



ПРОБЛЕМЫ И ИННОВАЦИИ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА, РЕКРЕАЦИИ И СПОРТИВНО- ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 100-летию образования государственного органа управления в сфере физической культуры и спорта

Казань, 2 июня 2023 года



УДК 796/799:33

ББК 75.4

П 78

П78 Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма: Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 100-летию образования государственного органа управления в сфере физической культуры и спорта. Казань, 2 июня 2023 года.

Казань : ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСиТ», 2023. – 300 с.

В сборнике представлены материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма», посвященной 100-летию образования государственного органа управления в сфере физической культуры и спорта, прошедшей 16-17 февраля 2023 года на базе ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСиТ», г. Казань.

В материалах обсуждаются актуальные проблемы спортивного менеджмента, спортивной индустрии, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма.

Сборник адресован специалистам в области управления физической культуры, спорта, рекреации и туризма, преподавателям вузов, студентам, тренерам и спортсменам, а также всем заинтересованным лицам.

Материалы представлены в авторской редакции.

За качество и достоверность предоставленных материалов ответственность несут авторы.

Научный редактор: д.п.н., профессор Г.Н. Голубева.

Технические редакторы: к.п.н. И.Е. Евграфов, М.А. Ильясова.

УДК 796/799:33

ББК 75.4

© ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСиТ», 2023

Часть 1.

**СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА
В РОССИИ И В МИРЕ.**

**МЕНЕДЖМЕНТ ИНДУСТРИИ СПОРТА,
ТУРИЗМА И СЕРВИСА**

УДК 338

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОГРАММЫ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ КЛИЕНТОВ В ФУТБОЛЬНЫЙ КЛУБ

Абдрахманова Д.Р., Галлямов Э.Р.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В представленной работе оценивается эффективность программы по привлечению клиентов в футбольный клуб.

Ключевые слова: эффективность, привлечение, клиенты, анализ.

Актуальность. В последние годы для повышения физической активности населения отмечается открытие физкультурно-спортивных организаций. Но открытие физкультурно-спортивных организаций не будет успешной без определения программы привлечения клиентов для занятий. Правильная и грамотная организация маркетинговой деятельности физкультурно-спортивной организации поможет осуществить ее прибыльность и численность занимающихся.

Цель исследования: оценка эффективности разработанной программы по привлечению клиентов в футбольный клуб.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, анкетирование, анализ маркетинговой деятельности, метод математической статистики.

Результаты исследования. В результате анкетирования, анализа маркетинговой деятельности и SWOT-анализа футбольного клуба нами была разработана программа, направленная на привлечение новых клиентов (табл. 1).

Таблица 1 – Паспорт программы по привлечению клиентов в футбольный клуб «Атлант»

Наименование программы	Программа привлечения клиентов в футбольный клуб «Атлант»
Цели	1. Привлечение новых клиентов; 2. Увеличение прибыли организации.
Задачи	1. Определить целевую аудиторию; 2. Выявить эффективные способы привлечения клиентов; 3. Внедрить дополнительные инструменты привлечения клиентов; 4. Оценить эффективность проведенных мероприятий.
Важнейшие целевые показатели	1. Количество проданных абонементов; 2. Увеличение прибыли организации.
Сроки реализации	2 месяца
Перечень программных мероприятий	1. Электронная рассылка по чатам жилых комплексов; 2. Раздача листовок около детских садов и школ; 3. Проведение пробных тренировок в детских садах; 4. Размещение плакатов рядом с местом проведения тренировок; 5. Бонусная система скидок и предложений.
Ожидаемые результаты	1. Увеличение количества клиентов до 293 человек; 2. Увеличение прибыли организации на 20000 рублей.

Для привлечения новых клиентов к тренировкам по футболу мы планируем использовать такие мероприятия как: электронная рассылка в мессенджере WhatsApp, раздача листовок около детских садов и школ, размещение плакатов рядом с местом проведения тренировок, проведение пробных тренировок в детских садах. По сути, необходимо обеспечить определенный уровень конкурентоспособности и совершенствование организации маркетинга [1].

Также в клубе планируем запустить акцию «Приведи друга и получи скидку 30%». Все это способствует созданию благоприятного микроклимата в спортивных коллективах что, в свою очередь, способствовало значительному снижению негативных мотивационных факторов [2].

Реализация концепции коммерции осуществляется в результате применения модели комплексного анализа рыночной среды и управления маркетинговыми технологиями в целях формирования доходной базы и потребительской ценности корпоративного продукта [3]. В ходе нашей работы мы выявили, что деятельность по привлечению клиентов футбольного клуба «Атлант» недостаточна эффективна. Для повышения ее эффективности мы разработали программу для привлечения занимающихся в футбольном клубе и для ее оценки был проведен сравнительный анализ количества занимающихся на февраль 2023 года и апрель 2023 года (рис. 1).

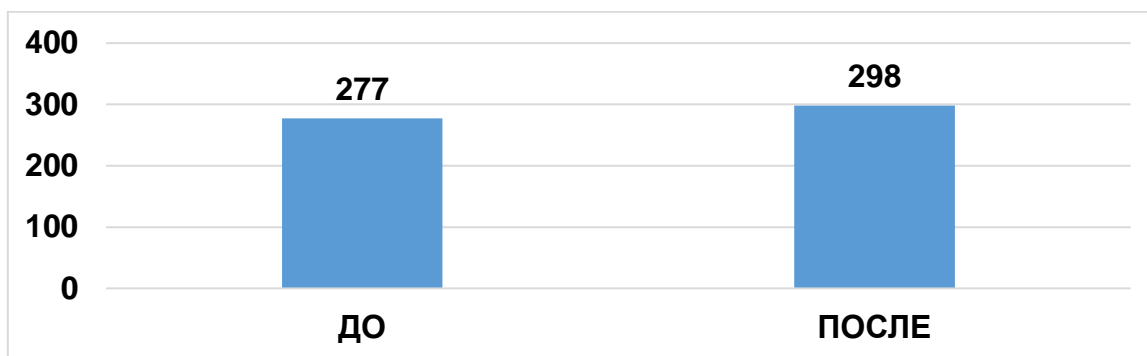


Рисунок 1 – Статистические данные о клиентах «ФК Атлант» за февраль и апрель 2023 года (кол-во занимающихся)

По рисунку 1 видно, что всего за 2 месяца работы новой программы футбольного клуба «Атлант» количество клиентов увеличилось на 21 человек.

Для определения взаимосвязи расходов на мероприятия по привлечению клиентов и количества новых клиентов мы провели корреляционно-регрессионный анализ (рис. 2)

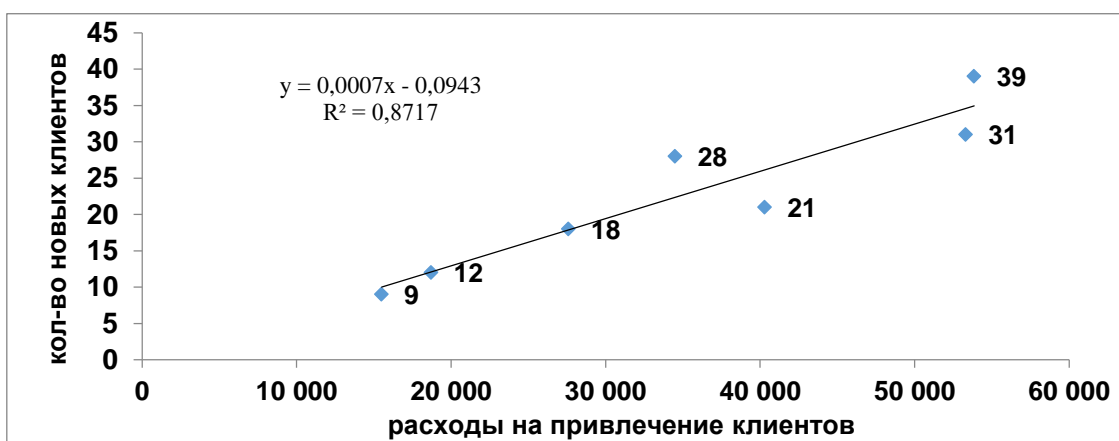


Рисунок 2 – Итоги корреляционно-регрессионного анализа

По рисунку 2 видно, что приток новых клиентов на 87 обусловлен затратами на маркетинг.

Результаты экономической эффективности данной программы представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Экономическая эффективность программы привлечения клиентов в «ФК Атлант»

№	Показатель	Величина показателя
1	Выручка	2900 р.* 21 ч. = 60900 р.
2	Затраты на зарплату промоутерам	19200 р.
3	Затраты на листовки	1000 листовок * 6 р. = 6000 р.
4	Затраты на плакаты	2 плаката * 4500 р. = 9000 р.
5	Прибыль	26700 р.

Таким образом, мы видим, что после внедрения программы количество занимающихся увеличилось, а также прибыль организации увеличилась на 26 700 р. Это говорит об эффективности программы привлечения новых клиентов в футбольный клуб.

Выводы. Нами была определена эффективность разработанной программы, выраженная при помощи следующих показателей:

- увеличение количества клиентов до 298;
- увеличение прибыли организации на 26700 рублей.

Список литературы

1. Басовская, Е.А Маркетинг: учебник / Е.А. Басовская, Л.В. Басовский. – 2- е изд. – Москва: Инфра-М, 2014. – 300 с.- URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=13024552> (дата обращения: 17.04.2023). – Режим доступа: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.

2. Бгуашев, А.Б. Организация маркетинговой деятельности в организациях дополнительного образования в области физической культуры и спорта / А.Б. Бгуашев, Р.А. Ахтаов // Мат. XIII межд. науч.-пркт. конф. молодых ученых и аспирантов «Наука. Образование. Молодежь». – Майкоп: изд-во АГУ, 2016. – С. 403-406.

3. Очиров, И.М. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / И.М. Очиров // Вестник Бурятского государственного университета. – 2014. – № 5. – С. 98-101. – ISSN 1994-0866. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/292808> (дата обращения: 16.04.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

УДК 796.062

ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЮДЖЕТНОЙ СПОРТИВНОЙ ШКОЛЫ

Абдрахманова Д.Р., Неверова Е.В.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В данной статье обсуждается значимость и методология исследования, связанного с введением дополнительных платных услуг в бюджетном учреждении, специализированном на физкультурно-спортивной деятельности на примере Государственного автономного учреждения «Спортивная школа олимпийского резерва №3 имени двукратного олимпийского чемпиона Олега Саитова» (далее – ГАУ ДО СО «СШОР №3 им. О. Саитова»).

Ключевые слова: программа, платные услуги, спортивная организация, бюджетное финансирование, дополнительные средства.

Актуальность. В наше время большое значение придается развитию индустрии физической культуры и спорта. Именно из-за этого появляется проблема в сфере физической культуры и спорта – разработка эффективного механизма функционирования физкультурно-спортивных организаций, с помощью которого можно будет снизить бюджетную нагрузку на их содержание, повысить рентабельность и в то же время создать условия к занятиям спортом и спортивным услугам всем категориям населения. Именно развитие коммерческой деятельности в физкультурно-спортивной организации позволит увеличить ее доходы [2].

Цель исследования: разработка и апробация программы развития коммерческой деятельности для ГАУ ДО СО «СШОР №3 им. О. Саитова».

Методы исследования:

1. Анализ научно-методической литературы.
2. Метод программно-целевого планирования.
3. Экономико-математические методы.
4. PSM-анализ.

Результаты исследований. На данный момент большинство некоммерческих спортивных организаций предоставляют коммерческие услуги населению из-за нехватки бюджетного финансирования. Один из основных источников привлечения финансов для бюджетного учреждения – это оказание платных услуг [1]. Исходя из этого нами была разработана программа развития коммерческой деятельности ГАУ ДО СО «СШОР №3 им. О. Саитова» (табл. 1).

Таблица 1 – Паспорт программы

Наименование	Программа развития коммерческой деятельности ГАУ ДО Самарской области «Спортивная школа олимпийского резерва №3 имени двукратного чемпиона Олега Саитова»
Участники Программы	Дети в возрасте от 3 до 6 лет и их родители
Цель Программы	Увеличение бюджета спортивной школы с помощью введения коммерческой деятельности
Задачи Программы	<ul style="list-style-type: none"> • Разработка и реализация платной услуги • Увеличение уровня оплаты труда работников спортивной школы, занятых в реализации платной услуги • Приобщение населения к занятиям физической культурой и спортом в г. Жигулевск • Популяризация вида спорта художественная гимнастика
Основные направления Программы	<ul style="list-style-type: none"> • Развитие коммерческой деятельности в государственных спортивных учреждениях • Проведение платных занятий по художественной гимнастике для детей в возрасте от 3 до 6 лет в ГАУ ДО СО «СШОР №3 им. О. Саитова»
Показатели (индикаторы) Программы	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение доли населения г. Жигулевск систематически занимающихся физической культурой и спортом до 55% • Увеличение доходов спортивной школы на 3% • Увеличение количества занимающихся художественной гимнастикой в ГАУ ДО СО СШОР №3 им. О. Саитова на 30%
Сроки реализации	Март 2023 – апрель 2023
Ожидаемые результаты реализации Программы	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение доли граждан, занимающихся физической культурой и спортом в г. Жигулевск • Увеличение доходов спортивной школы • Увеличение количества занимающихся в ГАУ ДО СО «СШОР №3 им. О. Саитова»

В рамках данной программы мы организовали платную услугу «Художественная гимнастика для детей в возрасте от 3 до 6 лет». Для этого нами были проанализированы потенциальные конкуренты. Средняя стоимость услуги у конкурентов составила – 3150 руб. Помимо этого, нами был проведен PSM-анализ (рис. 1).

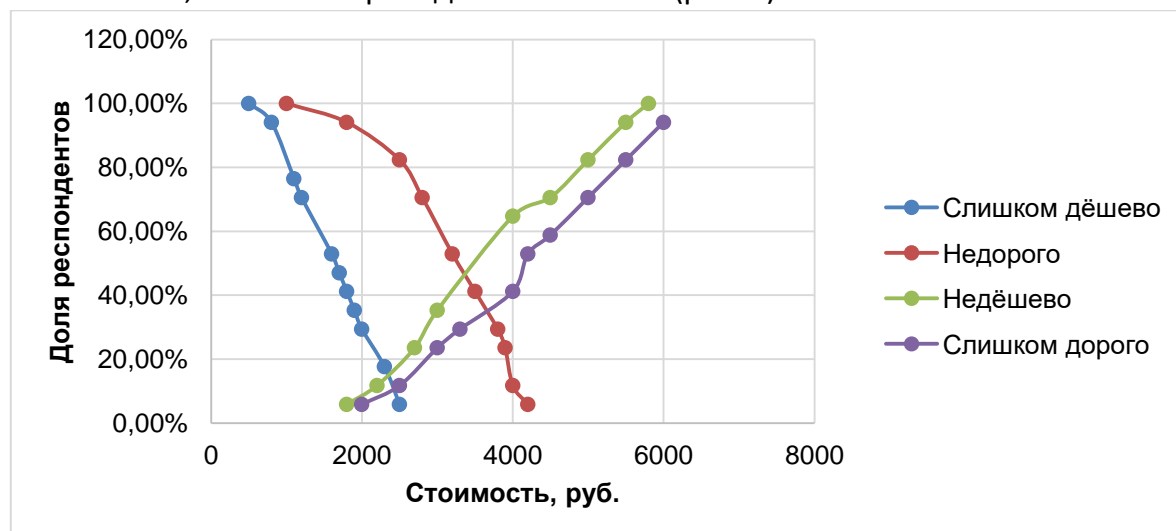


Рисунок 1 – PSM-анализ стоимости услуги

Оптимальная цена продукта составила 2450 рублей, что на 700 рублей меньше средней цены потенциальных конкурентов, действующих на рынке – это говорит о том, что респонденты плохо осведомлены о ценах, предлагаемой услуги на рынке или оценивают услугу как значительно «более дешевой» ($OPP < IPP$).

Для того чтобы выявить стоимость услуги выгодной для организации, нами был использован затратный метод, подразумевающий учет издержек в ходе реализации услуги или товара.

$$ЦТ = (ИК + ОП)/ЗОП$$

В издержки спортивной школы будут входить заработная плата работников и страховые взносы на работников. Доплата сотрудникам, задействованным в развитии коммерческой деятельности спортивной школы будет составлять 2,2% от оклада с одного занимающегося в месяц. Страховые взносы сотрудников 30%. Мы предположили, что к нам запишутся 15 новых воспитанников. Оклад тренера и инструктора-методиста составляет 9 859 руб. В реализации услуги задействованы были 1 тренер и 1 инструктор-методист, таким образом затраты на заработную плату составили $0,022 * 9859 * 20 = 4\,337,96$ руб. одному работнику, на двоих – 8 675,92 руб. Страховые взносы – 2 602,78 руб.

$$ЦТ = ((8\,675,92 + 2\,602,78) + 35\,000) / 15 = 3\,085,25 \text{ руб.}$$

Таким образом, имея цены конкурентов, оптимальную цену для потребителя и для самой организации, мы решили установить среднюю цену между ними: $(3\,085,25 + 2450,00 + 3\,150,00) / 3 = 2\,895,08$. Исходя из всего вышеприведенного стоимость нашей услуги будет составлять 2 900 руб. с человека. В итоге реализации программы к нам записались 13 новых воспитанников. Рентабельность данной услуги составила 234%.

Выводы. Коммерческая деятельность в области физической культуры и спорта на личный риск и имущественную ответственность, с целью получения дохода и получения выгоды от использования своего имущества, оказания услуг по физической культуре и оздоровлению населения, а также спортсменов за плату. Достижение поставленных целей и развитие спортивной организации могут быть обеспечены путем сбалансирования источников финансовых и материальных ресурсов. В результате внедрения программы развития коммерческой деятельности и организации платной услуги «художественная гимнастика для детей от 3 до 6 лет», нам удалось привлечь в ГАУ ДО СО «СШОР №3 им. О. Саитова» средства на сумму 37 700 руб., из которых 26 421,3 руб. – чистая прибыль. А также увеличить количество занимающихся художественной гимнастикой в ГАУ ДО СО «СШОР №3 им. О. Саитова» на 17,57%.

Список литературы

1. Ольшевская, Е.В. Особенности менеджмента современной бюджетной физкультурно-спортивной организации / Е.В. Ольшевская // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2013. – № 10. – С. 23-26.
2. Попова, А.А. Оценка эффективности коммерческой деятельности физкультурно-спортивной организации / А.А. Попова – Текст: электронный // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2016. – №9. – С. 14-19.
3. Комлева, С.В. Предпринимательство в физкультурно-оздоровительной сфере : учебное пособие / С.В. Комлева – Екатеринбург : Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2019 – 57 с. – ISBN 978-5-8050-0687-7 – Текст : электронный.

УДК 796/799

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ ДЛЯ ЛЮДЕЙ ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА

Агеева Г.Ф., Габдрахманова Г.А.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Предложенные нами физкультурно-оздоровительные занятия с элементами фитнеса для людей пенсионного возраста в рамках проекта «Фитнес во дворе» направлены на обеспечение трудового долголетия, укрепление здоровья и поддержание работоспособности.

Ключевые слова: физкультурно-оздоровительные занятия, пожилые люди, активный образ жизни, фитнес, модель, технология.

Актуальность. В рамках Стратегии развития ФКиС на период до 2030 года одним из приоритетных направлений развития физической культуры и спорта является содействие оздоровлению населения средствами адаптивной физической культуры и увеличение доли граждан старшего возраста, систематически занимающихся физической культурой и спортом.

Цель исследования: разработать и оценить эффективность предложенных физкультурно-оздоровительных занятий с элементами фитнеса для людей пенсионного возраста 60 и старше лет.

Методы исследования. Анкетирование, формирующий эксперимент, методика оценки качества услуги по Степановой О.Н., оценка удовлетворенности потребителей (по концептуальной модели SERVQUAL), методика САН (методика и диагностика самочувствия, активности и настроения).

Результаты исследования и их обсуждение. По результатам проведенного анкетирования по выявлению востребованности физкультурно-оздоровительных занятий людей в возрасте от 60 и старше лет выяснилось, что в целях поддержания физической активности данной категории граждан, необходима адаптированная программа тренировок, которая могла бы удовлетворять их потребностям: например, близкое расположение места проведения физкультурно-оздоровительных занятий относительно к месту жительства, ценовая доступность занятий и их координационная доступность. В связи с этим, нами был разработан проект «Фитнес во дворе», включающий в себя физкультурно-оздоровительные занятия с элементами фитнеса для людей пенсионного возраста 60 и старше лет, учитывающие индивидуальные особенности и возможности занимающихся, а также умеренные дозированные физические упражнения.

Проект включал в себя упражнения из существующих направлений и гимнастик, которые можно поделить на группы:

- 1) дыхательные упражнения;
- 2) суставные упражнения;
- 3) общеукрепляющие упражнения;
- 4) упражнения мозговой гимнастики;
- 5) упражнения с элементами йоги;
- 6) танцевальные упражнения;
- 7) упражнения на тренажерах.

Оценка удовлетворенности физкультурно-оздоровительными занятиями проводилась по методике SERVQUAL (Service quality, или «качество услуги»), которая помогла выявить у опрашиваемых их уровень ожидания и восприятия проектом. В исследовании приняли участие 21 человек.

Разница между ожиданием и восприятием в рамках критерия «материальность» составила 4, что указывает на не совсем современную материально-техническую базу. Это связано с тем, что в спортивном клубе, где и проходили занятия, ощущается нехватка спортивного инвентаря и некоторые коврики для занятий непригодны для использования. В остальных показателях, а именно «надежность», «отзывчивость», «убежденность» и «сочувствие, ожидание совпало с восприятием респондентов. Таким образом, уровень качества удовлетворенности по исследуемым показателям восприятия и ожидания составил 99,74%.

Также для доказательства эффективности внедряемой нами технологии была использована методика оценки качества физкультурно-спортивной услуги, которая учитывает значимость выбранных двадцати параметров.

Таким образом, значение показателя качества составило 0,9880, что по шкале приемлемости уровня качества физкультурно-спортивных услуг соответствует значениям в пределах [0,8 – 1,0] и свидетельствует о показателе высокого уровня качества услуги. Также следует отметить, что почти для всех респондентов особую значимость имели такие параметры, как близкое расположение клуба от места жительства или удобный подъезд к нему, ценовая доступность занятий, адекватность нагрузок уровню физической подготовленности занимающихся, координационная доступность занятий. Все перечисленные параметры были высоко оценены респондентами и набрали максимальное количество суммы баллов (105 из 105 возможных баллов) по каждому из этих параметров.

Кроме того, была проведена оценка психоэмоционального состояния занимающихся. До и после проведения физкультурно-оздоровительных занятий респондентам было предложено пройти опросник САН, состоящий из 30 пар противоположных характеристик.

Таблица 1 – Разница средних значений по отдельным критериям до и после проведения физкультурно-оздоровительных занятий

Критерий	До занятий	После занятий	Разница, %
Самочувствие	4	4,9	+22,5%
Активность	3,9	5,1	+30,7%
Настроение	4,1	5,3	+29,3%

Исходя из таблицы 1, мы видим, что в результате проведенных физкультурно-оздоровительных занятий наблюдается значительное улучшение самочувствия и настроения лиц старшего возраста. Отдельно следует отметить, среднее значение по критерию «активность» поднялось с показателя 3,9 до 5,1. Разница в процентах по данному критерию составила 30,7%, что положительно повлияло на психоэмоциональное состояние испытуемых.

Выводы. Уровень качества удовлетворенности физкультурно-оздоровительными занятиями оказался высоким и составил 99,74%, а значение показателя качества составило 0,9880, что свидетельствует о показателе высокого уровня качества услуги, в результате которой наблюдается повышение уровня физической активности, улучшение самочувствия и настроения. Так, разработанный нами проект положительно проявил свою эффективность.

УДК 796.075.2

СОЗДАНИЕ ШКОЛЫ ПО ПЛЯЖНОМУ ВОЛЕЙБОЛУ В РОССИИ

Андрюкова Е.П., Агеева Г.Ф.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Статья посвящена изучению особенностей создания школы по пляжному волейболу для любителей в России. Выявлены основные элементы создания школы, представлены задачи и принципы ее функционирования, выделены задачи программы подготовки спортсменов.

Ключевые слова: пляжный волейбол, школа по пляжному волейболу, развитие, программа.

Актуальность. На сегодняшний день одной из самых актуальных проблем в сфере профессионального спорта является управление карьерой спортсмена, ведь нередко возникают случаи, когда после ее завершения человек не может реализовать себя в других областях и применить навыки, полученные во время тренировочной и соревновательной деятельности.

Цель исследования: выявление основных аспектов создания и функционирования школы по пляжному волейболу в России.

Методы исследования: анализ литературных и интернет-источников, наблюдение, моделирование.

Результаты исследования и их обсуждение. В настоящее время пляжный волейбол – один из самых популярных видов спорта на открытом воздухе, который вызывает интерес не только профессиональных игроков, но и у любителей. Так как этот вид спорта относительно молодой и начал развиваться в России лишь в конце 1980-х годов, его формальное признание произошло в 1992 году, что послужило проведению чемпионатов и кубков России.

За последние несколько лет пляжный волейбол приобрел большую популярность и в России, однако есть факторы, несколько тормозящие развитие: сюда можно отнести и погодные условия различных регионов, и финансирование, и осведомленность игроков, а также наличие спортивных клубов и школ. Именно поэтому создание школ по пляжному волейболу в России может поспособствовать развитию этого вида спорта. Их разработка будет направлена на обучение детей и молодежи технике и тактике игры, поддержанию физической формы и ведению здорового активного образа жизни. Кроме того, создание школы по пляжному волейболу может стать достаточно актуальным направлением для развития туристического бизнеса в регионах с выгодными климатическими условиями, в том числе в Республике Татарстан. Об этом говорят результаты участников различных этапов, частота посещения соревнований, время их пребывания и желание возвращаться снова и снова [1, 3].

Открытие школ по пляжному волейболу – это ответственный и многоступенчатый процесс, требующих определенных условий. Основными элементами успешного создания школы являются:

1. Квалифицированные тренеры с опытом игры на высоком уровне и соответствующими лицензиями, которыми могут быть в том числе спортсмены, завершившие карьеру.

2. Наличие инфраструктуры, необходимой для проведения занятий (открытый или крытый пляжный волейбольный корт, мячи, сетка, спортивное оборудование).

3. Удобное и доступное расположение школы вблизи пляжа или водоема.

4. Разработка четкого учебного плана, который будет соответствовать запросам клиентов, при этом поощряя прогресс каждого ученика.

5. Систематическое проведение любительских турниров и соревнований для стимулирования учеников к развитию своих навыков, возможность планирования выездов в кэмпы по России и за границу, например, в Турцию.

6. Установление целостной концепции обучения, которая будет основываться на физической подготовке, включая специальные беговые упражнения и другие виды активности.

7. Наличие партнеров и спонсоров, которые также заинтересованы в развитии школы. Они могут предоставлять спортивное оборудование, форму, воду, сувенирную продукцию и так далее.

На рисунке 1 изображены основные задачи и принципы функционирования школы по пляжному волейболу:

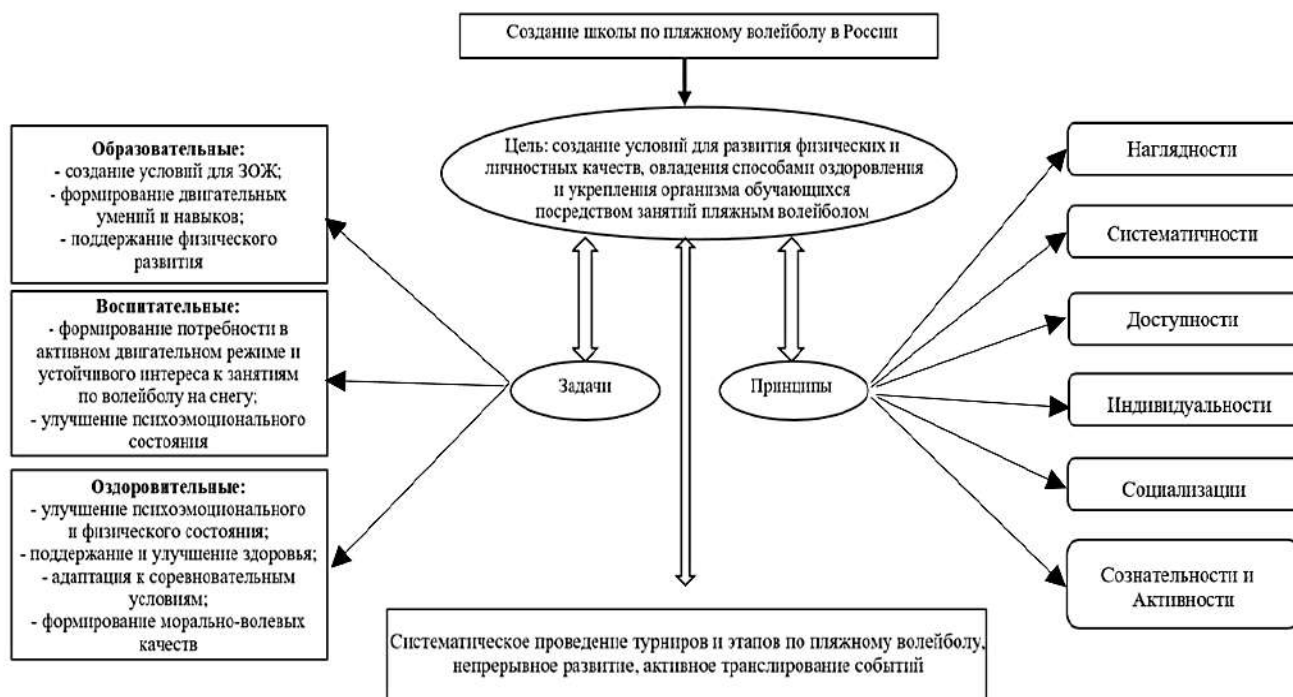


Рисунок 1 – Задачи и принципы функционирования школы по пляжному волейболу в России

К запуску школы по пляжному волейболу важно подготовиться заранее для грамотного объяснения всей концепции и преимущества обучения в ней. Наличие рекламной кампании и стратегии маркетинга также будет полезным для продвижения услуг среди потенциальных клиентов.

Программа обучения и тренировок также является одним из ключевых элементов школы по пляжному волейболу. Для начинающих игроков программа должна быть ориентирована на развитие базовых навыков (техника удара, передачи и блока), необходимо обучать игроков основам тактики и стратегии игры в паре.

Для продвинутых игроков программа должна быть более интенсивной и ориентирована на совершенствование техники и тактических навыков. Комплексные тренировочные программы должны включать в себя работу над физической подготовкой, улучшение скорости реакции, повышение выносливости и координации движений. Для этого можно включать нестандартные упражнения, направленные на всестороннее развитие. Игрокам это нравится, и они с удовольствием приходят на тренировку. Отсюда вытекает еще один значимый элемент программы – индивидуальное обучение. Тренеры школы по пляжному волейболу должны работать с каждым игроком отдельно, определяя его слабые места и помогая им преодолеть эти проблемы [2].

Другим важным аспектом является участие в турнирах и соревнованиях. Это позволяет игрокам проверить свои навыки в реальных условиях и получить необходимый опыт для дальнейшего развития, поэтому организация таких мероприятий должна быть одним из приоритетов школы.

Создание школы по пляжному волейболу в России представляет собой перспективный и интересный проект, который может стать основой для развития этого спорта в нашей стране.

Выводы. Таким образом, создание школы по пляжному волейболу в России представляет собой перспективный и интересный проект, который может стать основой для развития этого спорта в нашей стране. Одной из главных задач школы является привлечение молодых людей к занятиям пляжным волейболом, что способствует формированию новых команд и повышению уровня игры.

Список литературы

1. Близневский, А.Ю. Программно-целевое управление развитием сферы физической культуры и спорта на региональном уровне (на примере Красноярского края): монография / А.Ю. Близневский, С.С. Филиппов. – Красноярск: Изд-во Сибирского федерального университета, 2017. – 200 с. – ISBN: 978-5-7638-3609-7. – Текст: непосредственный.

2. Галкин В.В. Экономика и управление физической культурой и спортом: учебное пособие для вузов / В.В. Галкин. – Ростов н / Д: Феникс, 2011 – 448 с. – ISBN 5-222-07908-2. – Текст: непосредственный.

3. Литвин, А.В. Управление ресурсным потенциалом спортивного комплекса региона: автореферат диссертации на соискание степени канд. эконом. наук: 08.00.05 / А.В. Литвин. – СПб., 2011. – 23 с. – Текст: непосредственный.

УДК 316.628

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА КОММЕРЧЕСКОЙ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Александрова О.В., Кыргызова Ю.В.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье рассматривается комплекс мероприятий, способствующий совершенствованию системы мотивации персонала коммерческой физкультурно-спортивной организации. Разрабатывается комплекс рекомендуемых мероприятий, включающий в себя: совершенствование в системе обучения и повышения квалификации тренеров, разработка критериев балльно-рейтинговой системы премирования тренеров, а также перечень рекомендуемых мероприятий, способствующих повышению сплоченности коллектива и улучшению его социально-психологического климата.

Ключевые слова: мотивация персонала, материальная и нематериальная мотивация.

Актуальность. В современных рыночных условиях организациям все сложнее сохранять свои позиции на рынке, необходимо постоянно повышать свою конкурентоспособность. Одним из самых значимых ресурсов в организации является человеческий ресурс. Персонал приобретает все большее значение в функционировании и успешном развитии организации. При этом люди рассматриваются как достояние компании, один из самых важных ресурсов, использующийся в конкурентной борьбе, который надо определенным образом мотивировать, развивать, от эффективности функционирования которых зависит эффективность работы организации в целом.

Цель исследования: разработка и апробация плана мероприятий по совершенствованию системы управления мотивацией персонала коммерческой физкультурно-спортивной организации (на примере «Carofun»).

Методы и организация исследования. Исследование в форме опроса проводилось с сентября 2022 года по май 2023 года. В нем приняли участие сотрудники коммерческой спортивной организации «Carofun», в количестве 5 человек.

1. Анкетирование
2. Эксперимент
3. Математическая обработка данных

Результаты исследования и их обсуждение. Физкультурно-спортивная организация «Carofun» – юридическое лицо, осуществляющая деятельность в области физической культуры и спорта. Тренерский штаб состоит из 3 специалистов, из которых 2 – имеют неоконченное высшее образование в области физической культуры и спорта; 1 – имеет среднее профессиональное образование по направлению, не связанному со сферой физической культуры и спорта.

В организации наблюдается очень высокий коэффициент текучести (на 2020/2021 уч. год – 150%, 2021/2022 уч.год – 33%, 2022/2023 уч.год – 33%), большая часть тренеров не задерживается в организации даже на год. При этом практически все тренеры, принятые на работу в Академию капоэйры «Carofun» увольняются по собственному желанию.

В ходе анализа системы мотивации персонала «Carofun» и анкетирования персонала, было выявлено, что в организации нет четко сформированной системы мотивации персонала. В организации не проводится дополнительное обучение для тренеров, также отсутствует финансовая поддержка со стороны руководства в участии тренеров в платных мастер-классах и тренингах. В организации также отсутствует система премирования, доплат и иных материальных поощрений. Что отрицательно сказывается на мотивации тренеров к повышению своей компетентности, профессиональному мастерству и удовлетворенности тренеров условиями труда.

Для совершенствования системы мотивации персонала в Академии капоэйры «Carofun» было решено внедрить комплекс мероприятий:

1. Разработать критерии балльно-рейтинговой системы для расчета премиальных выплат. Четкие требования и критерии профессиональной деятельности тренеров поможет им конкретизировать задачи. Прямая зависимость размера премиальной выплаты от количества набранных баллов за определенный период, дает четкое понимание тренерам, что они сами влияют на возможность получить более высокую премию. Опираясь на эти данные, мы составили критерии для оценки труда тренерского состава и соответствующего материального поощрения.

Таблица 1 – Критерии оценки труда тренеров для расчета премирования

Критерий	Конкретизация критерия	Балл
Сохранность контингента	<u>Высокий уровень</u> – 90% и выше Средний уровень – 80% и выше	Высокий уровень = 30 б. Средний уровень = 20 б.
Выполнение воспитанниками нормативов	Доля обучающихся, успешно сдавших контрольно-переводные нормативы: <u>высокий уровень</u> (81% - 100%) <u>средний уровень</u> (51% - 80%)	Высокий уровень = 20 б. Средний уровень = 15 б.
Участие в семинарах	Не менее 1 семинара в квартал (онлайн/офлайн, выездные/местные)	20 баллов
Проведение спортивных мероприятий в организации	Не менее 1 мероприятия за квартал. Открытые уроки, мастер-классы для воспитанников и (или) тренеров, иные спортивные мероприятия в «Carofun»	20 баллов
Введение инновации	Не менее 1 нового рационального метода в тренировочный процесс в квартал	10 баллов

Размер стимулирующей выплаты является произведением стоимости одного балла на количество набранных баллов по всем показателям.

Стоимость балла определяется отношением стимулирующей части фонда оплаты труда на 3 месяца на общее количество набранных баллов всеми тренерами.

Пример:

- СБ (стоимость 1 балла) = $7000/250 = 28$ рублей
- СВ (стимулирующие выплаты) = $28*70 = 1960$ рублей

2. Разработать усовершенствованную систему обучения тренеров и повышения их квалификации; содействовать участию тренеров в различных местных и выездных мастер-классах и тренингах. Руководителю следует своевременно оповещать о предстоящих обучающих мероприятиях. Так как семинары и мастер-классы для тренеров обычно коммерческие, не все тренеры могут позволить себе участие в них. Руководителю организации рекомендуется оплачивать полностью или часть стоимости за семинар.

Также сейчас существуют множество онлайн-тренингов на различных площадках. Например, проект «CAPOEIRA SKILLS» в Telegram в формате чата, канала и бота, подписка на данный ресурс стоит около 1000 рублей в месяц. Руководитель «Carofun» может оформить подписку на курс, и регулярно делиться обучающим материалом с тренерами.

3. Разработать мероприятия, благоприятно влияющие на эмоциональный климат в организации, способствующие повышению сплоченности коллектива, а также совершенствованию системы коммуникации между сотрудниками. Например, общие рабочие собрания сотрудников на работе или в кафе, велопрогулки, поездки на природу, организация различных соревнований с другими похожими организациями. Также рекомендуется внедрить четкие графики отпусков сотрудников, возможность взять отгул.

Выводы. В ходе реализации программы совершенствования системы мотивации в Академии капоэйры «Carofun»:

- каждый тренер минимум 1 раз участвовал в обучающих семинарах профессиональной подготовки тренеров (до внедрения мероприятий и рекомендаций, лишь 1 тренер посещал платные семинары). Этому изменению способствовала частичная оплата руководителя тренингов и семинаров, а также регулярное информирование тренеров о предстоящих семинарах;

- значительно улучшилась коммуникация среди сотрудников «Carofun». Коллектив стал больше времени проводить вместе, обсуждать как личные вопросы, так и вопросы, связанные с учебно-тренировочным процессом;

- каждый тренер стал получать дополнительное материальное поощрение, рассчитываемое по внедренной балльно-рейтинговой системе. У тренеров повысилась мотивация обучаться, организовывать спортивные мероприятия внутри организации, вводить новые методы подготовки спортсменов. Тем самым повышая сохранность контингента и удовлетворенность тренировками спортсменов.

Список литературы

1. Мерманн, Э. Мотивация персонала. Инструменты мотивации для успеха организации / Э. Мерманн. – Харьков: Издательство Гуманитарный центр, 2019. – 176 с. – ISBN: 978-617-7022-43-4. – Текст: непосредственный.

2. Глотов, М.О. Управление мотивацией персонала в спортивной организации СОК БАРС / М.О. Глотов, О.В. Александрова // Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма : Материалы V Всероссийской научно-практической конференции, Казань, 06 июня 2019 года / Под общей редакцией Г.Н. Голубевой. – Казань: Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма, 2019. – С. 56-58. – EDN NEFLRQ.

УДК 796.966

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ ЦИФРОВОЙ СЕРВИС ДЛЯ МОНИТОРИНГА РЕЙТИНГА ГРУПП ДЕТЕЙ В ХОККЕЕ

Алентьев А.А., Бондаренко П.Р.
Уральский федеральный университет
Екатеринбург, Россия

Аннотация. Хоккей это – игра, а любая игра – это борьба двух команд за результат. Результат – разница между забитыми и пропущенными шайбами, которая относится ко всей команде. Каждый игрок на поле создают индивидуальную разницу, таким образом одновременно на поле в хоккее находится 12 игроков или 12 единиц разницы. Но в каждой команде по 22 игрока, получается, что общая разница матча складывается из суммы каждого отдельного игрока, которую создал игрок, находясь на ледовой площадке, выигрывая или проигрывая единоборство, забивая или пропуская шайбу. И как итога по завершению матча, итоговая разница отражается на табло, как финальный счет.

Ключевые слова: хоккей, личное первенство, рейтинг.

Актуальность. В современной сфере физической культуры и спорта насчитывается огромное количество видов спорта и его дисциплин, но свое предпочтение зрители все чаще отдают именно игровым видам спорта. Не даром в тройку самых популярных, среди интересов граждан России по данным Mediascope, входят два игровых вида спорта, а именно популярнее всего хоккей: интересуются событиями в этом виде спорта 50,9% россиян. На втором месте – фигурное катание: 39,2%. На третьем – футбол: 33,8% [1]. При таком относительно прогнозируемом переходе является пояснение, анализ результатов матчей. Ведь для обывателя, зрителя, который смотрит матч ради эмоций и зрелищности все понятно, победили темные, значит они сильнее. Но для профессионалов не все так прозаично. Даже с приходом современных технологий в спорт, где можно получить самую полную статистику, а именно: откуда игрок больше всего атакует, откуда забивают чаще всего, сколько и как пробежал тот или иной игрок, время нахождения на игровой площадке и еще множество других критериев, не всегда удается правильно проанализировать и сравнить эти результаты, еще более сложно сопоставить уровень игроков, играющих в различных командах. В таком случае говорить об уровне и инструментарию для оценки и характеристики игроков у тренеров в спортивных школах не имеет смысла т.к. далеко не каждый тренер в спортивной школе имеет возможность иметь и применять современные технологии из спорта высших достижений. Но не стоит забывать, что спорт в первую очередь – это борьба за результат [2]. Поэтому инструментарий спортивного достижения результатов занимает центральное место.

Цель исследования: создание и внедрение средств для автоматизированного проведения личного первенства и мониторинга рейтинга детей в хоккее.

Методы исследования: теоретический анализ и обобщение научно-методической литературы, анкетный опрос и беседы, анализ игровой деятельности, педагогический эксперимент.

Результаты исследования и их обсуждение. Хоккей командная игра и в основном команда состоит из 24-26 человек, а на поле всегда при благоприятных условиях находятся 5 полевых игроков и 1 вратарь. Как же тогда проводить личное первенство для оптимального составления рейтинг? В связи с этим для решения этой проблемы, но через снижение точности проводимых разового микротурнира результатов была предложена схема проведения турнира без изменения структурной целостности игры. Необходимо, чтобы игра велась 6 на 6. Но как? Все игроки команды были как партнерами, так и соперниками. Тогда принцип, что результаты Иванова лучше, потому что у него были слабые соперники и сильные партнеры уйдет. Каждый участник макротурнира сыграет с каждым участником и против каждого равное количество игр. И это определяет объективность оценки рейтинга для проводимого турнира. Но не стоит забывать, что число игр с каждым игроком в качестве партнера будет меньше, чем число игр с ним же, но в качестве соперника. Так как количество соперников всегда на одного больше, чем количество партнеров. Приведу простой пример. Игра в хоккей 2 на 2. В первом микроматче игроки 1 и 2 играют против 3 и 4, во втором – 13/24, в третьем – 14/23. Каждый игрок в данной ситуации выступил как отдельная команда, которая сыграла круговой турнир.

Для организации личного первенства мы использовали сервис Личное первенство (ra-first.com) [3]. Удобство данного сервиса заключается в одновременном участие в макротурнире большого количества участников. При проведении турнира игроки на первоначальном этапе «пятерки» игроков формируются в случайном порядке, но с последующим продвижением турнира слабые игроки, или как их лучше назвать, игроки, создающие наихудшую разность, уходят в конец таблицы и к середине турнира отсеиваются. А более сильные или те, кто создает лучшую разность остаются в турнире. Каждая смена максимально приближена к игровым ситуациям, а именно 1,5 минуты и происходит смена. Плюсы такой модели – это фактор игры не на своих позициях, так как одновременно в партнера могут попасть как 5 нападающих, так и 5 защитников. Но при проведении турнира в этом сервисе нельзя забывать, что участники сами в игре будут тактически дозировать игровую нагрузки, и в связи с этим у детей и подростков могут возникнуть проблемы связанные с доминированием в обществе, команде, более сильные не дадут проявить себя более слабым. Для решения этой проблемы необходимо создание и симбиоз автоматизированного сервиса по распределению игроков по амплуа и команде в конкретной игре, для ухода от этологических критериев [3].

Выводы. В своей статье мы рассмотрели способы проведения соревнований внутри команд по хоккею для определения рейтинга игроков при помощи автоматизированного сервиса Личное первенство (ra-first.com). Рассмотрели два варианта мониторинга, через создание двух групп детей поделенные по моему субъективному мнению и общая группа из общего числа спортсменов. По итогам проведения соревнований, где было создано две группы мониторинга результаты итогового рейтинга, были ожидаемые и на 95% совпали с рейтингом тренера команды. Но при проведении контрольных мероприятий в общей группе итоговый рейтинг стал для нас открытием. Те, кого мы считали лидерами команды, оказались глубоко внизу таблицы. Но процесс проведения не удобен т.к. занимает

очень много времени процессы подготовки к проведению игры. Таким образом, я продолжу работу в разработке и внедрению автоматизированного сервиса организации первенства рейтинга. Для создания комфортной среды проведения и уменьшения времени проведения для тренеров.

Список литературы

1. Mediascope: Спорт в России [Электронный ресурс] Mediascope – технологичная исследовательская компания, лидер российского рынка медиаисследований, мониторинга рекламы и СМИ. [сайт]. – URL: <https://mediascope.net/news/805079/> (дата обращения 13.05.2023)

2. Полозов, А.А. Энциклопедия рейтинга: экономика, спорт, общество / А.М. Карминский, А.А. Полозов. – М. Экономика и жизнь. 2019. – 455 с.

3. Handbook of Ratings. Approaches to Ratings in the Economy, Sports, and Society / A. Karminsky. A. Polozov / International Publishing house “Springer”, 2016. – С 250-255.

УДК 796.062.4

ОПЫТ РО ООО «ВФГС» ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ ПО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ГИРЕВОГО СПОРТА С РАЗЛИЧНЫМИ ГРУППАМИ НАСЕЛЕНИЯ

Арифудин А.Н.

РО ООО «ВФГС» во Владимирской области,
Владимирское ЛПУМГ – филиал
ООО «Газпромтрансгаз Нижний Новгород»
Нижний Новгород, Россия

Аннотация. Статья обобщает двухлетний опыт работы Регионального отделения Общероссийской общественной организации «Всероссийская федерация гиревого спорта» во Владимирской области по развитию и пропаганде гиревого спорта. На примере конкретных мероприятий, автором сделан вывод об эффективности работы по развитию гиревого спорта при работе с различными группами населения.

Ключевые слова: гиревой спорт, мастер-класс, соревнования, развитие, пропаганда.

