерный зал, танцы (восточные).

В Минске в большей степени включается рыночный механизм формирования цен на физкультурно-оздоровительные услуги. Это связано с высокой плотностью населения города, растущим спросом на физкультурно-спортивные услуги, более высоким уровнем жизни населения, т.е. при формировании цен на услуги учитывается не просто платежеспособность населения, а платежеспособный спрос. Под платежеспособным спросом понимают – спрос на товары и услуги, обеспеченный денежными средствами их покупателей [8]. То есть речь идет не только о способности платить, но и о готовности и желании тратить денежные средства на физкультурно-спортивные услуги.

Разнообразие услуг, наличие объектов с разным уровнем развития материально-технической базы, высокий уровень конкуренции среди спортивных объектов, способствующий повышению качества услуг, привлекает все большее количество занимающихся. Именно жители Минска чаще всего пользуются услугами спортивных объектов (доля опрошенных среди таких составляет 70 %), хотя регулярностью посещения спортивных объектов они особо не отличаются, что связано со значительной стоимостью физкультурно-спортивных услуг.

Как показало анкетирование, чаще (36,81 %) на дороговизну занятий жалуются именно минчане, в отличие от жителей других регионов. Респонденты из Минска чаще остальных высказывали мнение о том, что физкультурно-спортивные услуги ориентированы в основном на обеспеченных людей (42,73 %).

Несмотря на то, что зарплата в Минске выше, чем в других городах, оплата интересующих физкультурно-спортивных услуг для семьи минчан является более весомой статьей расходов семейного бюджета по сравнению с остальными. Полученные данные показали, что жители Минска в процентном соотношении тратят из семейного бюджета на физкультурно-спортивные услуги больше средств, чем жители других городов (рис. 4).

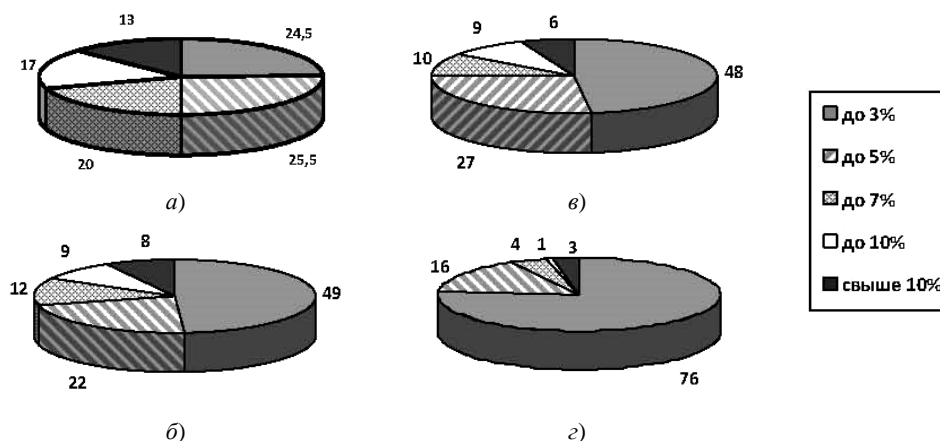


Рис. 4. Доля денежных средств от общего семейного бюджета, выделяемая на оплату физкультурно-спортивных услуг в зависимости от региона, %:  
а – Минск; б – Молодечно; в – Борисов; г – Вилейка

Муниципальные спортивные объекты для выполнения своей социальной функции должны предлагать определенный объем физкультурно-спортивных услуг на бесплатной и льготной основе, а также за минимальную плату, делая их доступными для наиболее незащищенных категорий граждан.

В последние годы наблюдается тенденция увеличения объема услуг, предоставляемых на платной основе. Это объясняется невозможностью покрытия из бюджетных источников все финансовых потребностей спортсооружений, необходимостью расширять спектр услуг, повышать их качество, т.е. создавать условия для привлечения и удержания потребителей путем удовлетворения их растущих запросов.

Большинство опрошенных респондентов отметили, что на данный момент они сами и члены их семей имеют возможность пользоваться физкультурно-спортивными услугами лишь за полную стоимость (рис. 5).