Актуальность. Активный этап развития и популяризации гиревого спорта во Владимирской области начался в 2021 году, когда в региональном отделении Общероссийской общественной организации «Всероссийская федерация гиревого спорта» во Владимирской области произошла смена председателя и получена аккредитация федерации. На собрании членов правления и спортивного актива определены цели и задачи развития. Несмотря на большие достоинства влияния на организм человека, на территории Владимирской области гиревой спорт недостаточно популярен. И более того, будучи исконно русским, национальным видом спорта, гиревой спорт не имеет достаточного освещения и многим кажется чем-то экзотическим.

Цель исследования. Федерацией гиревого спорта Владимирской области, с учетом имеющейся проблемы, была поставлена комплексная цель: просвещение населения в вопросе знаний о гиревом спорте, знакомство с данным видом спорта и создание условий для регулярных занятий для всех групп населения.

Методы исследования. Был разработан план мероприятий по развитию и пропаганде гиревого спорта в области, затем инициативная группа приступила к их незамедлительной реализации.

На первых этапах усилия были направлены на объединение гиревиков Владимирской области в единую группу, создание информационных ресурсов: страницы в соцсетях, группы в мессенджерах. Проведены опрос и первичное структурирование с целью выявить мотивацию и потребности каждого спортсмена-участника группы.

На следующих этапах деятельности, по пропаганде и развитию гиревого спорта во Владимирской области, были проведены следующие мероприятия:

- Мастер-классы по гиревому спорту для различных коллективов физической культуры области;
- Организация и проведение тренировочных занятий по гиревому спорту на базе фитнес-клубов;
- Проведение открытых уличных тренировок в летний период;

- Выступление на методических объединениях учителей физической культуры города по теме гиревого спорта;
- Мастер-класс для учителей физической культуры по технике гиревого спорта и методикам обучения упражнениям;
- Организация и проведение обучающих тренировок на базе общеобразовательных школ для учеников с целью ознакомления с упражнениями гиревого спорта и техникой их выполнения;
- При взаимодействии с ВООБО «Специальная Олимпиада» во Владимирской области для лиц с ментальными нарушениями было организовано проведение ряда мастер-классов для педагогов и тренеров психоневрологических интернатов Владимирской области, а так же были реализованы ряд выездных мастер-классов с проживающими в психоневрологических интернатах по изучению техники упражнений гиревого спорта. В результате данного блока работы в августе 2022 года во Владимире были проведены соревнования по гиревому спорту для лиц с ментальными нарушениями. Соревнования получились очень зрелищными и получили высокую оценку, как у спортсменов, так и у тренеров. По результатам данных соревнований, было решено включить гиревой спорт в круглогодичную Спартакиаду «Специальной Олимпиады» Владимирской области, а также в программу Всероссийского туристического слета по адаптивному туризму, которые пройдут в июне 2023 года;
- Отдельным блоком в развитии и пропаганде гиревого спорта стала организация и внедрение соревнований по гиревому спорту в рамках различных фестивалей города и области, что неизменно привлекало внимание не только зрителей данных фестивалей, но и участников из других видов спорта;
- Активные взаимодействия с другими видами спорта, в частности с секциями борьбы «самбо», для которых общефизическая подготовка с ориентиром на взрывную работу, скоростно-силовую выносливость и развития силы хвата (что дает гиревой спорт) – является базовым, привело к проведению ряда мастер-классов для юных самбистов, а так же проведению соревнования по гиревому спорту в рамках оздоровительного лагеря;
- Проводилась работа и по формированию и развитию и судейского корпуса федерации, был проведен ряд семинаров для судей по гиревому спорту с практическим зачетом и присуждением 3 категории, организована регулярная практика судейства с целью повышения качества судейства и повышения квалификации судей способных обслуживать не только внутренние мероприятия, но и работать на соревнованиях различного уровня, вплоть до Всероссийских;
- Проведение соревнований по гиревому спорту в рамках спартакиады коллективов физической культуры предприятий и организаций города Владимира по официальным правилам соревнований, с проведением предварительного мастер-класса;
- Активно велась пропаганда и просвещение по вопросам гиревого спорта не только через социальные сети, члены регионального отделения и спортсмены активно давали интервью периодическим изданиям, а также выступали на телевидении.
- Параллельно шла работа по обучению и дополнительному образованию тренерского актива федерации по специальности гиревой спорт, что создало

возможность не только проводить мероприятия и тренировки на более высоком и эффективном уровне, но так же, и работать с различными группами населения и разными возрастными группами.

Результаты исследования и их обсуждение. В результате данной работы, соревнования по гиревому спорту с 2021 года были включены в спартакиаду среди высших учебных заведений города Владимира и проводятся уже второй год.

Организованы и проведены первенство, чемпионат и кубок Владимирской области в 2022 и 2023 годах. На основе чего формировалась Сборная области по гиревому спорту для участия в соревнованиях различного уровня, в том числе и отборочных соревнованиях на Чемпионат России, где два спортсмена из Владимирской области прошли отбор.

Отдельного внимания заслуживает работа, в результате которой, впервые во Владимире были организованы секции гиревого спорта для детей в возрасте от 5 до 9 лет в группы общей физической подготовки и детей 10 лет и старше в группы различного уровня специальной физической подготовки по гиревому спорту.

В результате за два не полных года активного развития гиревого спорта во Владимирской области, большая часть населения интересующаяся спортом получила базовые знания и представления о гиревом спорте. Были созданы возможности для тренировок различных групп населения, желающих повышать свое спортивное мастерство. Сформировано четкое представление о возможности участия в конкретных спортивных соревнованиях. Обозначены цели спортивного совершенствования, доступны информационные ресурсы, на которых размещается актуальная информация. Федерация гиревого спорта Владимирской области и ее спортсмены узнаваемы в других регионах, а спортсмены из других областей, в свою очередь, являются регулярными гостями мероприятий, проводимых во Владимирской области.

Выводы. Активность в демонстрации и преподнесении любого вида двигательной активности, в том числе и гиревого спорта, при взаимодействии с различными группами населения, способны не только дать знания в данной области, но и привлечь к регулярным занятиям открывая дорогу к достижению высоких результатов.

УДК 371.132

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ СТУДЕНЧЕСКОГО ФИДЖИТАЛ-СПОРТА

Артемьев Р.В.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье представлены результаты по выявлению организационно-педагогических условий, способствующих разработке и реализации программы развития студенческого Фиджитал спорта. Для этой цели использован метод экспертных оценок. Полученные результаты могут быть использованы при разработке и реализации программ развития студенческого Фиджитал спорта.

Ключевые слова: спорт, студенчество, Фиджитал.

Актуальность. В настоящее время можно утверждать, что благодаря высоким технологиям, на стыке двух миров: реального и виртуального, появился новый вид соревнования – Фиджитал спорт.

В связи с тем, что Фиджитал спорт был включен в реестр видов спорта только 31 января 2023 года, для его развития необходимо продолжать популяризацию среди разных категорий населения.

Согласно отчету исследовательской компании Newzoo, основная аудитория Фиджитал спорта – это молодые люди в возрасте от 18 до 34 лет, которые активно используют компьютеры и мобильные устройства.

В связи с этим важным является исследование аспектов, связанных с созданием условий и программ для развития Фиджитал-спорта среди молодежи.

При этом, на наш взгляд, особое внимание следует уделить студентам, так как их доля в общей численности населения России, согласно данным Росстата, составляет 8,6%.

Цель исследования: выявление организационно-педагогических условий, способствующие разработке и реализации программы развития студенческого Фиджитал спорта.

Методы исследования: метод экспертных оценок, метод математической статистики.

Результаты исследования и их обсуждение. В ходе исследования мы определили условия, которые, как мы думаем, способствовали бы развитию студенческого Фиджитал спорта.

Эти факторы были определены нами на основе анализа научных и статистических данных, результатов опроса и нашего собственного опыта. Условия были включены в анкету, которая используется в методе экспертных оценок.

В рамках проведения исследования экспертам была предоставлена специально разработанная нами анкета, в которой содержался список организационно-педагогических условий, которые на наш взгляд могут помочь в реализации программы развития студенческого Фиджитал-спорта.

Для оценки использовалась 5-ти балльная шкала, где 5 баллов – «полностью согласен с влиянием предложенного условия», а 1 балл – «полностью не согласен с влиянием условия».

При этом, важно отметить, что каждый эксперт заполнял анкету самостоятельно.

Для расчета статистических характеристик были использованы электронные таблицы Microsoft Excel. Обработанные результаты экспертных оценок приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Обработанные результаты экспертных оценок

№	Фактор	Представители АРКИВС, ВФФС ($X \pm \sigma$)	Ранг	Представители Федерации киберспорта России, представители Федераций по видам спорта ($X \pm \sigma$)	Ранг
1	Развитие инфраструктуры	3,3±0,5	7	3,5±0,5	6
2	Подготовка кадров	4,5±0,5	2	4,7±0,5	2
3	Просветительская работа по выстраиванию позитивного отношения к Фиджитал спорту	2,5±0,5	8	3,0±0,5	7
4	Создание команд и клубов	4,7±0,7	1	4,8±0,8	1
5	Подготовка и издание специальной учебно- методической литературы по Фиджитал спорту	3,6±0,5	6	4,0±0,5	3
6	Поддержка научно- исследовательских работ по Фиджитал спорту	3,8±0,7	4	2,5±0,5	8
7	Финансирование	4,3±0,5	3	3,9±0,5	4
8	Привлечение спонсоров	3,8±0,9	5	3,8±0,5	5

На основании таблицы можно утверждать, что все выявленные и предложенные экспертам условия были оценены не ниже двух баллов, что говорит о соответствии выявленных условий реальной ситуации в развитии студенческого Фиджитал спорта.

Также мы видим, что при анализе статистических характеристик экспертных оценок нами были выявлены лишь их незначительные отличия. На основании этого можно сделать вывод о том, что мнения экспертов единодушны в вопросе влияния конкретных условий на развитие Фиджитал-студенчества. Каждое из условий должно учитываться при разработке и реализации программных документов.

Кроме того, нами также были выявлены различия в оценках условий между двумя группами экспертов, что отражает их индивидуальное видение в вопросах развития данного вида спорта в студенческой среде.

Выводы. На основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, что выявленные нами организационно-педагогические условия, направленные на разработку и реализацию программы развития Фиджитал спорта в студенчестве, должны учитываться при разработке и реализации программных документов.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики. – Официальный сайт. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (Дата обращения 21.04.2023). – Текст : электронный.
2. Newzoo. – Official site. – URL: <https://newzoo.com/insights/articles/global-esports-and-gaming-market-report-2021-light-at-the-end-of-the-tunnel/> (Accessed 21.04.2023). – Text : electronic.

УДК 179.7

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ЗАЩИЩЕННОСТИ ЖЕНЩИН ЧЕРЕЗ СОЗДАНИЕ СОЦИАЛЬНОГО СПОРТИВНОГО ПРОЕКТА ПО ЖЕНСКОЙ САМООБОРОНЕ

Артемьева А.А.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В данной статье проведен анализ возможности повышения уровня защищенности женщин через создание социального спортивного проекта по женской самообороне. Проведенный SWOT-анализ позволил рассмотреть с разных сторон возможность повышения уровня защищенности женщин через создание социального спортивного проекта по женской самообороне.

Ключевые слова: проект, спорт, женщины, самооборона.

Актуальность. В современном мире, по мнению С.Я. Саламовой [1], А.Б. Фахретдиновой [2], женщины являются одной из наиболее уязвимых социальных групп в обществе, против которых ежедневно совершаются десятки тяжких преступлений, направленных против их жизни, здоровья и сексуальной неприкосновенности.

При этом, можно утверждать, что на такую статистику оказывает первостепенное влияние то, что уровень образования и подготовленности женщин в вопросах своей безопасности и самообороны часто низок: большинство женщин просто не знают, как правильно реагировать на опасные ситуации, как защитить себя в случае нападения, а также как распознать агрессию в свой адрес. Кроме того, социальные стереотипы, связанные с ролью женщин в обществе, могут способствовать тому, что женщины не видят необходимости обучаться самообороне и безопасности.

На наш взгляд, создание специального проекта по женской самообороне, направленного на повышение уровня образования и подготовленности женщин, может значительно повысить уровень их защищенности и безопасность в обществе.

Цель исследования: проанализировать возможность повышения уровня защищенности женщин через создание социального спортивного проекта по женской самообороне.

Методы исследования: в ходе исследования нами применялся SWOT-анализ.

Результаты исследования и их обсуждение. В ходе исследования был проведен SWOT-анализ социального спортивного проекта по женской самообороне, как средства повышения уровня защищенности женщин (табл. 1).

Как мы видим, проведенный SWOT-анализ позволил рассмотреть возможность повышения уровня защищенности женщин через создание социального спортивного проекта по женской самообороне с разных сторон, что позволило нам получить комплексное представление об изучаемом вопросе.

Выводы. Таким образом, создание специального проекта по женской самообороне, направленного на повышение уровня их образования и подготовленности, имеет высокий потенциал, а также открывает перед нами большое количество возможностей, которые могут значительно повысить уровень защищенности и безопасность женщин в обществе.

Таблица 1 – SWOT-анализ социального спортивного проекта по женской самообороне, как средства повышения уровня защищенности женщин

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Повышение уровня образования женщин в вопросах своей безопасности и самообороны 2. Повышение уровня физической подготовленности женщин через обучение самообороне 3. Повышение уровня психической подготовленности женщин через обучение самообороне 4. Объединение женщин в единую команду, способствующую формированию духа коллективизма и взаимоподдержки	1. Низкая осведомленность женщин о проекте и его целях
Возможности	Угрозы
1. Растущий интерес женщин к занятиям самообороной в целях повышения своей безопасности и уверенности в себе 2. Растущее общественное внимание к проблемам насилия в отношении женщин 3. Возможность установления партнерских отношений с общественными организациями, которые занимаются пропагандой здорового образа жизни и безопасности 4. Возможность привлечения заинтересованных государственных структур для поддержки проекта 5. Возможность налаживания активного взаимодействия с кризисными центрами, работающими с женщинами, пострадавшими от насилия	1. Появление конкурентных проектов и программ в сфере самообороны для женщин, что может привести к снижению эффективности и популярности данного проекта 2. Социальные стереотипы, связанные с ролью женщин в обществе, могут способствовать тому, что женщины не видят необходимости обучаться самообороне и безопасности 3. Негативное отношение некоторых групп общества к занятиям самообороной, что может привести к снижению интереса аудитории

Список литературы

1. Саламова, С.Я. Домашнее насилие в современной России / С.Я. Саламова. – Текст: непосредственный // Проблемы предупреждения бытовых преступлений. – 2022. – № 1 (17). – С. 206-211.

2. Фахретдинова, А.Б. Роль средств массовой информации в существовании супружеского насилия над женщиной в современном российском обществе социологический анализ: специальность 22.00.06 «Социология культуры» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук / Фахретдинова Альбина Баязитовна. – Казань, 2009. – 24 с. – EDN NKYJXF.

УДК 796.092

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СПОРТИВНО-МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ, ПРОВОДИМЫХ ФЕДЕРАЦИЕЙ АКРОБАТИЧЕСКОГО РОК-Н-РОЛЛА И СОВРЕМЕННЫХ СПОРТИВНЫХ ТАНЦЕВ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН, ЗА ПОСЛЕДНИЕ 3 ГОДА

Байданова Л.Б.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В данной научной статье проводится анализ календаря спортивно-массовых мероприятий, организованных Федерацией акробатического рок-н-ролла и современных спортивных танцев Республики Татарстан за последние три года. Исследование включает анализ количества и типов мероприятий, их географического распределения, участников и привлеченных ресурсов. Результаты исследования предоставляют информацию о развитии и популярности акробатического рок-н-ролла и современных спортивных танцев в регионе.

Ключевые слова: календарь спортивно-массовых мероприятий, федерация акробатического рок-н-ролла и современных спортивных танцев.

Актуальность. Федерация акробатического рок-н-ролла и современных танцев в Республике Татарстан создана для развития и популяризации данных видов танцев в регионе, а также для координации деятельности танцевальных коллективов и организации соревнований.

Федерация проводит регулярные соревнования, включая открытые чемпионаты республики и кубки, а также участвует в организации и проведении межрегиональных и международных соревнований. Федерация также занимается организацией мастер-классов, тренингов и семинаров для танцевальных коллективов и индивидуальных танцоров.

Основными задачами федерации являются развитие и популяризация акробатического рок-н-ролла и современных танцев в регионе, поддержка талантливых танцоров и развитие танцевальной индустрии в республике. Также федерация занимается подготовкой и отправкой танцевальных коллективов на национальные и международные соревнования [1].

Цель исследования: предоставление всесторонней информации о спортивно-массовых мероприятиях, проводимых Федерацией акробатического рок-н-ролла и современных спортивных танцев Республики Татарстан за последние три года.

Данный анализ позволит оценить эффективность проводимых мероприятий, выявить их потенциал для развития и улучшения, а также определить дальнейшие направления работы Федерации для поддержки и развития акробатического рок-н-ролла и современных спортивных танцев в регионе. Основным методом проведения исследования являлся анализ календаря спортивно-массовых мероприятий и отчетной документации. Собранные данные были проанализированы с использованием описательной статистики.

Результаты исследования и их обсуждение. Анализ календаря спортивно-массовых мероприятий, проводимых Федерацией акробатического рок-н-ролла и современных спортивных танцев Республики Татарстан за последние три года, выявил следующее:

1. Количество мероприятий: за три года Федерация провела соревнования разных уровней, тренировочные лагеря, мастер-классы и демонстрационные выступления. Только за 2021 год было проведено 5 мероприятий республиканского и 4 Всероссийского масштаба. На 2022 год республике Татарстан выпало проведение 4 республиканских (в том числе этапы кубка и официальные республиканские соревнования) и 3 всероссийских мероприятия, среди которых всероссийские студенческие соревнования по акробатическому рок-н-роллу.

В 2023 году помимо вышеперечисленных мероприятий так же запланировано 3 тренировочных мероприятия для отбора в сборную команду и подготовки спортсменов к чемпионату России. Кроме того проводились коммерческие мероприятия для М класса. Всего за 3 года было проведено более 25 мероприятий.

2. Типы мероприятий: Федерация организовывала мероприятия разнообразных типов, например, такие как соревнования по акробатическому рок-н-роллу и современным спортивным танцам, как на индивидуальном, так и на командном уровне. Для танцоров проводились тренировочные матчи в различных дисциплинах, участие в которых приняло 85 спортсменов. В организации мероприятий было задействовано 6 профессиональных тренеров, 15 судей и группа волонтеров. Всего в мероприятиях Федерации акробатического рок-н-ролла участвовало: в 2021 году – 2076 спортсменов; в 2022 году – 2050; в 2023 году – 3296.

3. Ресурсы: Организация такого большого количества мероприятий требовала значительных ресурсов. Федерация активно привлекала спонсоров, партнеров и государственные организации для финансирования и поддержки мероприятий, основными из которых были ПАО ВТБ, Аэрофлот, ПАО Новатэк, ПАО РЖД, ПАО Газпромбанк и многие другие. С 2023 года к партнерам присоединилась алмазодобывающая компания ПАО Alrosa. Кроме того, были задействованы профессиональные тренеры, судьи и волонтеры, что способствовало успешной организации и проведению каждого мероприятия [2, 3].

Выводы. Анализ календаря спортивно-массовых мероприятий, проводимых Федерацией акробатического рок-н-ролла и современных спортивных танцев Республики Татарстан за последние три года, позволяет сделать следующие выводы. Проведение регулярных мероприятий способствует развитию и популяризации акробатического рок-н-ролла и современных спортивных танцев в регионе. Количество проведенных мероприятий свидетельствует об активной деятельности Федерации и ее стремлении создать благоприятную среду для развития танцевального сообщества. Продолжение проведения таких мероприятий, поддержка талантливых молодых танцоров и развитие инфраструктуры акробатического рок-н-ролла и современных спортивных танцев будут способствовать дальнейшему развитию данной области в Республике Татарстан.

Список литературы

1. Федеральный стандарт спортивной подготовки по виду спорта акробатический рок-н-ролл от 17.12. 2014 г. № 35239. Режим доступа: www.consultant.ru (Дата обращения: 05.05.2023). – Текст: электронный.

2. Федерация акробатического рок-н-ролла и современных спортивных танцев: официальный сайт. – Москва. – URL: <http://xn--80aa2cagbo.xn--p1ai/predstoyashhie-sorevnovaniya/> (дата обращения: 10.05.2023). – Текст: электронный.

3. Зайцев, И. Финансовые ресурсы и возможности спонсорской поддержки для акробатического рок-н-ролла в Татарстане / И. Зайцев, С. Кузнецов // Экономика и управление. – 2017. – Т. 12, № 1. – С. 78-92. – ISBN: 5-278-00787-7. – Текст: непосредственный.

УДК 37.062.5

ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ СПОРТИВНОГО ВУЗА СПЕЦИАЛЬНЫМИ МЕРОПРИЯТИЯМИ

Барбакова К.А., Грудцина А.И., Селиванова С.Р.

Волгоградская государственная академия физической культуры
Волгоград, Россия

Аннотация. В статье проанализирована информация о культурно-развлекательной деятельности спортивного вуза и дана интерпретация полученных путем анкетирования данных. В общей массе обучающиеся выражали низкую заинтересованность в проводимых мероприятиях, что говорит о слабом изучении их нужд, интересов и потребностей. Это указывает на необходимость грамотной организации процесса исследования внутренней целевой аудитории организации для формирования у обучающихся включенности в социальную жизнь вуза и приверженности его интересам.

Ключевые слова: целевая аудитория, исследование общественного мнения, обучающийся, специальные мероприятия.

Актуальность. Организация различных событий в высшем учебном заведении влияет на интерес обучающихся к своей альма-матер, на их патриотизм и принадлежность к транслируемой в вузе культуре. Кроме прочего, события как часть имиджа вуза способствуют его популяризации среди различных внешних групп, например, потенциальных абитуриентов, партнеров, потенциальных работодателей, государственных и социальных институтов и других [1, 2].

Социально-экономические и политические события последних лет принесли необходимость корректировок в образовании и воспитании, соответственно, наложили свой отпечаток и в организацию мероприятий во всех образовательных заведениях. Организация различного рода мероприятий и акций для студенческой молодежи в спортивном вузе априори имеет ряд направлений специализированного профессионального характера, как, например, физкультурно-спортивного назначения. Последствиями пандемии стали ограничения в массовых спортивных мероприятиях, студенческих фестивалях. Сегодня вузы спортивного профиля восстанавливают постепенно былую активность в этом направлении. Воспитательно-патриотические веяния наполнили культурную жизнь обучающихся массой акций пропагандистского характера.

Целью настоящей статьи стало изучение мнения обучающихся об организации событий в Волгоградской государственной академии физической культуры, а также их удовлетворенность студентами проводимыми мероприятиями.

Методы исследования: в рамках исследования проводимого в марте-апреле 2023 года нами изучалось мнение внутренних групп общественности академии (студентов очной формы обучения). Нас интересовала удовлетворенность обучающихся специальными мероприятиями, проводимыми для них, и с их участием в том числе, вузовскими функционерами. Для исследования мнения обучающихся был составлен опрос, содержащий вопросы о характере проводимых акций, о частоте посещения событий, интересе к ним со стороны студенческой молодежи [3]. Вопросы опроса сформулированы в соответствии с основными принципами социологических

исследований: краткость и доступность в понимании, прозрачность формулировок, прямая связь анкеты с целями исследования. На платформе браузера Google сформирован опросник, который был предложен студентам с 1 по 4 курс различных направлений подготовки очной формы обучения. В опросе приняли участие 79 человек.

Результаты исследования и их обсуждение. Интерпретация полученных ответов выявила низкую заинтересованность обучающихся в посещении культурно-развлекательных, воспитательных, спортивных мероприятий среди респондентов, из которых почти 30% присутствуют на них постоянно (рис. 1).

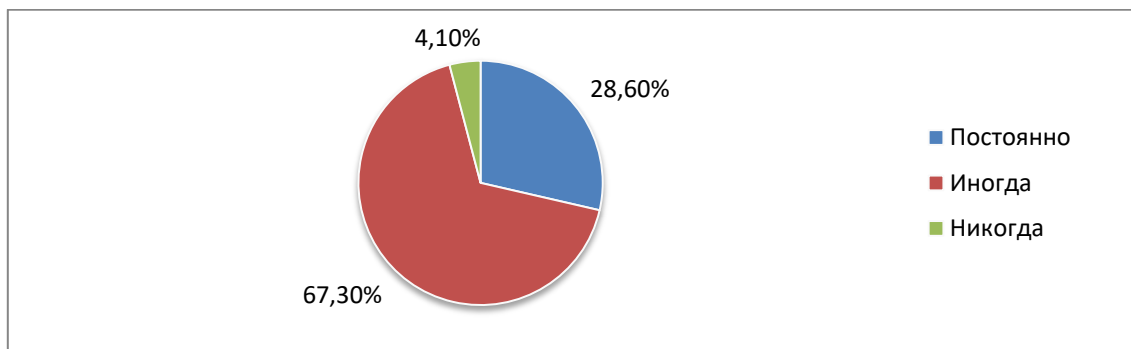


Рисунок 1 – Частота посещения обучающимися ВГАФК культурно-развлекательных, воспитательных и спортивных мероприятий

Большая часть опрошенных (почти 70%) редко посещают проводимые мероприятия, в связи с чем необходимо рассмотреть причины, данного факта. Для этого в опроснике предусмотрены варианты ответов для респондентов (рис. 2).

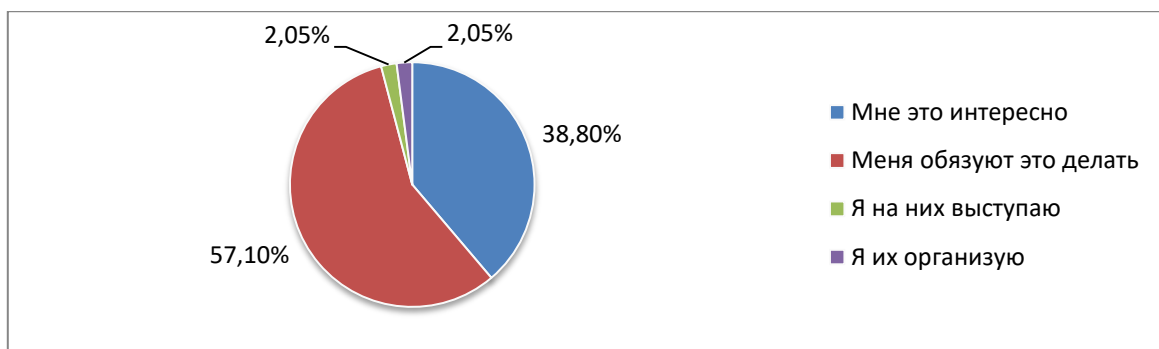


Рисунок 2 – Мотивация обучающихся в посещении проводимых мероприятий

Данные рисунка 2 характеризуют мотивацию студентов отрицательно. Об этом заявили почти 60% опрошенных. Из полученных ответов видно, что интерес к мероприятиям проявляют немалое число обучающихся, в их число входят те, кто на мероприятиях выступает и организует их. Данный факт говорит в пользу процесса организации событий руководителями академии, ведь прямая заинтересованность студентов зависит от их активности в данной работе.

Следующим этапом исследования логично было описать характер проводимых мероприятий, для чего опросником предусмотрены виды событий, среди которых указаны лекции и кинолектории, физкультминутки и флешмобы, форумы, концерты и многое другое. Именно концертам с конкурсами респонденты отдали предпочтения в посещении, их любят посещать более 67% опрошенных.

Дальнейший ход исследования привел к необходимости выявить те виды мероприятий, которых не хватает студентам в культурно-развлекательном плане (рис. 3).

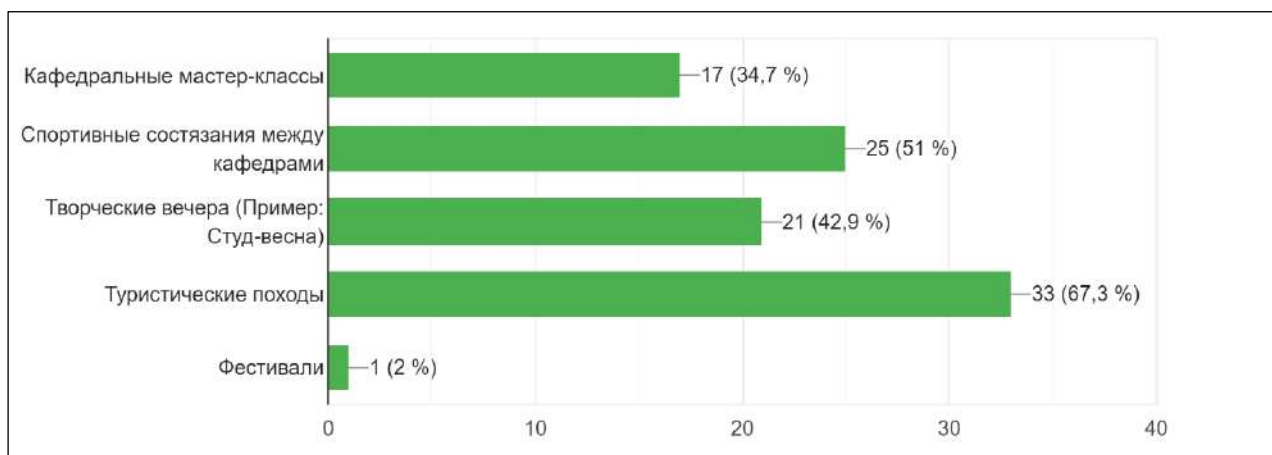


Рисунок 3 – Виды мероприятий интересные обучающимся «ВГАФК»

Интерес обучающихся привлекли туристические походы, которым отдали предпочтение более 67% респондентов и которые в Волгоградской академии физической культуры перестали проводиться очень давно. Ценность такого рода мероприятий давно доказала свою медицинскую, развлекательную, оздоровительную и культурную ценность.

Выводы. Активный отдых и досуг, их грамотная организация в вузе однозначно положительным образом отразится на многих сторонах студенческой жизни и на репутации учебного заведения для всех сторон учебного процесса. В формах оздоровительного туризма или культурно-познавательного отдыха легко изучать влияния природы и природных явлений на человеческий организм, сочетать физическую активность и познавательную деятельность, посещать достопримечательности и памятники природы. К формам культурно-познавательного отдыха относятся учебные, исторические и краеведческие экскурсии, этнографический туризм и экспедиции [3].

Список литературы

1. Вереницин, В.В. Воспитательное мероприятие в вузе как условие развития общекультурных компетенций студента / В.В. Вереницын, С.И. Тихов, Т.К. Крикунова, Л.В. Мухометзянова // Образование. Наука. Научные кадры. – 2019 – №3 – 126-130. – DOI 10.24411/2073-3305-2019-10151.
2. Кривцова, Е. В. Влияние специальных мероприятий на имидж высшего учебного заведения / Е. В. Кривцова, Я. Н. Винникова // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2017. – №4(28). – С. 216-223.
3. Левыкина, Т. С. Активный досуг в студенческой среде / Т.С. Левыкина // Наука, образование и культура. – 2020. – <https://cyberleninka.ru/article/n/aktivnyy-dosug-v-studencheskoy-srede>

УДК 371.487

МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПАТРИОТИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Богданов И.В.

Северо-Западный институт (филиал)
Московского гуманитарно-экономического университета
Мурманск, Россия

Аннотация. Представленная статья посвящена вопросу организации и стимулированию молодежи средством качественного проведения спортивных мероприятий патриотической направленности. Статья является своеобразной попыткой осмыслить проблемы менеджмента организации, проведения и оформления спортивно-массовых мероприятий патриотического, военно-прикладного направления, где подчеркивается чрезвычайная важность ведения отчетной документации.

Ключевые слова: менеджмент спортивных мероприятий, патриотическое воспитание, физическая культура, военно-прикладной спорт, протокол соревнований, отчетная документация спортивных мероприятий.

Актуальность. В современной России реформа Вооруженных сил РФ повлияла на срок службы по призыву молодых людей. Сегодня они служат один год, это значительно повысило требования к менеджменту организации подготовки молодежи допризывного возраста к службе в армии Вооруженных сил РФ. Актуально, на современном этапе, стало четко и грамотно организовывать мероприятия патриотического, физического, с уклоном военно-прикладного направления. Заблаговременная, систематическая подготовка молодежи является необходимым условием для решения проблемы сокращения сроков адаптации новобранцев к службе в армии Вооруженных силах РФ, а это положение за собой влечет успех в дальнейшем выполнении служебных обязанностей. Предстоит еще многое сделать в плане подготовки здорового, физически сильного, закаленного, образованного человека – не только как защитника нашей Страны, но и как в целом, достойного сына Отечества.

Целью работы является анализ менеджмента организации спортивных мероприятий патриотической направленности.

Методы исследования. Исторически в России сложилось так, что большинство спортивных мероприятий организуются федерациями, общественными организациями, комитетами, спортсменами, тренерами, заинтересованными, равнодушными, идейными людьми. При этом, участвующие лица в организации и проведении мероприятий привлекаются зачастую на общественных началах. Но, судейская бригада несет большую ответственность за жизнь и сохранность здоровья спортсменов.

Признанные в России военно-прикладные виды спорта включают в себя целый комплекс разнообразных упражнений, которые необходимы для подготовки поколения к трудовой и оборонительной деятельности, а также в целом общему оздоровлению нации [2]. Необходимо заметить, что далеко не в каждой стране военно-прикладные виды спорта входят в число общепризнанных; Россия в этом

плане – является весьма заметным исключением из мировых правил. В этом вопросе важное место отводится менеджменту и организации работы по физической, военно-прикладной подготовке детей и молодежи в условиях военно-патриотических клубов, секциях, кружках, организациях дополнительного образования и др. Где педагогическими коллективами решаются задачи по формированию у обучающихся военно-патриотических ценностей, направленные на воспитание чувства любви к Родине, к Российской культуре, традициям, родному языку и подготовки к службе в армии Вооруженных силах РФ.

Известный факт, что результатом деятельности как тренера, так и подопечного спортсмена являются итоги соревнований. Но процедура организации соревнований требует грамотной и качественной подготовки, согласно утвержденным регламентом по проведению спортивных соревнований и мероприятий. Немаловажным является правильное оформление протоколов соревнований.

Феномен соревнования обуславливает с одной стороны выявление сверхспособности человека, а с другой стороны определяет этапы подготовки спортсмена, а также определяет менеджмент самих соревнований.

Итоговый протокол соревнований отражает не только место участника соревнований (результат – время, за которое было выполнено действие (упражнение)) [3], но он является и отчетным документом финансового учета (списание ценных призов, подарков, кубков, медалей), как основной документ участвует в присвоении спортивных разрядов и званий, а также констатирует квалификацию судейской бригады. Поэтому необходимо соблюдать все требования и правила по заполнению итогового протокола, так как правильность заполнения его может напрямую отрицательно повлиять как на самого спортсмена, тренера, так и на организаторов соревнований.

Важно заметить, что в связи с введением в Российской Федерации Федерального закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» № 44-ФЗ от 05.04.2013 и Федерального закона «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» № 223-ФЗ от 18.07.2011 [1], отдельных соответствующих Постановлений Правительства, Законодательных актов и др., которые позволяют ответственным организациям, администрациям Муниципалитетов соответствующим секторам, отделам, комитетам, Министерством, силовым структурам и др. органам государственной и муниципальной власти, наделенным специальными полномочиями, осуществлять закупку товаров, работ и услуг по организации и проведению спортивных праздников, соревнований, мероприятий. Известно, что объем работы по организации спортивных мероприятий большой, соответственно становится актуальным вопрос привлечения сторонних организаций для проведения спортивных мероприятий.

Результаты исследования и их обсуждение. Таким образом, качественное и четкое менеджмент и проведение мероприятий, ведение документации, заполнение протоколов приведут к успеху, четкому, открытому и предсказуемому результату, которые раскрываются не только в выявлении места и результата участника, но и дают возможность присвоить спортивные разряды, звания и судейские категории, списать наградную атрибутику, подготовить статистический отчет. Это направление работы приведет к стимулированию спортсмена к занятию физической культурой и

спортом, а если говорить в рамках военно-прикладных видах спорта, то повышению уровня морально-психологической готовности молодых людей к службе в Вооруженных Силах РФ; росту численности молодежи, задействованной в мероприятиях по физическому воспитанию; осознанию молодыми людьми гражданской ответственности и развитию чувства патриотизма, гордости за страну, любви к Родине.

Вывод. Правильный, качественный менеджмент организации спортивных мероприятий патриотической направленности способствует формированию культурно-нравственной, физической и военно-прикладной подготовленности молодежи, что им позволит осознать и выполнять не только задачи воинского долга, но и задачи, связанные с профессиональной и общественной деятельностью, которая будет развивать и прославлять нашу Страну.

Список литературы

1. О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц: Федеральный закон № 223-ФЗ от 18.07.2011; О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: Федеральный закон № 44-ФЗ от 05.04.2013 (в редакции от 14.07.2022). – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_116964/; <https://docs.cntd.ru/document/499011838> (дата обращения: 15.05.2023).

2. Об утверждении перечня военно-прикладных и служебно-прикладных видов спорта и федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих руководство развитием этих видов спорта: постановлении Правительства Российской Федерации № 695 от 20.08.2009 (в редакции № 512 от 15.10.2019). – Режим доступа: https://base.garant.ru/196159/#block_1000 (дата обращения: 15.05.2023).

3. Степанов А.В. Система управления подготовкой и проведение крупного спортивного мероприятия (на примере зимней универсиады) / А.В. Степанов, О.Н. Степанова // Материалы VI очно-заочной научной конференции молодых ученых: Проблемы и перспективы развития спортивного образования, науки и практики. – Московский педагогический государственный университет. – М, 2022. – С. 165-175.

УДК 005

РАЗРАБОТКА КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ УСЛУГ ПО СТЕНДОВОЙ СТРЕЛЬБЕ

Буй Л.Д.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье рассмотрены этапы внедрения коммерческого предложения по стендовой стрельбе в спортивной школе. Представлено подробное описание каждого этапа по внедрению данного предложения. А также представлены результаты по проведению спортивного мероприятия в рамках внебюджетной деятельности.

Ключевые слова: внебюджетная деятельность, коммерческое предложение, платные услуги.

Актуальность. Актуальность реализации коммерческих услуг по стендовой стрельбе в спортивной школе обусловлена появлением возможности получить дополнительный доход и увеличить за счет этого финансирование учреждения. Так же это будет способствовать привлечению новых клиентов и спортсменов, поможет развить новые личные качества у каждого, кто когда-либо занимался данным видом спорта: сосредоточенность, дисциплину, внимание к деталям, терпение, концентрацию и постановку с дальнейшим достижением целей.

Цель исследования: внедрение коммерческого предложения в отделении стендовой стрельбы государственного бюджетного учреждения «Республиканская спортивная школа олимпийского резерва по стендовой и пулевой стрельбе» с последующей оценкой эффективности внедрения этого вида деятельности в качестве новой программы или предложения услуги в школе.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы был направлен на изучение вопросов, касающихся особенностей развития предпринимательской деятельности в спортивной школе. Анализ нормативно-правовых документов, регламентирующих предпринимательскую (коммерческую) деятельность в спортивной школе по стендовой стрельбе, позволил определить правовые основы организации данного вида деятельности. Метод эксперимента заключался в проведении пробного (опытного) мероприятия для выбранной целевой аудитории.

Результаты исследования и их обсуждение. В ходе нашего исследования мы выяснили, что стендовая стрельба является доступным досугом для различных целевых аудиторий, а также интересным и развивающим видом спорта. ГБУ «РСШОР по стендовой и пулевой стрельбе» имеет хорошую репутацию объекта высокого уровня оказания услуг не только среди спортсменов, но и среди гостей, о чем говорит большое количество проведенных на нем мероприятий, как регионального, так и международного уровня.

Цена для данного мероприятия достаточно конкурентоспособна, так как организаций, которые предлагали бы данные услуги на рынке, очень мало. Есть так же различные способы оплаты.

Для полноценного и комфортного времяпровождения спортивная школа предлагает не только платную стрельбу, а также аренду помещений: гостевого домика, большого шатра, беседок, гостиничных номеров для проживания,

спортивных сооружений, транспорта и футбольного поля. Помещения, планируемые к сдаче в аренду, оборудованы всем необходимым для максимального комфорта гостей. Для тех, кто не имеет опыта в стеновой стрельбе, нами было предусмотрено профессиональное сопровождение инструктором.

Первым этапом мы провели исследование целевой аудитории. Интереснее всего оказались компании, которые потенциально могут быть заинтересованы в проведении корпоративных мероприятий в спортивной школе по стендовой стрельбе – предприятия в сфере организации отдыха на природе, тимбилдинга и спорта, а также те, кто занимается приключенческими видами деятельности, фитнесом и велнесом. Кроме того, это компании, которые ценят уникальные и запоминающиеся впечатления своих сотрудников. Так же нами было определено, что именно они являются наиболее платежеспособной аудиторией для проведения подобных мероприятий.

Для того чтобы изучить конкурс на корпоративные соревнования по стендовой стрельбе, мы использовали онлайн-поисковики, каталоги и платформы социальных сетей с целью найти и сравнить предложения, цены на подобные услуги у других спортивных школ. Кроме того, мы провели опросы и интервью с потенциальными клиентами, чтобы понять их предпочтения и потребности.

Третьим этапом мы разработали коммерческое предложение, на основании действующего прейскуранта. Мы утвердили коммерческое предложение, согласовав все моменты проведения спортивного мероприятия с директором ГБУ «РСШОР по стендовой и пулевой стрельбе». Коммерческое предложение включает в себя аренду транспорта, пуска мишени, аренды оружия и гостевого домика, профессиональное сопровождение инструктором, услугу выстрела и проживание.

На следующем этапе исследования мы разработали маркетинговую стратегию, сделав рассылку с нашим предложением на электронные почты крупных организаций. К коммерческому предложению прикрепили прейскурант. Таким образом, мы выявили заинтересованных клиентов среди откликнувшихся организаций и рассказали им более подробно обо всех имеющихся услугах, а также об уникальном опыте стрельбы по мишеням в условиях спортивной школы, о преимуществах тимбилдинга и активного отдыха.

На следующем этапе реализации нашего коммерческого предложения мы согласовали все детали по проведению мероприятия с организацией, которую заинтересовало данное предложение и с директором спортивной школы. Кроме того, для координации своих действий со спортивной школой мы разработали план, обеспечив бесперебойную работу всех аспектов мероприятия, включая планирование, аренду оборудования и персонал. И, наконец, мы провели само мероприятие в спортивной организации.

По итогам проведения корпоративного мероприятия коммерческая организация оплатила: за услугу выстрела в размере 47520 рублей, за аренду гостевого домика 7500 рублей и за аренду транспортного средства 11900 рублей. Итого общая сумма оплаты за мероприятие составила 66920 рублей.

Выводы. Таким образом, разработка и внедрение коммерческого предложения услуг по стендовой стрельбе оказалось целесообразным и эффективным для внедрения в ГБУ «РСШОР по стендовой и пулевой стрельбе».

Список литературы

1. Перевозин, И.И. Искусство спортивного менеджмента / И.И. Перевозин. – М.: Советский спорт, 2014. – 416 с.

2. Самсонов, И.И. Менеджмент спортивной школы (нормативно-правовой аспект): учебно-методическое пособие / И.И. Самсонов, Т.В. Головина, Г.В. Поваляева; Сибирский гос. ун-т физ. культуры и спорта. – Омск: СибГУФК, 2017. – 212 с. – ISBN 978-5-9718-0632-5. – Текст: непосредственный.

3. Хазова, С.А. Управление спросом на услуги физкультурно-спортивных организаций как функция работников отрасли / С.А. Хазова / – Текст: электронный // Вестник «АГУ». – 2015. – №3 (162). – С.204-211 [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik.adygnet.ru/files/2015.3/3976/204-211.pdf> (дата обращения: 20.04.2023).

УДК 796.61:01

ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Варанкина Е.А., Вишнякова О.Н.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье авторами предпринята попытка обоснования повышения эффективности деятельности физкультурно-спортивной организации в условиях процесса цифровой трансформации сферы физической культуры и спорта путем применения технологий искусственного интеллекта.

Ключевые слова: эффективность деятельности, искусственный интеллект, физкультурно-спортивная организация, цифровая трансформация, чат-бот.

Актуальность. Развитие и широкое применение цифровых технологий является глобальной тенденцией мирового развития последних десятилетий. Цифровые информационные технологии применяются во всех ключевых сферах жизни человека, включая сферу физической культуры и спорта.

Сегодня существует множество программных продуктов и систем цифровых технологий, которые способствуют повышению эффективности работы физкультурно-спортивных организаций. Технологии искусственного интеллекта признаются одними из приоритетных и востребованных продуктов цифровизации.

Несмотря на отраслевые особенности и неравномерность внедрения цифровых технологий, исследователи и эксперты высоко оценивают их значимость для социально-экономического развития. Кроме того, их адекватное применение в профессиональной деятельности, включая физкультурно-спортивные организации (далее – ФСО), является необходимым условием повышения эффективности работы организации в целом [1, 2].

Цель исследования: обосновать целесообразность и эффективность применения искусственного интеллекта в деятельности физкультурно-спортивной организации на примере использования ботов.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, анализ документов, синтез.

Результаты исследования и их обсуждение. Искусственный интеллект уже давно вошел в нашу жизнь и достиг большого размаха в применении. Сегодня искусственный интеллект достиг большой популярности благодаря увеличению объемов данных, усовершенствованным алгоритмам и улучшениям вычислительной мощности и хранилища, в то время как сам термин был придуман еще в 1956 году [6]. Существует несколько определений искусственного интеллекта, рассмотрим одно из них. Под искусственным интеллектом можно понимать свойство или способность интеллектуальных систем осуществлять творческие задачи и функции, которые ранее считали свойственными только человеку и невозможными для электронных вычислительных машин.

В статье мы подробнее остановимся на одной из технологий искусственного интеллекта, которая называется чат-бот. В широком смысле чат-ботом называется программа, виртуальный собеседник, который создается для имитации поведения человека при общении с другими людьми. Чат-боты можно разделить на простые и сложные. Простые чат-боты всегда действуют по определенному записанному алгоритму. В то время как сложные базируются на искусственном интеллекте и способны самостоятельно обучаться в процессе работы. Сложные чат-боты имеют над простое такое преимущество, как выполнение большого количества задач [3].

Направления применения чат-ботов в деятельности физкультурно-спортивных организаций (далее – ФСО) весьма разнообразны, можно выделить несколько основных направлений:

1. Коммуникация с клиентами – чат-боты могут быть использованы для быстрого и эффективного обмена информацией с клиентами: ответы на часто задаваемые вопросы, актуальные новости, расписание мероприятий, покупка билетов и прочее. Чат-боты могут помочь ускорить процессы обработки информации, что сокращает время ответа и уменьшает задержки в обработке запросов.

2. Автоматизация процессов – чат-боты могут помочь автоматизировать работу сотрудников организации, управлять инвентарным учетом, заказом нужных спортивных приспособлений и инвентаря, обработкой данных и др.

3. Мониторинг тренировок – с помощью чат-бота можно отслеживать достижения клиентов, их физические показатели и прогресс в тренировках, выдавать рекомендации, предупреждать о возможных рисках, вести статистику и составлять отчеты.

4. Тренировочный помощник – чат-бот может стать виртуальным тренером, который будет выдавать задания и примеры тренировок, подбирать индивидуальный тренировочный план, отслеживать прогресс, стимулировать клиентов на достижение новых целей.

5. Мотивация к занятиям спортом – чат-бот может создавать мотивационные сообщения, напоминать о регулярных занятиях, делиться подборками упражнений и фактами о здоровом образе жизни.

Список всех чат-ботов, которые можно применять в деятельности ФСО, очень широкий и разнообразный, кроме того, постоянно создаются новые чат-боты. Однако мы можем остановиться на нескольких примерах:

Google Assistant – чат-бот, который может помочь ответить на вопросы о фотографиях и других материалах, используемых в процессе занятия физической культурой и спортом. Microsoft Cortana – еще один чат-бот, который может помочь в проведении анализа различных данных. Botpress – чат-бот с открытым исходным кодом, который может помочь создать запоминающего бота, который анализирует и управляет данными. Zingle – это чат-бот, который помогает ФСО улучшить качество обслуживания клиентов и оперативно реагировать на запросы, вопросы и жалобы клиентов. Woohi – это чат-бот, который помогает ФСО заполнять расписание и планировать тренировки. Кроме того, он предоставляет инструменты для учета доходов и затрат, а также для мониторинга производительности тренерского состава.

При наличии положительных аспектов использования в работе чат-ботов существуют и проблемы, с которыми могут столкнуться ФСО, выделим главные из них:

Во-первых, технические проблемы, неправильная работа чат-бота. Такие проблемы чаще всего связаны с качеством перевода и работой внешних интеграций. Как и другая любая технология, чат-бот может допустить ошибку при обработке запроса, что может привести к нарушению всей работы системы.

Во-вторых, юридические вопросы. ФСО должны быть осторожными при сборе и хранении данных о пользователях, поскольку существуют различные законодательные акты, которые регулируют эту область.

Третья проблема касается понимания потребности пользователей. Очень важно, чтобы чат-бот предлагал справочную информацию, которая релевантна для конкретного пользователя, а также способен решить конкретную проблему, иначе он будет использоваться редко. Важно также учитывать взаимодействие пользователя с ботом. Чат-боты становятся все более популярными, но некоторые пользователи могут не принимать участия в разговоре с машинным интерфейсом, и это может отрицательно сказаться на эффективности инструмента. Наконец, необходимо учитывать, что в некоторых случаях чат-бот может не работать для конкретной аудитории. Например, если большинство пользователей не имеет доступа к Интернету или они не используют мобильные устройства, то чат-бот может быть бесполезным для этой группы. В таких ситуациях может потребоваться использование альтернативных инструментов коммуникации.

Выводы. В заключении отметим, что применение искусственного интеллекта в управлении физкультурно-спортивной организацией может помочь оптимизировать бизнес-процессы, повысить эффективность общения с клиентами и улучшить управление ресурсами. Таким образом, можно считать, что применение искусственного интеллекта, в нашем случае чат-ботов, эффективно скажется на всех направлениях работы ФСО.

Список литературы

1. Биндусов, Е.Е. Перспективы и возможности применения искусственного интеллекта в спорте / Е.Е. Биндусов // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. – 2020. – Вып. 3. Ч.1. – С. 139-142.
2. Прохоровский, А.А. Цифровизация и искусственный интеллект: перспективы и вызовы / А.А. Прохоровский // Экономика. Налоги. Право. – 2020. – № 13(2). – С. 84-91.
3. Усманова, Д.И. Использование искусственного интеллекта в управлении физической культурой и спорта / Д.И. Усманова // Nazariy va amaliy tadqiqotlar xalqaro jurnali. – 2022. – Т.2 № 1. – С. 97-107.

УДК 339.138:330.46

ПРИМЕНЕНИЕ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ

Вишнякова О.Н.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Статья представляет собой анализ инструментов и направлений применения блокчейн-технологий в реализации приоритетов цифровизации сферы физической культуры и спорта и функционирования отраслевой экосистемы. Приведены эффекты внедрения блокчейн-технологий в решении ряда прикладных задач автоматизации и обеспечения информационной безопасности управления в сфере ФКиС.

Ключевые слова: блокчейн технологии, управление в сфере ФКиС, цифровизация спорта, бизнес-экосистема спорта.

Актуальность. В условиях цифровизации и набирающей силы тенденции цифровой трансформации управления в сфере физической культуры и спорта (ФКиС) блокчейн-технологии становятся одним из направлений развития ИКТ и инструментом функционирования отраслевой экосистемы. Происходит осмысление потенциала их использования и тестирование отдельных решений на разных уровнях управления.

Исходя из целей развития отрасли и ее социально-экономической значимости, технологические решения оптимизации бизнес-процессов хозяйственной деятельности на основе блокчейн-технологий и распределенных реестров участвуют в создании информационно-коммуникационной инфраструктуры экосистемы ФКиС. В целом, их применение призвано повысить эффективность отраслевого управления и уровень его кибербезопасности.

Цель исследования: анализ возможностей и направлений применения блокчейн-технологий в управлении физической культурой и спортом

Методы исследования: системный анализ, процессный подход, обзор литературных источников, метод сравнения, синтеза и моделирования возможностей применения технологий блокчейн в сфере ФКиС.

Результаты исследования и их обсуждение. Блокчейн-решения являются разновидностью технологий распределенного реестра. Это информационная система, обеспечивающая хранение данных, защиту от фальсификации, их передачу и преобразование. Запись данных создается в цепочке криптографически связанных блоков и хранится децентрализованно одновременно с алгоритмами передачи и преобразования данных. Как правило, в транзакциях участвуют несколько сторон, и каждая из них имеет собственную копию записей о транзакциях, в которых она участвует.

Следует отметить, что существующие блокчейн-решения оптимизированы под работу с «токенами» и подходят для хранения документов. Блокчейн-технологии хранят только хеши документированной информации (преобразованная с помощью особых математических формул в строку фиксированной длины информация) и выполняют функции отметок времени. Это определяет особенности их применения в управлении.

Наличие комплекса нерешенных правовых проблем привело к тому, что блокчейн-технологии на данном этапе реализуются в России в закрытых системах доверенного участия, принадлежащих государственным органам и опирающихся на специально разработанную законодательно-нормативную базу. Примером выступают государственные реестры. Используя этот опыт блокчейн можно применять при ведении реестров и регистров и в сфере ФКиС. Поэтому стратегическим является вопрос, где внедрение блокчейн позволит получить экономический и организационно-управленческий эффект.

Еще одним важным моментом является то, что блокчейн технология берет на себя роль посредника в организации взаимодействий, исключая посредников транзакций. Это способствует возможности обеспечения доверия к электронным данным и документам. Кроме того, механизм консенсуса в блокчейн-системе может быть настроен по принципу «прямой демократии».

Интерес, на наш взгляд, представляет тот факт, что в большинстве примеров успешного опыта применения блокчейн-технологий специалисты отмечают потенциально более высокий уровень эффективности традиционных систем при условии аналогичной оптимизации существующих деловых процессов и предъявляемых к ним законодательно-нормативных требований [9]. Среди эффектов, которые можно ожидать от внедрения блокчейн-технологий в сферу управления ФКиС можно выделить: сокращение времени передачи информации за счет формирования единого реестра данных, оптимизацию коммуникаций по параметрам стоимости, времени и кибербезопасности для отраслевых ведомств, возможность алгоритмизации и автоматизации деятельности министерств и ведомств на базе смарт-контрактов [5].

При использовании технологий блокчейн данные хранятся в виде последовательности блоков, определяемой моментом их введения. Такая фиксация данных может стать важным критерием для разработки приложений в сфере ФКиС. Кроме того, пользователями отмечается такое важное свойство как устойчивость к попыткам фальсификации данных участниками системы [3]. Для внедрения новой записи необходимо согласие 51% пользователей системы. Это предполагает необходимость разработки взаимных соглашений, определяющих степень доверия к участникам системы. Одним из таких примеров выступает применение блокчейн в IoT (Интернет вещей) для формирования баз данных, обеспечения устойчивого управления и синхронизации работы устройств сети.

Одним из направлений применения блокчейн-технологий является интеграция блокчейн-систем с бизнес-процессами организаций, спортивных кластеров или бизнес-экосистем. Существует перспектива, что данные технологии найдут свое место в организационных процессах сферы ФКиС на всех уровнях управления, к примеру, в организации и проведении спортивно-массовых и профессиональных соревнований.

По аналогии добровольной цифровой идентификации Bitnation, которая в качестве третьей стороны предоставляет услуги личной идентификации и аутентификации контрактов, следует рассмотреть потенциал блокчейн-технологий в формировании новых цифровых инструментов управления межличностными и межорганизационными отношениями в сфере ФКиС. Предметом цифровизации могут стать организационные, юридические, финансовые и другие транзакции.

Остановимся на наиболее удачном опыте внедрения блокчейн-технологий в спорте. Фан-токены стали элементом комплекс-маркетинга. Их разработка была ориентирована на фанатскую среду. Для спортивных клубов, в первую очередь футбольных локомотивов, блокчейн-технологии раскрыли потенциал получения дополнительных доходов и повышения лояльности болельщиков. Фан-токены позволяют покупать VIP-билеты на матчи, предметы коллекционирования, дают доступ к эксклюзивным акциям и право участия в голосовании при решении стратегических вопросов. Одновременно спортивные клубы получают возможность изучить своих фанатов, взаимодействуя в системе блокчейна.

Блокчейн-технологии являются инструментом организации и проведения краудфандинговых кампаний. Для инвесторов выпускаются и продаются цифровые токены, гарантирующие права инвесторов в проектах. Данный подход получил апробацию в ICO (initial coin offering) и STO (security token offering) способах проведения кампаний по проектному финансированию. К примеру, токENSEйл фан-токенов ФК «Барселона» стоимостью 1,3 млн долларов был распродан менее чем за два часа [8].

Коллекционерам предлагаются памятные моменты в NFT наравне с другими уникальными материальными и нематериальными объектами, произведенными ограниченным тиражом. Такие официальные цифровые и реальные активы могут быть созданы с помощью блокчейна – подписанные одежда, снаряжение, карточки, видеоклипы и др. Привлекает внимание опыт NBA. В 2021 г. NBA запустила цифровую платформу для коллекционирования – TopShot, которая примерно за год принесла более 220 млн долларов [4]. Разработка проекта Правительства Каталонии по созданию регионального цифрового хаба и собственной метавселенной отражает активные процессы формирования цифровых пространств социальной и экономической активности [2]. Нами эта тенденция не оценивается как позитивная, однако интеграция в глобальные процессы выступает уже объективной необходимостью.

Отдельным апробированным направлением внедрения блокчейн-технологий является продажа билетов на децентрализованной цифровой платформе. Организаторы получили возможность оптимизировать процесс продажи, обеспечить их безопасность и возврат средств, значительно сократить мошенничество. Смарт-контракты стали элементом автоматизации страхования от отмены бронирования в случае форс-мажорных обстоятельств, когда владельцам билетов средства от их продажи возвращаются. К примеру, благодаря применению цифровых технологий, владельцы билетов на соревнования смогут получать сведения о ходе проведения Олимпийских игр в Париже в 2024 году.

Еще одной сферой применения блокчейн-технологий является работа комиссий по контролю спортсменов – допинг контроль. Профильные организации могут получать результаты тестов, а спортсмены формируют свою историю антидопингового контроля и регистрируют геолокационное местоположение для случайного контроля.

Стриминговые сервисы так же попали в сферу применения блокчейн-технологий. Для предотвращения незаконного использования контента коммерческих спортивных трансляций блокчейн обеспечивает авторизацию пользователей, фиксирует право собственности на трансляции, интегрирует соответствующие права и лицензии.

Одним из процессов спортивных организаций являются различные голосования. Федерация практической стрельбы России начала поиск инструмента

7. Спортивная федерация использует блокчейн-голосование. (Сентябрь 16, 2021) // URL: <https://www.if24.ru/sportivnaya-federatsiya-ispolzuet-blokchejn-golosovanie/> (дата обращения: 25.02.2023)

8. Сэлинджер, К. ФК «Барселона» провела токENSEЙЛ на \$1,3 млн. Фанаты остались недовольны (23.06.2020) // URL: [https://forklog.com/news/fk-barselona-provela-tokensejl-na-1-3-mln-fanaty-ostalis-nedovolny-fc-barcelona-\\$bar-fan-token-sells-out-in-less-than-two-hours-generating-\\$1.3M-by-@chiliZ](https://forklog.com/news/fk-barselona-provela-tokensejl-na-1-3-mln-fanaty-ostalis-nedovolny-fc-barcelona-$bar-fan-token-sells-out-in-less-than-two-hours-generating-$1.3M-by-@chiliZ) <https://t.co/5xHz23MxIF> – Alexandre Dreyfus (@alex_dreyfus) June 22, 2020 (дата обращения: 25.02.2023)

9. Храмцовская, Н.А. Технология блокчейна как инструмент управления документами и электронного документооборота // Делопроизводство. N3. 2018. с.40-51. URL: <https://www.top-personal.ru/officework.html?40> (дата обращения: 25.02.2023)

УДК 796.075

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Воеводина С.С.

Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Краснодар, Россия

Аннотация. В работе представлены результаты анализа востребованности информационных ресурсов в деятельности физкультурно-спортивной организации для принятия управленческих решений с учетом качественных характеристик информации – понятности, своевременности, полноты, надежности, сопоставимости и критерия ее получения – затраты/выгоды.

Ключевые слова: информация, информационные ресурсы, управление, физкультурно-спортивная организация, затраты.

Актуальность. Востребованность информационных ресурсов в деятельности физкультурно-спортивной организации обусловлена значимостью информации (правовой, экономической, правовой, бухгалтерской) для принятия управленческих решений, реализации уставных задач, взаимоотношений с учредителем, органами контроля, осуществлении финансово-хозяйственной деятельности с учетом качественных характеристик – понятности, своевременности, полноты, надежности, сопоставимости, при минимальных затратах ее получения.

Цель исследования: выявить возможности эффективного использования информационного компонента в обеспечении управленческой деятельности физкультурно-спортивной организации.

Методы исследования:

1. Анализ литературы, законодательства – с целью уяснения видов информации и способов ее получения.

2. Абстрактно-логический метод – при оценке влияния информационного компонента на принятие качественных управленческих решений, влияющих на отношения с потребителями физкультурно-спортивных услуг, ведомственными и контролирующими органами.

3. Методы математической статистики – при анализе результатов опроса персонала физкультурно-спортивной организации (n=32) о востребованности информационных ресурсов в управленческой деятельности с учетом критерия получения информации – затраты/выгоды.

Результаты исследования и их обсуждение. Информационный компонент управленческой деятельности физкультурно-спортивной организации составляют два взаимосвязанных блока – информационные технологии и умение персонала получить достоверную информацию в нужной форме, различной степени детализации, в необходимое время с минимальными затратами, адекватную экономической ситуации регионального рынка, и подготовить управленческое решение [1, 3].

Нормативное регулирование информационного обеспечения управленческой деятельности физкультурно-спортивной организации включает систему правовой информации, определяющей пределы ее использования – доступ, обработку и принятие обоснованных решений с учетом следующих принципов [2]:

- открытость и свободный доступ к информации о деятельности государственных и муниципальных органов;
- законодательное ограничение доступа к определенной информации;
- свободный поиск, получение, передача, производство и законные способы распространения информации;
- достоверность и своевременность предоставления информации;
- недопустимость нормативного установления преимуществ одних информационных технологий перед другими.

С учетом цели исследования был проведен опрос персонала бюджетной физкультурно-спортивной организации о приоритетных источниках получения информации для принятия управленческих решений (n=32): большинство респондентов (68%) респондентов предпочли Интернет, 21% – личное общение, 11% – бумажно-почтовый.

К часто используемым информационным ресурсам в управленческой деятельности физкультурно-спортивной организации относятся: сайт Минспорта РФ, региональных и муниципальных отраслевых органов управления, интернет-проект федерального уровня для российских спортивных учреждений с целью создания бюджетных сайтов.

В результате анализа уровня востребованности информационных ресурсов получения правовой информации установили, что большинство респондентов (64%) выбрали Консультант Плюс, 6% – Гарант, Систему «Главбух» – 4%, 1С: ИТС – 26%.

В таблице 1 представлены преимущества и недостатки использования данных информационных ресурсов с учетом объема предоставляемой информации и затрат на их приобретение.

Таблица 1 – Характеристика информационно-правовых ресурсов

Название	Характеристика	Преимущества	Недостатки	Стоимость
1	2	3	4	5
Консультант Плюс – http://www.consultant.ru	Система включает более 200 млн. документов, судебную практику, комментарии, консультации.	Федеральное, региональное законодательство; судебные решения; конструкторы договоров, калькулятор налогов; путеводители по кадровым вопросам, сделкам, налогам; консультации экспертов; типовые ситуации и готовые решения.	Для бухгалтера специального продукта нет, есть сервис «Консультант-Бухгалтер». Стоимость ресурса можно узнать, обращаясь к официальным представителем.	Есть бесплатная версия с основными нормативными актами. Стоимость сервиса самостоятельно узнать невозможно.

1	2	3	4	5
Система Главбух» – https://www.1gl.ru/	Профессиональная справочная система по оптимизации бухучета, налоговому планированию, кадровому делопроизводству.	Федеральное и региональное законодательство; судебная практика; справочники по ставкам налогов, курсам валют; проверка отчетности, готовые формы и образцы бухгалтерских документов; отправка электронной отчетности в ФНС, ПФР, ФСС, Росстат; консультации экспертов и специалистов.	Оплата на полгода. Проблемы с поиском ответов на сложные ситуации. Короткий срок демодоступа – 3 дня.	Есть бесплатная версия при ограниченном поиске документов. Приобретение у официальных представителей в электронном виде. Стоимость за 6 мес. – 53176 руб., за год – 100451 руб., за 18 мес. – 143635 руб.
1С:ИТС https://its.1c.ru/	Информационно-технологическое сопровождение «1С». Специальный продукт для бухгалтера.	Федеральное законодательство; календарь бухгалтера; шаблоны документов; справочная информация, сдача отчетности из программы, напоминания о сроках сдачи отчетов и уплаты налогов; бухгалтерская периодика.	Только для пользователей «1С: Предприятие», нет регионального законодательства, консультаций экспертов, бесплатной версии.	Система доступна только пользователям «1С: Предприятие». Подписки 1С:ИТС нет в свободной продаже, оформление заявки – у официальных партнеров «1С».

Выводы. Информационное обеспечение управления физкультурно-спортивной организацией проявляется в динамичности информации, неограниченном объеме информационных ресурсов ее получения с учетом их открытости, доступности, минимизации затрат и оценки качественных характеристик информации (достоверность, понятность, своевременность, полнота, объективность и надежность).

При выборе информационно-правовых систем следует учитывать наличие сервисных продуктов для бухгалтера; регионального законодательства; возможность консультации с экспертами для разъяснения сложных ситуаций; конструктора договоров и учетной политики.

Список литературы

1. Воеводина, С.С. Организационно-управленческие и правовые подходы в области спорта и образовании: коллективная монография / С.С. Воеводина, Е.П. Гетман, Л.А. Гремина. – Краснодар: КГУФКСТ, 2022. – 104 с.
2. Кирпиченков, Ф.А. Виды информации в управленческой деятельности физкультурно-спортивной организации / Ф.А. Кирпиченков // Тезисы докладов XLIX научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа (февраль-март 2022 г.): материалы конференции. – Краснодар: КГУФКСТ, 2022. – С. 266.
3. Филиппов, С.С. Информационное обеспечение управленческой деятельности физкультурных организаций / С.С. Филиппов. – М., 2019. – С. 28-32.

УДК 659.111.313

ОСОБЕННОСТИ СПОРТИВНОГО МАРКЕТИНГА

Вылегжанина А.Ю.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Спортивный маркетинг заключается в выстраивании особых отношений со средствами массовой информации. В статье проанализированы отличительные черты спортивного маркетинга и вопросы, связанные с его функциями, которые должны учитываться в работе маркетолога в спортивных организациях.

Ключевые слова: спорт, маркетинговая деятельность, продвижение в спорте, реклама.

Актуальность. В настоящее время маркетинг становится все более важной частью каждой спортивной организации. Из-за стремительного роста физкультурно-спортивных услуг и большой конкуренции, возникает необходимость в продвижении этих услуг новыми способами. Именно маркетинг может помочь в успешном развитии данной отрасли в спортивных организациях [3].

Цель исследования: проанализировать особенности спортивного маркетинга в продвижении услуг физкультурно-спортивных организаций.

Методы исследования: анализ литературных и интернет-источников; наблюдение.

Результаты исследования и их обсуждение. Понятие «спортивного маркетинга» отличается от базового понятия «маркетинг». Спортивный маркетинг делает акцент на спортивных мероприятиях, командах, продуктах и услугах, т.к. любому спортивному продукту необходимо продвижение за счет маркетинговых инструментов. Яркие незабываемые эмоции, адреналин, непредсказуемые результаты – все это и отличает спорт от других сфер [2].

Деятельность спортивных организаций связана с обществом. Нужно уметь правильно использовать коммуникации с целевой аудиторией, качественно доносить информацию. Ведь за счет правильно предоставленного спортивного продукта можно обеспечить высокий спрос на товары и услуги организации [1].

Быть спортивным маркетологом не так-то просто. На спортивный рынок постоянно оказывают большое влияние различные факторы, например, болельщики, спонсоры, взаимоотношения партнеров между собой, спортивные результаты и т.д. Грамотные маркетологи должны учитывать эти факторы и правильно выстраивать маркетинговую деятельность для успешной работы в физкультурно-спортивных организациях.

Спортивный маркетинг используют как крупные организации, так и не большие организации. Одним маркетинг помогает развиваться, становиться более популярными, а другим – просто существовать. Для успешной реализации маркетинговых практик важную роль играют, например, спортсмены – «звезды», ради которых болельщики идут смотреть матч. Такие преданные болельщики присутствуют на каждой игре команды. Но задача маркетинга состоит в том, чтобы

найти другие признаки (время игры, цена билета, инфраструктура), по которым люди выбирают посетить матч и расширить эту аудиторию.

Выводы. Высокая конкуренция, зрелищность, яркие эмоции, творческий подход к данному виду деятельности – все это и есть основные черты, которые представляют особенности маркетинга в физкультурно-спортивной деятельности. С помощью правильно разработанной маркетинговой стратегии можно сформировать комплекс ценных свойств спортивной организации, которые обеспечивают ее развитие. Сфера спорта развивается очень стремительно, поэтому важно постоянно следить за новыми тенденциями и не отставать от нее.

Список литературы

1. Голубева, Г.Н. Подготовка менеджера-управленца для сферы физической культуры, спорта и туризма / Г.Н. Голубева, В.В. Горбачева, Ю.А. Зубарев // Менеджмент и маркетинг в массовом спорте и туризме : Материалы Всероссийской конференции с международным участием научно-практической, Волгоград, 28–29 марта 2018 года. – Волгоград: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Волгоградская государственная академия физической культуры», 2018. – С. 64-71.

2. Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. – Москва : Дашков и К, 2022. – 260 с. – ISBN 978-5-394-04233-1. – Текст электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/277337> – Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Степанова, О.Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций / О.Н. Степанова – М.: Прометей, 2020. – 224 с. – Текст: непосредственный.

УДК 796.062

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛЮБИТЕЛЬСКОЙ ФУТБОЛЬНОЙ ЛИГИ (НА ПРИМЕРЕ «ОТКРЫТОЙ ЛЮБИТЕЛЬСКОЙ ЛИГИ ПО ФУТБОЛУ Г. КАЗАНИ»)

Галибабаев Ф.Р.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются сильные и слабые стороны «Открытой любительской лиги по футболу г. Казани» и на этой основе обосновываются важнейшие пути совершенствования ее деятельности. Полученные результаты могут быть полезными в процессе управления аналогичными спортивными формированиями и в других городах России.

Ключевые слова: футбол, любительская футбольная лига, популяризация массового спорта.

Актуальность. Для успешного развития массового спорта большое значение имеет управление им со стороны соответствующих спортивных лиг [2]. Однако вопросы организации деятельности спортивной лиги особенно применительно к любительскому футболу остаются мало исследованными. В научной и научно-методической литературе вопросы о том, какую роль играют любительские лиги в развитии массового игрового спорта, пока еще не получили достаточного освещения. Поэтому исследование проблем и перспектив развития любительских футбольных лиг на примере конкретных локальных организаций является весьма актуальным. Именно на этой основе возможно построение общей концептуальной модели функционирования и развития любительских спортивных лиг по России в целом [3].

Цель исследования: проанализировать существующие проблемы и обосновать пути совершенствования деятельности любительских спортивных лиг на примере «Открытой любительской лиги по футболу г. Казани».

Методы исследования: анализ нормативных документов, регламентирующих деятельность физкультурно-спортивных организаций, научно-методической литературы по теме статьи, сбор, обработка и анализ фактических данных по результатам работы «Открытой любительской лиги по футболу г. Казани».

Результаты исследования и их обсуждение. Как определено Стратегией развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2030 года, доля людей, которые систематически занимаются физической культурой и спортом, к указанному году будет составлять не менее 70% [1].

Массовый (любительский) футбол занимает важное место в структуре спортивной индустрии. Он служит опорой развития футбола вообще в стране, включая профессиональный футбол. Чем больше количество любительских клубов данной специализации, тем интенсивнее люди вовлекаются в футбол. Они могут непосредственно принимать участие в игре или же следить за выступлениями любимой местной команды.

Наличие любительских футбольных лиг служит важным фактором удовлетворения потребностей людей к занятиям физической культурой и спортом.

Одновременно их существование и успешное функционирование отвечают задачам по достижению целевых показателей государственного заказа в области спорта.

Любительские лиги дают возможность большому количеству воспитанников футбольных школ, если даже они не стали профессиональными футболистами, продолжать играть в любимую игру в течение многих лет.

В целях разработки программы совершенствования любительской футбольной лиги нами была проанализирована деятельность любительской футбольной лиги «Открытая любительская лига по футболу г. Казани» с определением ее сильных и слабых сторон.

Сильными сторонами данной лиги являются:

- достаточно высокий уровень подготовки игроков, способных показывать хорошую игру;

- открытость лиги для всех желающих, вне зависимости от уровня подготовки и возраста;

- строгое соблюдение правил и этики игры;

- хорошая организация тренировок и игр;

Слабыми сторонами «Открытой любительская лига по футболу г. Казани» следует признать:

- недостаточное количество площадок для игры;

- отсутствие достаточного финансирования для и развития лиги;

- нехватка квалифицированных тренеров и судей

В то же время для дальнейшего развития лиги существуют неплохие потенциальные возможности и перспективы, включающие:

- проведение дополнительных мероприятий для повышения качества игры и подготовки игроков, том числе тренинги и лагеря;

- увеличение количества игроков команд и в лиге;

- развитие партнерства с другими организациями, включая спонсоров, за счет чего можно получить дополнительное финансирование;

- совершенствование маркетинговой и рекламной деятельности для популяризации любительского футбола в г. Казани.

На основе полученных результатов исследования нами разработана программа совершенствования деятельности любительской футбольной лиги «Открытая любительская лига по футболу г. Казани».

В программу были включены ряд мероприятий, срок осуществления которых включает период с января 2023 г. по май 2024 г.

Разработанные мероприятия направлены на более активное привлечение населения города и его пригородов к занятиям физической культурой и спортом, а именно футболом. Можно также ожидать существенное увеличение численности команд в «Открытой любительской лиги по футболу г. Казани». В этих целях предусмотрена реализация следующих задач:

- изменение концепции с упором на обеспечение ее привлекательности;

- активизация маркетинговой и рекламной деятельности в целях привлечения все новых команд и зрителей;

- подготовка и проведение матчей на высоком спортивном уровне, используя новые технологии;

- создание сплоченной команды персонала, способной эффективно управлять лигой и обеспечить ее дальнейшее развитие;
- привлечение достаточного количества спонсоров для финансирования программы и развития лиги.

Проведение спортивных соревнований запланировано на футбольных манежах «Искандер», «Тасма», «Физра», а также на футбольном стадионе «Тасма» г. Казани.

Совершенствование деятельности любительской футбольной лиги в г. Казани будет сопровождаться осуществлением мер по внедрению новых технологий управления. Предполагается, что после создания веб-сайта и каналов в социальных сетях (youtube, telegram, vkontakte) лига может внедрить множество новшеств, включая систему видеоповторов VAR, онлайн-трансляции футбольных матчей и др.

Выводы. Анализ современного состояния любительского футбола и улучшение его организации на примере «Открытой любительской лиги по футболу г. Казани» представляет собой определенный шаг к выработке общей модели функционирования любительских футбольных лиг в России. Реализация предлагаемых в статье мер будет способствовать повышению качества игры, совершенствованию организации и управления турнирами и лигами, и улучшению коммуникации между участниками любительской футбольной лиги.

Список литературы

1. Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 г. – Москва, 2020. – 40 л. – Текст: электронный//Министерство спорта Российской Федерации, сайт. – URL: <http://www.minsport.gov.ru/activities/proekt-strategii-2030/> (дата обращения: 10.05.2023).
2. Агапов, В.А. Любительский футбол в России: проблемы и перспективы развития / В.А. Агапов. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 2. – С. 15-20.
3. Евстафьев, Э.Н. Многоцелевой подход к планированию развития спорта / Э.Н. Евстафьев. – Текст: непосредственный // Вестник ТИСБИ. – 2016. – № 4. – С. 99-111.

УДК 796

ПОПУЛЯРНОСТЬ ТУРКМЕНСКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ БОРЬБЫ ВО ВСЕМ МИРЕ

Гарабаев Б.А., Довлетов М.А.,
Сапаров Р.Н., Мырадов Д.А.

Туркменский государственный институт
физической культуры и спорта
Ашхабад, Туркменистан

Аннотация. Туркменская национальная борьба имеет давнюю историю. Этот вид борьбы на поясах является украшением праздников туркменского народа. Наряду с народными музыкантами борьба считается одним из центральных событий туркменских свадеб, в ней соревнуются самые лучшие и сильные борцы.

Ключевые слова: туркменская национальная борьба, национальное наследие, популярность.

Исторически сложилось так, что по правилам конкурсантов объявлял диктор за несколько дней до праздника. И у зрителей были свои любимые борцы, которых они уважали. Зарождение туркменской национальной борьбы доказано на основе многочисленных археологических находок.

Борцами, освоившими туркменскую национальную борьбу, считаются искусные борцы в борьбе, борьбе на поясах, а также других видах рукопашной борьбы. Этот вид спорта описан в народных эпосах туркменского народа «Героглы» и «Горкут ата». В исторических сведениях указывается, что туркмены занимались национальной борьбой в период правления Огуз-хана.

В наших героических эпосах и легендах пропагандируется богатая история туркменского народа, рассказывается, что храбрые сыновья и дочери туркмен побеждали в битвах и состязаниях, демонстрируя чудесные подвиги туркменской борьбы. Наши предки учили своих детей и внуков, начиная с юности, многим подвигам воинским и мужским, стрельбе из спутника и обращению с мечом.

Под руководством опытного тренера туркменский мальчик с детства занимался верховой ездой и боевыми искусствами, в основном борьбой. При этом будущих борцов обучали тонким секретам мастерства. По мере того как молодежь достигала определенного возраста, те, кто приобретал больше таланта и уверенности в себе, отдавались в ученики к известным борцам.

По традиции туркменской национальной борьбы, спортивная одежда этого вида спорта считалась национальной одеждой. Он был подпоясан мягкой тканью. Пальваны шли на поле боя одетыми в национальные штаны и рубашки, доны и матерчатые пояса. Для палванов считалось обязательным сражаться с нуля. По правилам соперникам разрешается хватать пояс и бросать через ноги. Во время свадеб и национальных праздников время не ограничивается. Победителем становится борец, который заставляет своего противника коснуться земли в любом месте, кроме пятки. Победитель должен заставить своего противника бросить его на спину или получить свои три очка. Разрешены движения ногами (петли, удары ногой и т. д.). Каждый бой состоит из трех ограниченных по времени боев, и борец, выигравший два из них, становится победителем.

На протяжении тысячелетий туркменские семейные и народные праздники и торжества не отделялись от борцовских поединков. О сильнейших борцах слагали легенды, стихи и песни. Рассказы о бессмертных и славных затмениях наших предков передавались из уст в уста.

Прославленные борцы, чьи имена известны во всем мире, обзавелись еще более талантливыми учениками и превратили их в мастеров борьбы. Со временем они также передавали свой опыт молодежи. Так туркменская борьба переходила из поколения в поколение и дошла до нас через тысячелетия. В качестве примера можно привести упомянутые в эпосе «Героглы» рассказы о мастере Безиргене, борце Галандаре, Хармандали и Рустеме Зале, победившем самого Героглы.

Опытные борцы, не коснувшиеся земли, пользуются большим авторитетом и уважением в обществе. Кроме них, в истории туркменской борьбы можно упомянуть имена Махмыта Палвана (Пилмахмыта), Бахбита Палвана, Аннадурды Ягсоран. Имена и репутация этих знаменитых борцов прославились в соседних странах. В середине прошлого века в народе были очень популярны имена таких известных борцов, как Худайберды Палтаев, Матвели Матиев, Ата Овезов, Мырат Сапаров.

Сегодня национальная туркменская борьба считается одним из самых массовых видов спорта в стране. Туркменские борцы собираются, чтобы испытать свои силы в спортивных залах городов и сел, в предгорьях Копетдага и в пустынях центральных Каракумов, на берегах бескрайнего Каспия и Джейхуна в праздничные и обычные дни. Большое количество любителей спорта и посетителей становятся свидетелями интересных состязаний и серьезных схваток сильных и смелых борцов.

Правило туркменской национальной борьбы требует высокой степени справедливости, и в то же время наступательное ведение боев придает ей свою уникальность. Об этом свидетельствуют запрещенные действия и санкции.

Вынося предупреждение, жюри жестами объясняет его причины. Предупреждения даются, когда борец замедляет бой, избегает использования приемов и удерживает соперника, пытается вывести соперника из середины и в других подобных ситуациях.

Ашхабад, столица вечно нейтрального Туркменистана, за короткий срок стал международной ареной проведения чемпионатов мира и Азии по туркменской национальной борьбе всех уровней, других крупных международных соревнований и сотрудничества в области спорта. В связи с этим в ноябре 2014 года в Ашхабаде прошел Первый туркменский национальный чемпионат мира по борьбе и XII чемпионат мира по борьбе на поясах, в которых приняли участие борцы из 24 стран.

На базе Федерации борьбы на поясах Туркменистана 2015 год вписан золотыми буквами в историю современной туркменской национальной борьбы. В том же году в рамках международной конференции по этому виду спорта была создана Всемирная федерация борьбы. В настоящее время федерации по этому виду спорта созданы более чем в 20 странах мира. Наладив сотрудничество между собой, они организуют межрегиональные спортивные соревнования в целях завоевания популярности и дальнейшего развития туркменской национальной борьбы во всем мире.

В 2015 году в городе Оренбург Российской Федерации прошел II Чемпионат мира по туркменской национальной борьбе, в котором приняли участие около 300 борцов из 35 стран мира. В 2016 году III Чемпионат мира по туркменской

национальной борьбе, прошедший в г. Набережные Челны, Республика Татарстан, Российская Федерация, собрал около 400 борцов из 40 стран мира.

Туркменские спортсмены принимали участие в Универсиаде-2013, проходившей в Казани, Республика Татарстан, Российская Федерация, и во Всемирных играх скакунов, проходивших в Чолпон-Ате, Кыргызская Республика в 2014-2016-2018 годах, где туркменская борьба была включена в ее программу. В 2018 году они успешно выступили на международном турнире по борьбе на поясах. Туркменские спортсмены успешно участвовали во всех вышеперечисленных международных соревнованиях и занимали призовые места, еще раз доказав, что туркменская национальная школа борьбы и борьбы на поясах является лидером в мире.

На основании решения в 2016 году в рамках подготовки к V Азиатским играм в закрытых помещениях и по боевым искусствам были проведены международные пробные соревнования по шести видам спорта. Одними из международных контрольных соревнований являются туркменская национальная борьба и борьба на поясах. В программе утвержденных соревнований состоялся Чемпионат Азии по туркменской национальной борьбе и борьбе на поясах, в котором соревновались спортсмены из 16 стран региона. В рамках чемпионата Азии принято решение о создании Азиатской федерации борьбы.

В марте 2017 года в Литовской Республике была создана Европейская федерация борьбы Всемирной федерации борьбы. С 29 апреля по 2 мая 2017 года в городе Нови-Сад, Республика Сербия, впервые в истории этого региона прошел Чемпионат Европы по туркменской национальной борьбе. В нем приняли участие около 10 борцов из стран Европы. В этом чемпионате приняли участие спортсмены из Республики Беларусь, Азербайджанской Республики, Латвийской Республики, Эстонской Республики, Литовской Республики, Республики Польша, Республики Сербия, Грузии, Украины и Российской Федерации. В этом чемпионате приняли участие туркменские судьи международного уровня по туркменской национальной борьбе.

С 20-21 мая 2019 г. в г. Истрвшан, Республика Таджикистан, на Международный турнир по таджикской национальной борьбе «Кушти камарбанди», с 8-11 июля 2019 г. в г. Алмалык, Республика Узбекистан, по борьбе на поясах в 2002 г., 2004 г. Чемпионат мира среди юниоров, Международный турнир по кыргызской борьбе и борьбе в г. Иссык, Кыргызская Республика с 1-4 сентября 2019 г., Праздник урожая в г. Казань, Татарская Республика, Российская Федерация с 22-24 июня 2019 г. Показатель «Татарская борьба», с с 30 августа по 6 сентября 2019 года в г. Чунджу, Республика Корея, на турнир «World Martial Arts Masters Chunju-2019», с 27 по 29 ноября 2019 года, в Республике Казахстан на Чемпионат мира по борьбе на поясах среди юношей рожденных в 1999-2001 гг. в г. Нур-Султан, с 17 по 24 декабря 2019 года туркменские борцы приняли участие в Чемпионате мира по «казахской борьбе» и «борьбе» в городе Нур-Султан Республики Казахстан, завоевали золотые, серебряные и бронзовые медали и сумели защитить спортивную репутацию страны.

В январе 2020 года члены национальной сборной Туркменистана достойно защитили спортивную репутацию страны на международном турнире по туркменской национальной борьбе, прошедшем в городе Куммет-Ковус провинции Гюлистан Исламской Республики Иран.

Список литературы

1. Алмазов, А. История национальной туркменской борьбы / А. Алмазов, Б. Атагулыев, С. Шамырадов // Состояние и перспективы развития физической культуры, спорта и адаптивной физической культуры. – 2019. – С. 101-104.
2. Ораздурдыев, Н. Особенности подготовки борцов на поясах на базе национальной борьбы / Н. Ораздурдыев, Х. Татов // Физиологические и биохимические основы и педагогические технологии адаптации к разным по величине физическим нагрузкам. – 2022. – С. 288-292.
3. Нарметов, Н. История развития национальных видов борьбы тюркского народа (на примере туркменского гореша) / Н. Нарметов // Развитие современных методик и инноваций в физической культуре и спорте. – 2020. – С. 69-73.

УДК796.075 (06)

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СПОРТЕ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Гетман Е.П., Телешов А.С.

Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Краснодар, Россия

Аннотация. В статье, на основе исследования поднимаются вопросы развития предпринимательства в спорте в молодежной среде. Актуальность темы обозначена как стремлениями к занятиям спортивной активностью большей части российского населения, так и желанием развития бизнеса спортивной направленности со стороны молодежи с одной стороны и усилением мер государственной поддержки на государственном уровне управления. Определено, опираясь на результаты проведенных исследований, стремление молодых людей к организации бизнес деятельности спортивной направленности. Сформулированы выводы по развитию предпринимательства в спортивной отрасли.

Ключевые слова: предпринимательство, спортивный менеджмент, спортивная отрасль, молодежь.

Актуальность проблемы развития предпринимательства в молодежной среде обусловлена с одной стороны возрастающим стремлением к занятиям спортивной активностью большей части российского населения и желанием развития собственного бизнеса спортивной направленности, и с другой стороны все большим развертывание мер государственной поддержки на всех уровня управления от федерального до муниципального.

Цель исследования: анализ теоретических и практических аспектов исследуемой темы в контексте развития спортивного предпринимательства в молодежной среде в Краснодарском крае.

Методы исследования: теоретический анализ, системно-структурный подход, статистические методы.

Результаты исследования и их обсуждение. Тема развития предпринимательства в спорте, особенно как возможность вовлечения в предпринимательство молодежи, выпускников вузов остается важной и значимой. В публикациях на поднимаемую тему данный тренд наметился на основе отчетных и планируемых показателей развития физической культуры и спорта в Краснодарском крае [5]. Также стремление к занятиям бизнес деятельностью в спорте проявляется и в проведенных опросах студенческой молодежи г. Краснодара и г. Волгограда [2, 3, 4]. Подтверждение обозначенному тренду находим в докладе министра экономического развития РФ М.Г. Решетникова, который на заседании, посвященном молодежной политике обращает внимание общественности, что число предпринимателей и самозанятых в возрасте до 35 лет в 2022г выросло в 1,5 раза по сравнению с 2020-2021 годами. В абсолютном выражении прирост составляет более 4,4 млн. человек в разрезе российской экономики. Проводимые фондом общественного мнения (ФОМ) опросы показывают, что, несмотря на трудности в экономике молодежь показывает в опросах, что готова «попробовать что-то новое» и демонстрирует веру в собственные силы и на свой «страх и риск». Что касается развития мер государственной поддержки, то в Краснодарском крае поддержка малого и среднего

предпринимательства (МСП) ведется комплексно и системно. Созданы и поддерживаются финансово под эгидой Фонда развития бизнеса Краснодарского края разного рода центры, такие как Центр сопровождения инвестиционных проектов, Инновационный центр, Центр «Мой бизнес», Коворкинг-центр «Место действия» [5].

Грантовая поддержка в 2022г, проводимая российским министерством экономического развития на создание и развитие своего бизнеса, выдана 1597 молодым бизнесменам, возраст которых не превышает 25 лет. Отметим, что для регионов развитие предпринимательства среди выпускников вуза ведет к повышению экономической активности, снижению показателей безработицы, повышению уровня занятости среди выпускников вузов.

В Краснодарском крае развиваются и программы поддержки молодежи, связанные с формированием бизнес среды среди молодых предпринимателей. К таким программам относятся: национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», федеральный проект «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства», федеральный проект «Популяризация предпринимательства» и другие.

Проведенные в ходе исследования данной темы опросы среди молодежи спортивного вуза в течение ряда лет показывают, что в первую очередь для молодых людей остается важной финансовая поддержка на этапе предпринимательского старта [2,3]. Что касается подготовки управленцев спортивной направленности в сфере спортивного менеджмента, то в Кубанском государственном университете физической культуры, спорта и туризма накоплен образовательный опыт подготовки по направлению 49.03.01 Физическая культура по профилю «Спортивный менеджмент» [1].

Выводы. Таким образом, потенциал развития предпринимательства в спорте в молодежной среде обусловлен стремлением молодежи к проявлению инициатив в развитии предпринимательства в сфере спортивной направленности и поддержкой демонстрируемой на государственном уровне управления возможностями получения грантов и развитием бюджетной формы обучения по профилю спортивный менеджмент. Совокупность обозначенных факторов является потенциально эффективной средой для реализации молодежных предпринимательских инициатив в спортивной отрасли.

Список литературы

1. Бич, Ю.Г. Из истории развития спортивно-педагогического вуза (к 50-летию создания Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма). // Образование и проблемы развития общества. / Ю.Г. Бич, Е.П. Гетман. Университетская книга №1 (10), 2020. – С. 20-25.

2. Воеводина, С.С. Предпринимательство в физической культуре и спорте: экономико-правовые аспекты: коллективная монография. / С.С. Воеводина, Е.П. Гетман, Л.А. Гремина. Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – Краснодар: КГУФКСТ. Экоинвест, 2016. – 282 с.

3. Гетман, Е.П. Изучение отношения студентов спортивного вуза к предпринимательской деятельности. / Е.П. Гетман //Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. 2018. № 1. – С. 253-254.

4. Зубарев, Ю. А. Менеджмент физической культуры и спорта. / Ю.А. Зубарев, Л.Г. Вакалова – Учебное пособие для обучающихся по направлениям подготовки 49.03.01 Физическая культура, профиль «Менеджмент в физической культуре и спорте»; 49.04.01 Физическая культура, профиль «Управление физической культурой и спортом» / Волгоград, 2022.

5. Комплексная поддержка предпринимателей Краснодарского края. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://moibiz93.ru/?ysclid=lcqquab3kb956914449> (дата обращения 14.05.2023).

УДК 796.062

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ СПОРТИВНЫХ КОМПЛЕКСОВ

Гизатуллина Р.И., Вишнякова О.Н.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Многофункциональные спортивные комплексы помимо вклада в развитие общей физической культуры, также ставят своей целью и развитие социальной сферы. В данной статье изложены основные социальные функции спортивных комплексов и методы их реализации.

Ключевые слова: Многофункциональный спортивный комплекс, социальные функции, задачи, реализация.

Актуальность. Многофункциональные спортивные комплексы (далее-МСК) вовлечены в социальную сферу по причине того, что осуществляют деятельность, которая непосредственно связана со спортом и социальными отношениями. Можно говорить, что в деятельности МСК реализуются социальные приоритеты, определяемые стратегией отраслевого развития. К ним мы можем отнести: профилактику заболеваемости и укрепление состояния здоровья населения посредством занятия спортом, реабилитационные мероприятия, внутреннюю социальную ответственность, формирование культуры и ценностей здорового образа жизни как основы устойчивого развития общества и качества жизни населения, развитие социальной инфраструктуры, привлечение финансирования из внебюджетных источников.

Цель исследования: изучить социальные приоритеты МСК и методы их реализации.

Методы исследования. В процессе исследования были использованы эмпирические и теоретические методы: сбор информации для подготовки статьи, а также анализ информации из собранных статей, обобщение всей полученной информации.

Результаты исследования и их обсуждение. По мнению В.А. Баграмяна, «Главная социальная приоритетная задача МСК состоит в реализации условий для нормальной и активной жизнедеятельности людей, а также социальной защиты уязвимых слоев населения» [1, с. 21]. Защита уязвимых слоев населения осуществляется путем создания для них условий для проведения занятий физического воспитания и спорта. Обеспечение свободного доступа к физическому воспитанию и спорту также стало целью государственной политики как один из приоритетов национального развития страны на период до 2024 года.

Важность темы состоит в анализе процесса реализации социальных приоритетов в работе МСК. Говоря о социальных задачах МСК, их можно условно разделить на три большие группы: развитие общего уровня социальной инфраструктуры, реализация условий для нормальной и активной жизнедеятельности людей, создание условий для развития социальной сферы и

благополучия человека. И таким образом мы можем сказать, что главной задачей МСК является: удовлетворение потребностей и спортивных интересов различных категорий населения в физкультурно-спортивных услугах.

МСК – это комплекс, который состоит из одного, двух и более зданий, различающихся функционально, но объединенных друг с другом с помощью общих коммуникационных пространств. Существуют другие определения. Ж.А. Шаповал под МСК понимает «особый вид социальных комплексов, то есть учреждений, представляющих собой сложную и многоаспектную систему, реализующую услуги в сфере физической культуры и спорта» [3, с. 218]. Значимость МСК подмечает В.В. Кривченко: «строительство таких сооружений позволяет создать условия для наиболее полноценного и комплексного удовлетворения потребностей населения в услугах физической культуры и спорта» [2, с. 52]. Сегодня МСК играют большую роль в развитии жизни общества, реализуя следующие социальные приоритеты.

1. Приоритет обеспечения свободного доступа к физкультурно-спортивным объектам, как условия развития массового спорта среди населения.

Реализация данного приоритета происходит путем: расширения спортивных секций для проведения занятий, осуществляемых с помощью персонала МСК; проведения учебно-тренировочных работ с персоналом МСК для более продуктивных занятий с населением; проведения культурно-зрелищных мероприятий; маркетинговой деятельности по изучению физкультурно-спортивных потребностей и интересов различных категорий населения.