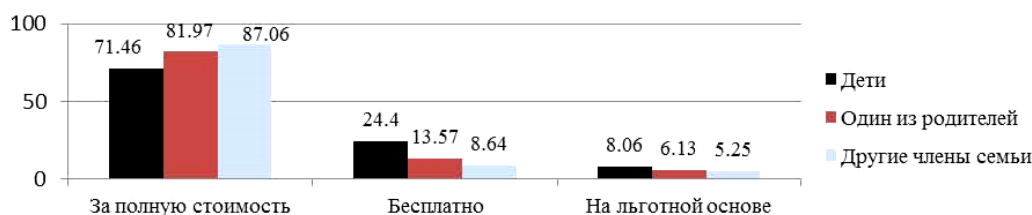


Рис. 5. Условия предоставления физкультурно-спортивных услуг для детей и их родителей, %

Из всех респондентов лишь небольшой процент имеет возможность получать физкультурно-спортивные услуги на бесплатной основе, но несмотря на это 13,21 % из них не реализовывают эту возможность. Скорее всего, это связано с тем, что предлагаемые услуги на бесплатной основе не всегда соответствуют их интересам, либо данные услуги низкого качества.

В ходе исследования было выяснено, что условия получения услуг влияют на регулярность занятий. Респонденты, имеющие возможность получать услуги на безвозмездной или льготной основе, в большей степени регулярно ими пользуются. Так, несколько раз в месяц и более пользуются физкультурно-спортивными услугами половина (51,89 %) опрошенных, занимающихся на бесплатной основе, и 60,78 % – получающих льготы. Посещение объектов респондентами, занимающимися за полную стоимость, чаще носит нерегулярный характер. Респонденты, получающие услуги на льготной основе, пользуются ими регулярнее, чем потребители на безвозмездной основе. Это говорит о том, что оплата услуги стимулирует посещение занятий и что услуги должны быть платными, но при этом доступными. Отмечено также положительное отношение респондентов к платным физкультурно-спортивным услугам. Независимо от уровня дохода подавляющее большинство (95,49 %) считает приемлемым оплату полной стоимости физкультурно-спортивных услуг трудоспособным населением.

В ходе исследования были проанализированы данные по ценам на разные виды услуг на конкретном объекте (табл. 2).

Таблица 2

Стоимость физкультурно-спортивных услуг в конкретном регионе  
(данные за 2-й квартал 2013 года)

Вид услуги	Средняя стоимость услуги в регионе в тыс. руб. <sup>2</sup> (на примере 1 – 2 объектов)							
	разовое занятие	абонемент 8 занятий	разовое занятие	абонемент 8 занятий	разовое занятие	абонемент 8 занятий	разовое занятие	абонемент 8 занятий
Тренажерный зал	40–55	300–400	18–20	85–130	16	121	7	42
Аквааэробика	45–60	340–360	17–18	105–130	28	210	20	150
Посещение бассейна	40–60	300–320	16–17	105–125	16	118	15	100
Танцы (восточные)	40–50	280–300	14–17	90–122	–	–	15	105
Аэробика	30–55	240–330	14–17	90–120	18	130	15	90
Настольный теннис	15–30	–	25	–	11	74	5	

Как видно из таблицы, плата за посещение тренажерного зала, занятия аэробикой, бассейна и других видов услуг на одном и том же спортивном объекте имеют примерно одинаковую стоимость, т.е. цены на разные виды физкультурно-спортивных услуг одной и той же организации формируются вне зависимости от особенностей труда работника, выполняющего определенные функции, от используемых средств в процессе занятий.

Таким образом, стоимость услуги не зависит ни от спроса на услугу, ни от ее себестоимости. С одной стороны, это позволяет потребителю выбрать вид услуг, руководствуясь в большей степени не ценой, а своим личным интересом, что еще раз говорит в пользу доступности услуг бюджетных организаций. С другой – в условиях необходимости повышения экономической эффективности деятельности, многофункциональным спортивным комплексам к формированию цен на разные виды услуг нужно подходить дифференцированно, принимая во внимание то, из чего складывается себестоимость той или иной услуги. Особенно важно учитывать соотношение таких факторов, как сложность работы педагога и затраты на материально-техническое обеспечение. В одном случае основные затраты на предоставление услуги складываются из эксплуатации дорогостоящего оборудования, во втором – наиболее дорогостоящей будет работа тренера.

При установлении цены следует принимать в расчет спрос на конкретный вид услуг. Это позволяет возмещать расходы за счет компенсации сниженных цен на занятия одним видом спорта, спрос на который имеет высокий уровень эластичности, повышением цен на занятия другим видом спорта, спрос на который неэластичен.