Реализация приоритета сопряжена с решением ряда острых проблем: обеспечения материально-технической базы, связанной с нехваткой финансового обеспечения, менеджмента мероприятий; значительными расходами на содержание МСК в целом; недостатком квалифицированных кадров, в число которых входят не только тренеры и инструктора, но и менеджеры.

2. Приоритет сохранения здоровья экономически активного населения.

Сохранение здоровья работников является предпосылкой не только к увеличению производительности их труда, но также и к повышению благополучия. Требования в отношении уровня физического здоровья и подготовки работников возрастают. Поэтому большое значение приобретают вопросы организации занятий фитнесом и спортом, которые направлены на уменьшение последствий современного производства. Решение проблемы сохранения здоровья работников кроется, прежде всего, в: повышении уровня заработной платы работников самих МСК. Например, В.В. Кривченко делает вывод: «Среди проблем, возникающих в процессе профессиональной деятельности, работники спортивных комплексов указывают, в первую очередь, на недостаток финансовых ресурсов (42,18% опрошенных)» [2, с.53]. Улучшения социальных условий труда и получение социальных льгот, в число которых входит обязательное медицинское страхование так же направлены и на привлечение молодых специалистов.

Поэтому МСК нацелены на дифференциацию и пересмотр сложившихся решений в сфере управления МСК и моделей менеджмента.

Вывод. В результате изложенной информации можно сделать вывод, что социальные приоритеты МСК направлены на создание условий для свободного доступа населения к физкультурно-оздоровительным занятиям. МСК уделяет внимание также удовлетворению физкультурно-спортивных потребностей и

повышению уровня благосостояния не только населения, но и самого персонала МСК, который также нуждается в обеспечении комфортных условий для повышения производительности труда и проявления большей заинтересованности в развитии общего уровня физического воспитания населения. Следует подчеркнуть значимость эффективного менеджмента в реализации приоритетов сохранения здоровья экономически активного населения и обеспечения свободного доступа к физкультурно-спортивным объектам.

Список литературы

1. Многофункциональные здания и комплексы: учебное пособие / сост. В. А. Баграмян. – Ульяновск: УлГТУ-2019-93 с. ISBN 978-5-9795-1904-3-Текст: непосредственный.
2. Кривченков, В.В. Социальные технологии управления устойчивым развитием многофункциональных спортивных комплексов / В.В. Кривченко // *НОМОТНЕТИКА: Философия. Социология. Право.* – 2015. – №2 (199). – С.52-59-URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-tehnologii-upravleniya-ustoychivym-razvitiem-mnogofunktsionalnyh-sportivnyh-kompleksov> (дата обращения: 08.05.2023).
3. Ключев, А.В. Приоритеты социальной сферы в условиях современного российского общества / А.В. Ключев // *Управленческое консультирование.* 2006. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prioritety-sotsialnoy-sfery-v-usloviyah-sovremennogo-rossiyskogo-obschestva> (дата обращения: 08.05.2023).

УДК 659

ПОТРЕБНОСТЬ В ИНФОРМАЦИОННОМ СОПРОВОЖДЕНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОЙ ШКОЛЫ

Гилязова Я.Л., Фахретдинова А.Б.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье выявляется потребность населения в информационном сопровождении спортивной школы на примере МБУ ДО СШ по лыжным гонкам «Старт» им. Ф.Г. Сафина.

Ключевые слова: лыжный спорт, продвижение, информационное сопровождение, спортивная школа, потребность населения.

Актуальность. Лыжный спорт – это важное средство физического развития, которое требует от спортсменов определенных навыков движения. Он позволяет дозировать физическую нагрузку, что делает его идеальным для людей всех возрастов, полов и уровней физической подготовленности. Большинство тренеров рекомендуют занятия на лыжах, так как это прекрасный способ укрепить здоровье, однако мало кто заинтересован в посещениях спортивных школ по лыжным гонкам. Обозначенная проблема порождает потребность в организации эффективного продвижения спортивной школы по лыжным гонкам. Так как в настоящее время социальные сети играют огромную роль в повседневной жизни современного человека, то следует их активно использовать для продвижения физкультурно-спортивных организаций.

Цель исследования: выявление потребностей населения в информационном сопровождении спортивной школы.

Методы исследования: анкетирование, методы математической статистики.

Результаты исследования и их обсуждение. Коммуникационная политика МБУ ДО СШ по лыжным гонкам «Старт» им. Ф.Г. Сафина не характеризуется разнообразием. Школа использует наружную рекламу – это баннеры на территории школы, устраивает соревнования среди школьников, для набора в спортивно-оздоровительные группы, корпоративные соревнования, ведет работу в системе «Мой спорт».

В ходе нашего исследования было проведено анкетирование, с целью выявления потребности населения в информационном освещении деятельности спортивной школы по лыжным гонкам. В опросе приняли участие 137 жителей Сармановского района, пгт. Джалиль в возрасте от 15 до 68 лет.

По ответам респондентов на вопрос: «Какими из предложенных каналов передачи информации Вы пользуетесь чаще всего?» (рис. 1), мы видим, что большинство опрошенных чаще пользуются такой социальной сетью, как «ВКонтакте». Таким образом, онлайн площадка «ВКонтакте» является самой популярной из предложенных каналов передачи информации.

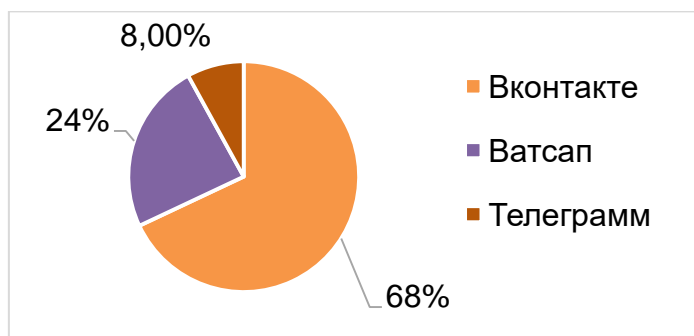


Рисунок 1 – Распределение ответов на вопрос: «Какими из предложенных каналов передачи информации Вы пользуетесь чаще всего?», %

На вопрос: «Получаете ли Вы информацию про спортивную школу по лыжным гонкам?» большинство респондентов ответило, что информация не поступает (рис. 2). Таким образом, можно сделать вывод, что потенциальные потребители не проинформированы о мероприятиях или услуг спортивной школы.

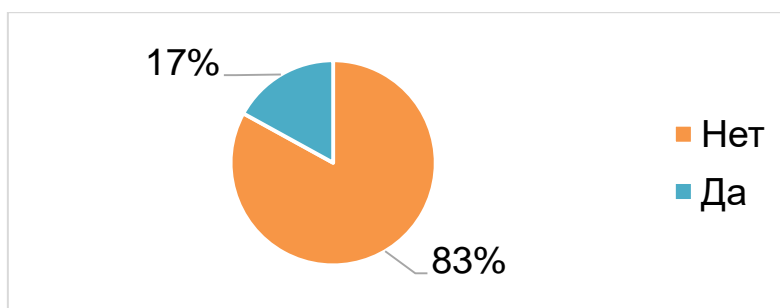


Рисунок 2 – Распределение ответов на вопрос: «Получаете ли Вы информацию про спортивную школу по лыжным гонкам?», %

По ответам респондентов на вопрос: «Хотелось бы Вам получать информацию о наборе в секцию по лыжным гонкам, предстоящим соревнованиям, процессе тренировок и т.п.?» (рис. 3), мы видим, что практически все респонденты желают получать информацию о деятельности спортивной школы.

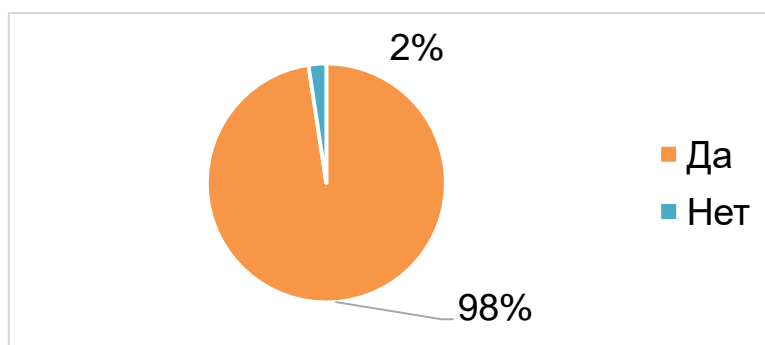


Рисунок 3 – Распределение ответов на вопрос: «Хотелось бы Вам получать информацию о наборе в секцию по лыжным гонкам, предстоящим соревнованиям, процессе тренировок и т.п.?» , %

Так же большинство респондентов считают, что спортивной школе по лыжным гонкам нужно вести свои социальные сети (90%) (см. рисунок 4).

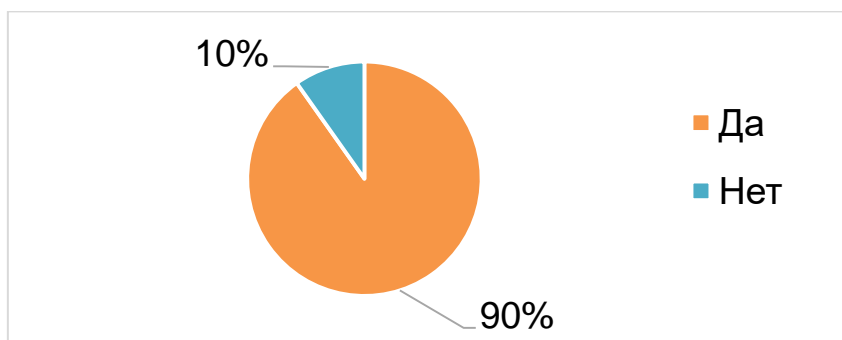


Рисунок 4 – Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, нужно ли спортивной школе по лыжным гонкам вести свои социальные сети?», %

Таким образом, проведенное исследование позволило нам заключить, что у населения пгт. Джалиль, Сармановского района Республики Татарстан, имеется запрос на информационное сопровождение МБУ ДО СШ по лыжным гонкам «Старт» им. Ф.Г. Сафина.

Выводы. Путем анкетирования выявлена потребность населения в информационном сопровождении спортивной школы. Мы выявили, что среди населения востребована информация о деятельности спортивной школы по лыжным гонкам «Старт». Причем предпочтение респонденты отдают коммуникации через информационную онлайн площадку «ВКонтакте».

Список литературы

1. Нечаева, О.С. Влияние лыжного спорта на развитие физических качеств студентов / О.С. Нечаева. – Текст: электронный // Вестник науки и образования. – 2022. – С. 107-108. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-lyzhnogo-sporta-na-razvitie-fizicheskikh-kachestv-studentov/viewer> (дата обращения 14.04.2023)

УДК 796.011.3:378.4(571.17)

ЭЛЕКТИВНЫЕ КУРСЫ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ В КЕМЕРОВСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

Горбунова. К.В., Рыжова Н.С.

Кемеровский государственный университет
Кемерово, Россия

Аннотация. Статья посвящена проведению анализа отношения студентов Кемеровского государственного университета к предоставляемым и альтернативным направлениям элективных дисциплин по ФКиС. Основанием проведения исследования стало заметное ухудшение показателей состояния здоровья студентов за последние несколько лет.

Ключевые слова: элективные дисциплины, оздоровительная гимнастика, студенты, физическое воспитание.

Получение образования в высшем учебном заведении представляет собой особо активный и сложный процесс, влияющий не только на умственное, но и на физическое состояние обучающихся. Пассивное отношение студентов к занятиям по физической культуре и спорту нередко становится одной из самых главных причин совершенствования процесса спортивно-рекреационного физического воспитания в вузе.

Актуальностью данной работы является существующая в системе высшей школе потребность в сохранении и поддержании здоровья обучающихся, которая может быть достигнута путем организации элективных курсов. Интересные формы занятий, в рамках проведения элективных курсов, способствуют повышению эффективности процесса обучения в целом. Таким образом, использование наиболее актуальных форм спортивно-рекреационной активности студентов может способствовать совершенствованию их адаптационных возможностей и восстановлению двигательной активности.

Цель исследования: определение наиболее посещаемых направлений по элективным дисциплинам среди студентов. Для того, чтобы достичь поставленной нами цели, на базе Кемеровского государственного университета был проведен опрос обучающихся. В исследовании приняли участие 138 студентов, обучающихся с 1 по 4 курс. В процессе исследования нами были использованы следующие методы: проведение опроса и анализ полученных результатов.

На основе личностных ориентиров, таких как интересы, умения, желания и предпочтения, выбор элективного курса должен быть осуществлен каждым студентом самостоятельно. Таким образом, рекреационная дифференциация должна быть направлена на снятие физического и интеллектуального утомления, активизацию функций организма с помощью двигательной активности, а также формирование внутренней мотивации к регулярному посещению занятий по физической культуре и спорту. Физическая активность должна быть способом самовыражения, быть эмоционально и эстетически привлекательной [2]

Для привлечения современного студента к повышению двигательной активности необходимо применять инновационные методы. Среди них особую

популярность набирает рекреационная физическая культура [1]. Современная организация рекреационной деятельности, на основе новых форм учебно-воспитательного процесса, способствует формированию спортивной культуры студента, которая включает в себя мотивацию и интерес к ведению спортивно-оздоровительного образа жизни в дальнейшем. Множество мнений о целесообразности развития и применения новых методологических систем в образовательном пространстве физического воспитания и образования в высшей школе дает повод и возможность доказать эффективность движения в этом направлении [3]

Результаты исследования и их обсуждение. Исходя из возможностей технической и материальной баз физкультурно-оздоровительного комплекса и специализации преподавательского состава, на базе Кемеровского государственного университета проходят занятия по следующим направлениям элективных дисциплин: циклические виды спорта (лыжные гонки, легкая атлетика, плавание), спортивные игры (волейбол, баскетбол, бадминтон, настольный теннис, футбол), фитнес (йога, аэробика, атлетическая гимнастика и силовые направления эробики)

В ходе проведения опроса, было выявлено, что среди студентов КемГУ востребованы следующие элективные направления: фитнес – 42%, спортивные игры – 36%, циклические виды спорта – 22 %

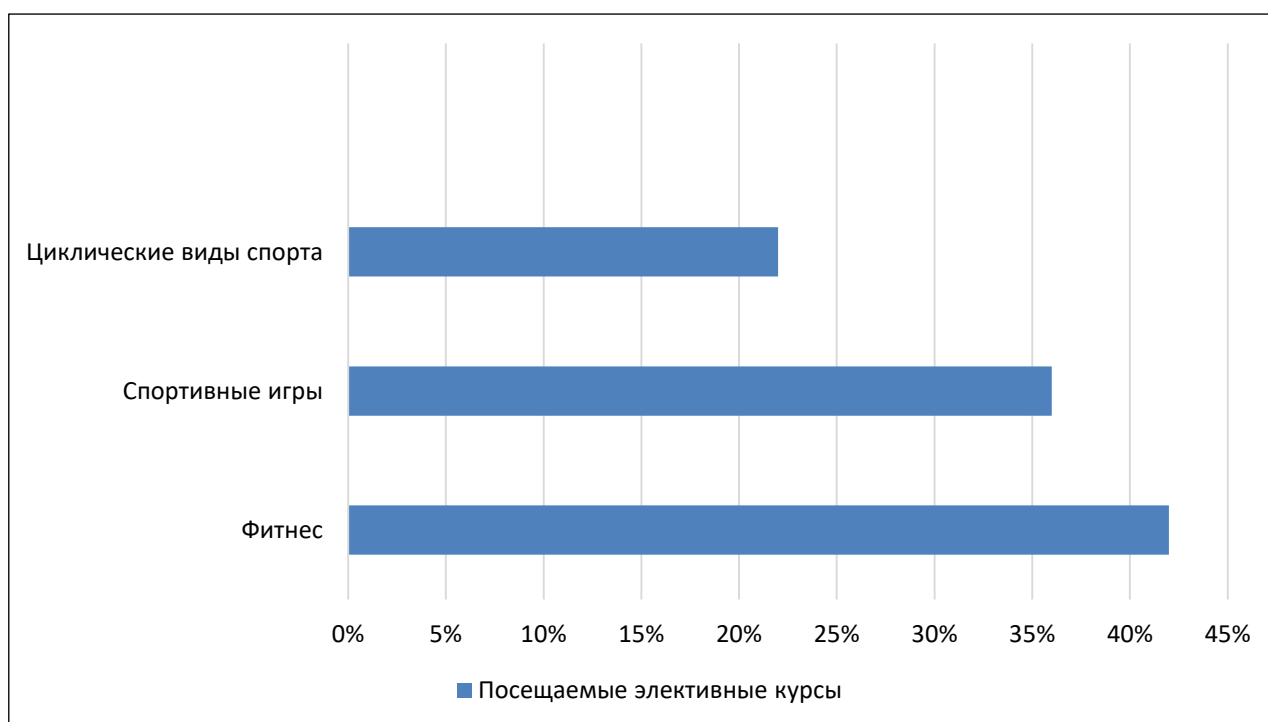


Рисунок 1 – Предпочтения студентов КемГУ в выборе посещаемого элективного курса по ФКиС

Помимо представленных выше данных, респондентам также было предложено выбрать из уже реализуемых или предложить те направления элективных курсов, которые могли бы повысить эффективность их оздоровительно-рекреационной деятельности в университете. Большинство студентов выбрали посещение занятий по плаванию, йоге и легкой атлетике. Среди альтернативных вариантов, были

предложены следующие элективные направления: единоборства (47 студентов), кроссфит (32 студентов), скалолазание (8 студентов), дартс (2 студента)

В качестве мотивов посещения занятий по элективным курсам студенты отметили следующие процессы: восстановление сил, трудоспособности – 18%, снятие стресса после учебных занятий – 39%, а также введение здорового образа жизни, поддержание физической формы – 43%.

На основе полученных результатов, мы можем сделать вывод о том, что, независимо от выбора того или иного направления, спортивно-рекреационная деятельность студентов оказывает влияние не только на повышение работоспособности и смену между умственной и физической деятельностью, но и способствует улучшению эмоционального состояния обучающихся в целом. Посещение студентами элективных курсов является важной составляющей формирования мотивации к ведению спортивно-оздоровительного образа жизни. Внедрение и организация занятий по элективным курсам по ФКиС в структуре рекреационного воспитания и образования в вузе требуют особого внимания со стороны профессорско-преподавательского состава к потребности студентов в самоопределении в рамках их дальнейшей оздоровительно-рекреационной подготовленности.

Список литературы

1. Адушева, Т.Г. Влияние физической культуры на формирование личности / Т.Г. Адушева // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2018. – № 4. – С.12-15.

2. Коршунова, О.С. Векторы развития дисциплины «физическая культура» в высшей школе / О.С. Коршунова // Теория и практика образования в современном мире: материалы IV междунар. науч. конф. – СПб.: Заневская площадь. – 2014. – С.161-163.

3. Коршунова, О.С. Поиск инновационных направлений в образовательном пространстве по дисциплине «Физическая культура» в высшей школе / О.С. Коршунова // Молодой ученый. – 2015. – № 5. – С. 599-603.

УДК 796.062

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ СПОРТИВНЫМИ СОРЕВНОВАНИЯМИ ПО СТЕНДОВОЙ СТРЕЛЬБЕ

Евграфова Е.М.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Организация и управление спортивными соревнованиями по стендовой стрельбе имеет свои особенности. В этом виде спорта участники стреляют из специального ружья по мишеням, расположенным на определенном расстоянии. В данной статье рассматриваются особенности организации и управления соревнованиями по стендовой стрельбе.

Ключевые слова: стендовая стрельба, соревнования по стендовой стрельбе, организация спортивных соревнований, управление спортивными соревнованиями.

Актуальность исследования. Стендовая стрельба – это вид спорта, в котором участники используют специальные ружья для стрельбы по мишеням, которые расположены на определенном расстоянии. Стендовая стрельба является одним из наиболее популярных видов спорта в мире

Успешное развитие стендовой стрельбы возможно только при том условии, если при организации и управлении соревнованиями по стендовой стрельбе будут в полной мере учтены особенности этого вида спорта. Поэтому тема данной статьи, как мы считаем, является очень актуальной.

Цель исследования состоит в том, чтобы выделить особенности организации соревнований по стендовой стрельбе, на всех ее этапах: подготовка места проведения, разработка правил соревнований, тренировки участников, организация судейства, обеспечение безопасности и организацию церемонии награждения.

Методы исследования. Изучение нормативных документов по данному виду спорта, интервью с организаторами и участниками соревнований по стендовой стрельбе, а также метод наблюдения.

Результаты исследования и их обсуждение. Стендовая стрельба имеет богатую историю развития. Этот вид спорта включен в программу современных Олимпийских игр, являясь одной из старейших олимпийских дисциплин. Впервые она появилась на II Олимпийских играх в Париже 1900 года. С тех пор стендовая стрельба была представлена практически на всех Олимпийских Играх. Исключение составили только Игры 1904 и 1936 годов. С 1996 года приняты международные правила, когда соревнования мужчин и женщин проводятся отдельно. С 1935 года проводятся чемпионаты мира по стендовой стрельбе проходят с 1935 года. Создана Международная федерация спортивной стрельбы (ISSF), под эгидой которой проходят все международные соревнования.

В Российской Федерации спортивная стрельба также является весьма популярным видом спорта. Примечательно, что одним из ведущих центров данного вида спорта является город Тетюши Республики Татарстан.

Стендовая стрельба включает в себя несколько своих разновидностей: карточная стрельба, скиттлс, спортивная и охотничья стендовая стрельба.

Преимущество стендовой стрельбе по сравнению многими видами спорта состоит в том, она содействует развитию физических и умственных способностей спортсменов. Здесь можно выделить два важных момента:

Во-первых, стендовая стрельба требует от участников соревнований высокой концентрации внимания, умения быстро принимать решения и точности движений.

Во-вторых, данный вид спорта способствует развитию координации и гибкости тела, к тому же улучшает реакцию и чувство баланса.

Соревнования по стендовой стрельбе обычно привлекают большое количество зрителей и спонсоров, что дает возможность привлекать инвестиции в эту сферу, развивать инфраструктуру спорта, создавать новые рабочие места [3].

Успешная организация соревнований по стендовой стрельбе предполагает пристальное внимание к нескольким ключевым аспектам:

1. Подготовка места проведения соревнований:

- выбор подходящего места для проведения соревнований с учетом комфорта участников и зрителей требований безопасности;

- Установка стендов и мишеней, создание возможностей для удобного перемещения участников и зрителей;

- создание условий для участников и зрителей, в том числе наличие туалетов, питьевой воды, мест для отдыха и т.п. [1].

2. Разработка регламента соревнований:

- определение правил и условий участия в соревнованиях, включая требования к экипировке, баллистическим свойствам оружия, формат соревнований, возрастные ограничения и прочее;

- разработка критериев оценки и присуждения наград победителям, в том числе правила выявления победителей, когда результаты равны.

3. Обучение участников:

- организация тренировок и обучающих занятий для участников соревнований;

- подготовка для участников снаряжения и экипировки, необходимых для участия в соревнованиях;

- обучение участников требованиям регламента и правилам безопасности.

4. Судейство:

- подбор и назначение квалифицированных судей для проведения соревнований и оценки результатов;

- обеспечение судей необходимым снаряжением и экипировкой;

- создание технической базы и оборудования для проведения судейства на соревнованиях;

5. Безопасность на соревнованиях по стендовой стрельбе:

- разработка правил поведения на месте проведения соревнований, регулирование доступа к месту проведения соревнований, организация медицинской помощи, если возникнет необходимость;

- контроль за хранением, транспортировкой и использованием оружия [2].

Как видим, организация соревнований по стендовой стрельбе требует очень внимательного отношения к каждому аспекту организации. Учет всех этих аспектов

выступает залогом того, что соревнования пройдут на высоком уровне, обеспечивая участникам и зрителям неповторимые положительные эмоции.

Выводы. Таким образом, от уровня организации и управления соревнованиями по спортивной стрельбе во многом зависят перспективы развития данного вида спорта в России и ее регионах. Профессионально организованные и безопасные соревнования способствуют росту популярности спортивной стрельбы, привлекая большое количество участников и зрителей. Именно хорошая организация соревнований, с обеспечением контроля безопасности и правильная оценка результатов могут привести к успеху соревнований по спортивной стрельбе.

Список литературы

1. Евстафьев, Э.Н. Инфраструктура спортивного сервиса как объект городского планирования / Э.Н. Евстафьев, И.Р. Валеев. – Текст: непосредственный // Научное обозрение: теория и практика. – 2017. – № 9. – С. 93-96.

2. Михеева, Н.О. Менеджмент и безопасность в адаптивной физической культуре: учебное пособие / Н.О. Михеева, Л.Н. Галенская. – Текст : непосредственный – Санкт-Петербург: Питер, 2011. – 470 с.

3. Новиков, А.В. Тенденции исследования соревновательной деятельности в спорте высших достижений / А.В. Новиков, Б.Н. Устинов. – Текст : непосредственный // Современный олимпийский спорт. – 2017. – № 23 (2). – С. 167-170.

УДК 796.062

КОНЦЕПЦИЯ ПРОЗРАЧНОСТИ БИЗНЕСА В КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ СПОРТИВНЫМИ ЛИГАМИ США

Евстафьев Э.Н.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Валеев И.Р.

Казанский кооперативный институт
Российского университета кооперации
Казань, Россия

Аннотация. В статье представлен критический анализ структуры управления профессиональными спортивными лигами США с позиций концепции прозрачности бизнеса. Анализируются причины и последствия строгой засекреченности внутренней информации спортивных лиг как для общественности, так и для непосредственных заинтересованных лиц (стейкхолдеров). Подчеркивается, что такое положение дел находится в явном противоречии с широко рекламируемыми тезисами об «американской демократии» и «американском превосходстве».

Ключевые слова: прозрачность бизнеса, спорт в США, профессиональные спортивные лиги, стейкхолдеры.

Актуальность. Профессиональные спортивные лиги в США возникли в первой половине 20-го века, т.е. в период наибольшего процветания капитализма. Поэтому в основу их функционирования был заложен принцип максимизации прибыли на акционерный капитал.

Многими западными исследователями профессиональные лиги США считаются образцовыми организациями. При этом ими приводятся такие аргументы, как высокая экономическая отдача, хорошие спортивные результаты, успешное взаимодействие с болельщиками, устойчивость и долговечность существования. Обращается внимание также и на то, что спортивные лиги в этой стране служат неотъемлемым элементом американской истории и культуры.

Наряду с этим, в зарубежной научной литературе встречается и определенное критическое отношение к деятельности американских профессиональных спортивных лиг. Однако такое отношение основывается, как правило, на исследованиях этических проблем спорта, в то время как проблемы управления лигами с позиции согласованности корпоративных интересов владельцев команд с интересами так называемых заинтересованных лиц (стейкхолдеров) обычно остаются вне поля зрения исследователей. В этом плане недостаточно исследованы проблемы обеспечения прозрачности бизнеса применительно к профессиональным спортивным лигам, которые по своей сути являются ни чем иным, как бизнес-структуры. Отсюда вытекает особая актуальность темы проведенного нами исследования.

Целью исследования в данной статье является выявление основных проблем в управлении профессиональными спортивными лигами США в разрезе концепции прозрачности бизнеса.

Методы исследования. Исследование основывается на результатах изучения англоязычных научных публикаций по рассматриваемой проблеме, беседы с американскими экспертами в области спортивного менеджмента, а также на личных наблюдениях одного из авторов в период его обучения в Рочестерском технологическом институте США.

Результаты исследования и их обсуждение. Ведущее положение в американском профессиональном спорте занимают четыре спортивные лиги. Это ГЛБ, НХЛ, НФЛ и НБА. Все они были созданы как некорпоративные ассоциации, состоящие из соответствующих клубов-членов, преследующих в своей деятельности в первую очередь коммерческие цели. Коммерческая ориентация профессиональных спортивных клубов, входящих в соответствующие лиги, обусловила некоторую автономность, даже замкнутость функционирования последних, что проявляется, в числе прочих, в отсутствии прозрачности принятия решений [1].

В зарубежных исследованиях по менеджменту концепции прозрачности бизнеса уделяется довольно пристальное внимание. По мнению многих западных авторов прозрачность бизнеса способствует привлечению внимания соответствующих властных структур к ситуациям с коррупцией и служит важным условием формирования открытой предпринимательской культуры. Среди исследователей данного вопроса можно выделить таких авторов, как Форсбек и Оксельхейм, которые рассматривают «прозрачность как своевременное и систематическое раскрытие всей соответствующей информации, доступной для наблюдения и принятия решений заинтересованными сторонами» [2, стр.15]. Прозрачность управления бизнесом в большинстве случаев способствует не только укреплению положительного образа компании в восприятии населения и целевой аудитории, но и обуславливает эффективное взаимодействие с поставщиками, потребителями, государственными и муниципальными органами, общественными некоммерческими организациями, фондами, т.е. всеми теми субъектами, называемыми в совокупности заинтересованными лицами (стейкхолдерами). Герарт указывает на то, что основным преимуществом прозрачности является уменьшение информационной асимметрии между организацией и ее заинтересованными сторонами [3].

Применительно к спортивным лигам основными заинтересованными лицами выступают болельщики и их общественные организации, всевозможные фонды спортивного назначения, игроки, тренеры, судьи и др. Именно для этой категории субъектов прозрачность в деятельности профессиональных спортивных лиг имеет первостепенное значение.

Между тем, все названные четыре американские профессиональные лиги придерживаются так называемой культуры секретности в отношении основополагающих документов, касающихся не только финансовых операций, но организационных структур, процессов принятия решений, которые затрагивают интересы внутренних и внешних заинтересованных лиц. Примечательно, что даже учредительные документы, такие как уставы и конституции американских спортивных лиг, считаются чрезвычайно секретными документами, не говоря уже о хитроумных,

при этом формально легитимных, способах сокрытия информации от общественности и болельщиков о фактах мошенничества, нечестной игры, употребления наркотиков спортсменами и т.п.

Непрозрачность спортивных лиг сочетается отсутствием какой-бы то ни было подотчетности их руководства перед заинтересованными лицами, включая организации болельщиков. Между тем от поддержки со стороны последних в значительной степени зависит успех как лиги в целом, так и отдельных команд, входящих в нее. Америке. Исходя из этого, Герарт предлагает, чтобы «профессиональные спортивные лиги добровольно предоставляли подробную информацию о своей внутренней работе, чтобы принести пользу игре и заинтересованным сторонам» [3, стр. 27]. Однако, с учетом укоренившихся принципов управления спортивными лигами в США вряд ли можно рассчитывать на то, что подобные предложения были реализованы на практике.

Выводы. Американские профессиональные лиги выступают, по своей сути, крупными бизнес-структурами, заинтересованными в первую очередь в коммерческой отдаче от спорта. В противовес декламируемым в США и за ее пределами тезисам об «американской демократии» и «американском превосходстве» профессиональные спортивные лиги являются недемократичными закрытыми организациями. В отличие от многих аналогичных структур в Америке, руководства американских спортивных лиг упорно игнорируют призывы общественности и заинтересованных лиц (стейкхолдеров) к большей открытости и прозрачности в своей деятельности. Такое положение дел служит серьезным препятствием формирования системы эффективного взаимодействия спортивных лиг с заинтересованными лицами, включая добровольные организации болельщиков. В свою очередь, это является предпосылкой формирования нездоровой, напряженной атмосферы вокруг американских профессиональных спортивных лиг.

Список литературы

1. Евстафьев, Э.Н. Инфраструктура спортивного сервиса как объект городского планирования / Э.Н. Евстафьев, И.Р. Валеев. – Текст: непосредственный // Научное обозрение: теория и практика. – 2017. – № 9. – С. 93-96.

2. Forssbaeck, J., and L. Oxelheim, eds. 2014. The multifaceted concept of transparency. In *The Oxford Handbook of Economic and Institutional Transparency*. Oxford: Oxford University Press, pp. 3–30.

3. Geeraert, Arnout (2022). A rational choice perspective on good governance in sport: The necessity of rules of the game. In *Good Governance in Sport. Critical Reflections*. Edited by Arnout Geeraert and Frank van Eekeren. London: Routledge, pp.15-30.

УДК 796.01:61

ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОБЩЕРОССИЙСКИХ И РЕГИОНАЛЬНЫХ СПОРТИВНЫХ ФЕДЕРАЦИЙ ПО ГРЕБНОМУ СПОРТУ (АКАДЕМИЧЕСКАЯ ГРЕБЛЯ) В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Есартя А.Э.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы взаимодействия общероссийских и региональных спортивных федераций по гребному спорту в РФ. Анализируются актуальные вопросы координации, ресурсного обеспечения и развития спортивной инфраструктуры. Определены основные проблемы и предложены возможные пути их решения для повышения эффективности сотрудничества между федерациями и улучшения качества подготовки спортсменов.

Ключевые слова: гребной спорт, академическая гребля, спортивные федерации, Россия, взаимодействие, координация, инфраструктура, ресурсное обеспечение, развитие, сотрудничество.

Актуальность. Современное развитие гребного спорта в России требует определения основных проблем и перспектив развития спортивной инфраструктуры, ресурсного обеспечения и координации деятельности общероссийских и региональных спортивных федераций. Эффективное взаимодействие федераций является ключевым фактором для обеспечения высоких результатов на международных соревнованиях и развития спортивной культуры в стране.

Цель исследования: определить проблемы взаимодействия общероссийских и региональных спортивных федераций по гребному спорту и предложить меры для их решения.

Задачи исследования:

1. Изучить основные аспекты взаимодействия спортивных федераций в контексте гребного спорта.
2. Проанализировать существующие проблемы координации деятельности и ресурсного обеспечения.
3. Выявить факторы, влияющие на развитие спортивной инфраструктуры и подготовку спортсменов.
4. Разработать рекомендации по улучшению взаимодействия федераций и повышению качества подготовки спортсменов.

Методы исследования: в данном исследовании использовались методы анализа нормативных документов, статистических данных, а также проведены интервью с представителями общероссийских и региональных спортивных федераций по гребному спорту.

Результаты исследования и их обсуждение. В последние годы гребной спорт в России активно развивается и достигает успехов на международной арене. Однако, для дальнейшего развития необходимо обеспечить эффективное взаимодействие между общероссийскими и региональными спортивными федерациями.

Общероссийская федерация определяет стратегию развития гребного спорта на национальном уровне, разрабатывает правила и регламенты соревнований, а также координирует и контролирует работу региональных федераций. Региональные федерации отвечают за реализацию этих стратегий и регламентов на местном уровне, организацию соревнований и подготовку спортсменов. Между федерациями на разных уровнях происходит постоянный обмен информацией о проводимых соревнованиях, результатах спортсменов, новых методиках тренировок и изменениях в правилах гребного спорта. Такой обмен позволяет региональным федерациям оперативно реагировать на изменения и применять передовой опыт в своей работе. Взаимодействие между федерациями в отношении финансовой поддержки может быть осуществлено через государственные программы, спонсорские контракты или гранты. Общероссийская федерация организывает и проводит семинары, обучающие программы и мастер-классы для спортсменов, тренеров и судей из разных регионов. Это позволяет обеспечить единый уровень подготовки и повышение квалификации специалистов в области гребного спорта [2].

Так, общероссийская федерация играет важную роль в содействии межрегиональному сотрудничеству и партнерству между региональными федерациями. Общероссийская федерация отвечает за формирование сборных команд России по гребному спорту и их участие в международных соревнованиях, таких как Олимпийские игры, чемпионаты мира и Европы. Региональные федерации вносят свой вклад в подготовку и отбор спортсменов для сборных команд, а также организацию международных соревнований на своих территориях.

В ходе исследования было выявлено несколько проблем, затрудняющих взаимодействие федераций, таких как недостаточная координация деятельности, несбалансированное распределение ресурсов, недостатки в спортивной инфраструктуре и проблемы с кадровым обеспечением.

Координация деятельности между общероссийскими и региональными спортивными федерациями зачастую осложнена различиями в подходах к организации и проведению соревнований, разработке и внедрению новых методик подготовки спортсменов, а также взаимодействию с другими организациями и структурами в области гребного спорта.

Неравномерное распределение ресурсов между федерациями является одним из основных препятствий для развития гребного спорта в России. Региональные федерации, особенно в отдаленных и малонаселенных регионах, испытывают острую нехватку финансовых средств, материально-технического обеспечения и спортивной инфраструктуры [3].

Недостатки в спортивной инфраструктуре, такие как отсутствие современных тренировочных баз, гребных каналов и спортивных комплексов, снижают качество подготовки спортсменов и ограничивают возможности для проведения крупных соревнований на региональном уровне.

Проблемы с кадровым обеспечением также являются значимым фактором, затрудняющим развитие гребного спорта в России. Нехватка квалифицированных тренеров, научных сотрудников и специалистов по медицинскому сопровождению спортсменов замедляет внедрение новых методик подготовки и снижает результативность спортсменов на международной арене.

Для улучшения координации деятельности между федерациями необходимо создать единую информационно-аналитическую платформу, обеспечивающую своевременный обмен данными о соревнованиях, методиках подготовки, научных разработках и лучших практиках. Также стоит учредить координационные комитеты, включающие представителей федераций, для выработки общих стратегий развития гребного спорта и принятия взвешенных решений.

Для обеспечения более справедливого распределения ресурсов между федерациями предлагается внедрить механизмы мониторинга и контроля использования средств, а также разработать критерии и показатели эффективности, учитывающие особенности различных регионов. Это позволит повысить прозрачность и целевую направленность финансирования, стимулируя региональные федерации к улучшению работы и достижению лучших результатов [1].

В целях создания благоприятных условий для подготовки спортсменов и проведения крупных соревнований предлагается разработать комплексную программу развития гребной инфраструктуры на федеральном и региональном уровнях, включая строительство и модернизацию тренировочных баз, гребных каналов и спортивных комплексов.

Для решения проблем с кадровым обеспечением необходимо усилить работу по подготовке и повышению квалификации тренерского и научного состава, в том числе через внедрение дополнительных программ обучения, стажировок и обмена опытом с зарубежными специалистами. Кроме того, следует обеспечить привлечение и удержание молодых специалистов, предоставляя им возможности для профессионального и карьерного роста [4].

Выводы. Проблемы взаимодействия общероссийских и региональных спортивных федераций по гребному спорту являются существенными препятствиями для дальнейшего развития гребного спорта в России. Однако, путем оптимизации координационных механизмов, ресурсного обеспечения, развития спортивной инфраструктуры и укрепления кадрового потенциала, можно значительно улучшить ситуацию и способствовать повышению конкурентоспособности российских спортсменов на международной арене.

Список литературы

1. Замотин, Т.М. Педагогические аспекты годового планирования подготовки гребцов высокой квалификации / Т.М. Замотин, П.В. Мельников // Наука и спорт: современные тенденции. – 2016. – №1. – С.36-41.
2. Ибодуллаева Д. Социальная значимость занятий академической греблей / Д. Ибодуллаева // Инновационная наука. – 2018. – №3. – С.74-75.
3. Плотникова, Е.П. Особенности подготовки спортивного резерва в циклических видах спорта (гребля, плавание) / Е.П., Плотникова, Е.В. Барышева, В.Ю. Давыдов, А.Н. Яковлев // Ученые записки университета Лесгафта. – 2017. – №3 (145). – С.152-155.

УДК 796/799

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОЙ ШКОЛЫ

Ефремов Д.О., Агеева Г.Ф.

Поволжский государственный университет
физической культуры спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Данная статья, посвящена деятельности спортивной школы. Рассматриваются критерии, с помощью которых оценивается эффективность деятельности спортивной школы.

Ключевые слова: спортивная школа, эффективность, целевые показатели.

Актуальность. Деятельность спортивной школы нужно оценивать и анализировать, чтобы она давала результат: росло число спортсменов-разрядников, призовых мест на соревнованиях, число спортсменов, входящих в состав спортивных сборных команд, методических разработок тренеров и спортивно-массовых мероприятий, проводимых спортивными школами. Для оценки должны существовать критерии, целевые показатели.

Цель исследования: изучение системы оценки эффективности деятельности спортивной школы.

Результаты исследования и их обсуждение. Целями деятельности спортивной школы являются развитие физической культуры и спорта, осуществление спортивной подготовки, подготовка спортивного резерва для спортивных сборных команд.

Для того чтобы оценить, как спортивная школа выполняет поставленные цели, ее деятельность нужно оценивать.

Оценка деятельности спортивной школы проводится Учредителем школы с помощью целевых показателей (табл. 1).

Деятельность оценивается по 5 направлениям: спортивная подготовка, развитие массового спорта, содержание и эксплуатация имущества, финансово-хозяйственная деятельность и деятельность, направленная на работу с кадрами. В спортивной подготовке учитывают число спортсменов, которые являются членами спортивных сборных команд РФ и субъекта РФ; долю занимающихся, имеющих спортивные звания и разряды; призовые места в профессиональных конкурсах и ведение системы «Мой спорт». В направлении развития массового спорта основными критериями оценки являются число спортсменов и сотрудников, выполнивших нормативы ГТО, проведение спортивно-массовых мероприятий и ведение социальных сетей. Содержание и эксплуатация имущества включает в себя наличие актуальных документов (паспорт безопасности, договоры безвозмездного пользования), эффективное использование автотранспорта. В направлении финансово-хозяйственной деятельности оценивается отсутствие замечаний по срокам и качеству предоставления отчетности, выполнение внебюджетного плана. Деятельность, направленная на работу с кадрами включает в себя учет доли лиц, имеющих судейскую и квалификационную категорию, наличие присвоенных наградных документов сотрудникам, текучесть кадров [2].

Оценив по всем направлениям деятельность, Учредитель выносит решение об эффективности работы спортивной школы, ставит цели на определенный промежуток времени, отмечает положительные и отрицательные моменты деятельности [1].

Таблица 1 – Эффективность деятельности спортивной школы

Направление деятельности	Целевые показатели
Спортивная подготовка	Число занимающихся, входящих в составы спортивных сборных команд Результативность выступлений на официальных спортивных соревнованиях Доля занимающихся, имеющих спортивные разряды и звания Призовые места в конкурсах Ведение работы в АИС «Мой спорт»
Развитие массового спорта	- доля сотрудников и спортсменов, выполнивших нормативы ГТО; - проведение спортивно-массовых мероприятий; - работа с соц.сетями.
Содержание и эксплуатация имущества	- наличие актуальных документов (паспорт безопасности, договоры безвозмездного пользования); - эффективность работы автотранспорта.
Финансово-хозяйственная деятельность	- отсутствие замечаний по срокам и качеству предоставления установленной отчетности; - выполнение внебюджетного плана; - расходы на развитие спорта.
Деятельность, направленная на работу с кадрами	- доля лиц, имеющих судейскую и квалификационную категорию; - наличие присвоенных наградных документов сотрудникам; - текучесть кадров.

Выводы. Таким образом, оценка эффективности спортивной школы позволяет объективно проанализировать деятельность спортивной школы, учитывая все аспекты деятельности.

Список литературы

1. Переверзин, И.И. Менеджмент спортивной организации: учебное пособие / И.И. Переверзин. – М: Физкультура и спорт, 2006.-ISBN: 5-278-00787-7. – Текст: непосредственный.
2. Галицын, С.В. Анализ деятельности детско-юношеской спортивной школы «Заря» г. Хабаровска / С.В. Галицын, О.З. Зиганшин, П.А. Ткаченко, Н.В. Тюхай. – Текст: непосредственный // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2018. – №4. – С.60-65. – ISSN: 2308-1961.

УДК 796.062

ИЗУЧЕНИЕ ОТНОШЕНИЯ ЛЕГКОАТЛЕТОВ К СОВРЕМЕННЫМ СПОРТИВНЫМ ГАДЖЕТАМ

Закиров И.Р., Голубева Г.Н.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию отношения легкоатлетов к спортивным гаджетам. Анализируется эффективность использования различных спортивных гаджетов. В результате работы авторы предлагают практические рекомендации по использованию спортивных гаджетов для повышения качества тренировок и достижения лучших спортивных результатов.

Ключевые слова: спортивные гаджеты, легкоатлеты, электронные устройства, мониторинг тренировок.

Актуальность. В современном мире спортивные гаджеты стали неотъемлемой частью легкоатлетической тренировки и соревнований. Технологии, используемые для мониторинга тренировочных данных и улучшения эффективности тренировок, стали привычными для многих спортсменов, которые используют их не только для улучшения результатов, но и для предупреждения спортивных травм и улучшения общего состояния здоровья.

Цель исследования: изучение отношения легкоатлетов к современным спортивным гаджетам, анализ особенностей использования этих технологий и выявление плюсов и минусов применения электронных устройств в легкоатлетической практике.

Методы исследования: анализ научной литературы, анкетирование.

Результаты исследования и их обсуждение. Современные спортивные гаджеты, такие как фитнес-трекеры, смарт-часы, кардиомониторы и другие, предоставляют спортсменам ценную информацию о своем здоровье и физической форме, что помогает им тренироваться более эффективно и улучшать свои результаты. Такие гаджеты также позволяют следить за результатами тренировок и анализировать свои прогрессы [1]. Некоторые спортсмены считают, что использование таких приборов не нужно и никак не помогает достичь лучших результатов. Другие же легкоатлеты считают, что эти гаджеты могут быть полезными, но слишком часто отвлекают от главного в спорте – от тренировок.

Однако, несмотря на мнения различных спортсменов, многие научные исследования подтверждают полезность использования современных спортивных гаджетов. Например, исследование, проведенное в университете Джона Хопкинса, показало, что использование фитнес-трекера повышает уровень физической активности людей на 30%, что благотворно сказывается на их здоровье [2]. Также стоит отметить, что использование спортивных гаджетов может быть особенно полезным для начинающих спортсменов, которые только начинают заниматься физической активностью [3]. Эти гаджеты позволяют им следить за своим прогрессом и мотивировать себя продолжать тренировки.

Для достижения поставленной цели был проведен опрос среди 20 легкоатлетов разных уровней подготовки и опыта использования спортивных гаджетов. Опрос проводился в форме анкетирования, которое содержало вопросы о том, какие спортивные гаджеты используются в ходе тренировок, к каким результатам они привели и как легкоатлеты относятся к их применению.

Так, на вопрос «Как часто вы используете спортивные гаджеты?» из опрошенных 20 легкоатлетов ответили: ежедневно: 45%, несколько раз в неделю: 25%, 1-2 раза в неделю: 20%, реже: 10% (рис. 1).

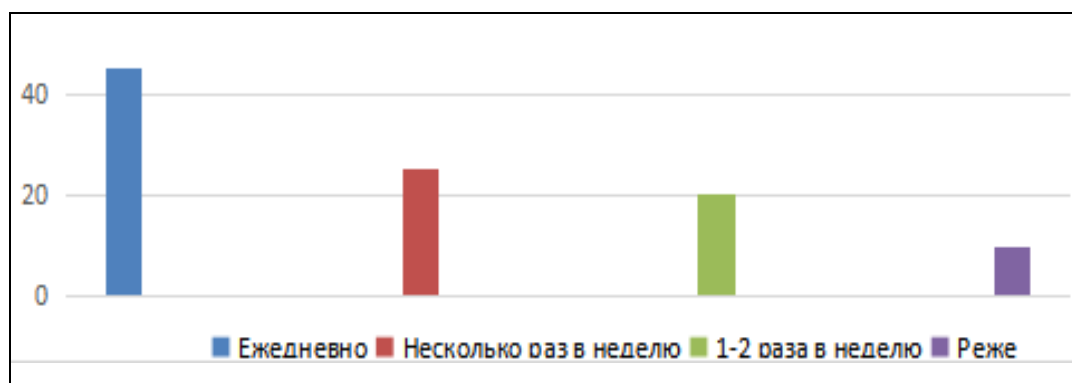


Рисунок 1 – Результаты опроса
«Как часто вы используете спортивные гаджеты?»

На вопрос «Какие данные вы обычно отслеживаете с помощью спортивных гаджетов?» участники опроса ответили: расстояние: 50%, ЧСС: 25%, калории: 20%, сон: 5% (рис. 2).

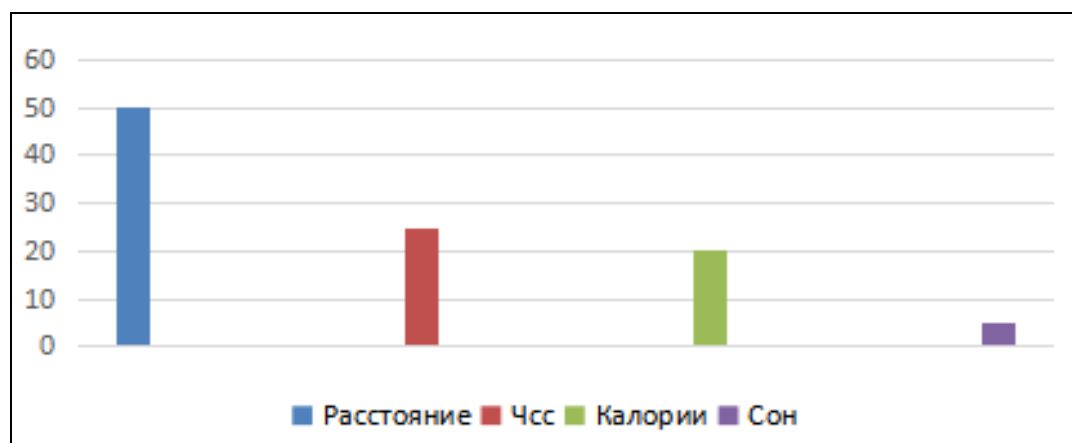


Рисунок 2 – Результаты ответов на вопрос: «Какие данные вы обычно отслеживаете с помощью спортивных гаджетов?»

Участники ответили на вопрос «Чувствуете ли вы зависимость от спортивных гаджетов или наоборот, считаете их полезным инструментом для повышения мотивации и улучшения результата?» следующим образом: 50 % ответили «нет, не чувствую зависимости», 20 % «да, чувствую зависимость», 30% опрошенных ответили «считаю их полезным инструментом» (рис. 3).

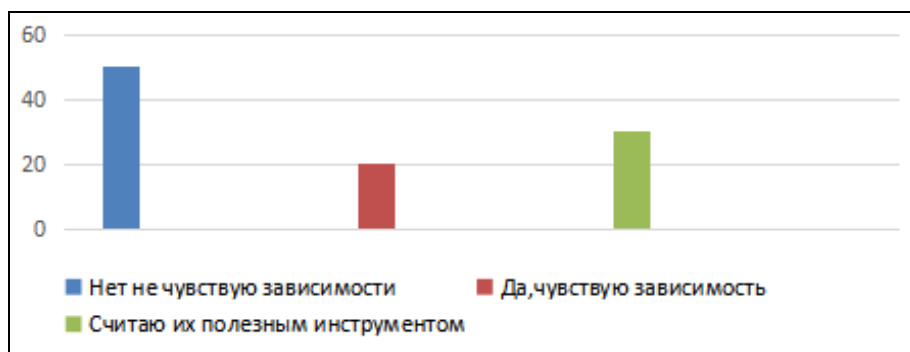


Рисунок 3 – Результаты опроса «Чувствуете ли вы зависимость от спортивных гаджетов или наоборот, считаете их полезным инструментом для повышения мотивации и улучшения результата?»

На вопрос «Считаете ли вы необходимым использование спортивных гаджетов для улучшения своей производительности?» 60 % участников опроса ответили «да считаю», 40 % – «нет, не считаю».

На основании проведенного научного исследования можно сделать **вывод**, что большинство легкоатлетов проявляют интерес к использованию современных спортивных гаджетов в своей тренировочной и соревновательной деятельности. Однако, практическое применение этих гаджетов зависит от индивидуальных потребностей и планов каждого спортсмена. В целом, современные спортивные гаджеты, такие как умные часы, трекеры активности, электронные контроллеры, GPS-навигаторы, значительно облегчают процесс тренировок и помогают достигнуть лучших результатов в спорте.

Список литературы

1. Голубева, Г.Н. Современные фитнес-технологии в ракурсе самоменеджмента / Г.Н. Голубева // Ценности, традиции и новации современного спорта : Материалы II Междун. науч. конгр. В 3-х частях, Минск, 13–15 октября 2022 года / Редколлегия: С.Б. Репкин (гл. ред.), Т.А. Морозевич-Шилюк (зам. гл. ред.) [и др.]. Том Часть 2. – Минск: УО»БГУФК», 2022. – С. 217-219. – EDN NNVBFP.
2. Коломейцева, Е.Б. Повышение мотивации студентов к ведению здорового образа жизни на основе применения фитнес-браслетов / Е.Б. Коломейцева, Н.Х. Гоberman // ОБЖ: Основы безопасности жизни. – 2019. – № 2. – С. 3-5. – EDN YUUKZW.
3. Семенченко, П.И. Использование технологии интернета вещей в спорте и физической культуре. Умные гаджеты для спорта / П.И. Семенченко, Д.Ф. Родионова // Постулат. – 2017. – № 5-1(19). – С. 63. – EDN YUMCQZ.

УДК 796.01

ПРОБЛЕМЫ СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФЕДЕРАЦИИ НАСТОЛЬНОГО ТЕННИСА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Золотарева А.Н.

ОО «КОФНТ»

Киров, Россия

Аннотация. В данном исследовании рассматриваются проблемы спортивной деятельности Федерации настольного тенниса на региональном уровне. На основе полученных результатов анализа деятельности Федерации была разработана программа оптимизации спортивной деятельности Федерации настольного тенниса.

Ключевые слова: настольный теннис, Федерация настольного тенниса, оптимизация спортивной деятельности Федерации.

Актуальность исследования. Вопросы системы подготовки спортивного резерва и управления видом спорта лежат в основе деятельности спортивной федерации [1]. Проанализировав, деятельность федерации, мы выявили факты, говорящие нам о слабом управлении как внутри организации, так и об управлении развитием вида в регионе. А именно: отсутствие аккредитации организации, недостаточное финансирование, отсутствие специализированного зала для тренировочного и соревновательного процессов, отсутствие количественного роста спортсменов с высокими спортивными разрядами званиями, слабая преемственность поколений в тренерском составе, слабая организация соревнований.

Цель исследования: разработать программу оптимизации спортивной деятельности Федерации настольного тенниса в Кировской области.

Методы и организация исследования. Для решения поставленных задач использовались следующие методы исследования: анализ литературы, анализ документации, интервьюирование.

Результаты исследования и их обсуждение. Для подтверждения насущности проблемы исследования мы взяли интервью у действующего председателя Кировской областной Федерации настольного тенниса. В интервью также были заданы вопросы по поводу финансирования, а также низкой успешности действующих спортсменов.

Во время интервью президент подтвердил низкую успешность действующих спортсменов и связывал данный аспект с нехваткой опыта у спортсменов. Спортсмены все реже выбираются на соревнования в другие регионы из-за нехватки финансирования, также из-за недостаточности финансов качество проведения соревновательной деятельности снизилась.

На вопрос о наличии тренировочных площадок и комнат для проведения тренировочных занятий выявили, что за последние два года были открыты 3 тренировочных зала с полной комплектацией для проведения занятий, полностью заменен старый инвентарь крупногабаритных размеров на новый и модернизированный.

На вопрос: «Решается ли проблема финансирования в спортивной Федерации?», ответ был отрицательный, на данный момент нет дополнительного финансирования со стороны предприятий. Также это связано с тем, что с 2013 года

внесли законопроект об изменении в статью 4 [2], где запрещают государственным компаниям финансировать спортивные клубы, школы, а также расходы «связанные с благотворительной деятельностью, на осуществление спортивных мероприятий, отдыха, развлечений, мероприятий культурно-просветительского характера и иных аналогичных мероприятий».

В Кировской области были четыре спортсмена, демонстрирующие высокие результаты, – Тайлакова Мария и Ивонин Денис, Арина Слаутина, Ефимов Михаил. На данный момент Тайлакова Мария продлила контракт с французским клубом «Мец» и не числится в Кировской области. Ивонин Денис тренируется в Оренбурге и выступает за Оренбургскую область. Арина Слаутина спортсменка с большими перспективами выступает за Республику Татарстан. Ефимов Михаил, тренер, находится и проживает в городе Москва, групповые и индивидуальные занятия проводит в центре «ЛуЦентр». В связи с отъездом успешных спортсменов мы потеряли дополнительное финансирование Министерства спорта.

Также в Федерации отсутствует аккредитация организации, слабая преемственность поколений в тренерском составе. В связи с низкой успешностью спортсменов в Кировской области, после окончания Вятского государственного университета бывшие спортсмены и молодые специалисты переквалифицируются на другие профессии либо начинают карьеру в педагогической деятельности. Смена старшего поколения более молодыми специалистами очень остро затронута в Федерации настольного тенниса Кировской области. Многие спортсмены не достигают высших спортивных разрядов к моменту поступления в вуз, тем самым уходя в другие профессии. Таким образом, мы подтвердили имеющиеся проблемы в развитии настольного тенниса в Кировской области.

На основе данных результатов исследования мы разработали план оптимизации спортивной деятельности Федерации настольного тенниса в Кировской области.

Таблица 1 – План оптимизации спортивной деятельности Федерации настольного тенниса в Кировской области

№	Содержание мероприятий	Предполагаемые сроки выполнения	Исполнитель
1	Разработка системы подготовки повышения квалификации тренерского состава, спортивных судей и специалистов в области настольного тенниса	1.12.2023	ОО «КОФНТ»
2	Реализация программ, направленных на развитие детско-юношеского спорта в Кировской области, совершенствование системы отбора и подготовки спортивного резерва	10.12.2025	ОО «КОФНТ»
3	Разработка и реализация системы мер, направленных на выполнение антидопинговых правил	10.12.2025	ОО «КОФНТ»
4	Разработка и реализация программы, направленные на повышение спортивной подготовки спортсменов настольного тенниса;	1.06.2026	ОО «КОФНТ»
5	Совершенствование системы спортивной подготовки и повышения квалификации тренерского состава, спортивных судей и специалистов в области подготовки спортсменов настольного тенниса	1.06.2024	ОО «КОФНТ»

В связи с отменой законопроекта об изменениях в статью 4 [3] госкомпаний могут содействовать организации в проведении спортивно-массовых и спортивных соревнований. Благодаря госкомпаниям можно увеличить количество, а также качество организации соревнований, и популяризацию настольного тенниса в Кировской области.

В качестве дополнительного финансирования спортивной команды Кировской области может выступать АО «Нововятский лыжный комбинат». С помощью их финансирования возможны дополнительные выездные соревновательные и тренировочные мероприятия.

Выводы. Таким образом, на основе проведенного интервью можно сделать вывод, что в Федерации настольного тенниса по Кировской области имеются проблемы с оптимизацией спортивной деятельности. Данную проблему можно решить путем внедрения разработанной нами программы, основанной на увеличении финансирования, развитии спортивных результатов спортсменов и проведении качественных спортивных соревнований.

Список литературы

1. Вырупаев, К.В. Актуальные вопросы модернизации системы подготовки спортивного резерва на современном этапе / К.В. Вырупаев, Г.Н. Голубева, Ю.А. Зубарев // Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма: Сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции, Казань, 07–08 июня 2018 года /Под общей редакцией Г.Н. Голубевой. – Казань: Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма, 2018. – С. 22-24.

2. Российская Федерация. Законы. Федеральный закон «Об общественных объединениях» от 10 января 2006 года N 82-ФЗ (последняя редакция): [принят Государственной Думой 14 апреля 1995 года]. – Москва: б.и., 2007. – Текст: электронный. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/9011562> (дата обращения 10.09.2022).

3. Российская Федерация. Законы. Федеральный закон «О некоммерческих организациях» от 31. 01.2016 N 7-ФЗ [принят Государственной Думой 12 января 1996 года]. – Москва: Собрание законодательства Российской Федерации, 1996. – Текст: электронный. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/9015223?section=status> (дата обращения 10.09.2022)

УДК 796/799:33

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Иванова Е.Ю., Агеева Г.Ф.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В данной статье проведен анализ деятельности физкультурно-спортивной организации на примере спортивной школы в ХМАО-Югре по следующим критериям: материально-техническая оснащенность, регламентирующие документы, количество видов спорта, тренеров, обучающихся на каждом этапе подготовки, спортивных званий и разрядов, призовых мест.

Ключевые слова: физкультурно-спортивная организация, спортивная школа, анализ.

Актуальность. Для обеспечения учебно-тренировочного процесса, создания спортивного резерва, подготовки спортсменов и привлечения детей и подростков к занятиям физической культурой и спортом, в стране создаются специальные физкультурно-спортивные организации [2]. Учебно-тренировочный процесс в них предполагает подготовку и проведение учебно-тренировочных занятий, спортивных мероприятий [3]. Для того чтобы физкультурно-спортивная организация выполняла качественно поставленные задачи, она должна отвечать ряду требований и показателей, по которым можно было бы судить о качестве ее функционирования и оснащенности [1].

Цель исследования: проанализировать деятельность НРБУ ДО СШ «Нептун» поселка городского типа Пойковский Нефтеюганского района.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, анализ документов.

Результаты исследования и их обсуждение. Нефтеюганское районное бюджетное учреждение дополнительного образования спортивная школа «Нептун» основана в 2001 году. Учредителем организации является Департамент культуры и спорта Нефтеюганского района. Форма собственности и организационно-правовая форма хозяйствования предприятия: государственное бюджетное учреждение.

Материально-техническая оснащенность спортивной школы позволяет обеспечить необходимые условия для организации и проведения учебно-тренировочного процесса, а также соответствует требованиям материально-технической базы и инфраструктуры организации по федеральным стандартам видов спорта. Общая площадь физкультурно-спортивного сооружения – 3685,1 кв.м., включает в себя 6 тренировочных объектов. Из них спортивный зал 697,3 кв.м.; плавательный бассейн 582,7 кв.м. с 4-мя дорожками; зал вольной борьбы площадью 79 кв.м; зал бокса площадью 110,6 кв.м.; зал аэробики площадью 118,7 кв.м.

Организация учебно-тренировочного процесса в НРБУ ДО СШ «Нептун» регламентируется учебно-тренировочным планом, единым календарным планом спортивных мероприятий, учебно-тренировочным графиком и расписанием учебно-тренировочных занятий, разрабатываемым и утверждаемым организацией самостоятельно.

На базе НРБУ ДО СШ «Нептун» ведется спортивная подготовка по 6 видам спорта: пауэрлифтинг, вольная борьба, плавание, бокс, северное многоборье, мини-футбол.

Также, на базе спортивной школы проводят соревнования и мероприятия различного уровня и значимости – районные, всероссийские, международные.

Тренерско-преподавательский состав включает в себя 10 тренеров-преподавателей, из которых 6 имеют высшую квалификационную категорию. Средний возраст тренеров-преподавателей – 43 года, средний стаж работы – 12 лет.

В результате анализа деятельности НРБУ ДО СШ «Нептун» было выявлено общее количество обучающихся на 2022-2023 год – 503 обучающихся. Из них на этапе начальной подготовки – 265; на учебно-тренировочном этапе (этап спортивной специализации) – 221; на этапе совершенствования спортивного мастерства – 7 (рис. 1).

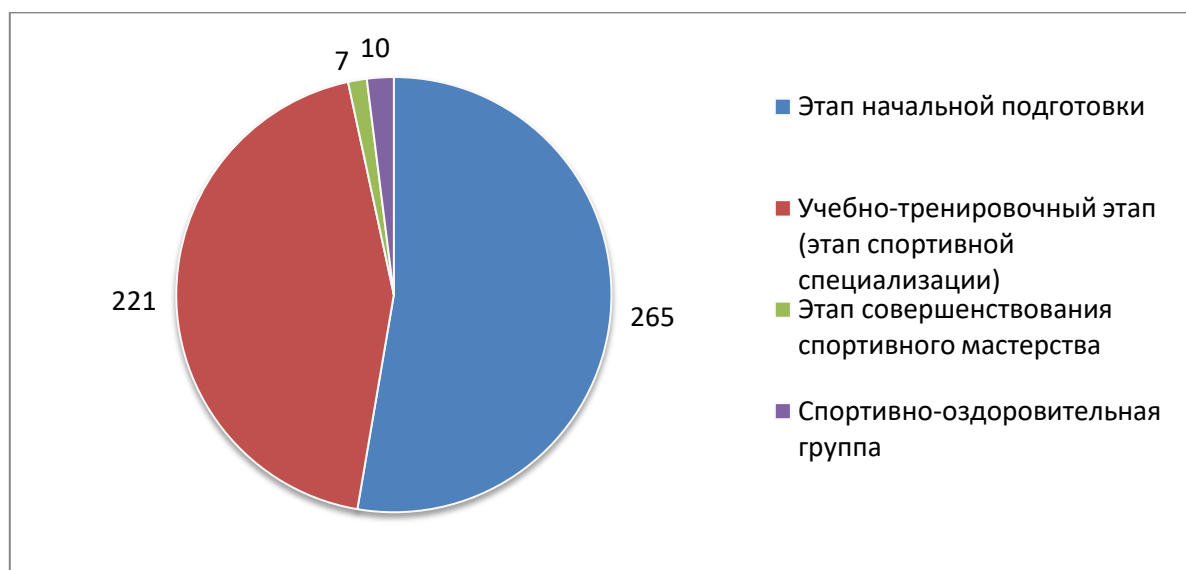


Рисунок 1 – Количество обучающихся на разных этапах спортивной подготовки за 2022-2023 год

Таблица 1 – Количество обучающихся в НРБУ ДО СШ «Нептун» на каждом этапе подготовки по отдельным видам спорта в 2022-2023 году

Этапы спортивной подготовки	Количество обучающихся на каждом этапе подготовки						Всего
	северное многоборье	мини-футбол	бокс	вольная борьба	пауэрлифтинг	плавание	
НП	16	15	68	34	10	122	265
УТ (СС)	33	31	34	25	10	88	221
ССМ					7		7
СОГ					10		10
Всего по отделениям	49	46	102	59	37	210	503

По данным рисунка 2, в НРБУ ДО СШ «Нептун» у большего количества обучающихся спортивные разряды и звания отсутствуют. Это связано с тем, что на этапе начальной подготовки обучается больше половины спортсменов от общего числа обучающихся (таблица 1). Согласно Федеральным стандартам по видам спорта,

которые реализуются на базе спортивной школы, присвоение спортивных разрядов и званий на этапе начальной подготовки не предусматривается. Присвоение разрядов начинается с учебно-тренировочного этапа (этапа спортивной специализации).

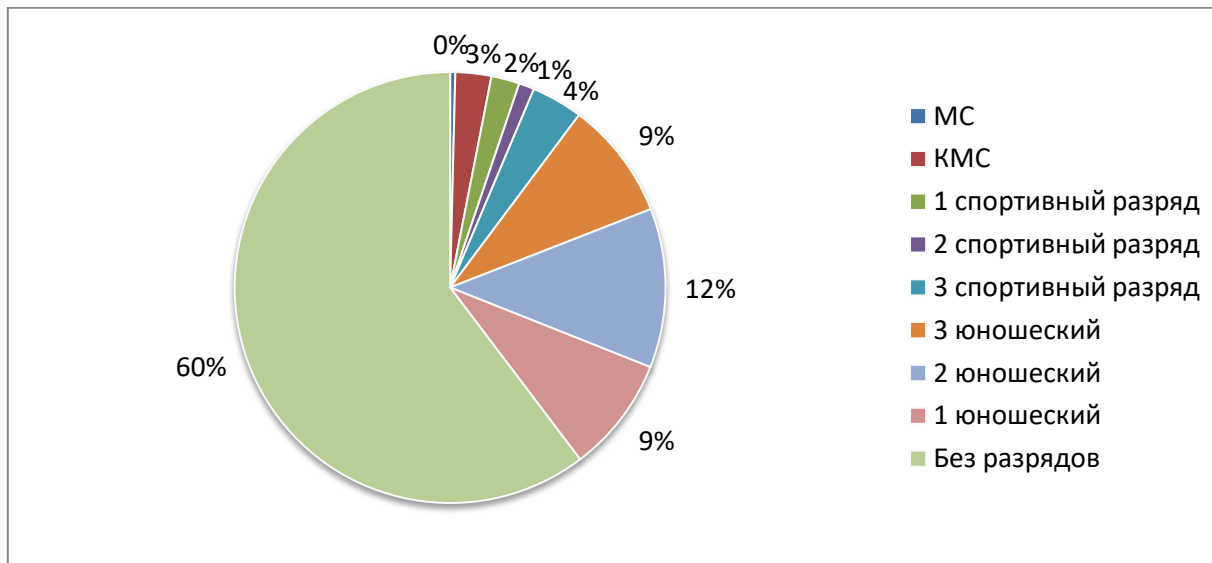


Рисунок 2 – Количество спортивных разрядов и званий по всем видам спорта в НРБУ ДО СШ «Нептун»

В течение всего учебно-тренировочного года спортсмены участвуют в соревнованиях различного уровня и значимости. За 2022-2023 учебно-тренировочный год спортсмены заняли следующее количество призовых мест по видам спорта, представленных на рисунке 3. Примечание: необходимо понимать, что виды спорта индивидуальные (например, бокс) и командные (например, мини-футбол) будут показывать между собой явный контраст на диаграмме.

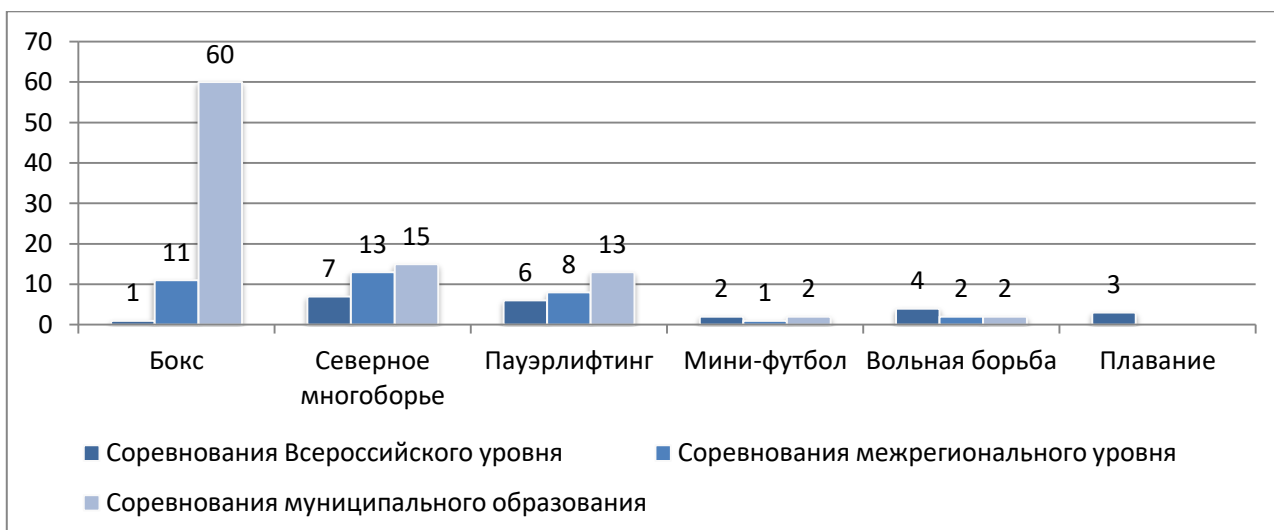


Рисунок 3 – Количество призовых мест, занятых спортсменами НРБУ ДО СШ «Нептун» по видам спорта

Выводы. В результате проведенного анализа деятельности спортивной школы «Нептун» было выявлено, что на базе спортивной школы проводят соревнования и мероприятия различной уровня – районные, всероссийские, международные;

материально-техническая оснащенность спортивной школы позволяет обеспечить необходимые условия для организации и проведения учебно-тренировочного процесса и соответствует требованиям материально-технической базы и инфраструктуры организации по федеральным стандартам видов спорта; тренерско-преподавательский состав включает в себя 10 тренеров-преподавателей, средний возраст которых составляет – 43 года, средний стаж работы – 12 лет; количество обучающихся на 2022-2023 учебно-тренировочный год составляет 503 обучающихся, из которых 40% имеет спортивные разряды и звания, остальные 60 % на данный момент не достигли возраста присвоения разрядов; наибольшее количество призовых мест (81) завоевано спортсменами отделения бокс.

Список литературы

1. Морозкин, Д.С. Особенности внутренней среды физкультурно-спортивной организации / Д.С. Морозкин, Г.Ф. Агеева // В сборнике: Актуальные проблемы теории и практики физической культуры, спорта и туризма. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов. Под общей редакцией Ф.Р. Зотовой. Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма. – 2017. – С. 272-275.

2. Никитушкина, Н.Н. Организация методической работы в спортивной школе: учебно-методическое пособие / Н.Н. Никитушкина / Спорт-Человек, 2019. – 320 с.

3. Обожина, Д.А. Управление физкультурно-спортивной организацией: учебное пособие / Д.А. Обожина. – Екатеринбург: УрФУ, 2017. – 76 с.

УДК 796.062

КЛЮЧЕВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ЖЕНСКОЙ ВОЛЕЙБОЛЬНОЙ КОМАНДЫ

Иванова О.С., Фахретдинова А.Б.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. На основе определения актуальности цифрового маркетинга в современном обществе, рассматриваются digital-инструменты, которые используются для продвижения женских волейбольных команд.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, продвижение, спортивная команда.

Актуальность: в условиях современного рынка, цифровой маркетинг является наиболее эффективным инструментом для продвижения, так как он позволяет привлекать большую аудиторию и снижать расходы на привлечение клиентов. Цифровой (digital) маркетинг – это маркетинг продвижения товаров и услуг посредством использования цифровых каналов с целью увеличения охвата потребителей [1].

Поскольку спортивная команда – это не только физкультурно-спортивная организация, которая стремится всегда побеждать, но и бизнес, то как и любой бизнес, она нуждается в продвижении и маркетинге, чтобы привлекать больше болельщиков и партнеров. Сегодня цифровой маркетинг стал неотъемлемой частью в продвижении спортивных команд. Digital-инструменты приобрели определяющее значение для привлечения новых и укрепления взаимоотношений с уже имеющимися болельщиками команды.

Цель исследования: изучение ключевых инструментов цифрового маркетинга, применяемые в продвижении женских волейбольных команд.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, контент-анализ веб-сайтов.

Результаты исследования и их обсуждение. Digital-маркетинг – это способ заявить о себе или своей компании с помощью разных инструментов. Отличие от классического маркетинга в том, что тут используются только цифровые каналы [2].

Цифровые каналы продвижения имеют много преимуществ, которые дают возможность вывести маркетинг организации на новую ступень развития [3]. Поэтому в последнее время и спортивные команды все чаще используют для своего продвижения различные digital-инструменты.

Для выявления наиболее популярных инструментов цифрового маркетинга, используемых для продвижения спортивных команд, мы провели контент-анализ веб-сайтов двух топовых женских волейбольных команд сезона 2022/23: ЖВК «Динамо-Москва» и ЖВК «Локомотив-Калининград».

Проведенный анализ показал, что одним из наиболее популярных и самых перспективных каналов продвижения являются социальные сети. У рассматриваемых женских волейбольных команд маркетинг в социальных сетях проводится на высоком уровне: регулярно обновляемая информация, постоянное взаимодействие

команд с целевой аудиторией, проведение акций и дополнительных мероприятий с болельщиками и т.д. Команды не только показывают высокий игровой уровень, но также активно используют социальные сети для рекламирования и продвижения команды.

Вторым по популярности инструментом цифрового маркетинга стал – контент-маркетинг. Контент-маркетинг – это создание и распространение полезного контента. Контент-маркетинг обеих команд имеет схожесть. Обе команды публикуют блоги о жизни клуба, информацию об игроках или тренерском составе, интересные интервью и истории. Каждая из команд старается преподнести свой контент таким образом, чтобы заинтересовать новую аудиторию и продолжать формировать лояльность старой.

Еще один инструмент цифрового маркетинга, используемый для продвижения спортивной команды – кампании по электронной почте. Кампании по электронной почте позволяют обращаться напрямую (через персонализированные сообщения) к болельщикам и партнерам, информируя их о важных новостях или предстоящих событиях, связанных с командой. Этот инструмент активно применяют в своей маркетинговой деятельности обе волейбольные команды. Подписавшимся на рассылку на веб-сайте пользователям от имени клуба отправляются сообщения разного содержания. Например, подписчикам приходят специальные предложения, связанные с продажей билетов, товаров или мерча, что однозначно привлекает больше трафика на сайт или в фирменный магазин клуба. Также можно отметить, что клубы используют кампании по электронной почте как возможность наладить отношения с существующими болельщиками, рассылая информационные бюллетени, предлагающие эксклюзивный контент и обновления о предстоящих играх или мероприятиях.

Следующий выделенный нами инструмент – интернет-реклама. Команды запускают рекламные кампании, направленные на определенную аудиторию, которая потенциально может заинтересоваться тем, что они предлагают. Для привлечения новых болельщиков и спонсоров, важна креативность и инновации. Например, видео с мини-мастер классами от игроков команды, проведение тренировки глазами одного из игроков команды (мини камера прикрепляется на голову игрока).

В дополнение отметить еще и такой инструмент цифрового маркетинга как мобильное приложение. Так, для популяризации своей команды ЖВК «Динамо-Москва» создало мобильное приложение, которое доступно всем. Приложение представляет собой полную информацию о клубе, об игроках и тренерском составе, о предстоящих мероприятиях и т.д. Оно позволяет болельщикам получать самую свежую информацию, фотографии, видео и другие материалы. Кроме того, мобильное приложение ЖВК «Динамо» содержит трансляции с матчей и возможность онлайн-просмотра, календарь матчей, онлайн магазин мерча. Кроме того, в приложении можно заработать «пасики» – баллы, с помощью которых можно оплатить билет на матч или купить атрибутику. Для того, чтобы их заработать, необходимо выполнять определенные, но интересные задания. Такие элементы геймификации помогают сделать приложение еще более привлекательным для пользователей.

Выводы. Данное исследование показало, что сегодня существуют ключевые инструменты цифрового маркетинга, используемые для продвижения спортивной

команды. Социальные сети, контент-маркетинг, E-mail маркетинг, интернет-реклама и мобильное приложение – каналы продвижения наиболее часто применяемые для популяризации женских волейбольных команд. Комбинация обозначенных инструментов может помочь спортивной команде увеличить свою аудиторию и привлечь новых болельщиков, которые останутся верными своей команде на протяжении многих лет.

Список литературы

1. Колосова, Д. М. Основы цифрового маркетинга / Д. М. Колосова, К. А. Кузьмин, В. Е. Лебедь // *Economy and Business: Theory and Practice*. – 2022. – №11-1 (93). – С. 191-194. – DOI:10.24412/2411-0450-2022-11-1-191-194.
2. Сургай.ру: Школа интернет-маркетологов: [сайт]. – Москва, 2013. – URL: <https://surgay.ru/> (дата обращения: 09.04.2023).
3. Таппасханова, Е.О. Использование цифровых технологий в маркетинге / Е.О. Таппасханов, Р.А. Токмакова, А.Х. Атабиева, Ф.Р. Бисчекова // *Международный научно-исследовательский журнал*. – 2020. – №10-1 (100). – С. 164.-168. – DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2020.100.10.031>.

УДК 004/796

ИССЛЕДОВАНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ОРГАНИЗАТОРОВ СПОРТИВНОГО МЕРОПРИЯТИЯ К ФУНКЦИОНАЛУ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ

Ихсанов К.Ф., Хайруллина А.Д.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию функциональных требований, которые предъявляются организаторами спортивных мероприятий к мобильным приложениям. Авторы провели анализ множества существующих мобильных приложений для спортивных событий и выявили наиболее востребованные функции. На основе полученных результатов авторы предложили ряд рекомендаций по созданию мобильного приложения, которое удовлетворило бы потребности организаторов и участников спортивных мероприятий.

Ключевые слова: спортивные мероприятия, мобильное приложение, функциональные требования, регистрация, оплата, расписание, результаты, рекомендации.

Актуальность. Проблема изучения функциональных требований организаторов спортивного мероприятия к мобильному приложению является актуальной, так как в настоящее время мобильные приложения используются в спортивной индустрии все чаще и шире. Организаторы мероприятий сталкиваются с необходимостью создания такого приложения, которое удовлетворило бы потребности участников и позволило бы упростить организацию самого мероприятия. Поэтому изучение функциональных требований является важным этапом разработки мобильного приложения, которое может повысить удобство и качество проведения спортивных мероприятий.

Цель исследования: изучение функциональных требований, которые предъявляются организаторами спортивных мероприятий к мобильному приложению.

Методы исследования: в ходе исследования нами был проведен опрос среди организаторов и участников спортивных мероприятий, а также изучена научно-методическая литература по соответствующей теме.

Результаты исследования и их обсуждение. Мобильное приложение – это современный мощный инструмент не только для маркетинга, но и для укрепления бренда и увеличения лояльности клиентов. Оно может быть использовано как новый канал продаж, а также работать с имиджевым компонентом. [1].

Мобильное приложение для спортивных соревнований должно быть удобным и простым в использовании [2]. Оно должно содержать функции GPS-инструкций, предварительного бронирования билетов на спортивные мероприятия, электронного кошелька, личного кабинета, виртуальной карты потребителя, голосования, расписаний и расположений, а также возможность взаимодействия с социальными сетями.

Для создания такой системы контроля и учета данных требуется мобильное приложение с функциями регистрации и записи информации о пользователе в базу данных, авторизации с проверкой данных в БД, информационным окном о

ближайшей гонке, обновляемым календарем мероприятий, списком команд с динамической сортировкой, функцией регистрации пилота на гонку с возможностью просмотра списка уже зарегистрированных участников. Регистрация должна начинаться одновременно для всех участников в заданный день и время. Также приложение должно содержать раздел просмотра статистики [3].

Основной задачей опроса было выявление ключевых потребностей и желаний пользователей по функционалу приложения. Это помогло более точно определить функции и возможности, которые будут наиболее полезными и востребованными, а также уточнить целевую аудиторию.



Рисунок 1 – Распределение ответов на вопрос: «Какие задачи приходится выполнять/возникают в ходе организации спортивного мероприятия?»

В исследовании приняли участие 110 респондентов, обладающих различным опытом в проведении мероприятий. 40% опрошенных имеют опыт проведения и участия в лице организаторов и волонтеров в масштабных спортивных событиях, другие имеют опыт в более специализированных и узконаправленных мероприятиях.

Изучив результаты и классифицировав их на категории, организаторам спортивных мероприятий важны критерии планирования, организации и информирования, это говорит о том, что они стремятся к эффективной и качественной организации мероприятия, чтобы удовлетворить потребности и ожидания участников, а также организаторы хотят убедиться, что участники получат всю необходимую информацию о мероприятии.

Вот наиболее часто встречаемые реализуемые функции:

1. Уведомления и напоминания;
2. Коммуникация и обратная связь;
3. Местоположение и маршрут;
4. Результаты мероприятий.

Данный вывод подтверждается в результатах следующего вопроса (рис. 2).

Респонденты преобладающим большинством поддерживают необходимость наличия оперативного и гибкого информирования в процессе мероприятия. Для организаторов спортивного мероприятия в мобильном приложении важно предоставить пользователям разнообразную информацию о мероприятии, его расписании, правилах участия, местоположении и т.д. Также важно уведомлять пользователей об изменениях в расписании и других важных событиях, чтобы они

могли своевременно принимать необходимые меры. Кроме того, необходимо предоставлять удобный способ общения участников мероприятия друг с другом, чтобы они могли обмениваться опытом, задавать вопросы и получать ответы на них. Таким образом, создание функционального мобильного приложения является важным инструментом для организаторов спортивных мероприятий, который позволяет не только упростить процесс организации, но и обеспечить комфортное участие для всех участников.



Рисунок 2 – Ответы на вопрос: «Какую информацию вы хотели бы получать в мобильном приложении для спортивного мероприятия?»

Выводы. Создание функционального мобильного приложения является важным инструментом для организаторов спортивных мероприятий, который позволяет не только упростить процесс организации, но и обеспечить комфортное участие для всех участников.

Список литературы

1. Трофимова, Е.М. Интернет-маркетинг в деятельности музейных учреждений / Е.М. Трофимова. – Текст : электронный // [сайт]: Интернет-маркетинг в деятельности музейных учреждений | Статья в журнале «Молодой ученый» (moluch.ru) // Молодой ученый. – 2020. – № 23 (313). – С. 465-468.

2. Глонь, В.Я. Мобильные приложения как инструмент извлечения маркетинговых знаний / В.Я. Глонь. – Текст : электронный // Cyberleninka: Мобильное приложение как средство формирования информационной культуры общества – тема научной статьи по компьютерным и информационным наукам читайте бесплатно текст научно-исследовательской работы в электронной библиотеке КиберЛенинка (cyberleninka.ru).

3. Гришина, М.В. Разработка мобильного приложения для организации спортивных соревнований / М.В. Гришина, В.В. Чернокозов, Ю.А. Сизов // Национальная Ассоциация Ученых. – 2020. – № 55-3(55). – С. 35-41. Текст: электронный // Elibrary: [сайт]. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45635167>– EDN PBYFNY.

УДК 796.063.4

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ СПОРТИВНЫХ СОРЕВНОВАНИЙ НА ФЕДЕРАЛЬНОМ УРОВНЕ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

Калугина К.Д., Агеева Г.Ф.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В данной статье рассматривается разработка модели организации и проведения спортивных соревнований на федеральном уровне и оценивается эффективность ее внедрения.

Ключевые слова: спортивное соревнование, уровни соревнований, подготовительный этап, продвижение, эффективность, сроки проведения соревнований.

Актуальность. В современном мире соревнования и спортивные праздники являются убедительным средством наглядной агитации и имеют огромное значение в деле популяризации и пропаганды физической культуры и спорта. Поэтому важно четко распланировать и подготовиться к соревнованию, организовать и вести постоянный контроль во время подготовки. Подготовка к соревнованиям должна осуществляться по единому шаблону проведения мероприятия, в зависимости от его категории. Однако, только хорошо продуманная и организованная их подготовка обеспечивает необходимый успех проведения.

Цель исследования: разработать организационный инструментарий по проведению спортивных соревнований на федеральном уровне.

Результаты исследования и их обсуждение. АНО «Дирекция спортивных и социальных проектов» – официальный организатор крупных международных и всероссийских спортивных и иных мероприятий в г. Казани. За время своего функционирования Дирекция провела более 170 спортивных соревнований разного уровня: 8 из них регионального уровня, 53 – федерального, 16 – международного, 21 – европейского, 47 – всемирного.

Если анализировать проведенные спортивные мероприятия, то больше всего их было организовано на федеральном (53) и всемирном (47) уровнях. Однако, начиная с 2020 года из-за сложных внешнеполитических и экономических обстоятельств, фокус соревнований Дирекции сместился с «всемирного» (6 соревнований за период с 2020-2023г.) на «международный» уровень (11 соревнований за период с 2020-2023г.). В 2022-2023 году у АНО «Дирекция спортивных и социальных проектов» большая часть соревнований запланирована на федеральном и международном уровне (II и III категория), к которым активно ведется подготовка еще за год до начала соревнований.

В ходе исследования мы выявили, что единой технологии организации и проведения спортивных соревнований, которая подходила бы для проведения любого соревнования на федеральном уровне, в Дирекции не существует.

Нами была создана универсальная модель организации и проведения спортивных соревнований на федеральном уровне, представленная на рисунке 1.

Данная модель включает в себя 8 этапов. На первом этапе осуществляется оценка проведения мероприятия без создания пакета документов. На втором этапе осуществляется нормативно-правовое регулирование проекта и создание пакета документов. Третий этап реализуется согласно документам 2 и 3 этапов. Четвертый

этап включает в себя составление трудовых договоров и сценариев. Пятый этап включает в себя составление одного документа – смета. В шестом этапе создается несколько документов. Седьмой этап включает в себя составление пакета документов судейской коллегией и организаторами мероприятия. Восьмой этап – подведение итогов – создается итоговый отчет организаторами проекта.



Рисунок 1 – Модель организации и проведения спортивных соревнований на федеральном уровне

Апробация разработанной нами модели была осуществлена на соревнованиях – Чемпионат России по синхронному плаванию, проходящий с 23 по 28 апреля, где Дирекция являлась главным организатором соревнований (см. таблицу 1). Обычно Дирекция начинает подготовку к федеральным мероприятиям за 1,5-2 месяца, исходя из вида спорта и длительности соревнований. При подготовке к данному мероприятию мы использовали разработанную модель для федерального уровня и пакет документов.

Таблица 1 – Изменения после внедрения разработанной модели по организации и проведению спортивных соревнований

Название этапа	До внедрения	После внедрения
1. Оценка проведения мероприятия	10 дней	5 дней
2. Разработка организационных документов	10 дней	7 дней
3. Подготовка места проведения	7 дней	5 дней
4. Планирование и подготовка по другим направлениям	10 дней	7 дней
5. Поиск подрядчиков и заключение договоров	10 дней	7 дней
6. Подготовка церемониала открытия и закрытия соревнований	5 дней	2 дня
7. Организация медиапространства	7 дней	5 дней

Исходя из таблицы 1, сроки подготовки документации к соревнованиям и время на подготовку к ним было сокращено в 1,5 раза.

Выводы. Нами была внедрена модель организации и проведения спортивных соревнований на федеральном уровне, состоящая из 8 этапов. Оценка эффективности показала, что сроки подготовительного этапа с помощью нашей модели и шаблонных пакетов документов были сокращены в 1,5 раза, что никак не сказалось на проведении самого соревнования, а только сократило время подготовки.

Список литературы

1. Можелев, Е.А. Особенности спортивных соревнований и показатели оценки качества их организации и проведения / Е.А. Можелев Текст: электронный / интернет – журнал «Российские регионы: взгляд в будущее». – 2020. – (<https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sportivno-zrelischnyh-meropriyatii-i-pokazateli-otsenki-kachestva-ih-organizatsii-i-provedeniya>).

2. Терехина, Р.Н. Организация спортивных мероприятий: учебник для студ. учреждений высш. образования / Р.Н. Терехина, Е.Н. Медведева, Е.С. Крючек. – М.: Издательский центр «Академия», 2017.- 208 с. – ISBN 978-5-4468-4006-9. Текст: электронный //eLIBRARY: Электронно-библиотечная система: сайт. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30772025>

УДК 796/799:33

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ СПОРТИВНОГО РЕЗЕРВА В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Кварталова Л.Н., Вишнякова О.Н.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В рамках данной статьи авторами рассмотрены некоторые аналитические данные из нормативно-правовых актов и работы других авторов, а также выявлены проблемы в части финансирования системы подготовки спортивного резерва и ее регуляции посредством нормативно-правовых актов.

Ключевые слова: спортивный резерв, финансирование спорта, факторы, спортивная подготовка, ресурсы.

Актуальность. В рамках развития физической культуры и спорта на государственном уровне выявлена взаимосвязь между уровнем экономического развития страны и уровнем физической подготовленности населения. Это обосновывает интерес государства в части развития данной сферы в качестве одной из приоритетных ветвей социальной политики. В настоящее время актуальным вопросом является качественная подготовка спортивного резерва.

Цель исследования: выявление проблем подготовки спортивного резерва в условиях финансовых ограничений.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, анализ документов.

Результаты исследования и их обсуждение. Подготовка спортивного резерва (далее – подготовка спортрезерва) – трудоемкий и достаточно финансово затратный вид деятельности, который включает в себя следующие обобщенные статьи расходов на:

- з\п сотрудников организаций подготовки спортрезерва;
- участие в мероприятиях тренировочного и соревновательного направления;
- укрепление материально-технической базы (закупка инвентаря, спортоборудования, экипировка спортсменов);
- эксплуатацию спортивных объектов.

В рамках реализации государственной программы Российской Федерации «Развитие физической культуры и спорта» (далее – госпрограмма) реализуется распределение денежных средств по федеральным проектам (далее – ФП), в том числе по ФП «Развитие спорта высших достижений». В рамках вышеуказанного ФП предусмотрены следующие объемы бюджетных ассигнований по годам реализации: 2023 год – 7 578,2 млн руб.; 2024 год – 3 369,5 млн руб.; 2025 год – 3 398,3 млн руб.

Вместе с тем, по входящему в состав госпрограммы ФП «Спорт – норма жизни» предусмотрены следующие объемы бюджетных ассигнований: 2023 год – 19 662,9 млн руб.; 2024 год – 14 823,3 млн руб.; 2025 год – 0,0 млн руб. [1].

На основе вышеуказанных данных мы можем наблюдать уменьшение уровня финансового обеспечения мероприятий подготовки спортрезерва, что может отрицательно повлиять на качество его подготовки.

Анализируя финансовое обеспечение системы подготовки спортрезерва, И.В. Енченко [3] в своей работе отмечает волнообразный рост доходов спортивных

организаций от осуществления коммерческой деятельности: 2015 год – 32 430,6 млн руб.; 2016 год – 25 124,1 млн руб.; 2017 год – 78 243,0 млн руб.

Учитывая аналитическую информацию Енченко И.В., мы можем сформировать предвзятость в отношении роста заинтересованности организаций подготовки спортрезерва в осуществлении коммерческой деятельности для увеличения объемов финансовых средств, направленных на его подготовку.

Следует отметить позицию А.Е. Верхорубовой [2], которая в своей работе выделяет проблему финансирования при формировании государственного задания на оказание государственных (муниципальных) услуг в сфере физической культуры и спорта в соответствии с приказом Министерства спорта Российской Федерации от 08.02.2019 № 83 (далее – Приказ). В своей работе она отмечает возможность возникновения недостатка в части выделения денежных средств на спортсменов и ухудшении качества подготовки спортрезерва в связи с отсутствием учета экономической и социальной обстановки в региональных единицах нашей страны. Дополнительно к этому она указывает на необходимость учитывать повышение стоимости оборудования в спорте, а также рост инфляции при расчете нормативов затрат в соответствии с Приказом. Кроме того, ей отмечается необходимость формирования сводно-аналитических отделов, осуществления ежегодного перерасчета данных нормативов в связи с изменением цен на экипировку, инвентарь, коммунальные услуги и др. Также данный подход в рамках служебных проверок со стороны контрольно-проверяющих органов несет в себе риски нецелевого использования средств. В этой связи можно отметить необходимость оптимизации формирования государственного задания в части уменьшения количества нормативно-правовых актов, регулирующих процесс подготовки спортрезерва.

Выводы: в рамках работы нами были определены проблемы подготовки спортрезерва, а именно уменьшение финансирования мероприятий, направленных на его подготовку и возникновение проблем при формировании государственного задания на оказание государственных (муниципальных) услуг в части увеличения регулирующих НПА, трудозатрат и рисков при проверках со стороны контрольно-проверяющих органов.