<sup>2</sup> Была изучена стоимость услуг на следующих объектах: Минск – ФОК Серебрянка, Городской центр олимпийской подготовки по теннису; Борисов – ФОЦ г. Борисова, Борисовский спортивный комбинат № 1; Молодечно – Олимпик 2011; Вилейка – ЦФОР «Сатурн».

Абонементная политика также должна стимулировать покупку услуг. Как видно из данных таблицы 2, стоимость абонемента на многие услуги некоторых спортивных организаций мало отличается от стоимости разовых занятий. Это имеет свои минусы, так как цена абонементов должна стимулировать их приобретение. Во-первых, наличие абонемента мотивирует потребителя заниматься более регулярно, во-вторых, помогает планировать загрузку объекта, а в-третьих, позволяет организации гарантированно получать выручку.

На физкультурно-спортивные услуги лучше устанавливать не фиксированные, а «плавающие» цены (т.е. цены на услуги могут изменяться в зависимости от конъюнктуры). Индивидуальные тарифные планы хотя и несколько сложнее для применения, но дают более позитивные результаты.

Положительный момент гибкого ценообразования заключается в следующем: во-первых, спрос на физкультурно-спортивные услуги отличается такой характерной чертой, как сезонность, – в разное время года число занимающихся значительно варьируется, пиковые периоды приходятся на осенне-весенний, зимний периоды, а в летнее время наблюдается существенный отток потребителей физкультурно-оздоровительных услуг, что отражается на динамике объема выручки (рис. 6); во-вторых, неравномерность потребительского спроса проявляется также в желании клиентов заниматься в определенные дни недели и время суток.

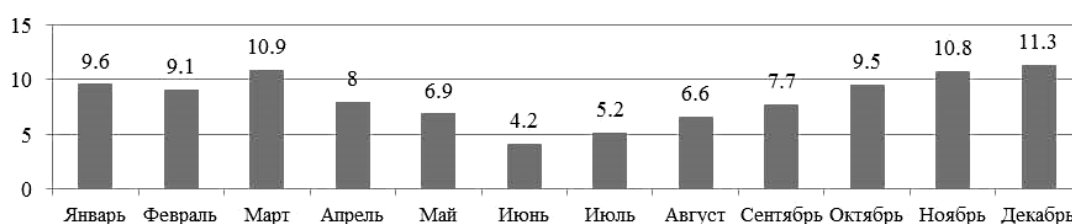


Рис. 6. Динамика годовой выручки одного из объектов города Минска, находящегося на самоокупаемости (данные за 2010 год), %

Таким образом, на некоторые часы занятий приходится повышенный спрос, когда сотрудники, помещения и оборудование перегружены, а в другие часы, когда спрос падает, оборудование, помещения и персонал простаивают и не приносят объектам прибыли. Наличие пиковых ситуаций, приводит к необходимости выравнивания спроса за счет дифференциации цен. Установление более высоких цен в пиковое время предоставляет возможность получить прибыль, которая может быть использована для субсидирования деятельности физкультурно-спортивной организации в непопулярное время. Однако установление более высоких цен на услуги в пиковое время приводит к несправедливой дискриминации ряда посетителей. Поэтому следует разрабатывать двухкомпонентные тарифы. Такая цена включает оплату фиксированной суммы (входная плата, абонемент и т.п.) плюс дополнительную сумму, размер которой зависит от времени предоставления услуги.

Для покрытия расходов в летнее время необходимо развивать те виды услуг, которые будут востребованы в этот период, к примеру, прокат спортивного инвентаря (велосипедов, роликовых коньков, туристического снаряжения и т.д.), организация физкультурно-спортивных занятий для детей, находящихся в школьных лагерях и др.

Государственные спортивные объекты также имеют возможность заключать коллективные договоры с предприятиями и организациями на предоставление физкультурно-спортивных услуг, что дает возможность объектам получать гарантированный доход на протяжении длительного времени.

Одним из ключевых моментов в деятельности спортивных объектов является эффективное использование его ресурсов. Если объект не имеет возможности закупки и содержания дорогостоящего оборудования, необходимо развивать те виды спорта, которые в нем не нуждаются. Отсутствие сложного и дорогостоящего оборудования обеспечит высокую пропускную способность объекта без риска ухудшения его материально-технической базы. Комплекс предоставляемых услуг физкультурно-спортивных сооружений должен быть достаточно широк, а доход предприятие будет получать за счет массовости.