Список литературы

1. Паспорт государственной программы (комплексной программы) Российской Федерации от 23 декабря 2021 г. № ММ-44-19192. – URL: [http://www.minsport.gov.ru/2020/docs/2021/%D0%9F%D0%B0%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%20%D0%93%D0%9F%20\(3\).pdf](http://www.minsport.gov.ru/2020/docs/2021/%D0%9F%D0%B0%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%20%D0%93%D0%9F%20(3).pdf) (дата обращения 12.04.2023). – Текст : электронный.
2. Верхорубова, А. Е. Актуальные проблемы подготовки спортивного резерва / А.Е. Верхорубова // Актуальные вопросы подготовки спортивного резерва: материалы Всероссийской научно-практической конференции (2 декабря 2021 г.). – Екатеринбург : УрГПУ, 2021. – С. 20-27. – Текст : непосредственный.
3. Енченко, И.В. Финансовое обеспечение системы подготовки спортивного резерва в Российской Федерации / И.В. Енченко. – Текст: электронный // Интернет-журнал «Киберленинка». – 2019 – №1. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovoe-obespechenie-sistemy-podgotovki-sportivnogo-rezerva-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения : 04.04.2023).

УДК 796.062

ПРИМЕНЕНИЕ PR-ТЕХНОЛОГИЙ ВО ФЛОРБОЛЕ НА ПРИМЕРЕ КЛУБА «МИНИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Киселев Я.В., Кадышева М.А.

Приволжский исследовательский медицинский университет
Нижний Новгород, Россия

Сударева Т.Д.

Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС
Нижний Новгород, Россия

Аннотация. В статье рассматривается современный PR-менеджмент команды «Мининский Университет». Анализируется работа PR-менеджера клуба, приводятся функции, которые выполняет специалист по пиару. Описывается проведение мероприятий для продвижения флорбола в интернет пространстве.

Ключевые слова: менеджмент, PR-технологии, флорбол, реклама, медиа-чемпионат.

Актуальность. Флорбол является достаточно молодым видом спорта в РФ. Для его популяризации необходимо исследовать использования PR-технологии в различных средствах массовой информации, охватывающие большую целевую аудиторию людей. Сам по себе спортивный PR-менеджмент является малоизученным видом деятельности. Поэтому целью работы стало изучение и анализ работы PR-менеджера флорбольного клуба «Мининский Университет», для улучшения его развития и пропаганды хоккея с мячом в зале в целом [2, 3].

Цель исследования: проанализировать значение применения PR-технологий в развитии флорбольного клуба «Мининский Университет».

Методы исследования: синтез и анализ.

Результаты исследования и их обсуждение. В августе 2022 года официально открылся флорбольный клуб «Мининский Университет». Он был создан в виде автономной некоммерческой организации. В клубе осуществляют тренировочную и соревновательную деятельность 120 спортсменов, начиная от юношеской команды 14-16 лет, две юниорские от 16 до 19 лет и одна мужская, принимающая участие в высшем флорбольном дивизионе РФ. Также работают 6 тренеров, один из них занимается общефизической и специально физической подготовкой игроков. Руководством клуба было принято решение о приеме на работу одного PR-менеджера для активной работы с целевой аудиторией клуба, рекламных акций, проведения мероприятий и прочего. [1]

PR-менеджер выполняет множество функций во флорбольном клубе. Первая это работа с целевой аудиторией, болельщиками и потенциальными спонсорами. В социальной сети «В контакте» создана группа клуба, насчитывающая на май 2023 года более 587 участников, также существуют Телеграмм и Ютуб каналы команд, куда выкладываются актуальные новости жизни игроков, тренеров и прочего. К примеру: трансферы спортсменов, анонсы матчей, работа со спонсорами, проведение клубных мероприятий, представления новых сотрудников и многое другое. Данный вид деятельности, является очень сложным, так как необходимо сохранить уже имеющихся преданных фанатов, так и привлечь новых людей. PR-менеджер для

сбережения постоянных болельщиков в группе в VK проводит различные социологические опросы и разного рода голосования. А чтобы привлечь в клуб новую аудиторию, занимается разработкой и реализацией интересных мероприятий.

Вторая функция PR-менеджера флорбольного клуба «Мининский Университет» это проведения разного рода мероприятий, связанных с командами. Чуть ниже авторы статьи опишут интересные события, проводившиеся в клубе с августа 2022 года по май 2023 года. После создания клуба, была организована фотосессия игроков и тренерского штаба команды с последующим выставлением фотографий в группу в VK и сайте Национальной Федерации Флорбола России. В сентябре месяце был анонсирован состав команды на Высшую Лигу по флорболу в Российской Федерации, представлен новый тренер по ОФП и СФП и проведена онлайн трансляция матча между командами «Мининский Университет» и «Ирбис». Также специалист по пиару принимал участие в выездных соревновательных турах юниорский и мужской команды. На соревнованиях записывал интервью у игроков и тренеров команд, делал короткие обзоры на матчи.

В октябре месяце была запущена рубрика интервью с тренером команды, снимались видео тренировок по физической подготовке, которые набирали более 1000 просмотров аудиторией клуба. Не забыты были и научные достижения клуба в области спортивной физиологии. Вся мужская команда была протестирована на базе «ПИМУ» на приборе функциональной диагностики MS-FIT PRO 01, который показывал 183 разных физиологических показателей. Об этом был снят целый репортаж. В ноябре месяце у клуба появился новый спонсор, это компания ВИТАН. Также была разработана новая рубрика «Игрок с микрофоном», где спортсменам необходимо было проводить целую тренировку с микрофоном, а часовое видео выкладывалось на Ютуб канал клуба.

В начале 2023 года проходил анализ декабрьского тура высшей лиги по флорболу. Было проведено PR-менеджером отличное мероприятие под названием «badly santa». Игрокам команды предлагалось из новогодней шапки вытащить фамилию игрока или тренера, а затем сделать ему небольшой креативный подарок. На сумму не более 1000 рублей. Данное мероприятие позитивно отразилось на сплочении команды и улучшения психологического микроклимата. И уже к этому времени был создан брендбук команды, однако по ряду причин в жизнь воплотить его не удалось.

В конце сезона планируется мероприятие по подведению итогов работы клуба «Мининский Университет» под названием «последний свисток». Мероприятие уже проводилось ранее одним из дочерних команд клуба НН-ФБК-30. «Последний свисток» собирает очень большую аудиторию, а в частности родителей игроков, болельщиков и конечно самих спортсменов. На закрытии сезона происходит награждение лучших флорболистов в следующих категориях: лучший игрок команды, нападающий, защитник и все это выбирают болельщики команды. Отличная категория для голосования это; приз зрительских симпатий от фанатов клуба, где болельщики выбирают самого лучшего и преданного болельщика команды. Также происходит награждение тренеров и менеджеров клуба, анонсируются планы на будущий игровой сезон. Мероприятие является очень красочным и эмоциональным.

Третья функция PR-менеджера команды «Мининский Университет» это участие в медиа-чемпионате страны. Дело это очень непростое, требует от специалиста

больших интеллектуальных и творческих затрат. Медиа-чемпионат проводится впервые в сезоне 2022-2023 годов. Целью мероприятия являлось определение лучшей команды по флорболу по ряду показателей: пресс служба, создание качественного контента в медиа-пространстве, проведения мероприятий клубом. Каждому коллективу по итогу месяца начисляются очки по следующим критериям: наполняемость социальных сетей, посещаемость VK, качество социальных сетей, контент в социальных сетях, работа со СМИ. Начисление баллов четко прописано в регламенте медиа-чемпионата Национальной Федерации Флорбола России. По итогу мероприятия, командам занявшие первое, второе и третье место, будут вручены денежные призы в размере от 30 до 10 тысяч рублей. На май месяц 2023 года команды «Мининский Университет» занимает 8 место из 15 команд, набрав сумму очков 877.

Выводы: исходя из вышеописанного исследования можно сделать следующие умозаключения. Современный флорбол в Российской Федерации не может существовать без продвинутых PR-технологий. Менеджер по пиару осуществляет множество функций, такие как: привлечение новой аудитории и сохранения старых болельщиков клуба, создание качественного контента, проведение множества мероприятий, работа с потенциальными спонсорами и участие в медиа-чемпионате по флорболу. По итогу игрового сезона, работу PR-менеджера команды «Мининский Университет» можно оценить на отлично. В будущем планируется создание новых короткометражных видеороликов с игроками клуба и более глубокая работа со СМИ.

Список литературы

1. Вишнякова И.Л. О формировании маркетингового плана продвижения флорбола среди населения вологодской области / И.Л. Вишнякова, И.В. Сахарова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2022. – № 5. – С. 788-796.
2. Киселев Я.В. Регулирование системы дополнительного образования детей и молодежи в сфере физической культуры и спорта органами местного самоуправления на примере развития флорбола в МАОУ им. Л.Л. Антоновой Школы №30. г. Нижнего Новгорода / Я.В. Киселев // В сборнике: Актуальные проблемы государственного и муниципального управления глазами молодых ученых. Сборник научных статей по материалам всероссийской научно-практической конференции. Главный редактор Д.Г. Красильников. – 2017. – С. 218-223.
3. Чкалов А.О. Особенности PR-программ спортивных организаций / А.О. Чкалов, Е.В. Белова // В сборнике: приоритетные направления развития спорта, туризма, образования и науки. Сборник материалов II Международной научно-практической конференции молодых ученых и студентов. – Нижний Новгород –2021. – С. 279-285.

УДК 796.062

АНАЛИЗ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ФУТБОЛУ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Козлов Д.В.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Статья посвящена изучению влияния спортивных мероприятий по футболу на повышение привлекательности данного вида спорта для детей. Выявлены мотивы участия детей в соревнованиях по спорту, которые в определенной степени могут служить ориентиром для организаторов спортивных мероприятий для детей по футболу.

Ключевые слова: футбол, детский футбол, спортивные мероприятия.

Актуальность. В Российской Федерации футбол по праву считается одним из наиболее популярных видов спорта. В целях популяризации футбола среди подрастающего поколения необходимо принимать целый комплекс мер, среди которых не последнее место занимает эффективная организация различного рода соревновательных мероприятий. Но любые мероприятия могут дать ожидаемую отдачу только тогда, когда уровень и качество их проведения соответствуют потребностям болельщиков, зрителей и других заинтересованных лиц (стейкхолдеров) [1]. Поэтому, среди прочего, так важно изучение отношения детей и подростков к проводимым спортивным мероприятиям, что и определяет актуальность настоящего исследования.

Целью исследования является анализ значения футбольных мероприятий для более активного привлечения детей к занятиям футболом.

Методы исследования. Основным методом исследования послужил опрос респондентов.

Результаты исследования и их обсуждение. Футбол является одним из наиболее популярных видов спорта в мире. Поэтому во многих странах развитию любительского футбола, из которого вырастает профессиональный футбол, уделяется первостепенное внимание. Это касается, прежде всего, детско-юношеского футбола. Особенно интересен в этом отношении опыт Германии. В этой стране система подготовки футболистов представляет собой целостный комплекс, в основе которой специальная программа развития детско-юношеского футбола под названием «Футбол-Профи». Этот комплекс включает в себя группы, работающие под эгидой Федерации футбола Германии, футбольные школы, действующие под эгидой профессиональных клубов. Для реализации Программы развития детско-юношеского футбола по всем 16 землям Германии были отобраны 387 футбольных полей для тренировок юных футболистов. Установлено, что в группы, функционирующие по программе Федерации, должны набираться дети с 10–12-летнего возраста. В младших группах количество детей не должно превышать 15 человек. Предусмотрены и другие эффективные меры по привлечению детей к занятиям футболом, в том числе через проведение всевозможных соревнований по данному виду спорта.

В России и ее регионах также уделяется возрастающее внимание развитию любительского футбола. Открывается множество футбольных стадионов, секций, активно пропагандируется здоровый образ жизни, посредством занятия футболом через средства массовой информации и рекламу. Государство активно вкладывается в финансовое обеспечение и поддержку, на создание и развитие национальных сборных, активно освещаются чемпионаты различного уровня, от местных, региональных до международного уровня. Среди всего этого, особое внимание уделяется организации спортивных мероприятий проводимым в области футбола [2]. Важно, что это один из важнейших способов популяризации футбола в стране. В научной и научно-методической литературе описаны различные виды популяризации футбола. Так А.Н. Ушнов и соавторы в своей работе под названием «Популяризация футбола в социально образовательном пространстве: проблемы, модели и теоретизация» выделяют такие виды, как «классическая; целевая; системно-смысловая; адаптивно-игровая; мотивационно-организационная; возрастосообразная; профессиональная; инновационная; подлинно научная» [3, с. 48].

Роль мероприятий в развитии футбола мы попытались раскрыть посредством проведения опроса. В ходе проведения опроса среди детей в количестве 20-ти человек в возрасте от 6-ти до 12-ти лет были заданы вопросы, касательно того, насколько интересными для них являются проводимые спортивные мероприятия, и какие аспекты мероприятия являются для них наиболее привлекательными.

По данным опроса выяснено, что на вопрос: «Считаете ли Вы поведение спортивных мероприятий по футболу интересными?» 45 % опрошиваемых ответили «Да», 21% опрошиваемых выбрали вариант «скорее да, чем нет», 12% опрошиваемых ответили «скорее да, чем нет» и 22% процента ответили «нет», что может говорить в целом о положительном восприятии целевой аудитории спортивных мероприятий.

В ходе опроса опрошиваемым был задан следующий вопрос: «Что Вам конкретно нравится в проведении спортивных мероприятий по футболу?» На этот вопрос были получены следующие ответы: 35% опрошиваемых отметили «достижение победного результата и получение награды»; 14 % опрошиваемых – «совершенствование профессиональных навыков в спорте»; 23 % опрошиваемых – «получение первичного опыта участия в мероприятиях»; 28 % опрошиваемых – «достижение соревновательного духа»

Респондентам также был задан вопрос: «Что для Вас значат спортивные мероприятия в сфере футбола?» На данный вопрос около 58 % опрошиваемых дали ответ «физические занятия»; а около 18 % – «веселое времяпрепровождение»; около 24 % – «развитие общего здоровья» (рис.3). в ходе опроса выяснено, что больше половины считают и видят в спортивных мероприятиях скорее проведение физических соревнований по конкретным дисциплинам, направленным на проверку определенных физических умений и способностей, что и лишь около 18 % дали ответ о веселом времяпрепровождении, что может говорить об акцентировании внимания не столько на физическую и спортивную составляющую соревнований, сколько на развлекательную в плане, оформления и начал мероприятий и постепенного введения детей в условия этих соревнований, что несомненно поспособствует развитию в том числе и спортивного духа и увлеченности детей спортивными мероприятиями.

Выводы. По результатам исследования можно заключить, что дети ценят в проведении спортивных мероприятий больше получение выигрыша в ходе победы, что дает основание для организаторов соревновательных мероприятий задуматься о необходимости большей акцентированности в ходе подготовки мероприятий на обеспечение духа соревнований. В соревнованиях детей интересует, в первую очередь, возможность физического развития как условие для овладения мастерством в избранном виде спорта. При этом мотив приятного времяпровождения уступает названному мотиву, вопреки несколько устоявшегося мнения на этот счет у населения. Подобные результаты, на наш взгляд, должны служить некоторым ориентиром для организаторов футбольных мероприятий в целях повышения привлекательности этого вида спорта в детской и подростковой аудитории.

Список литературы

1. Евстафьев, Э.Н. Спортивно-событийный туризм в контексте маркетинга / Э.Н. Евстафьев // Научное обозрение: теория и практика. – 2020. – Т. 10. – № 11 (79). – С. 2684-2692. – Текст: непосредственный.
2. Николаенко, В.В. Система детско-юношеских соревнований в футболе: реальность и перспективы / В.В. Николаенко // Наука и спорт: современные тенденции. – 2014. – 2 (Том 3). – С. 55-61. – Текст: непосредственный.
3. Ушнов, А.Н. Популяризация футбола в социально-образовательном пространстве: проблемы, модели и теоретизация / А.Н. Ушнов., О.А. Угольников, И.Р. Ежуров. // Вестник Сибирского государственного индустриального университета. – 2021. – 3 (37). – С. 45-53. – Текст: непосредственный.

УДК 796/799

ИЗМЕРЕНИЯ, РАСЧЕТЫ, ОЦЕНКИ В ПОДГОТОВКЕ СПОРТИВНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ

Ланда Б.Х.

Казанский инновационный
университет им. В.Г. Тимирязова
Казань, Россия

Аннотация. Представлена прошедшая апробацию в учебном процессе инновационная технология измерения, расчета и оценки важнейших показателей здоровья, позволяющая определить эффективность физической рекреации.

Ключевые слова: измерения, здоровье, деятельностный подход.

Актуальность. Привлечение населения к занятиям спортом и оздоровительной физической культурой главная задача государственных целевых программ «Спорт норма жизни», ВФСК ГТО и других. Любые технологии физической рекреации связаны с различной двигательной активностью, воздействующей, в соответствии с кинезиологической образовательной технологией Бернштейна Н.А. [1], на мышцы тела и важнейшие показатели физического развития, физической и функциональной подготовленности систем организма человека. Обучение спортивных менеджеров простым и доступным методам измерения этих трех групп показателей, включающих расчет и оценку многочисленных тестов, проб и индексов с отслеживанием в мониторинге их динамики, позволяет научно обоснованно управлять организацией учебно-тренировочного процесса, применив для надежности и достоверности полученных результатов, актуальную на современном этапе, технологию цифровизации и ее информационно-диагностическое обеспечение.

Цель исследования: обучение спортивных менеджеров деятельностному компетентностному подходу в определении эффективности занятий ФКиС по их влиянию на сохранение и укрепление здоровья населения.

Методика исследования. Курс лекций, по разработанным программам дисциплин: Менеджмент спортивного бизнеса, Современные технологии в спорте, Спортивные сооружения и их эксплуатация, Экономика ФКиС дополнен практическими лабораторными занятиями. Студенты овладевают измерениями (работа с приборами и инструментами); расчетами весоростовых, жизненных, силовых индексов, характеризующих физическое развитие; расчетами физических качеств на соответствие половозрастным нормам ВФСК ГТО, определяющим уровень физической подготовленности; физическое состояние функциональных систем организма: сердечно-сосудистой рассчитывается с помощью индекса Руфье и АД, центральной нервной системы теппинг-тест и прба Ромберга, дыхательной системы пробы Штанге и Генча. Методика изложена в учебных пособиях федерального уровня, изданных в Москве [2, 3].

Результаты исследования и их обсуждение. Выполняемые измерения заносятся в разделы карты фактических данных в системе Excel. Показатели физического развития: вес, рост, окружность грудной клетки, сила кисти, ЖЕЛ. Показатели физических качеств: гибкость, скорость, выносливость и другие в раздел физическая подготовленность. АД, ЧСС, задержка дыхания в раздел функциональная

подготовленность систем организма. Затем по методике выполняются расчетные и оценочные операции. Работа с приборами и инструментами (кроме указанных студенты рассчитывают свой биологический возраст по методике института Геронтологии АН, уровень функциональной подготовленности по Баевскому, интернетную зависимость и др.), обработка множества проб, индексов и тестов на компьютере, мотивируют на выполнение лично ориентированных заданий, на превращение полученных умений в практическую деятельность. Для спортивных менеджеров есть еще множество практикумов связанных с расчетами загруженности спортивных сооружений, их потребности, стоимости абонементов, проката инвентаря, изданных в моих ранее опубликованных учебных пособиях.

Выводы.

1. Представлена прошедшая апробацию в учебном процессе инновационная технология измерения, расчета и оценки важнейших показателей здоровья, позволяющая определить эффективность физической рекреации. Перспективными для спортивных менеджеров являются и другие практикумы (см. в тексте).
2. Особенность технологии – цифровизация образования и обучения.
3. Ее результат – демонстрация студентом полученных умений и навыков в жизненной практике.

Список литературы

1. Бернштейн, Н.А. Очерки по физиологии движений и физиологии активности / Н.А. Бернштейн. – М.; Медицина. – 1966. – 166 с.
2. Ланда, Б.Х. Диагностика физического состояния: обучающие методики и технология: учебное пособие / Б.Х. Ланда. – М.: Спорт, 2017. – 128 с.
3. Ланда, Б.Х. Методика расчета коэффициента загруженности спортивных сооружений: учебно-методическое пособие / Б.Х. Ланда. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Советский спорт, 2013. – 36 с.

УДК 796.062

ПРОФЕССИЯ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖЕРА

Лоткова Т.Е., Фахретдинова А.Б.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье приведены результаты прикладного исследования на тему осведомленности населения г. Казани о профессии спортивного менеджера. Авторы приходят к выводу о необходимости профориентационной работы со школьниками для формирования целостного представления и устойчивого интереса к управленческой деятельности в области физической культуры и спорта.

Ключевые слова: спортивный менеджмент, физкультурно-спортивные организации.

Актуальность: по данным опроса, проведенного в 2021 году, после окончания вуза 43% молодых людей никогда не работали по специальности, а 23% имеют в опыт в своей сфере, но в настоящее время там не работают [1]. Этот факт объясняет нехватку квалифицированных управленцев и в сфере физической культуры и спорта. Так же имеет место быть проблема низкой осведомленности граждан о такой профессии как спортивный менеджер. Профессия спортивного менеджера в России до сих пор для большинства населения России остается непонятной. Исторически сложилось так, что в сфере спорта чаще всего тренеры и методисты совмещали тренировочную деятельность с управленческой. Сейчас растет количество физкультурно-спортивных организаций, в том числе и коммерческих. В связи с этим возникает необходимость в грамотном управлении спортивными организациями, а это работа спортивных менеджеров. Исходя из этого необходимо узнать об осведомленности населения о спортивном менеджменте для дальнейшей популяризации этой области профессиональной деятельности [2].

Цель исследования: определение осведомленности населения о профессии спортивного менеджера.

Методы исследования: анализ литературы, интервьюирование.

Результаты исследования и их обсуждение. В ходе исследования были изучены материалы по теме высшего образования в России и спортивного менеджмента. В современной науке под «менеджментом» понимается процесс управления сотрудником, отделом, организацией. Спортивный менеджмент как вид профессиональной деятельности начал появляться в связи с повышением конкуренции в области физической культуры и спорта.

Весной 2023 года на спортивных объектах города Казани был проведен опрос, в котором приняло участие 200 человек. Для интервьюирования мы выделили две группы людей разного возраста, которые имеют отношение к сфере физической культуры и спорта. Опрошенные первой группы сами посещают спортивные секции, это подростки от 16 до 18 лет (N=100). Опрошенные из второй группы – лица от 25 до 45 лет, чьи дети посещают спортивные секции (N=100).

Первый вопрос заданный в ходе анкетирования касался осведомленности респондентов о профессиях, связанных со спортом (рис. 1).

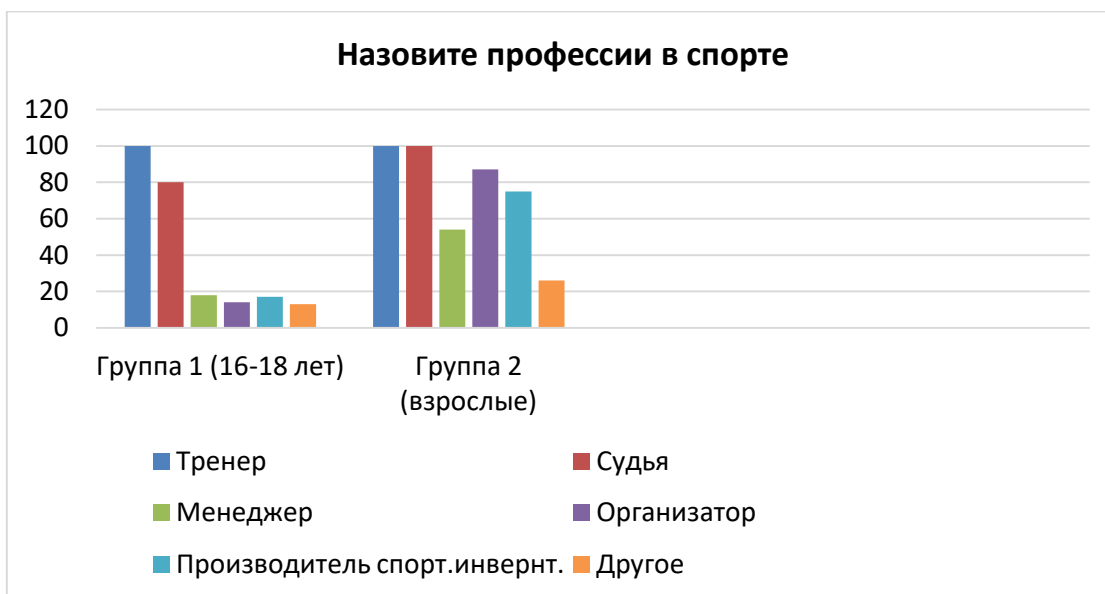


Рисунок 1 – Осведомленность респондентов о профессиях в спорте, %

По полученным результатам видно, что подростки в 16-18 лет имеют очень размытое представление о том, как устроена индустрия спорта. Низкая осведомленность о спортивном менеджменте может стать причиной нехватки квалифицированных сотрудников этой сферы в дальнейшем.

Второй вопрос был направлен на выяснение представлений респондентов о том, кто же такой спортивный менеджер (рис. 2).

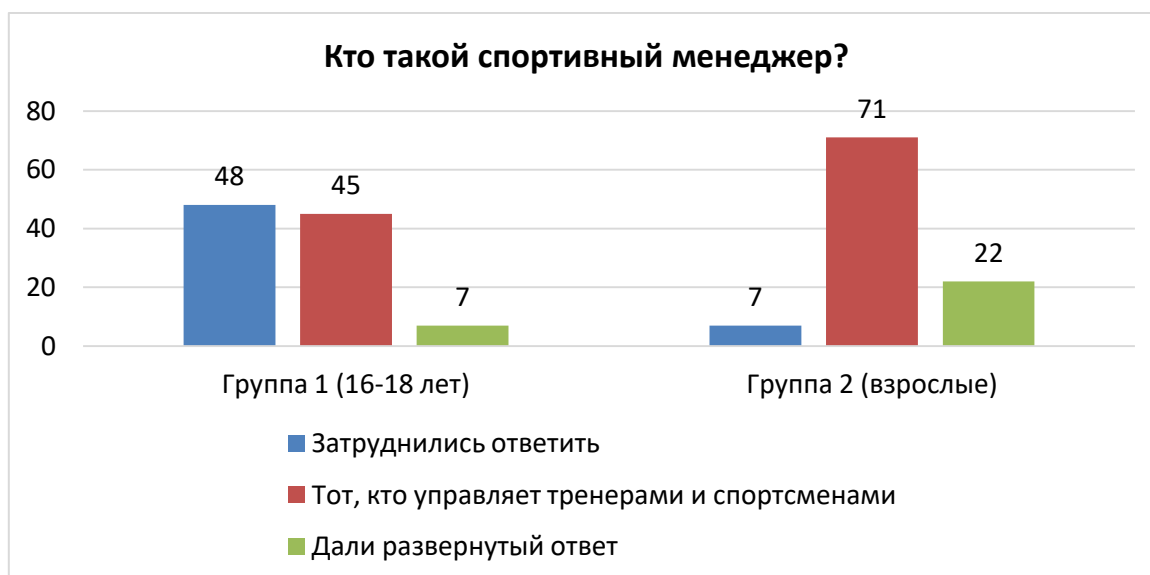


Рисунок 2 – Осведомленность респондентов о профессии спортивного менеджера, %

По ответам на второй вопрос видно, что в обеих группах лишь небольшое количество опрошенных смогли дать развернутый ответ (рассказали какое имеет образование и перечислили более 3 функций, которые может выполнять спортивный менеджер). Среди большинства подростков оказалось затруднительным ответить на этот вопрос.

Третий вопрос звучал так: «Кто управляет спортивными организациями, организует соревнования?» (рис. 3).

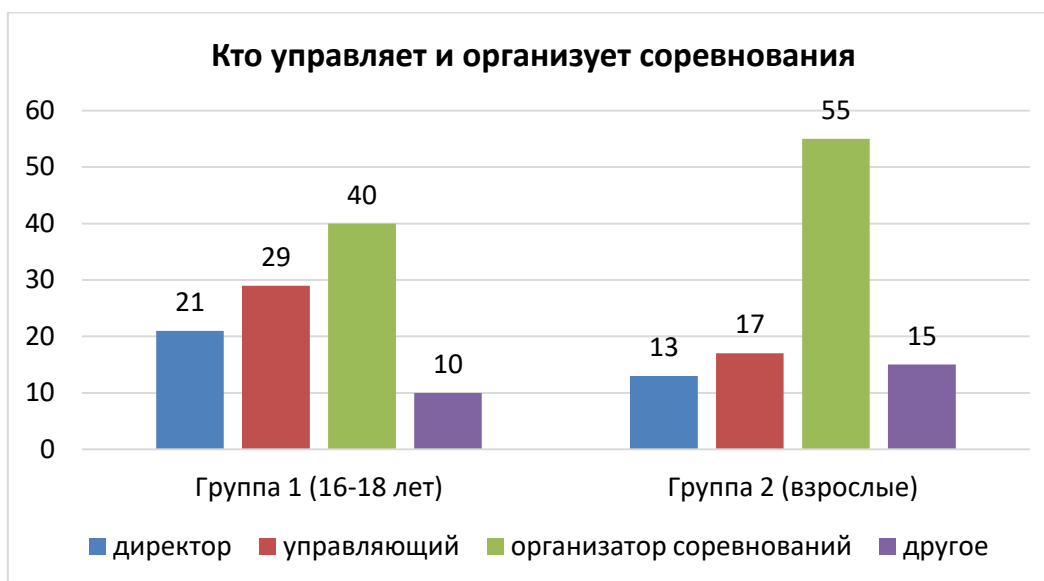


Рисунок 3 – Распределение ответов на вопрос: «Кто управляет и организует соревнования?», %

Обсуждение третьего вопроса показало, что в целом люди понимают, как организована система управления в спортивных организациях, но путаются в профессиях и терминах. Исходя из данных опроса мы определили, что взрослые намного больше осведомлены о структуре управления физкультурно-спортивными организациями, что свидетельствует о нехватке предпрофильной подготовки у подростков. Для повышения интереса молодежи к такой профессии как спортивный менеджер необходимо проводить работу по ознакомлению молодых людей со спецификой и возможностями данной профессии.

Выводы. Спортивный менеджмент нуждается в популяризации среди населения, особенно среди школьников, для того, чтобы заинтересовать их в этой профессии и после обучения в вузе получить высококвалифицированных управленцев в области физической культуры и спорта.

Список литературы

1. Федотова Е. Почему так много россиян работают не по специальности / Е. Федотова. – Текст: электронный // Ведомости, 2021. – URL: <https://www.vedomosti.ru/career/articles/2021/09/06/885470-rabotayut-spetsialnosti> (дата обращения: 20.04.2023).
2. Центр спортивного менеджмента экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова: официальный сайт. – 2023. – URL: <https://sm.econ.msu.ru/about/> (дата обращения: 03.05.2023).

УДК 796.075.4

РЕКЛАМНЫЙ КОНТРАКТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ФУТБОЛЬНОГО КЛУБА

Мавлявиева Р.Р., Агеева Г.Ф.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Статья посвящена специфике рекламного контракта профессионального футбольного клуба на примере АНО ПФК «Арсенал» г. Тула. В работе проведен анализ показателей рекламного пакета услуг для спонсоров и выявлены сильные и слабые стороны рекламной кампании футбольного клуба.

Ключевые слова: стратегия, маркетинг, реклама, спонсор, футбол, услуга.

Актуальность. В настоящее время футбол является мировым спортивным феноменом. Сегодня спортивным футбольным клубам приходится оперативно конкурировать на мировой арене с точки зрения привлечения и поддержания новой аудитории, увеличения зрелищности. Именно поэтому для успешной деятельности профессиональных команд важно не только достижение спортивных целей, но и обеспечение финансовой устойчивости.

Цель исследования: проанализировать рекламный пакет услуг профессионального футбольного клуба АНО «ПФК «Арсенал».

Методы исследования: анализ литературных и интернет-источников; наблюдение.

Результаты исследования и их обсуждение. Основную финансовую прибыль футбольным клубам приносит непосредственно спонсорское сотрудничество.

Стандартный спонсорский пакет должен представлять определенную категорию мероприятий и указывать различные спонсорские возможности и права. Кроме того, в нем должен быть подробный список услуг и их стоимость для каждого спонсора. Во многом оценка позиции является лишь приблизительной, но она позволяет добиться большего эффекта и эффективности на этапе переговоров со спонсором.

Исходя из информации на официальном сайте АНО «ПФК «Арсенал», у клуба 16 официальных спонсоров (рис. 1), 4 из которых являются партнерами МЕЛБЕТ-Первой Лиги, в которой выступает тульская команда.

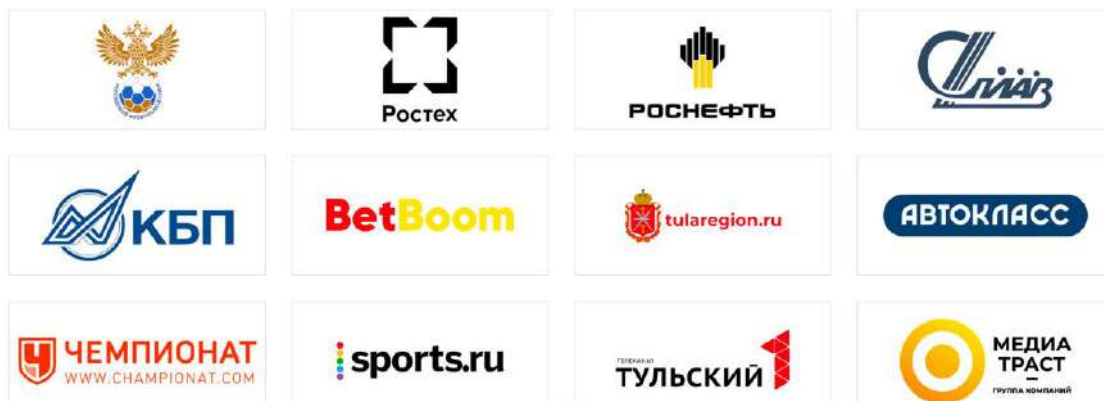


Рисунок 1 – Официальные спонсоры
АНО «Профессиональный футбольный клуб «Арсенал»

Рекламный пакет спонсора должен содержать все упоминания спонсорской организации как в период анонсирования, так и в течение всего проекта. В нем необходимо указать, где и по какому порядку должны быть перечислены названия организаций-спонсоров, а также перечислить все рекламные мероприятия, публикации о спонсируемом проекте и внутренние события. Также необходим полный перечень рекламной литературы, флаеров, отчетов, буклетов, билетов, визитных карточек и интернет-материалов.

Рассмотрим рекламный пакет услуг, предоставляемый АНО ПФК «Арсенал» Тула официальному спонсору (табл. 1) (данные организации стоимость услуг зашифрованы в рамках пункта о конфиденциальности спонсорского договора).

Таблица 1 – Отчет об оказании услуг официальному спонсору в соответствии с Договором от 15.11.2019 г. АНО «Профессиональный футбольный клуб «Арсенал» в период с 01.07.2021 по 30.09.2021 г.

№ п/п	Наименование	Площадки	Аудитория (за год)
1	Логотип	На официальном сайте ПФК «Арсенал» в сети Интернет: http://arsenaltula.ru/	766 474 (просмотры сайта)
2	Рекламная информация на LED панелях по периметру поля во время домашних матчей	Телевизионные трансляции домашних футбольных матчей ПФК «Арсенал» на ТВ (Матч ТВ, Матч Премьер, Sportbox) за 4 матча.	9 273 541 (просмотры)
		LED-система по периметру поля во время домашних матчей Чемпионата России по футболу размер 1*230 м за 4 матча.	7 632
3	Баннер на второй рекламной линии, которая находится непосредственно за LED панелями	Телевизионные трансляции домашних футбольных матчей ПФК «Арсенал» на ТВ (Матч ТВ, Матч Премьер, Sportbox) за 4 матча.	9 851 634
		Баннер на второй рекламной линии, в кол-ве 2 шт. размером 1*5 м. За 4 матча.	7 632
5	Табло в чаше стадиона	Размещение рекламного ролика с логотипом Спонсора на видеотабло центрального стадиона до начала, в перерыве и по окончании матча. Хронометраж 15 сек. За 4 матча.	7 632
7	Информация о партнере в официальной печатной продукции к домашним футбольным матчам ПФК «Арсенал»	Официальная печатная продукция к домашним футбольным матчам ПФК «Арсенал» Размещение рекламного модуля в программках (1 полоса размером: 170*241 мм) к матчу.	2 000

По каждому пункту рекламного пакета ПФК «Арсенал» дает информацию: о наименовании; о площадках, где будет показана информация о Спонсоре; об аудитории (тираж, посетители, просмотры сайта, просмотры ТВ); об источнике; о стоимости услуги (в нашем случае – конфиденциально).

В таблице приводится подробный спектр предоставляемых услуг, а именно:

- логотип организации, размещаемый клубом на официальном сайте команды в разделе «Спонсоры» (рис. 1) и на электронных афишах;

- рекламная информация на LED панелях по периметру поля во время домашних матчей – одно из самых востребованных предложений, так как панели видят не только болельщики на стадионе, но и зрители ТВ-трансляций, число которых значительно больше;

- рекламная информация на баннере на второй рекламной линии – расположен за LED панелями, собирает максимальное количество просмотров;

- размещение рекламного ролика спонсора на табло в чаше стадиона – данная услуга является одной из самой зрелищной, так как табло имеет большие размеры и хорошо просматривается с каждой трибуны. Также на стадионе современное музыкальное оборудование, которое качественно передает звук. Но, так как мероприятие несет спортивный характер, во время игры на табло показывается только счет, рекламные ролики можно увидеть только до и в перерыве матча;

- информация о партнере в официальной печатной продукции к домашним футбольным матчам «Арсенала» – представляет собой журнал из 36 страниц, в котором размещена вся информация о предстоящем матче, составах обеих команд, логотипы и реклама партнеров. По желанию спонсор может предоставить скидку на свои услуги эксклюзивно для читателей журнала. Стоимость журнала составляет 150 рублей и продается в фирменном магазине атрибутики клуба в день матча.

Рассматривая вышеприведенные данные отчета об оказании услуг спонсору, мы можем найти слабые точки спонсируемой организации и наиболее преимущественные пункты и проанализировать данные показатели.

Выводы. Соответственно, анализируя отчет, слабая точка спонсируемой АНО ПФК «Арсенал» Тула – показатель по просмотру официальной печатной продукции (предматчевых журналов), выпускаемых к домашним матчам тульской команды. Данный показатель равен всего 2000 человек в среднем в год, что значительно ниже других показателей по количеству человек. Поэтому данная услуга не имеет большой выгоды для спонсора.

А наиболее преимущественная услуга для Спонсора – баннер на второй рекламной линии, которая находится непосредственно за LED панелями, так как показатель по аудитории зрителей на трибуне совместно с просмотром матчей по ТВ является одним из самых высоких, и еще один из выгодных факторов данной услуги – низкая цена на нее.

Учитывая вышесказанное, мы можем сказать, что подобные спонсорские соглашения считаются самой выгодной отраслью для профессиональных команд.

Список литературы

1. Алешина, И.В. Связи с общественностью / И.В. Алешина. – М.: ГАУ, 2011. – 190 с.
2. Вакалова, Л.Г. Экономика в физической культуре и спорте: Учебное пособие для ин-тов физ. Культуры / Л.Г. Вакалова. – Краснодар: КубГАФК, 2013. – 400 с.
3. Мейтленд, Ян. Рабочая книга PR-менеджера / Я. Мейтленд. – СПб.: Питер, 2011. – 176 с.

УДК 005

ВНЕДРЕНИЕ НОВОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ УСЛУГИ В СПОРТИВНОЙ ШКОЛЕ

Мазитова Д.М.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Данная статья раскрывает актуальность исследования организации коммерческих услуг в муниципальных бюджетных учреждениях. Приводится расчет окупаемости новой коммерческой услуги физкультурно-спортивной направленности.

Ключевые слова: физкультурно-спортивная услуга, менеджмент, спортивный менеджмент, конькобежный спорт.

Актуальность. На современном этапе развития физкультурно-спортивных организаций оказание платных услуг в муниципальных бюджетных учреждениях является одним из важных источников финансирования. Бюджетные организации вправе осуществлять приносящую доход деятельность, если она служит достижению целей, прописанных в уставе. Проблема финансирования всегда была и будет актуальна для спортивных школ, которые организуют предоставление коммерческих физкультурно-спортивных услуг для населения.

В данной статье мы рассмотрим эффективность внедрения коммерческой услуги в муниципальном бюджетном учреждении «Спортивная школа олимпийского резерва «Трудовые резервы» (далее – МБУ «ФСО «СШОР «Трудовые резервы»»).

Цель исследования: разработка и апробация коммерческой услуги для привлечения внебюджетных средств в спортивную школу (на примере МБУ «ФСО «СШОР «Трудовые резервы»» г. Казани).

Методы исследования: в ходе исследования были использованы следующие научные методы: анализ научно-методической литературы, анкетирование, метод математической статистики.

В ходе исследования был проведен анализ научно-методической литературы, ее изучение и краткое описание. В ходе нашей работы было проанализировано 30 литературных источников научного, учебного и учебно-методического материала.

Также нами было проведено анкетирование родителей детей дошкольного и школьного возраста с целью выявления готовности родителей отдавать своих детей на спортивные секции.

Методы математической статистики были использованы для оценки эффективности внедренной услуги.

Результаты исследования и их обсуждение. МБУ «СШОР «ФСО «Трудовые резервы»» (далее – учреждение) создано путем слияния трех организаций: МБУ «СШОР Вахитовского района г. Казани», МБУ «СШОР Грация» и МАУ СОК «Стадион Трудовые резервы». Объединение данных организаций произошло 1 февраля 2023 года. Учреждение на основании устава вправе предоставлять коммерческие услуги.

Нами была разработана, внедрена и оценена коммерческая привлекательность новой услуги для детей дошкольного возраста: катание на коньках и роликах. В ходе исследования было выявлено, что в Казани нет ни одной

школы по конькобежному спорту для детей дошкольного возраста – что является преимуществом для нас.

Так как в МБУ «СШОР «ФСО «Трудовые резервы»» базируется отделение по конькобежному спорту, подразумевается наличие необходимых условий и кадрового состава для внедрения данной коммерческой услуги: с ноября по март есть условия для проведения платных занятий на ледовой арене на коньках, с апреля по октябрь – условия для проведения занятий в зале и на дорожках с резиновым покрытием на роликовых коньках.

На экономическую эффективность, в нашем случае, большое влияние оказывает количество приобретенных абонементов. Чем больше абонементов будет приобретено, тем больше доходов получит учреждение от предоставления данной услуги и обеспечит стабильное развитие конькобежного спорта в городе Казани.

Запуск разработанной нами услуги был осуществлен в октябре 2022 года и на сегодняшний день ведется набор детей в группу дошкольного возраста. Стоимость абонемента на 8 занятий составляет 2000 рублей в месяц. Кроме того, так как многие потенциальные клиенты еще не знакомы с нашей услугой, а многие дети еще ни разу не стояли на коньках, нами была предложена пробная бесплатная тренировка.

Для рекламы новой услуги нами был выбран Telegram-канал «Дети в Казани» – информационный канал, целевую аудиторию которого составляют мамы в возрасте от 27 до 45 лет. Первый пост об услуге вышел 7 ноября 2022 года. Данный пост посмотрели 1900 человек, 40 из которых перезвонили, 11 записались на пробную тренировку. Таким образом, мы выявили, что данный канал распространения подходит для продвижения нашей услуги. И приняли решение о приобретении рекламы каждое 7 число нового месяца. Таким образом, за 6 месяцев на рекламу было потрачено 12000 рублей (2000 руб. * 6 месяцев = 12000 руб.).

Далее, мы решили проанализировать динамику количества детей, занимающихся с октября 2022 года по апрель 2023 года, результаты анализа представлены на рисунке 1.

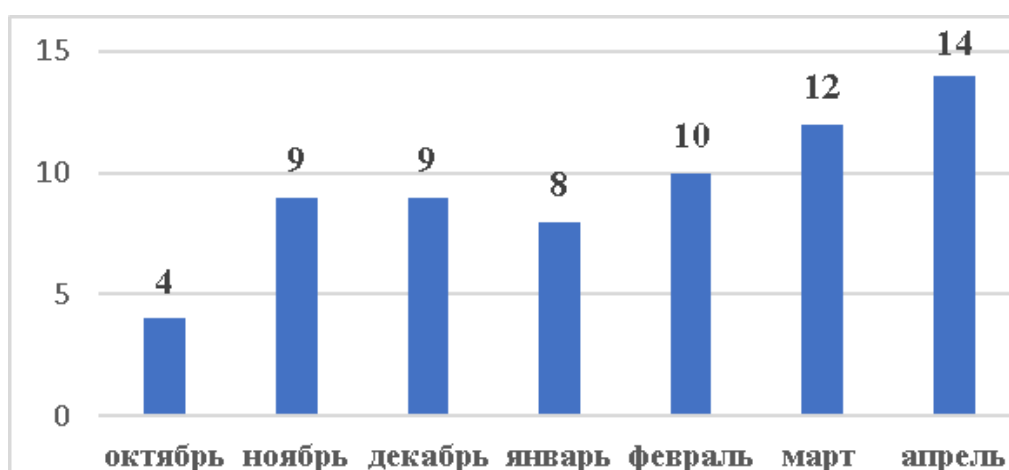


Рисунок 1 – Число занимающихся в платной секции «Катание на коньках и роликах» с октября 2022 г. по апрель 2023 г., чел.

На основании полученной диаграммы можно сделать вывод, что наши расчеты оказались верны, услуга является востребованной среди населения.

Таблица 1 – Прибыль за 7 месяцев

Месяц	Кол-во приобретенных абонементов	Сумма (2000 руб. * кол-во приобретенных абонементов), руб.
Октябрь	4	8000
Ноябрь	9	18000
Декабрь	9	18000
Январь	8	16000
Февраль	10	20000
Март	12	24000
Апрель	14	28000
Итого за 7 месяцев	66	132000
Прибыль с учетом вычета з/п тренера		66000
Прибыль с учетом затрат на рекламу		66000 – 12000 = 54000

Для оценки коммерческой эффективности предложенной нами услуги, мы отследили рост дохода от ее реализации на протяжении нашего исследования. В итоге нами было получено 132 тыс. рублей за 7 месяцев, без учета заработной платы тренеру (табл. 1). Согласно положению об оказании платных услуг в МБУ «СШОР «ФСО «Трудовые резервы»», тренеру отчисляется 50%, остальные 50% организация вправе оставить себе на различные траты, предусмотренные данным положением.

Таким образом прибыль с учетом всех затрат и налоговых отчислений составила 54000 руб.

Оценку эффективности внедренной услуги была рассчитана через окупаемость инвестиций (ROI) по формуле:

$ROI = (\text{Прибыль} - \text{Потраченный бюджет}) \div \text{Потраченный бюджет} \times 100\%$.

В данной формуле за потраченный бюджет мы взяли траты за рекламу:

$ROI = (54000 - 12000) \div 12000 \times 100\% = 350\%$.

Это означает, что за 6 месяцев вложения в рекламу услуга окупилась втрое.

Выводы. Внедрение новой услуги «Общая физическая подготовка с элементами конькобежного спорта» в «МБУ «СШОР «ФСО Трудовые резервы»» оказалось эффективным: услуга пользуется спросом у населения и приносит доход внебюджетной деятельности спортивной школы.

Список литературы

1. Приказ Министерства спорта РФ от 16.11.2022 N 995 «Об утверждении федерального стандарта спортивной подготовки по виду спорта «конькобежный спорт»» [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1300260939?marker=6520IM> (дата обращения: 20.04.2023).

2. Справочник руководителя: оказание платных услуг в культурно-досуговых учреждениях: особенности организации. Методические рекомендации/ МКУК «Сургутская районная централизованная клубная система», 2020. – 41 с. Текст: непосредственный.

УДК 796.062

НЕКОТОРЫЕ СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЛЮБИТЕЛЬСКОЙ ХОККЕЙНОЙ ЛИГЕ

Максимов С.Д.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются важные вопросы, связанные с применением цифровых технологий в деятельности любительской хоккейной лиге. Приведены данные опроса менеджеров и игроков лиги на предмет их отношения к перспективам цифровых технологий в организации любительского хоккея, дана оценка наиболее значимым инновациям в области цифровизации хоккея.

Ключевые слова: цифровые технологии, хоккей, любительский хоккей, любительская хоккейная лига.

Актуальность. Для успешного развития любительского спорта большое значение имеет управление им со стороны соответствующих спортивных лиг. Последние не только вносят организационное начало в любительский хоккей, но и способны поднять его на новый уровень, в том числе за счет применения современных цифровых технологий как в процессе проведения игр, так для эффективного взаимодействия команд, которые благодаря цифровизации получают новые возможности работы с болельщиками и зрителями [2]. Поэтому изучение вопросов, связанных с применением цифровых технологий в деятельности хоккейных команд и лиг приобретает сегодня особо важное значение.

Цель исследования: обосновать основные направления совершенствования управления изменениями в деятельности любительской хоккейной лиги с учетом требований применения современных цифровых технологий.

Методы исследования. В ходе исследования было проведено анкетирование представителей целевой аудитории по вопросам, затрагивающим различные аспекты применения цифровых технологий в любительской хоккейной лиге, регламента, положения о соревнованиях, и с какими трудностями пришлось столкнуться. В анкетировании участвовали менеджеры Региональной хоккейной лиги, игроки команды «Торнадо», принимающие участие в турнирах РХЛ. Кроме того, был использован метод интервью с руководством лиги.

Результаты исследования и их обсуждение. Любительской хоккейная лига «Региональная хоккейная лига, филиал Казань» образовалась в 2019 году и впервые была заявлена на сезон 2019-2020 гг. С самого начала своей деятельности руководство лиги проявила интерес к цифровым технологиям.

В этом контексте было проведено анкетирование целевой аудитории, отдельные результаты которого представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты анкетирования целевой аудитории

Вопросы	Ответ «да»	Ответ «нет»
Присутствуют ли в деятельности хоккейной лиги цифровые инструменты?	100%	0%
В полной ли мере использование цифровых инструментов устраивает всех участников спортивных отношений?	19%	81%
Считаете ли вы, что цифровизация в вашей хоккейной лиге является достаточной?	9%	91%
Считаете ли вы, что для более эффективной работы и более высоких результатов необходимо развитие цифровизации в вашей хоккейной лиге?	100%	0%

Источник: собственные исследования

Из данной таблицы следует, подавляющее большинство респондентов поддерживает идею большей цифровизации любительского хоккея.

По результатам интервью с экспертами в области любительского хоккея определены наиболее привлекательные и перспективные цифровые решения в проведении хоккейных игр и матчей [3].

К ним, прежде всего, относится так называемая интеллектуальная шайба, которая используется во время хоккейных матчей для получения данных и статистики о скорости и перемещениях шайбы.

Другой значимой цифровой инновацией выступает аппаратная инфраструктура, служащая для отслеживания движений игроков. Современная ее версия состоит из локаторов (8 единиц), сервера (например, DELL PowerEdge T), PoEswitch (например, Cisco), специального кабеля и сетевого маршрутизатора (Ubiquiti EdgeRouter). При этом план расположения установки составляется индивидуально для каждого катка в соответствии со спецификой различных катков.

Еще одно цифровое новшество в организации хоккейных игр и соревнований – метки хоккеистов. При использовании этого цифрового инструмента каждый игрок должен носить личную бирку, которая позволяет отслеживать их скорость и передвижение очень точно и в режиме реального времени. Бирка несколько не мешает движениям хоккеиста, так как имеет размер примерно с почтовую марку и весит всего 6 граммов, включая батарейку.

Таким образом, в рамках рассмотренных преимуществ цифровизации и основных трендов в хоккейной сфере, можно выделить направления применения современных цифровых технологий в организационной деятельности «Региональной хоккейной лиги».

Сегодня деятельность любой спортивной лиги трудно представить без собственного сайта. Не является исключением из этого правила и любительская хоккейная лига. Собственный сайт повышает узнаваемость спортивной лиги, позволяет привлечь дополнительное внимание, заинтересовать больше спонсоров, а также, создает условия размещения рекламы от партнеров, что важно с точки зрения получения лигой дополнительного дохода.

Существуют разные подходы к созданию сайтов любительских хоккейных лиг [1]. Для рассматриваемой любительской хоккейной лиги наиболее приемлемым

представляется использование сервиса join.hockey. Данный сервис предусматривает бесплатное создание веб-сайта всего за несколько минут без услуг программистов, что для любительской хоккейной лиги является большим преимуществом в силу ограниченности финансовых ресурсов.

Выводы. Современные цифровые технологии позволяют организовать работу любительской хоккейной лиги на качественно новом уровне. Применение технических средств, основанных на цифровых технологиях, в процессе любительских хоккейных игр, делают их по зрелищности и характеру организации сопоставимыми с играми в профессиональной хоккейной лиге, что, безусловно, повышает привлекательность любительского хоккея как для спортсменов-любителей, так и зрителей. Создание собственного сайта любительской хоккейной лиги с использованием сервиса join.hockey также будет способствовать успешной деятельности лиги.

Список литературы

1. Борисов, Д.Г. Цифровизация в современном спорте / Д.Г. Борисов, Е.С. Ивановская, А.К. Боровая. – Текст: непосредственный // Лучшая студенческая статья 2021: сборник статей XI Международного научно-исследовательского конкурса, Пенза, 25 ноября 2021 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2021. – С. 192-194.
2. Евстафьев Э.Н. Спортивно-событийный туризм в контексте маркетинга / Э.Н. Евстафьев. – Текст: непосредственный // Научное обозрение: теория и практика. – 2020. – Т. 10. – № 11 (79). – С. 2684-2692.
3. Егорова Н. М. Цифровизация российского спорта: проблемы и перспективы / Н. М. Егорова. – Текст: непосредственный // Лучшая студенческая статья // Известия СПбГЭУ. – 2022. – №4 – С. 66-69.

УДК 796

МЕНЕДЖЕРСКИЕ ПРОБЛЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ МИНИ-ФУТБОЛОМ В РОССИИ

Малиновский А.В., Кижяев И.В., Димитров И.Л.

Московская государственная академия физической культуры
Малаховка, Россия

Аннотация. Актуальность связана с исследованием возможностей, при которых управление мини-футболом в нашей стране выйдет на более качественный уровень, ведь для развития этого вида спорта есть все предпосылки, при том, что наша страна одна из лучших в этом виде спорта во всем мире.

Ключевые слова: мини-футбол, РФС, АМФР, «Суперлига», «Высшая лига».

Актуальность. Мини-футбол в современном мире один из самых быстроразвивающихся видов спорта. У него есть все возможности стать Олимпийским видом спорта. Он также активно развивается и в нашей стране, для этого ему сопутствуют все условия. Однако у мини-футбола в нашей стране есть ряд некоторых проблем, которые препятствуют дальнейшему развитию этого вида спорта. И чтобы он развивался эти проблемы нужно решить.

Цель исследования: выявить варианты решений, которые помогут исправить существующие проблемы мини-футбола в России.

Методы исследования: анализ, подбор и изучение литературы, описание, статистический анализ.

Результаты исследования и их обсуждение. Самая главная проблема мини-футбола в России за последние 10 лет – постоянное уменьшение количества клубов, участвующих в высшем дивизионе – «Суперлиге». В сезоне 2014/2015 году в чемпионате было 14 команд, в сезоне 2015/2016 играли 12 клубов, в сезоне 2016/2017 – 11, в сезоне 2018/2019 – 10, в сезоне 2019/2020 – 9. Наблюдается регресс на постоянное уменьшение команд. В нынешнем сезоне 2022/2023 количество участвующих команд увеличилось до 10 команд.

Очень много команд не принимают участие в «Суперлиге» не из-за высокой спортивной конкуренции, которая их там ожидает. Главная проблема в больших финансовых взносах, которые нужны для того, чтобы команда приняла участие в чемпионате. В начале сезона 2021/2022 года взнос с каждой команды был в размере 3,8 миллионов рублей, плюс к этому, каждая команда должна заплатить взнос за легионеров. За одного легионера команды платят около 500 тысяч рублей. Эти деньги идут в АМФР. Однако организацией матчей, оплатой зарплатной платы судей занимается принимающая команда. В свою очередь АМФР все эти взносы распределяет на проведение своих крупных проектов, таких как «Мини-футбол – в школу», «Мини-футбол – в вузы» и «Академия футзала». Эти деньги не поступают в распоряжение команд, которые внесли их. Поэтому многие клубы принимают решение участвовать во втором по значимости дивизионе – «Высшей лиге», так как взносы в нем значительно меньше. Хотя есть и случаи, когда команда на протяжении многих лет выступала в «Суперлиге», но со временем из-за постепенного увеличения взносов она вынужденно перемещалась в «Высшую лигу». Как пример, самый титулованный российский мини-футбольный клуб – московское «Динамо»,

выигрывавший «Суперлигу» 11 раз. Однако в 2017 году у клуба начались финансовые проблемы, из-за которых участие в Суперлиге было невозможно из-за больших взносов.

Такие ситуации не должны возникать, так как это очень сильно влияет на статус мини-футбола в России. В данной ситуации есть несколько вариантов решений этой проблемы. Первый – АМФР нужно уменьшить эти взносы, так как они только увеличивают расходы клубов и никак не влияют на развитие чемпионата. Уменьшение размера взносов никак не скажется на финансировании «Суперлиги», так как у этого чемпионата имеется большое количество спонсоров. Второй – стимулировать команды из «Высшей лиги» принимать участие в «Суперлиге» за счет призовых денег, которые команды будут получать не только за победы в чемпионате и кубке, как это происходит сейчас, но и просто за участие в чемпионате. Эта система работает во многих зарубежных чемпионатах. Есть также вариант, при котором «Суперлига» перейдет в управление РФС и тогда этих взносов не будет, и РФС будет полностью заниматься организацией всех матчей, таким образом, клубы перестанут тратить деньги на проведение домашних матчей.

Следующая проблема мини-футбола в России – частое разорение клубов в течение сезона. Данная ситуация очень негативно сказывается на уровне и статусе всего чемпионата. В прошлом году с участия в «Суперлиге» снялся самарский мини-футбольный клуб «Динамо-Самара», а в «Высшей лиге», втором по значимости чемпионате страны, снялись сразу две команды: московский «Спартак» и ставропольский «Голден Игл». Снятие команд чаще всего происходит из-за финансовых проблем. Чтобы не происходило таких ситуаций, клубы должны предоставлять все данные о своих бюджетах на сезон. Так в РФС все клубы, участвующие в соревнованиях под их эгидой, должны проинформировать РФС обо всех своих доходах и спонсорах, чтобы не происходило таких ситуаций как в мини-футболе, когда команда снимается с чемпионата из-за финансовых проблем. МФК «Спартак» в сезоне 2021/2022 снялся с чемпионата в пятый раз за всю историю своего существования. В АМФР не должны давать возможность таким командам участвовать ни в «Суперлиге», ни в «Высшей лиге». Также можно добавить пункт, который будет запрещать новым командам принимать участие сразу в «Высшей лиге» или в «Суперлиге», не обращая внимание на амбициозность и финансовые возможности команды. Для начала команда должна провести как минимум один сезон в «Первой лиге» (третий мини-футбольный чемпионат в иерархии), чтобы убедиться в финансовой стабильности команды. Однако бывают ситуации, когда у команды, которая много лет участвовала в «Суперлиге», возникают финансовые проблемы. Такое возникало с МФК «Динамо», когда у титульного спонсора «Банк Югра» начались финансовые проблемы. Такую ситуацию тяжело предугадать и для предотвращения такого можно создать запасной бюджетный фонд для помощи командам, у которых будут возникать финансовые проблемы. Как же это будет работать? Команде, испытывающей финансовые проблемы, будет выделена определенная сумма, которая будет давать возможность нормально функционировать команде дальше. Если такой фонд будет создан, то взносы команд можно будет направлять в этот фонд, таким образом, команды инвестируют деньги в свое безопасное будущее. Такими различными способами можно будет бороться с разорением команд по ходу чемпионата.

Еще одна проблема отечественного мини-футбола – отсутствие у клубов прибыли с участия в чемпионате и кубке страны. Так, в прошлом сезоне у чемпионата и кубка страны был титульный спонсор – букмекерская компания «Пари», которая предоставила призовой фонд только на финальные матчи. Таким образом, заработать с участия в чемпионате и кубке получилось только у команд, занявших призовые места. Также все матчи «Суперлиги» и «Высшей лиги» транслируются на Ютьюб-канале АМФР, поэтому никакой выгоды клубам, что их матчи смотрят, нет. На основе наблюдений, мы сделали вывод, что большая часть мини-футбольных клубов получает деньги только от своих спонсоров, но этого может быть недостаточно для содержания команды. Предлагаем использовать существующий вариант этой проблемы. В РПЛ, под управлением РФС, клубы имеют несколько видов получения прибыли. Первый – в конце сезона в зависимости от места в турнирной таблице команда получает фиксированную сумму денег, то есть если команда занимает даже последнее место, то ей выплачивается определенная сумма. Второй – все команды РПЛ получают деньги с телевизионных трансляций, которые показывают на федеральном телеканале «МАТЧ ТВ».

Выводы. Таким образом, можно сказать, что у мини-футбола в нашей стране есть три основные проблемы: постоянное уменьшение количества клубов, участвующих в «Суперлиге», частое разорение клубов в течение сезона и отсутствие у клубов прибыли с участия в чемпионате и кубке страны.

Решением первой проблемы будет уменьшение или полная отмена взносов за участие в «Суперлиге», плюс к этому финансовое стимулирование клубов.

Решением второй проблемы будет создание запасного бюджетного фонда для команд у которых будут возникать финансовые проблемы в ходе чемпионата.

Третью проблему можно решить путем поиска новых спонсоров, которым будет интересно участвовать в развитии мини-футбола. Также клубы будут получать прибыль за счет продажи прав на показ их матчей.

Список литературы

1. Алешин, П.Н. Футбол под андреевским флагом о Семене Андрееве / П.Н. Алешин. – Москва : Издание Ассоциации мини-футбола России, 2019. – 302 с.
2. АМФУР. Топ-10 проблем футзала. 2020. www.sports.ru.
3. Станислав. Тотальная деградация российского мини-футбола — почему с каждым годом все хуже и хуже. 2022. <https://cyberstavka.ru>

УДК 796.034.2

СПОРТИВНАЯ КЛУБНАЯ СИСТЕМА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СТУДЕНЧЕСКОГО СПОРТА: ОСОБЕННОСТИ И ВЫЗОВЫ

Мастушкин М.М.

Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
Москва, Россия

Аннотация. Студенческий спорт становится в настоящее время не только формой привлечения к физической активности широких масс молодежи, но и инструментом подготовки спортсменов для спорта высших достижений. Студенческие спортивные клубы способны решать ряд задач, направленных как на повышение уровня физического развития и здоровья населения, так и на создание условий продолжения подготовки спортсменов после системы детско-юношеских спортивных школ.

Ключевые слова: студенческий спортивный клуб, студенческий спорт, физическая культура, физическое воспитание.

В настоящее время Россия оказалась в условиях, позволяющих говорить о необходимости коренной трансформации подхода к сбалансированному развитию системы физкультуры и спорта. Это связано, как с необходимостью выполнения национальных целей развития, утвержденных Президентом РФ в 2020 г. (первой из таких целей стало сохранение населения, здоровья и благополучия людей), так и с фактическим ограничением на участие спортсменов в соревнованиях различного уровня, проводимых, как правило, под эгидой международных ассоциаций и федераций.

В СССР и за рубежом большое внимание уделялось и уделяется развитию студенческого спорта. Например, в олимпийском плавании США основная подготовка ведется в бассейнах студенческих кампусов, а во многих командных видах спорта на Олимпийских играх выступают студенческие команды.

В период развала СССР ушли в небытие созданные заделы по использованию студенческого спорта в качестве «трамплина» для дальнейшего развития спортсменов – выпускников системы детско-юношеских спортивных школ, например в начале 90-х годов прошлого века прекратило свое существование добровольное спортивное общество (ДСО) «Буревестник» (создано в 1936 г.), под эгидой которого не только организовывались подготовка и участие студентов и преподавателей вузов в спортивных состязаниях, организованных самим ДСО, но и осуществлялось представительство спортсменов на всесоюзных и международных соревнованиях.

«Провал» в организационной работе в сфере спорта в высших учебных заведениях России в настоящее время пытаются компенсировать созданием системы всероссийских и региональных соревнований. Например, в Москве в текущем учебном году проходят очередные, XXXV Московские студенческие спортивные игры (МССИ, организатор – Московское региональное отделение общероссийской общественной организации «Российский студенческий спортивный союз»).

Однако анализ как организации, так и списка участников указанных соревнований приводят к неутешительным выводам:

1. Команды вузов, за исключением небольшого количества случаев, собираются разово, не проводят регулярных тренировок, в том числе и в результате отсутствия как собственной базы спортивных сооружений, так и скудного финансирования спортивных мероприятий.

Ярким примером является бассейн МГУ, который ремонтируется уже на протяжении нескольких лет и не позволяет сборным университета проводить полноценные тренировки на воде, тем самым срывая весь тренировочный процесс.

2. В различных вузах страны развиваются отдельные виды спорта, что является опять же следствием отсутствия собственных спортивных сооружений в кампусах, так и отсутствием средств на аренду спортивных сооружений.

3. Методика проведения учебных занятий по физкультуре крайне примитивна, одно только написание реферата по учебной дисциплине «Физкультура» вместо полноценных регулярных занятий физической культурой, как в рамках регулярного расписания, так и в секциях, чего стоит.

4. Спортивные достижения отдельных спортсменов, тренирующихся вне вузов, зачастую представляются как достижения этих вузов. Указанные спортсмены формально не выступают за команды вузов, а представлены или в индивидуальных зачетах в силу имеющейся у них на момент поступления в вуз спортивной квалификации, или представляют конкретные спортивные общества, представляющие тренировочную базу и финансово обеспечивающие участие студентов, особенно в выездных соревнованиях.

5. Участие и победы в спортивных соревнованиях высокого уровня не дают студентам преимуществ в учебном процессе, права на получение спортивных стипендий или скидок на обучение, повышение позиций в студенческих рейтингах. Наоборот, сложилась ситуация противостояния участия в спортивных мероприятиях с необходимостью обязательного посещения учебных занятий, т.е. имеющиеся формы учебной деятельности не дают возможности студентам-спортсменам «закрыть» задолженности другими формами отчетности.

В то же самое время необходимо подчеркнуть, что выполнение указанной выше национальной цели развития не возможно без полномасштабного вовлечения большинства студентов в воспитательно-спортивную работу, в то же время привлекательную для них как с точки зрения разнообразия спортивных активностей, так и с точки зрения уровней соревнований. Возможно также и создание активностей, учитывающих интересы и специфические черты современной студенческой молодежи. Одним из таких примеров стало развитие формата фиджитал соревнований.

Наиболее приемлемой формой организации воспитательно-спортивной работы со студентами, позволяющей развивать и формировать у молодежи практико-ориентированные умения и навыки, а также прививать ей здоровый образ жизни, являются студенческие спортивные клубы, которые могут быть объединены в одно или несколько студенческих спортивных обществ.

Однако, в современных реалиях наблюдается такая проблема как разобщенность студенческих спортивных клубов, которая спровоцирована отсутствием единой базовой платформы для проведения соревнований. Например, такой как NCAA (National Collegiate Athletic Association – Национальная ассоциация студенческого спорта), состоящей из 3 дивизионов (Дивизион I, Дивизион II,

Дивизион III). Целью подразделений является создание паритета и равных условий в межвузовском спорте.

В России аналог NCAA – РССС (Российский студенческий спортивный союз). Однако, в отличие от NCAA данный союз не объединяет все студенческие спортивные лиги, соревнования и вузы. В результате этого формируется разобщенность в сфере студенческого спорта, которая значительно замедляет его развитие и мешает его популяризации.

Серьезной проблемой, также, является отсутствующее или недостаточное финансирование студенческого спорта. Как правило, организация и оплата участия в спортивных соревнованиях проходит за счет собственных средств вузов и спортсменов (оплата членских взносов, взносов за участия в соревнованиях и т.д.).

Государство, в основном в лице вузов, недостаточно инвестирует в студенческие спортивные программы в связи с тем, что большее внимание уделяется развитию детско-юношеского спорта, а университеты имеют ограниченные бюджеты, выделяемые на спорт.

В последнее время, все чаще и чаще на первый план выходит такая проблема как ограниченное спонсорство. Это связано, как и с низкой заинтересованностью самих спонсоров, так и с другим довольно серьезным вызовом – недостаточной медийностью студенческого спорта.

Безусловно, нельзя не отметить и ограниченность вузовской или межвузовской спортивной инфраструктуры (см. выше).

К иным вызовам для создания системы спортивных клубов следует отнести: отсутствие осознания руководством вузов важности развития студенческого спорта по отношению к научным и учебным результатам деятельности, отсутствие анализа физического состояния студенческого и преподавательского контингента, слабая популяризация «бренда» университета через спортивные мероприятия и др.

Список литературы

1. Иванова, И.Б. Студенческий спортивный клуб как современная форма организации массовой физкультурно-спортивной работы среди молодежи в вузе. – URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/studencheskiy-sportivnyy-klub-kak-sovremennaya-forma-organizatsii-massovoy-fizkulturno-sportivnoy-raboty-sredi-molodezhi-v-vuze/viewer> (дата обращения: 12.05.2023). – Текст: электронный.

2. Королев, А.С. Развитие спортивной клубной системы России и анализ ее эффективности / А.С. Королев, О.Г.Барышникова, С.Т. Севрюков, А.О. Будовая, С.А. Истомина // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2022. – №2 (204) – С. 235-241.

3. Садовый, В.П. Студенческий спортивный клуб как эффективная форма воспитания студенческой молодежи / В.П. Садовый // Мир науки, культуры, образования. – 2017. – №6 (67) – С. 352-355.

УДК 796.06

МЕТОДЫ ФАНДРАЙЗИНГА ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ СПОНСОРА

Минневалиев И.М.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Цель статьи заключается в рассмотрении особенностей привлечения потенциального спонсора в спортивный клуб. При написании работы были сформированы методы для достижения результата по поиску спонсора в спортивный клуб.

Ключевые слова: фандрайзинг, спонсор, спортивный клуб.

Актуальность. Говоря о массовом спорте, можно сказать, что в настоящее время он испытывает наибольшие трудности с финансированием. Особенно это касается любительского спорта. Любительские клубы существуют на собственные средства и испытывают трудности с поиском финансовой поддержки. В результате взрослое российское население не всегда имеет возможность для постоянных занятий спортом, что влечет за собой ухудшение здоровья общества. Актуальность фандрайзинга для спортивных организаций в наше время очевидна, все больше и больше исследователей стремятся приспособить фандрайзинг к российской действительности.

Цель исследования: разработка методов для привлечения спонсора в спортивный клуб «Смена» г. Казань.

Методы исследования: анализ литературы.

Результаты исследования и их обсуждение. Спонсорство – это вид экономической сделки, в процессе которой происходит обмен денежных средств, товаров, услуг, работ на возможности размещения рекламы, проведения PR-мероприятий, стимулирования сбыта и др. спонсорство характеризуется исключительно коммерческими интересами [1].

Изучая деятельность футбольного клуба «Смена» была сформирована основная цель данной организации – стать первым футбольным клубом ФНЛ-2 в городе Казань. На данный момент спортивный клуб обладает налаженной организацией тренировочного процесса, успешно участвует в региональном первенстве по футболу, воспитанники клуба заключают профессиональные контракты, организация имеет свой имидж, однако присутствует необходимость в поиске надежного и стабильного источника финансирования.

Для решения данной проблемы был организован подбор компаний, потенциально-возможных для инвестирования в футбольный клуб, а также разработан спонсорский пакет, который будет предложен возможному инвестору.

Для подбора компаний-инвесторов требовалось:

- 1) определить ключевую аудиторию, которая будет интересна потенциальному спонсору;
- 2) провести анализ всех компаний города Казани, имеющих свои корпоративные спортивные команды или имеющих опыт финансирования различных спортивных проектов;

3) провести «холодные» звонки и отправить письма с предложением инвестировать в спортивный проект для каждой компании, подобранной при анализе.

В результате анализа литературы была выявлена целевая аудитория – это спортсмены, фанатские организации, болельщики и любители спорта [4].

Проведя анализ компаний, был составлен список из таких организаций как: ООО «Вамин Татарстан», ООО «Ядран-Ойл», АО «Татхимфармпрепараты», ООО «Газпром трансгаз Казань», ООО «Спортмастер», ООО «ГК Сокол», ООО «Суварстрой», ООО «Ирбис», ПАО «Ак Барс Банк», ПАО «Татнефть», ООО ГК «ГранаТ-Стан групп», ПАО «Казаньоргсинтез», ООО «ФОНКОР», ООО «Транстехсервис-Казань». Подбор списка был составлен исходя из критерия наличия у организации корпоративной спортивной команды либо имеющий опыт финансирования спортивного проекта.

Для достижения положительного результата был разработан спонсорский пакет «Титульный спонсор» стоимостью 9 миллионов рублей соглашением сторон на один год, включающий в себя:

- 1) Право спонсора на переименование футбольного клуба;
- 2) Передача спонсору полномочий непосредственного руководства клубом;
- 3) Коммерческие права спонсора;
- 4) Размещение логотипа спонсора на спортивной экипировке клуба, рекламной продукции, интернет-ресурсах, баннерах и афишах;
- 5) Возможность вовлечения игроков в рекламные компании;
- 6) Совместные акции между спонсором и командой.

Прочие условия спонсорства обговариваются индивидуально с инвестором.

Выводы. В результате исследования были сформированы методы для привлечения спонсора в спортивный клуб «Смена» включающие в себя: анализ деятельности спортивного клуба и его цели, определение целевой аудитории, подбор потенциальных спонсоров, исходя из их опыта финансирования других спортивных проектов, формирование спонсорского пакета и предложение его организациям из составленного списка.

Список литературы

1. Дуглас, А. Основные принципы фандрейзинга. Секреты привлечения денежных средств для неприбыльных организаций / Дуглас А., Карлсон К. – Днепропетровск: 2017. – 240 с. ISBN 5-93699-047-8 -Текст: непосредственный

УДК 796.065

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТИПА СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИТНЕС КЛУБА CITY FOX FITNESS

Насонов В.В.

Тюменский государственный университет

Тюмень, Россия

Болбасова Т.Н.

Московский государственный университет гражданской авиации

Москва, Россия

Аннотация. В статье определен тип стратегического развития деятельности фитнес клуба City Fox Fitness.

Ключевые слова: управление развитием фитнес клуба, стратегическое развитие деятельности фитнес клуба.

Актуальность. Модификация подхода к управлению фитнес-клубом является важнейшим конкурентным преимуществом, так как дает возможность своевременно защитить компанию от назревающих угроз со стороны внешней среды через систему продуктивного поиска сложностей выживания, а также возможностей развития. При этом усиливаются адаптивные способности предприятия, расширяется горизонт принятия управленческих решений, возрастают разнообразие и вариативность оказываемых услуг и технологий, что является обязательными составляющими устойчивого экономического роста.

На сегодняшний день фитнес-индустрия активно развивается. Для продуктивного функционирования фитнес-клуба в долгосрочной перспективе желательно быстро реагировать на изменения окружающей экономической среды. Фитнес-центрам следует иметь не только краткосрочные цели, но и четкую стратегию работы, которая отвечает следующим требованиям: каким способом, с помощью каких действий фитнес-клуб сумеет достичь своих целей в условиях изменяющегося экономического окружения.

Цель исследования: определение типа стратегического развития деятельности фитнес клуба City Fox Fitness.

Методы исследования: для изучения конкурентоспособности на рынке фитнес услуг мы использовали матрицу ADL.

Результаты исследования и их обсуждение. Нами использовалась матрица ADL, которая помогает сформировать вектор развития стратегии, задает общие установки, которые мы сможем обоснованно адаптировать к маркетинговой составляющей деятельности фитнес клуба City Fox Fitness (табл. 1, 2).

Определив степень зрелости рынка мы видим, что фитнес-клуб находится в стадии зрелости, а именно: рынок в котором находится клуб, имеет стремительное развитие, потенциал рынка незначительный, практически достиг своих максимальных позиций, зафиксировано стремительное увеличение потребителей услуг среди населения города, конкуренция устоявшаяся, количество конкурентоспособных игроков на рынке не меняется несколько лет, инвестиционная составляющая в рынок имеет постоянный характер, ценовая политика сформирована и практически не меняется.

Судя по стабильности положения клуба, мы пришли к выводу, что клуб занимает сильную позицию на рынке услуг города. То есть объем продаж хороший и стабильный (компания входит в тройку лидеров рынка), услуга отличается высоким потребительским качеством, уникальными характеристиками, которые ценятся потребителями, несмотря на невысокую цену. Риск переключения потребителей на конкурентов сводится к минимуму, а клубы входят в топ рейтингов самых известных игроков рынка.

Таблица 1 – Определение первой переменной матрицы – степени зрелости рынка

№	Вопрос	Степень зрелости отрасли, рынка, сегмента			
		стадия зарождения	стадия роста	стадия зрелости	стадия старения
Пример:	Пример. Как быстро растет Ваш рынок?	Стремительно	Умеренно	Не растет, стагнирует	Падает
		0	1	0	0
НАЧИНАЕМ ОЦЕНКУ ЗРЕЛОСТИ РЫНКА					
1	Как быстро растет рынок, на котором оперирует Ваша компания?	Стремительно	Умеренно	Не растет, стагнирует	Падает
		1	0	0	0
2	Насколько высок потенциал рынка?	Очень высокий, рынок только формируется	Умеренно-высокий	Незначительный, практически достиг пика	Потенциала нет, рынок достиг своего максимума
		0	0	1	0
3	Какова пенетрация товара или услуги среди целевой аудитории?	Очень маленькая, только формируется	Стремительно увеличивается с каждым годом	Практически вся аудитория пользуется услугой	Пользуются все, или наблюдается спад интереса к категории
		0	1	0	0
4	Оцените уровень конкуренции на рынке?	Низкий: 1-3 игрока, практически не конкурируют	Растущий: количество конкурентов постоянно растет	Устоявшийся: количество игроков не растет	Количество игроков не растет, даже снижается
		0	0	1	0
5	Уровень инвестиций в рынок увеличивается или уменьшается?	Растет стремительно	Растет умеренно	Постоянен	Снижается
		0	0	1	0
6	Оцените уровень цен на рынке?	Завышен, компании получают сверхприбыль	Снижается за счет новых игроков, угроза ценовых войн	Уровень цен сформирован и практически не изменяется.	Стабилен или снижается
		0	0	1	0
Итоговый балл		1	1	4	0

У клубов есть возможность устанавливать цены выше, чем в среднем по рынку, но конкуренты всегда могут отобрать долю компании на рынке. При использовании матрицы главное понимать, что это инструмент оценки местоположения, а не универсальное решение.

Таблица 2 – Определение второй переменной матрицы – устойчивость позиции Вашей компании в отрасли

№	Вопрос	Устойчивость позиции в отрасли, конкурентоспособность				
		доминирующая	сильная	благоприятная	неустойчивая	слабая
НАЧИНАЕМ ОЦЕНКУ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ						
1	Как бы Вы оценили динамику продаж Вашей компании на рынке?	Лидер отрасли по объему продаж. Темпы роста от низких до высоких, но устойчивые	Объем продаж хороший, устойчивый (компания входит в тройку лидеров)	Объем продаж хороший, устойчивый. Не лидер рынка, но возможно лидерство в определенных рыночных нишах	Объем продаж низкий. Постоянные колебания уровня продаж	Объем продаж низкий. Тенденция к снижению продаж
		0	1	0	0	0
2	Как бы Вы оценили конкурентное преимущество Вашей компании?	Товар или услуга компании не имеет аналогов в отрасли	Товар или услуга компании обладает высокими потребительскими качествами	Конкурентное преимущество есть, но его еще необходимо укреплять и донести до целевой аудитории	Конкурентное преимущество легко копируемо	Конкурентного преимущества нет
		0	1	0	0	0
3	Оцените уровень лояльности Ваших клиентов? Возможность их переключения на товары конкурентов?	Высокая доля лояльных потребителей	Высокая доля лояльных потребителей	Лояльность в определенной степени обусловлена уровнем цен	Лояльность отсутствует. Клиенты могут в любой момент уйти к конкурентам	Лояльность и низкая, постоянно снижается. Клиенты уходят.
		0	1	0	0	0
4	Оцените уровень знания Вашей компании, товара или услуги среди аудитории?	Самый известный товар на рынке	Компания входит в ТОП-рейтинг самых известных игроков рынка	Средний уровень знания. Не входит в ТОП	Низкий уровень знания.	Знание товара практически отсутствует
		0	1	0	0	0
5	Оцените свою свободу в установлении уровня цены на товар или услугу?	Наша компания диктует цены для всего рынка.	Руководствуемся средним уровнем цен на рынке	Свобода в установлении цен есть только для отд. групп потребителей	Практически нет свободы в установлении цен.	Цены полностью диктуются рынком
		0	1	0	0	0

6	Оцените уровень угрозы со стороны конкурентов?	Угроза отсутствует. У нас нет сильных конкурентов	Низкий уровень угрозы	Средний ур. угрозы. Высокая конкурентная борьба за клиента	Высокий ур. угрозы. В любой момент конкуренты могут отобрать у компании долю рынка	Нашу долю рынка поглощают конкуренты
		0	0	0	1	0
Итоговый балл		0	5	0	1	0

Это дает возможность систематического и обобщенного взгляда на позицию компании и помогает начать мыслить стратегически.

Выводы. Изучив матрицу стратегического планирования, мы видим, что у клуба отчетливо зафиксирована стратегия удержания позиции и сохранение доли рынка в отрасли, цели по росту продаж: удерживать рост равным росту рынка, конкурентные преимущества: сохранять на существующем уровне, инвестировать только при сокращении продаж.

Список литературы

1. Насонов, В.В. Проектирование комплекса спортивного маркетинга и основных направлений деятельности волейбольного клуба «Самотлор» / В.В. Насонов, А.А. Мальцев, А.В. Маняхин // Стратегия формирования здорового образа жизни населения средствами физической культуры и спорта: актуальные вызовы и ответы. – 2020. – С. 66-72.

2. Насонов, В.В. Эффективность PR-стратегии формирования положительного имиджа волейбольного клуба «Локомотив» (г. Новосибирск) / В.В. Насонов, А.А. Мальцев, А. Цымбал, Е.В. Шуршилина // Стратегия формирования здорового образа жизни населения средствами физической культуры и спорта: целевые ориентиры, технологии и инновации. – 2021. – С. 94-105.

УДК 659.113.62

НАТИВНАЯ РЕКЛАМА КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Нигматуллин Р.Р., Бабичева А.Е.

Поволжский государственный университет
физической культуры спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В данной статье рассматривается рекламная деятельность, вид рекламной деятельности как нативная реклама, проблема уменьшения объема продаж услуг и как следствие, предлагается программа нативной рекламной кампании в целях повышения эффективности деятельности физкультурно-спортивной организации.

Ключевые слова: рекламная деятельность, нативная реклама, эффективность.

Актуальность. В современных рыночных условиях для того, чтобы сохранить и нарастить позиции на рынке физкультурно-спортивным организациям необходимо развивать свои конкурентные преимущества. Организации стремятся максимально эффективно использовать имеющиеся в их распоряжении ресурсы с целью обеспечения конкурентных преимуществ. Внедрение новых услуг, а также разработка рекламных кампаний в организацию повысит интерес потребителей к ней, а это в свою очередь приведет к повышению эффективности и конкурентоспособности организации на рынке.

Цель исследования: разработка рекламной кампании с целью повышения эффективности деятельности АНО Дворец единоборств «Ак Барс» г. Казань.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, анкетирование.

Результаты исследования и их обсуждение. Совместно с развитием индустрии спорта и ее коммерциализацией все большую актуальность приобретает повышение эффективности деятельности физкультурно-спортивных организаций посредством рекламной деятельности [1].

В настоящее время реклама выполняет коммуникативную функцию, обеспечивая обратную связь с рынком и потребителями, контролируя сбыт услуг на рынке. В настоящее время, специалисты имеют возможность напрямую воздействовать на потребителей услуги, формировать спрос и управлять им, пользуясь продуманной и целенаправленной рекламой согласно программе и стратегии рекламы [2].

Проанализировав деятельность физкультурно-спортивной организации АНО Дворец единоборств «Ак Барс» мы определили, что она ведет внебюджетную деятельность, целью которой является извлечение прибыли. По сравнению с предыдущими годами прибыль организации уменьшилась в связи с потерей клиентов. Для выявления причин уменьшения клиентов в организации и путей их решения поэтому мы провели исследование среди 19 тренеров-преподавателей АНО Дворец единоборств «Ак Барс», которым мы задали следующий вопрос: «Как вы считаете, что могло бы увеличить поток клиентов (занимающихся детей) в организации?»

Большинство респондентов (87,5%) ответили, что информирование населения о предоставляемых услугах способствовало бы привлечению клиентов.

По сравнению с предыдущими годами в АНО Дворец единоборств «Ак Барс» произошло уменьшение потока клиентов в связи с отсутствием информированности населения о теннисных услугах, в следствие, мы сделали вывод, что разработка программы рекламной кампании может способствовать увеличению потока клиентов тем самым повысить эффективность деятельность организации. Поскольку целевой аудиторией являются родители детей, а основными потребителями услуг дети, то основой для разработки программы рекламной кампании будет являться нативная реклама, которая в настоящее время является актуальной и эффективной заменой таргетированной рекламе.

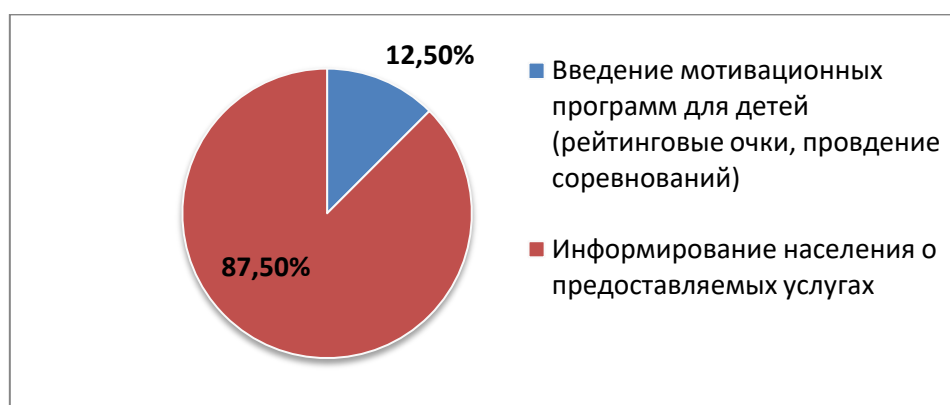


Рисунок 1 – Способы привлечения клиентов
АНО Дворец единоборств «Ак Барс»

Она позволяет направить наше рекламно-информационное сообщение целевой аудитории в виде ненавязчивого и интерактивного контента с предложением решения определенной проблемы. Она интересна пользователю и доносит преимущество продукта посредством интерактива, а не прямой рекламы. Такая реклама вовлекает и дает людям взаимодействовать на эмоциональном, а не рациональном уровне. С целью привлечения клиентов, мы разработали программу нативной рекламной кампании.

Наша программа включает в себя 4 этапа работы рекламной кампании: анализ конкурентов и целевой аудитории, подготовка площадки для продвижения, создание и настройка рекламы, анализ и корректировка, отчетность.

На первом этапе анализ конкурентов позволит разработать рекламную кампанию для выгодной отстройки оппонентов. Второй этап является основой осуществления рекламной деятельности, так как в ходе него создается аккаунт и устанавливаются параметры рекламы, ориентированные на целевую аудиторию. На третьем этапе ожидаемой эффективностью является создание рекламно-информационного сообщения, состоящего из его разработки. Четвертый этап позволяет координировать рекламную деятельность в соответствии с промежуточным полученным результатом. В результате составления отчета на пятом этапе мы должны понять, как сработала реклама, удалось ли достигнуть целей за отчетный период.

Таблица 1 – Программа нативной рекламной кампании
 АНО Дворец единоборств «Ак Барс»

Этапы программы	Действия	Ожидаемая эффективность
Анализ конкурентов и целевой аудитории	1. Определить целевую аудиторию 2. Сегментировать целевую аудиторию 3. Проанализировать рекламу конкурентов	Целевая аудитория определена с помощью опроса. Сегментирование при помощи методики: 5W. Анализ рекламы конкурентов посредством парсера.
Подготовка площадки для продвижения	1. Создать аккаунт организации в VK. 2. Разработать и создать визуал аккаунта в VK. 3. Разместить ссылку на аккаунт на сайте организации и других социальных сетях. 4. Подобрать тактику рекламы.	Подобрать тактику рекламы. Создать визуал аккаунта. Установить параметры рекламных объявлений.
Создание и настройка рекламы	1. Создание публикации, которая органично совмещает полезную для подписчиков информацию с упоминанием рекламодателя посредством интерактива. 2. Выбор параметров таргетинга с расчетом на определенную целевую аудиторию. 3. Определение графика рекламной кампании. 4. Создание объявления.	Создание и последующий запуск рекламно-информационного сообщения на площадке VK с указанными параметрами график рекламной кампании.
Анализ и корректировка	1. Изучить анализ показов в рекламном кабинете в VK. 2. Внести корректировки в рекламную кампанию.	Внесение корректировок в рекламную кампанию с целью дальнейшего повышения эффективности рекламной отдачи.
Отчетность	1. Составить отчет об эффективности рекламной кампании	Отчет в виде таблицы в Excel.

Выводы. В результате исследования на базе АНО Дворец единоборств «Ак Барс» мы выявили, что в АНО Дворец единоборств «Ак Барс» произошло уменьшение объема продаж услуг для клиентов в связи с отсутствием информированности населения о предоставляемых услугах. В связи с этим, мы разработали программу нативной рекламы и предположили, что нативная рекламная кампания может способствовать увеличению продаж услуг и в следствии увеличить

конкурентоспособность организации на рынке, которая позволит повысить эффективности деятельности физкультурно-спортивной организации АНО Дворец единоборств «Ак Барс».

Список литературы

1. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2016. – 520 с. – ISBN 978-5-7749-1135-6.

2. Степанова, О.Н. Принципы маркетинга и управления маркетинговой деятельностью в системе физической культуры и спорта / О.Н. Степанова // Теория и практика физической культуры. – 2004. – №1. – 152 с.

УДК 796/799

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОГО СПОРТА В СПОРТИВНОЙ ШКОЛЕ

Нигметзянова Э.Ф., Агеева Г.Ф.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Корпоративные спортивные мероприятия – лучший способ укрепления командного духа, улучшения коммуникаций внутри коллектива, повышения мотивации, производительности труда, а также оздоровления сотрудников. В организации могут проводиться различные мероприятия, такие как мастер-классы, соревнования по видам спорта и др. Важно, чтобы мероприятия были доступны для всех сотрудников, независимо от возраста и уровня физической подготовки.

Ключевые слова: корпоративный спорт, корпоративные мероприятия, тимбилдинг, спорт, спортивная школа, сотрудники.

Актуальность. Корпоративный спорт – это один из способов повышения мотивации и укрепления командного духа среди сотрудников организации. Спорт и физическая активность могут оказать положительное влияние на здоровье и благополучие сотрудников, а также улучшить атмосферу в коллективе. Кроме того, совместные занятия спортом могут помочь повысить результативность труда и продуктивность сотрудников.

Цель исследования: определить направления развития корпоративного спорта для сотрудников спортивной школы.

Методы исследования: анкетирование с помощью Google Формы.

Результаты исследования и их обсуждение. Корпоративный спорт – часть массового спорта, направленная на физическую подготовку, физическое развитие сотрудников организаций, объединенных отраслевой принадлежностью, государственных корпораций, органов государственной власти и органов местного самоуправления, членов их семей и на организацию и проведение физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий среди указанных работников, а также реализуемая при содействии физкультурно-спортивных обществ [1].

Корпоративный спорт может включать в себя:

- 1) организацию спортивных мероприятий, праздников и турниров для сотрудников организации;
- 2) организацию тренировочных групп и секций по различным видам спорта для сотрудников;
- 3) проведение тренингов и семинаров по управлению стрессом, формированию здорового образа жизни и других тем, связанных с физической активностью.

Анализ кадрового потенциала МБУ СШ № 6 «Бригантина» ЗМР РТ показал, что в спортивной школе работает 17 человек: директор, заместитель директора по спортивной работе, заместитель директора по АХЧ, инструктор-методист, 9 тренеров, врач и 3 человека обслуживающего персонала.

Мы распределили сотрудников по возрастному цензу. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Распределение сотрудников по возрастному цензу

	Моложе 25 лет	25-35 лет	35-55 лет	Пенсионного возраста	Всего
Штатные	2	6	3	4	15
Совместители	-	-	2	-	2

Для выявления определения направления развития корпоративного спорта было проведено анкетирование среди сотрудников спортивной школы. Общее количество опрашиваемых составило 17 человек. Анкетирование было анонимным и заполнялось сотрудниками в электронной форме. На вопрос: «Хотели бы Вы принять участие в спортивных мероприятиях со своими коллегами?» все сотрудники единогласно 100% ответили утвердительно.

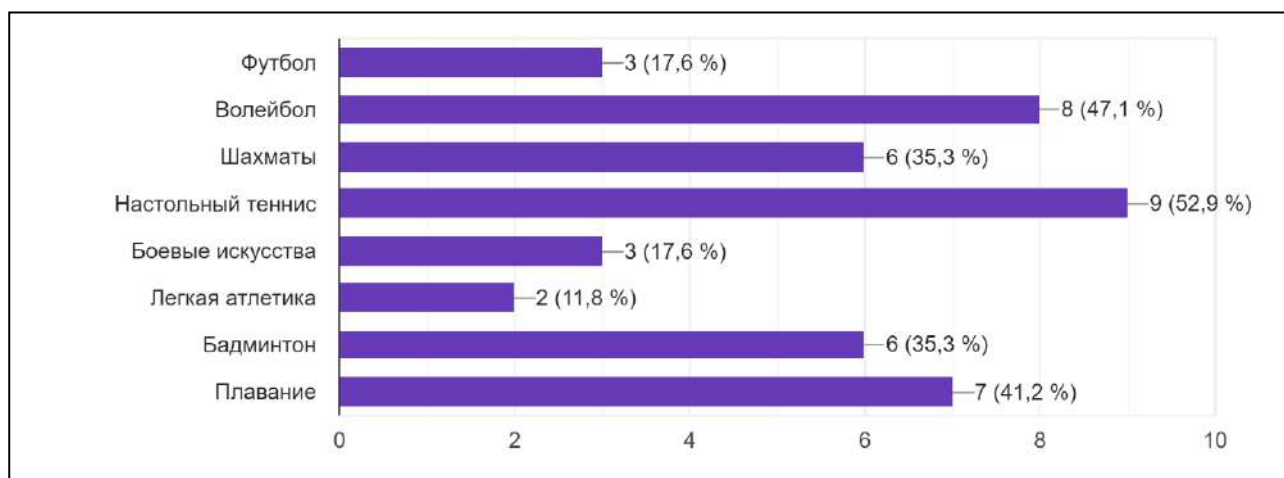


Рисунок 1 – Результаты ответов на вопрос «Какими видами спорта вы бы предпочли заниматься?»