**Заключение.** Ценообразование в области физкультурно-спортивных услуг обусловлено совокупностью факторов, ведущими из которых являются: обеспеченность спортивными сооружениями, качество услуг, платежеспособность населения и платежеспособный спрос.

Факторы платежеспособность и качество физкультурно-спортивных услуг влияют в разной степени на ценообразование в государственной и частной организации. Так как бюджетная организация социально ориентирована, следовательно, основным критерием установления цены на предоставляемые ею услуги являются материальные возможности жителей региона. Вследствие чего цены на физкультурно-спортивные услуги в большинстве государственных спортивных организациях ниже их реальной себестоимости. Такая ценовая политика возможна лишь благодаря бюджетному финансированию.

Коммерческая организация не может себе позволить ориентироваться главным образом на платежеспособность населения. Для получения прибыли стоимость услуг должна быть выше издержек производства, в противном случае предприятие просто не будет получать прибыль, а это основная цель деятельности частной организации. В связи с чем основной акцент частные физкультурно-спортивные организации делают на предоставление услуг высокого качества, причем предлагают именно те услуги, которые наиболее востребованы среди потребителей. То есть в основе ценообразования коммерческих организаций лежат такие факторы, как качество и спрос.

В условиях снижения бюджетного финансирования приближение стоимости услуг спортивных объектов к ценам, окупающим издержки, позволило бы существующим сооружениям повысить их экономическую самостоятельность и эффективность функционирования.

Но в современных экономических условиях, а особенно в данной отрасли, значительно повышать цены на услуги нецелесообразно, более выгодно снижать затраты на производство услуг, расширить спектр услуг, повышать их качество в том числе за счет заинтересованности тренерского состава.

В основе поиска решения проблемы снижения бюджетного финансирования лежит нахождение оптимального соотношения платных и бюджетных услуг, а также четкое определение источников финансирования производства социальных услуг.

Колебания платежеспособного спроса на физкультурно-спортивные услуги тесно связаны с изменениями в социально-экономической, политической и иной сферах жизни страны. Это заставляет задуматься о своевременной реакции ценовой политики на социальные изменения, о проведении в жизнь политики «плавающих» цен.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Соломченко, М.А. Экономика физической культуры и спорта: учеб.-метод. пособие / М.А. Соломченко; гл. ред. С.Ю. Махов. – Орел: МАБИБ, 2012. – 124 с.
2. О ценообразовании: Закон Респ. Беларусь, 10 мая 1999 г., № 255-3; в ред. Закона Респ. Беларусь от 31.12.2005 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 6. – 2/1177.
3. Синяков, А.В. Совершенствование экономического механизма управления недвижимостью региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А.В. Синяков; Комсомольский-на-Амуре гос. техн. ун-т. – Комсомольск-на-Амуре, 2007. – 21 с.
4. Литвин, А.Т. Ценообразование спортивно-оздоровительных услуг как составная часть эффективного маркетинга / А.Т. Литвин // Физическое воспитание студентов творческих специальностей. – 2002. – № 3. – С. 3 – 8.
5. Лавриненко, А.Р. Анализ эффективности эксплуатации физкультурно-спортивных сооружений / А.Р. Лавриненко // Бухгалтерский учет и анализ. – 2012. – № 6. – С. 23 – 34.
6. Статистический ежегодник Республики Беларусь / гл. ред. В.И. Зиновский. – 2012. – 279 с.
7. Лавриков, С.И. Ресурсосбережение как фактор повышения доступности физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг / С.И. Лавриков, А.В. Тараканов // Ученые записки ун-та им. П.Ф. Лесгафта. – 2010. – № 2. – С. 77 – 81.
8. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь. – 2-е изд., испр. / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 249 с.

Поступила 18.09.2013

#### THE FACTORS HAVING IMPACT ON PRICING IN THE FIELD OF SPORTS AND SPORTS SERVICES IN REPUBLIC OF BELARUS

V. KARNEICHYK

*The article deals with the problems of pricing in the field of sports services in the Republic of Belarus. On the basis of personal sociological investigation the main factors that influence this process are identified and issues of availability and effective demand for services of sports facilities are considered. The features of the pricing policy state owned and private sports organizations are studied. The measures to optimize the pricing of services in the field of sports are proposed.*