По результатам опроса на определение направлений в занятиях физической культурой и спортом, выявлены основные виды спорта: волейбол, настольный теннис и плавание, а также игры в шахматы и бадминтон.

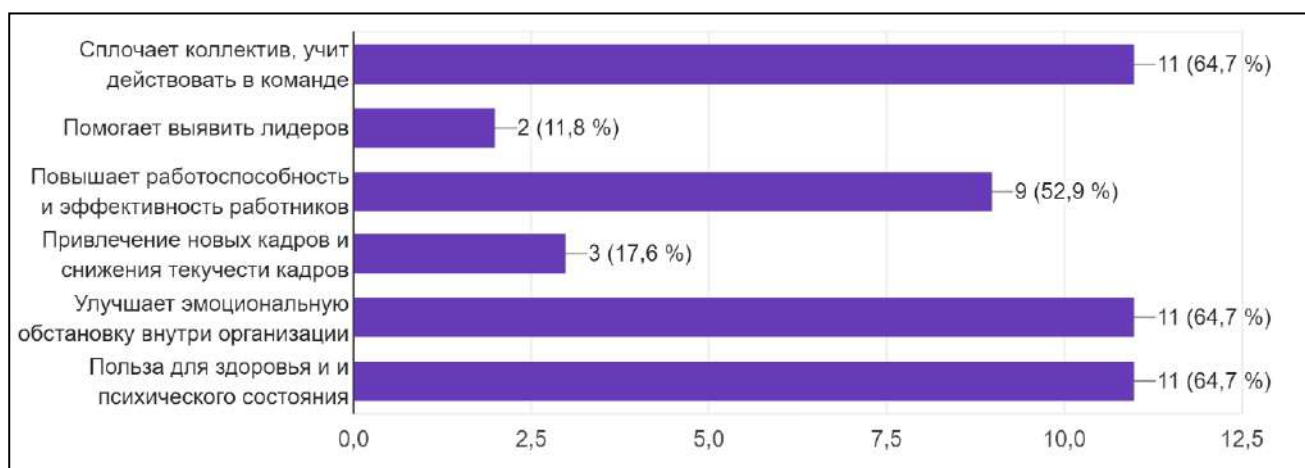


Рисунок 2 – Распределение ответов на вопрос «Как вы считаете, что относится к преимуществам корпоративного спорта?»

На рисунке 2 мы видим, что большинство сотрудников спортивной школы выбрали «сплочение коллектива и развитие навыков командной работы», «улучшение эмоциональной обстановки внутри организации», «польза для

здоровья и психического состояния», а также «повышение работоспособности и эффективности работников».

В нашем исследовании мы решили проанализировать материально-техническую базу спортивной школы, в которой ведется обучение по направлению спортивный туризм, который включает в себя следующие виды: велосипедный туризм, водный туризм, ориентирование, спортивный туризм, гребной слалом.

Согласно требованиям к материально-технической базе и инфраструктуре организаций, осуществляющих спортивную подготовку по виду спорта спортивный туризм, в школе имеется: скалодром; тренировочный спортивный зал; тренажерный зал; 2 раздевалки, душевые; медицинский пункт. Кроме того, имеется учебно-тренировочная береговая база площадью 10 г. На берегу реки имеется выход судов на воду, учебный канал для тренировок по водному туризму, кроме того, имеется оборудованная волейбольная площадка.

На основании полученных результатов, для сотрудников спортивной школы, мы разработали план корпоративных спортивных мероприятий на весь год в зависимости от времени года.

Таблица 2 – План корпоративных спортивных мероприятий

	Наименование	Дата проведения	Место проведения
1.	Новогодний турнир по настольному теннису	8 января	Спортивный зал
2.	Лыжня России	11 февраля	Лесной массив
3.	Турнир по волейболу	5 марта	Спортивный зал
4.	Веселые старты, посвященные «Дню здоровья»	7 апреля	Спортивный зал
5.	Сплав на катамаранах и байдарках	12 -14 мая	Береговая база
6.	Велосипедная гонка	17 июня	Лыжероллерная трасса
7.	Плавание на открытой воде	2 июля	Береговая база
8.	Забег, посвященный «Дню физкультурника»	12 августа	Стадион «Комсомолец»
9.	Спортивное ориентирование	17 сентября	Береговая база
10.	Футбольный матч	15 октября	Спортивный зал
11.	Залинг	19 ноября	Спортивный зал
12.	Шахматный турнир	24 декабря	Учебный кабинет

Спортивные мероприятия на свежем воздухе, которые наполнены активным отдыхом, спортивными развлечениями и конкурсами, благоприятно воздействуют на атмосферу в команде, развивают спортивные навыки и отлично тонизируют организм.

Выводы. Анализ полученных результатов выявил, что все сотрудники спортивной школы считают необходимым развитие корпоративного спорта в данной организации, вследствие чего мы определили направления развития, а также составили план спортивных мероприятий. В том числе корпоративный спорт способствует сплочения коллектива, повышения работоспособности и создания положительного имиджа организации.

Список литературы

1. Российская Федерация. Законы. О физической культуре и спорте в Российской Федерации: Федеральный закон №329-ФЗ от 4 декабря 2007 года (ред. от 02.07.2021): [принят Государственной думой 16 ноября 2007 года: одобрен Советом Федерации 23 ноября 2007 года]. – Текст: электронный // СПС Консультант Плюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/ – Режим доступа: свободный.

УДК 378.14:796

УПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКОЙ СТУДЕНТОВ ФАКУЛЬТЕТА ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ К РЕАЛИЗАЦИИ МЕТОДИКИ СПОРТИВНОГО ОТБОРА В КОНТЕКСТЕ РАБОТЫ С ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКИМ СОСТАВОМ

Николаев Г.М.

Марийский государственный университет
Йошкар-Ола, Россия

Аннотация. В статье обоснована необходимость централизованного управления процессом подготовки студентов физкультурных специальностей к реализации методики спортивного отбора в контексте работы с профессорско-преподавательским составом. Приведены примеры подобной работы и дана оценка их практической реализации.

Ключевые слова: подготовка студентов, работа с профессорско-преподавательским составом, методика спортивного отбора.

Актуальность. Подготовка студентов к решению широкого спектра профессиональных задач, развитие у студентов соответствующих компетенций, является основным содержанием деятельности системы высшего образования. основополагающим аспектом эффективности достижения целей образования, при этом, является управление качеством образования [1]. В настоящее время качество образования определяется его соответствием Федеральному государственному образовательному стандарту (в настоящее время – ФГОС ВО 3++) [2], в рамках которого фиксируется перечень компетенций, формируемых у студентов в соответствии с направлением их профессиональной подготовки. В идеале, эти компетенции должны охватывать все наиболее значимые аспекты будущей профессиональной деятельности студентов.

Одним из важных направлений деятельности специалистов в области физической культуры и спорта является реализация методики спортивного отбора [3]. Спортивный отбор является организационно сложным процессом, предполагающим проведение комплексов педагогических, медицинских, психологических и других мероприятий, направленных на выявление способностей в определенном виде спорта. При этом, спортивный отбор предполагает проведение оценочных мероприятий и анализ их результатов практически на всех этапах многолетней подготовки квалифицированных спортсменов, имея свою специфику в зависимости от вида спорта, контингента оцениваемых, этапа спортивной подготовки и пр. В настоящее время в отечественной практике физического воспитания и спорта присутствует социальный заказ на подготовку квалифицированных специалистов в области спортивного отбора.

На основе изучения научной литературы и публикаций в научных периодических изданиях, отражающих накопленный в нашей стране педагогический опыт, анализа внутренней документации ряда российских вузов, ведущих подготовку специалистов в области физической культуры, был выявлен ряд противоречий между:

- наличием социального заказа на подготовку квалифицированных специалистов в области спортивного отбора и отсутствия в образовательных

программах вузов, ведущих подготовку специалистов отдельных учебных дисциплин, касающихся методики спортивного отбора;

- осознанием необходимости изучения студентами методики спортивного отбора в междисциплинарном контексте и отсутствием согласованной деятельности в данном аспекте профессорско-преподавательского состава, ведущего обучение студентов на физкультурных факультетах.

В связи с выявленными противоречиями, актуализировались вопросы необходимости централизованного управления процессом подготовки студентов физкультурных специальностей к реализации методики спортивного отбора в контексте работы с профессорско-преподавательским составом.

Цель исследования: разработка и внедрение в образовательный процесс вуза мероприятий по управлению процессом подготовки студентов физкультурных специальностей к реализации методики спортивного отбора, ориентированных на работу с профессорско-преподавательским составом.

Методы исследования включали в себя анализ научной литературы и передового педагогического опыта, педагогический эксперимент, анкетирование.

Результаты исследования и их обсуждение. В ходе практической работы по управлению процессом подготовки студентов физкультурных специальностей к реализации методики спортивного отбора, был очерчен спектр основных задач, стоящих перед профессорско-преподавательским составом в рамках подготовки студентов к реализации методики спортивного отбора. Эти задачи включали в себя:

- разработку учебно-методического инструментария для подготовки студентов физкультурных специальностей к реализации методики спортивного отбора;

- разработку или выбор общекультурных, общепрофессиональных или профессиональных компетенций, необходимых студентам для формирования готовности к реализации методики спортивного отбора;

- разработка или выбор средств контроля формирования у студентов готовности к реализации методики спортивного отбора;

- разработка алгоритма формирования у студентов готовности к реализации методики спортивного отбора, предполагающего наличие комплексного подхода за счет реализации в педагогическом процессе межпредметных связей.

Для координации работы профессорско-преподавательского состава в области формирования готовности студентов к реализации методики спортивного отбора, способствования оптимизации содержательного наполнения отдельных учебных курсов информацией о методике спортивного отбора и осуществления межпредметных связей в данной области, были разработаны программы дополнительного образования для педагогов высшей школы.

Обе программы дополнительного образования рассчитаны на специалистов с высшим и средним педагогическим образованием, осуществляющих подготовку студентов по направлению «Физическая культура». Программы могут быть реализованы как в очной, так и в дистанционной форме, при наличии технических возможностей. Каждая программа рассчитана на 44 аудиторных часа, из них – 42 часа – лекции и 2 часа – зачет. Каждая программа реализуется в течение 4 недель, по 10-12 учебных часов в неделю.

Был организован педагогический эксперимент, в ходе которого преподаватели факультета физической культуры, спорта и туризма прошли подготовку при помощи

разработанных программ дополнительного образования. В результате проведенного обучения, по данным итогового анкетирования, было определено, что:

- 100% участников исследования осознают необходимость подготовки студентов физкультурных специальностей к реализации методики спортивного отбора;

- 75% участников исследования выразили готовность к согласованию своей деятельности по подготовке студентов к реализации методики спортивного отбора, осуществляя тем самым междисциплинарный подход;

- 90% преподавателей готовы внести в свои учебные курсы изменения, связанные с расширением теоретических и практических блоков материалами, касающимися методики спортивного отбора.

Выводы. Проведенная исследовательская работа носила в наибольшей мере прикладной характер, но, тем не менее, показала результативность централизованного управления процессом подготовки студентов физкультурных специальностей к реализации методики спортивного отбора, ориентированных на работу с профессорско-преподавательским составом. Более точные результаты проведенной работы, несомненно, будут получены после того, как преподаватели внедряют в свою работу полученные методические рекомендации, получают опыт решения поставленных перед ними задач в области подготовки студентов к реализации методики спортивного отбора.

Список литературы

1. Борисов, И.В. Управление качеством образовательного процесса / И.В. Борисов // В сб.: Непрерывность профессионального образования: организационно-педагогические и психологические аспекты реализации. – Казань, 2004. – С. 29-31.

2. Стародубцев, М.П. Сравнительный анализ федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования ФГОС 3+ И ФГОС 3++ по направлению подготовки «Физическая культура» (бакалавриат и магистратура)/ М.П. Стародубцев // Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2020. – № 1. -С. 104-114.

3. Уголькова, Е.Р. Спортивный отбор и его теоретические аспекты, спортивный отбор на этапе углубленной специализации / Е.Р. Уголькова // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2020. – №2 (180). – С. 426-430.

УДК 338.48

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, СПОРТА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Новикова З.Ю., Кабиров И.С.

Казанский инновационный университет

им. В.Г. Тимирязова

Казань, Россия

Аннотация. В статье изучены актуальность и цель исследования. Рассмотрены основные спортивные мероприятия, проводимые в городе Казань. Представлены средства размещения, принимающие гостей во время мероприятий. Определены главные составляющие управления гостиничных предприятий. Используются основные методы исследования. Описаны результаты исследования. Сформулированы выводы.

Ключевые слова: туризм, спорт, гостеприимство, управление.

Актуальность. Проведение спортивных и культурных мероприятий не обходится без предприятий туристской инфраструктуры. Предоставление качественных услуг гостиничных предприятий невозможно без совершенствования системы управления персоналом для повышения качества обслуживания персонала гостиниц и иных средств размещения.

Цель исследования: выявить новые способы для совершенствования системы управления персоналом гостиниц города Казани.

В настоящее время город Казань является не только яркой столицей Республики Татарстан, но и спортивной столицей России. Казань сочетает в себе исторические традиции и современность, удобства мегаполиса и гостеприимную атмосферу. Но одними из самых главных достижений столицы Татарстана являются крупные спортивные мероприятия, регулярно проводимые на территории города (табл. 1).

Таблица 1 – Крупные спортивные мероприятия, проводимые в г. Казань

Год	Мероприятие
2013	Летняя универсиада
2015	Чемпионат по водным видам спорта
2017	Кубок конфедераций
2018	Чемпионат мира по футболу
2019	Мировой чемпионат рабочих профессий World Skills
2022	Чемпионат мира по плаванию на короткой воде

Основные сооружения для проведения спортивных мероприятий регионального, международного и мирового уровней расположены в центральной части города, что позволяет охватывать не только интересы туристов по событийному туризму, но и интересы в исторической и культурной составляющей города Казани, и Республики Татарстан в целом.

Для проведения масштабных спортивных и культурных мероприятий в городе функционируют основные предприятия туристской инфраструктуры: предприятия питания, средства размещения, организации проведения досуга, экскурсий и др.

Главными предприятиями при проведении различных мероприятий в городе являются гостиницы и иные средства размещения, находящиеся в самом центре спортивной столицы принимающие как участников мероприятий, так и болельщиков (рисунок 1).

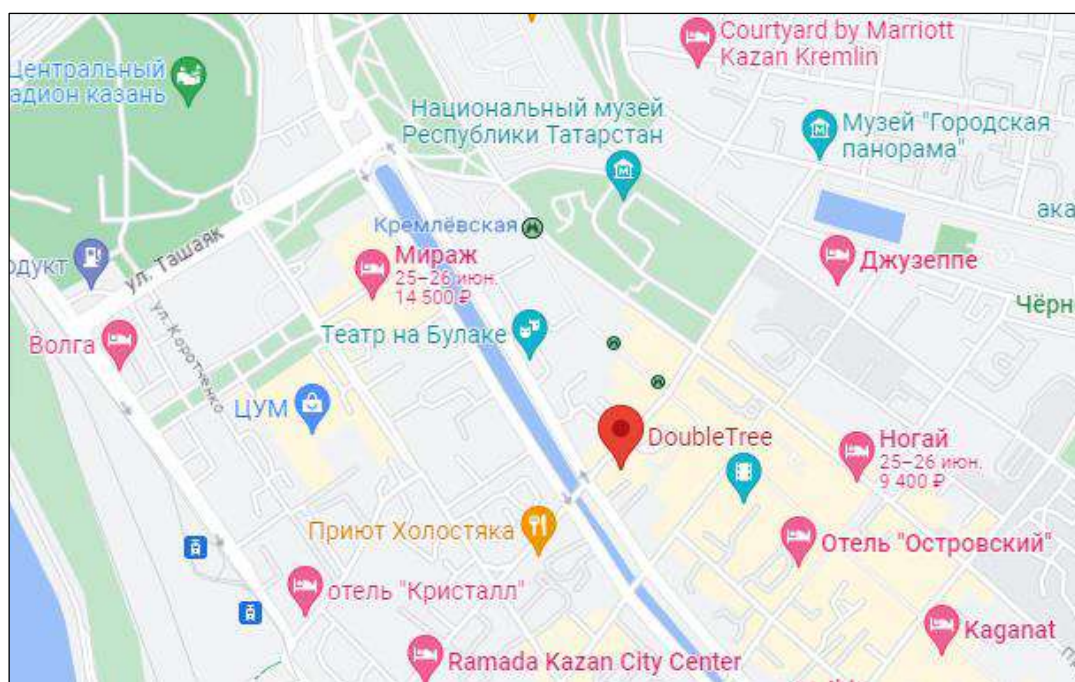


Рисунок 1 – Отели в центре г. Казани

Важным условием для проведения мероприятий на предприятиях сферы туризма и гостеприимства являются квалифицированные специалисты. Для качественного предоставления гостиничных услуг в средствах размещения необходимо регулярное проведение специальных мероприятий, направленных на улучшение качества оказываемых услуг не только всех сотрудников, но и отдельных представителей персонала [1].

На сегодняшний день обучение и совершенствование системы управления персоналом является одной из важнейших ступеней развития предприятия, его имиджа и качества предоставляемых услуг. Предоставление персоналом гостиничных предприятий максимального уровня сервиса и проявления гостеприимства, повышает имидж не только отеля, но и имидж средств размещения города Казани и Республики Татарстан. Для совершенствования системы управления персоналом уместно использовать современные технологии, которые могут быть представлены в виде веб-приложений, сайтов, ботами в социальных сетях и др. Данными инновациями пользуются ведущие предприятия размещения города Казани: Courtyard by Marriott, Park Inn и др. [2].

Методы исследования. В данной статье были использованы методы анализа для сбора и изучения информации, дедукции для выявления отдельной информации из общего и обобщения для формирования выводов.

Результаты исследования и их обсуждение. Изучение основных спортивных и культурных мероприятий города Казани, а также туристкой инфраструктуры позволило выявить основную составляющую управления в сфере туризма, спорта и гостеприимства.

Выводы. В данной статье были изучены основные спортивные мероприятия и предприятия туристской инфраструктуры для выявления новых способов совершенствования системы управления гостиничных предприятий города Казани.

Список литературы

1. Вакуленко, Р.Я. Управление гостиничным предприятием: учебное пособие / Р.Я. Вакуленко, Е.А. Кочкурова. – М. : Университетская книга; Логос, 2020. – С. 43-47.
2. Чуваткин, П.П. Управление персоналом гостиничных предприятий : учебник для вузов / П.П. Чуваткин, С.А. Горбатов ; под редакцией П.П. Чуваткина. – М. : Издательство Юрайт, 2023. – С. 58-61.

УДК 796.071

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КАРЬЕРОЙ СПОРТСМЕНА

Новоселова М.С.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма

Казань, Россия

Аннотация. Статья посвящена изучению особенностей управления карьерой спортсмена, учитывая психосоциальные факторы, возрастные особенности и имеющиеся цели в период поступления и обучения. Выявлены основные этапы развития карьеры и плавного ее завершения.

Ключевые слова: спортивная карьера, управление, профессиональный спорт, обучение, развитие.

Актуальность. На сегодняшний день одной из самых актуальных проблем в сфере профессионального спорта является управление карьерой спортсмена, ведь нередко возникают случаи, когда после ее завершения человек не может реализовать себя в других областях и применить навыки, полученные во время тренировочной и соревновательной деятельности.

Цель исследования: доказать необходимость своевременного управления спортивной карьерой, учитывая возрастные особенности.

Методы исследования: анализ литературных и интернет-источников, наблюдение, моделирование.

Результаты исследования и их обсуждение. Процесс развития профессиональной спортивной карьеры состоит из нескольких основных этапов и их составляющих:

Таблица 1 – Основные этапы развития профессиональной спортивной карьеры

Период занятия спортом	Возрастная категория	Этап спортивной подготовки спортсмена	Уровень спортивной деятельности
Начальный (подготовительный)	Дети до 12 лет	Этап предварительной подготовки	Массовый спорт (физическое воспитание и развитие)
		Этап начальной специализации	
Адаптационный (старт)	Дети 13-16 лет Юноши 17-19 лет	Этап углубленной специализации	Любительский спорт
Основной (кульминационный)	Юноши 17-19 лет Юниоры 20-22 лет Взрослые 23-40 лет	Этап спортивного совершенствования, зона спортивных возможностей и первичных успехов	Спорт высших достижений (любительский уровень). Профессиональный спорт
Заключительный (финиш)	Взрослые до 40 лет	Спортивное совершенствование: зона поддержания высоких спортивных результатов, постепенный спад результатов	Спорт высших достижений (любительский уровень). Профессиональный спорт

В таблице представлены основные периоды и уровни спортивной деятельности. Конечно, в каждом виде спорта данные этапы проходят индивидуально и сопоставляются с психологическими особенностями спортсмена в зависимости от его возраста, уровня соревнований, в которых он принимает участие, и достижений [3]. Однако можно выделить в отдельные группы 2 периода, которые спортсмен проживает особенно важно. Первый период начинается приблизительно в 15 лет и заканчивается в 20. Как правило, происходят изменения на психологическом и психоэмоциональном уровне, может появиться юношеский максимализм, связанный с выступлением на соревнованиях и достижением лучших результатов. Большее влияние на спортсмена может оказать тренер, которому важно понять, чего в дальнейшем хочет его подопечный – продолжить строить спортивную карьеру или погрузиться в учебный процесс и сместить занятия спортом на второй план. Если же студент желает связать свою дальнейшую жизнь со спортом, то он, как правило, выбирает одно из следующих направлений обучения: педагогическое образование, тренировка в избранном виде спорта, фитнес или физкультурное образование. Некоторые выбирают вуз, исходя из желания поступить с минимальным количеством баллов, другие стараются сопоставить личные интересы и возможности, создавая комплексное представление о будущей профессии, которая также может быть не связана со спортом. Общее у этих ситуаций то, что рано или поздно сам спортсмен завершает полностью свою карьеру и должен двигаться дальше [2].

Второй период может происходить в более зрелом возрасте, когда спортсмен несет большую ответственность за личный или командный результат, свое физическое состояние и здоровье, так как в случае получения серьезной травмы, вероятность завершить спортивную карьеру возрастает. Причем выбранное учебное заведение не играет особую роль. Однако нередки случаи, когда спортсмены выступают на соревнованиях до 35-40 лет и затем продолжают развиваться в качестве тренера, спортивного менеджера, чиновника, политика.

Опираясь на таблицу 1, нами была предложена модель развития карьеры спортсмена и оптимального перехода к новой профессии.

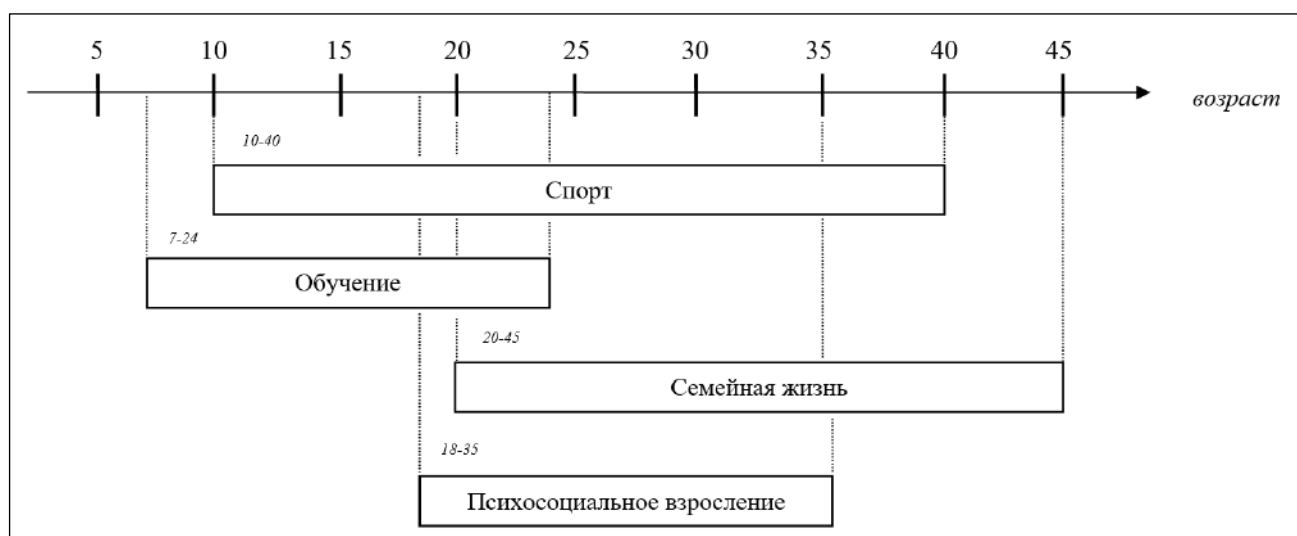


Рисунок 2 – Модель развития карьеры спортсмена

На рисунке видно, что большую часть жизни спортсмен отдает своему развитию, особенно это касается спорта высших достижений, где главной целью является выполнение и улучшение спортивных результатов на соревнованиях

общенационального и международного уровня. В среднем, этот период охватывает 20-35-летних спортсменов.

Период обучения, в том числе получения полного высшего образования, заканчивается к 24-25 годам и пересекается с полным психосоциальным взрослением (18-35 лет) и созданием семьи (20-45 лет) [1].

Соответственно, в случае завершения спортивной карьеры до поступления в учебное заведение или в процессе самого обучения, необходимо быть готовым к переключению с одного вида деятельности на другой, в частности если это происходит ввиду получения серьезных травм, отсутствия финансирования, нехватки выездов и выступлений на соревнованиях, а также в случае эмоционального выгорания. В этом случае спортсмен сможет быстрее адаптироваться.

Если окончание спортивной карьеры приходится на более поздний возраст, то чаще всего происходит плавный переход, где спортсмен становится тренером или менеджером профессиональной команды, политиком или начинает работать в оргкомитете.

Выводы. Таким образом, управление карьерой спортсмена должно происходить своевременно как в случае прерывания профессиональной деятельности ввиду влияния определенных обстоятельств, так и в случае долговременного роста и показания высоких результатов в зрелом возрасте, при этом необходимо получать высшее образование, создавать семью и становиться личностью. Все вышеперечисленное способствует благоприятному процессу социализации.

Список литературы

1. Александрова, О.В. Проблема интеграции образования и спортивной деятельности в глобальном контексте / О.В. Александрова // Проблемы и перспективы физического воспитания, спортивной тренировки и адаптивной физической культуры: материалы Всероссийской с международным участием научно-практической конференции (22 ноября 2019). – Казань: Поволжская ГАФКСиТ, 2019 – С. 164-167.
2. Довжик, Л.М. Уйти или остаться? Трудности переходного периода между юношеским и взрослым спортом / Л.М. Довжик // Актуальные проблемы психологического знания. – 2017. – №1(42). – С. 40-55.
3. Стамбулова, Н.Б. Кризисы спортивной карьеры / Н.Б. Стамбулова // Теория и практика физической культуры. – 1997 – № 10 – С. 13-17.

УДК 796.01

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИЗКУЛЬТУРНОЙ РАБОТЫ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ШКОЛ

Нуннаев Х.К.

Туркменский государственный институт
физкультуры и спорта
Ашхабад, Туркменистан

Аннотация. В целях внедрения в физкультурно-спортивную работу средних школ современной электронной системы управления и перехода к цифровой образовательной системе в результате развития в стране инновационных технологий, подготовили электронную программу. Разработанная электронная программа физкультурно-спортивного мониторинга, направленная на физкультуру и спорт. В ходе работы разработан электронный паспорт ученика и информационная база для школьного спорта.

Ключевые слова: уроки физической культуры, физическое развитие и физическая подготовка школьников, массовая физкультура и спорт, мониторинг.

Актуальность. В настоящий период, по причине увеличения спроса на умственный труд с развитием науки, технологий возникает необходимость уделения внимания двигательной активности и физическим упражнениям. Заманчивость телепрограмм, компьютерные и телефонные игры, большие нервная и эмоциональная нагрузка уроков привело к изменению их взглядов на уроки физической культуры в школах. Именно поэтому, в настоящее время приобретает большое значение совершенствование физической подготовки и развития разных уровней и групп населения и в первую очередь физического воспитания детей, школьников.

Цель исследования состоит из разработки и внедрения в практику новой информационной технологии оценки физического развития и физической подготовки учеников с совершенствованием физкультурно-спортивных работ со старшеклассниками, проанализировав современные методы контроля школьного физического воспитания и организации массовых спортивных мероприятий.

Объект и методы исследований. Объектом исследования является совершенствование физкультурной работы, проводимой с учениками старших классов общеобразовательных школ г. Ашхабада. В научном исследовании опиралось на теорию передового опыта и основы педагогики, а также современные инновационные технологии, внедренные в систему образования. В качестве специального методического руководства использованы теоретический анализ и в обогащении научных сведений, педагогические наблюдения и исследования, мониторинговый метод контроля, статистический метод математики.

Результаты исследования и их обсуждение. При изучении в системе образования физического воспитания передовых стран мира было выявлено, что достойно особого внимания, что проводимые в школе уроки физической культуры совмещаются с массовыми спортивными мероприятиями для внедрения массовой физической культуры и спорта в каждодневную жизнь молодого поколения [3, 5], что школьный спорт паспортизируется с широким внедрением в школьную физическую

культуру электронных программ, информационных интернет сетей, дающих возможность для оценки уровня здоровья и физической подготовки учащихся, мониторинговых систем, составленных на основе информационных технологий [1, 2, 4].

Из анализа литературы выявлено, что в общеобразовательных школах широко внедряются комплексы широкомасштабных массовых физкультурных и спортивных мероприятий, научно доказанный контроль уровня здоровья, физической подготовки и участия в спортивных мероприятиях школьников для привлечения к массовой физической культуре и спорту.

При анализе организации физкультурно-спортивных работ с учениками старших классов было установлено, что учебные программы по физической культуре в школах необходимо привести в соответствие с требованиями времени, необходимо увеличить издание учебных пособий для старшеклассников, и надлежаще вести документацию, относящуюся к школьной физкультурно-спортивной деятельности.

При анализе уроков физической культуры, проводимых со старшими классами было выявлено, что необходимо уделять особое внимание содержанию и задачам уроков, учитывать личные и половые особенности учеников, соблюдать экономию времени, а именно принцип сохранения его общей и активной плотности, повысить объем и темп нагрузок, даваемых в ходе урока физической культуры, проводимого с учениками старших классов, увеличить недельный объем уроков физической культуры 9-11 классов.

В ходе исследования физическая подготовка учеников старших классов была проанализирована по комплексной компьютеризованной мониторинговой программе под названием “Физкультурный паспорт”, (А. Тяпиным – 2017) [4].

В итоге, при сравнении результатов физической подготовки учеников старших классов, а также участия учеников в сдаче физкультурных норм была выявлено низкое их участие и подготовка. В соответствии с динамикой мониторинга можно наблюдать, что данные состояния с возрастом продолжают снижаться, и данное состояние преобладает у девочек. Как отмечают ряд ученых, данные состояния объясняются биологическим ростом вторым половым развитием девочек старших классов и влиянием национальных традиций и обычаев, а также снижением интереса учеников к физкультуре с повышением класса и тратой ими времени на другие пассивные развлечения. Данное обстоятельство одна из проблем, находящихся в центре внимания не только в нашей стране, но и во всем мире.

Таким образом, работа по анализу сведений, собранных на основании специальных исследований, оказала содействие выяснению состояния школьного физического воспитания и выявлению недостатков в организации данной работы в общеобразовательных средних школах и в физическом воспитании учеников в общеобразовательных средних школах.

Учитывая, что ученики старших классов большая часть своего времени проводят впустую, без активного движения для них необходим поиск дополнительных эффективных средств физического воспитания, а также выдвигает вопросы внесения новых современных подходов в учебные программы, относящиеся к школьной физкультурно-спортивной работе.

По нашему мнению, такими средствами являются наиболее эффективные мониторинговые программы, широко применяемые в международной практике для школьников старших классов, и они могут выступать во внешкольной спартакиаде,

проводимой для школьников под лозунгом «Туркменистан – страна здоровья и воодушевленности». Такой прогноз также обосновывается в проанализированных учеными литературных источниках, выдвинувших применение физкультурных средств в массовых спортивных мероприятиях.

Также на основании нашей научной работы была разработана Программа физкультурно-спортивного мониторинга под названием «Нормы здоровья и счастья» [6], которая окажет содействие для оценивания и контроля физического развития, физической подготовки и участия школьников в массовых физкультурно-спортивных мероприятиях

Для совершенствования школьного физического воспитания была составлена программа для дополнительных уроков, сочетающаяся с программой физкультурно-спортивного мониторинга и подготовлена в специальных испытательных группах учеников.

Данная дополнительная программа состоит из трех частей, включает в себя комплексные работы, направленные на совершенствование педагогической работы учителей физкультуры и физической подготовки учеников.

I комплекс программы назвали «*Будь здоров*». Он направлен в основном на совершенствование физического развития учеников.

Тестирование физического развития учеников, составленная на основе данной программы, считается увлекательной игрой для учеников, в ней с использованием простого оборудования (динамометр, спирометр, измерительная лента, секундомер и другие) создает возможность соревнования в силе, жизненной емкости легких, росту грудной клетки, частоте сердечных сокращений, двигательной реакции, росту фигуры и т.п.) и каждый ученик стремится накопить много баллов на основании рейтинга.

II комплекс программы назвали «*Будь готов*».

Данная программа направлена в основном на сдачу учениками физкультурных норм. Ученикам, которые не смогли сдать нормы были поручены задания по индивидуальному плану, была создана группа внеурочной подготовки и проведены дополнительные занятия.

Для повышения физической подготовки учеников вначале учебного года для всех учеников в качестве самостоятельной работы были поручены одинаковые задания. С поручением самостоятельных заданий каждый из учеников ознакамливается со сдаваемыми физкультурными нормами и перед каждым учеником ставится цель выполнения не менее 40% показателей, указанных в задании.

В программе «*Будь готов*» были отобраны доступные для всех учеников, 10 надежных тестов, дающих возможность для оценки физической подготовки. Сочетание данных тестов с физкультурными нормами в учебной программе оказывает содействие в поощрении их к занятиям физкультурой.

III комплекс программы назвали «*Будь победителем*».

В программе уделено внимание проведению соревнований по 10 видам спорта, в составе Национальной спартакиады, проводимой под лозунгом «Туркменистан – страна здоровья и воодушевленности» и, в соответствии с местными условиями, накоплению баллов. Привлекательные стороны данной оценки в баллах: дает возможность оценивания физической подготовки не отдельных учеников, но и

целого класса, образовательного учреждения в целом. Осуществление таких начинаний дает толчок выступлению учеников не только для себя, но целого класса и добавить баллы в общий счет баллов класса.

На основании программы «Будь победителем» появилась возможность организованного проведения школьных спартакиад местного уровня, потому что как ранее отмечали коренной сутью программы являлась оценка физического воспитания на основе накопления баллов учениками. Поэтому и в данной части программы каждый ученик стремится накопить баллы лично для себя. Данный вид соревнования дал возможность провести соревнования как внутри класса, школы так и заочные соревнования.

В соревнованиях программы «Будь победителем» результативно выступившие ученики были отобраны в сборную команду школы и готовились к этрапскому и городскому этапам спартакиады, а ученики набравшие низкие баллы, участвовали в подготовительных группах для получения удовлетворительной оценки по предмету физкультура, и повысили свою физическую подготовку

Заключение. Мониторинговая программа и виды спартакиады, добавленные в школьное физическое воспитание, оказали содействие в повышении общих показателей физического развития всего (за счет увеличения силы кисти и жизненной емкости легких) у мальчиков 6,6%, а у девочек до 7,4% ($P < 0,05$).

В опытно-испытательных классах часто ($P < 0,5 - 0,01$) было зарегистрировано конкретное повышение физической подготовки. Но некоторые показатели из-за недостатка умений, а также малой продолжительности занятий и в связи с этническими-психологическими особенностями туркменских женщин и девушек кардинально отличались от показателей исследуемой группы. Прогнозируем, что данные показатели можно повысить с добавлением в уроки физкультуры для девочек таких видов как аэробика, шейпинг и спортивные танцы и с учетом половых особенностей учеников.

Таким образом, в опытно-испытательной группе 15,4%, а у девочек до 10,6%, при сравнении с исследуемой группой позволило повысить сумму показателей физической подготовки школьников 15-17 лет до точной величины ($P < 0,05$).

Считаем, что этому способствовало добавление в уроки физкультуры учеников опытно-испытательных классов и вне учебной работы мониторинговой программы и уделение большого внимания проведению на местном уровне национальной спартакиады, проводимой под лозунгом «Туркменистан – страна здоровья и воодушевленности», а также осуществление регулирующего подхода к развитию физических способностей.

После опытных испытаний уволилось участие учеников старших классов в массовых физкультурно-спортивных соревнованиях. А это дало им возможность выйти вперед по результатам, достигнутым на различных массовых физкультурно-спортивных соревнованиях по сравнению с учениками исследуемых классов. Показатели учеников, занимающих призовые места в различных соревнованиях в опытно-испытательных классах, были равны 37 %, в исследуемых классах 21,5 % ($P < 0,05$) и по сравнению с исследуемой группой участие учеников опытной группы в массовых спортивных соревнованиях позволило повысить соответственно у мальчиков до 25,0%, а у девочек 14,8%.

Список литературы

1. Бекмансуров Х.А. Паспорт и физкультурный комплекс здоровья и творчества. – Казань, 2009. – 450 с.
2. Воронцова Л.В. Мониторинг физической подготовленности как необходимость учета современного состояния здоровья физической подготовленности. Инновационные процессы в физическом воспитании студентов. – М.: – 2012. – № 2. – с.48-54.
3. Лубышева Л.И. Спортизация в общеобразовательной школе. -М.: НИЦ «ТипФК», 2009. -168 с.
4. Тяпин А.Н. Программа «Физкультурный паспорт» для автоматизированной обработки результатов тестирования детей и обучающихся в образовательных учреждениях. Версия 2.84.2010-2017, <https://fispasport.ru-/progr/programma-fizkulturnyj-pasport.html>.
5. Binder D. Olympic values education: evolution of a pedagogy / D. Binder // Educational Review. – 2012. – p. 275 – 302.
6. Nunnaýew H., Atabaýew A., Jumaýew B. Bedenterbiýe sport monitoring programmasy.- // Türkmenistanyň ykdysadyýet we ösüş ministrligi intellektual eýeçilik boýunça döwlet gullugy. №63 EHM üçin programmanyň şahadatnamasy. 2016.

УДК 796

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ В ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ

Нургалиев Л.И.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В нашем исследовании мы решили проанализировать работу спортивной школы олимпийского резерва. В соответствии с целями исследования нами был разработан способ внебюджетного финансирования в рамках реализации предпринимательской деятельности – организация услуги в тренажерном зале «Fitness Junior».

Ключевые слова: физкультурно-спортивная организация, внебюджетные средства, физкультурно-оздоровительная услуга, спортивная школа олимпийского резерва, услуга.

Актуальность. По мнению авторов [1, 3], финансирование является одной из центральных проблем управления физкультурно-спортивных организаций, так как в настоящее время спортивную деятельность надлежит рассматривать не только как физкультурно-образующую, но и экономико-образующую отрасль.

В настоящее время учреждения, финансируемые из бюджетов различных уровней, с целью привлечения дополнительных средств, необходимых для эффективного использования государственной собственности, развития материально-технической базы и поддержания социальной сферы, ведут деятельность, разрешенную уставом учреждения, но не связанную с получением и расходованием бюджетных средств, так утверждает В.В. Галкин [2].

Таким образом, все вышесказанное подтверждает своевременность и актуальность исследования, связанных с получением и расходованием средств ФСО, что позволяет сформулировать цель, решение которой обеспечивает повышение эффективности деятельности.

Цель исследования: разработать и оценить эффективность внедрения коммерческой физкультурно-оздоровительной услуги в МБУ «СШОР «ФСО «Идель» г. Казань.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, анкетирование, сравнительный анализ, формирующий эксперимент.

Результаты исследования и их обсуждение. В нашем исследовании мы решили проанализировать работу спортивной школы олимпийского резерва. Основные поступления доходов внебюджетных средств МБУ «СШОР «ФСО «Идель» осуществляется за счет сдачи в аренду помещения для проведения спортивных соревнований и тренировок, покупки абонементов и разового занятия тренажерного зала, покупки абонементов и разового занятия настольным теннисом, боксом и художественной гимнастикой. Только за счет этого организация может рассчитывать на внебюджетные средства.

Из рисунка 1 можно сделать вывод, что спортивная школа не справляется с выполнением плана финансово-хозяйственной деятельностью.

Исходя из вышеуказанных данных, можно сделать вывод, что на базе МБУ «СШОР «ФСО «Идель» в полном объеме можно организовать услугу для занятий в тренажерном зале подросткам – «Fitness Junior».

С целью определения уровня востребованности услуги по организации услуги, было проведено анкетирование, в котором принимало участие 20 респондентов родителей детей подростков, занимающихся в спортивной школе.

Для нас важно узнать у респондентов их уровень заинтересованности в посещении тренажерного зала.

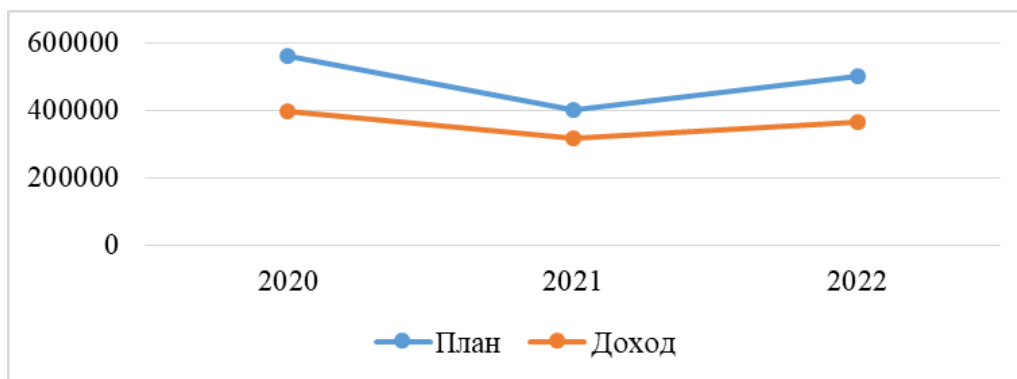


Рисунок 1 – Разница между планируемыми денежными средствами и фактическим доходом

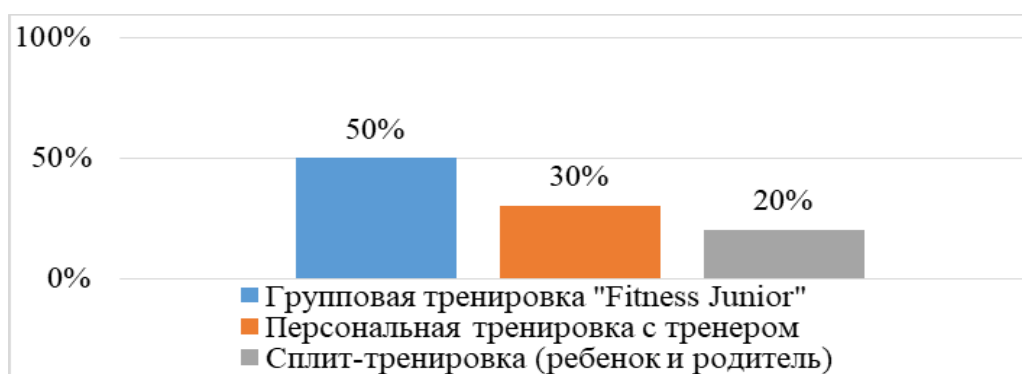


Рисунок 2 – Распределение ответов на вопрос: «Какие занятия в тренажерном зале Вам интереснее?»

Наиболее интересной услугой считают групповую тренировку для подростков «Fitness Junior», ее выбрало 10 человек, 6 человек выбрали персональную тренировку с тренером и 4 человека хотели бы заниматься вместе со своим ребенком на сплит-тренировке.

В соответствии с целями исследования нами был разработан способ внебюджетного финансирования в рамках реализации предпринимательской деятельности – организация услуги в тренажерном зале «Fitness Junior» (табл. 1). Услуга ориентирована на детей подростков возрастом от 13 до 16 лет, так как основной контингент занимающихся в спортивной школе являются дети.

Как видно из таблицы 2, организация услуги «Fitness Junior» на базе спортивной школы олимпийского резерва, представляется достаточно прибыльной услугой.

Выводы. Нами был разработан способ внебюджетного финансирования в рамках реализации предпринимательской деятельности – организация групповых занятий «Fitness Junior», где ожидаемые результаты: привлечение дополнительных внебюджетных средств в спортивную школу. В результате организации и проведения

проекта организации услуги «Fitness Junior», в течение 30 дней, нам удалось привлечь в МБУ «СШОР «ФСО «Идель» внебюджетные средства на сумму 25000 рублей.

Таблица 1 – Паспорт проекта

Название проекта	Организация услуги в тренажерном зале «Fitness Junior»
Формулировка проблемы	Одной из сфер жизнедеятельности, где наиболее плодотворно могут решаться задачи физкультурно-оздоровительного характера молодежи является спорт. Занятия в тренажерном зале способствуют активному образу жизни среди молодежи.
Цель	Организовать услуг для подростков в тренажерном зале.
Задачи	Привлечение подростков к занятиям в тренажерном зале, привлечение к физкультурно-оздоровительным занятиям.
Сроки и этапы реализации	8 месяцев с сентября 2022 г. по апрель 2023 г. 1 этап: проектно-диагностический с сентября по январь 2023 г.; 2 этап: практический с января 2023 г. по апрель 2023 г.; 3 этап: обобщающий апрель 2023 г.
Ожидаемые результаты	Увеличение внебюджетных средств спортивной школы олимпийского резерва. Улучшение материально-технического оснащения. Положительные отзывы об организации услуги вовлечение детей и их родителей к занятиям в тренажерном зале.

Таблица 2 – Расчет рентабельности и предполагаемой прибыли

№	Показатель	Величина показателя
1	Стоимость абонементов на 12 занятий и количество приобретенных абонементов	2000 рублей*24 ч. = 48000 рублей.
2	Стоимость абонементов на 12 занятий льготной категории и количество приобретенных абонементов	1800 рублей*6 ч.= 10800 рублей.
3	Стоимость разового посещения и приобретенное количество.	250 рублей* 57 раз= 14250 рублей.
4	Стоимость разового посещения льготной категории и его приобретенное количество.	200 рублей*24 раза= 4 800 рублей.
5	Привлечено всего средств в организацию	77 850 рублей за 4 месяца.
6	Зарплата сотрудникам 2 человека	700р * 48 дней = 33 600 рублей (до вычета НДФЛ)
7	Затраты на инвентарь	0 рублей (весь необходимый инвентарь имеется в спортивной школе)
8	Затраты на обучение	8140 рублей*1ч.= 8140 рублей.
9	Прибыль до вычета налогов	77 850-33 600-8140=36 110 рублей.
10	Рентабельность	77 850 /36 110*100%= 215%
11	Предполагаемая прибыль за год до вычета налогов	108 330 рублей.

Список литературы

1. Агеева, Г.Ф. Исследование внешней и внутренней среды спортивно-досугового центра / Г.Ф. Агеева, А.А. Якубова // В сборнике: Физическая культура и спорт в системе образования России: инновации и перспективы развития. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. ООО «Золотое сечение». – 2013. – С. 316-320.

2. Галкин, В.В. Правовые основы создания коммерческих и некоммерческих физкультурно-спортивных организаций : учебное пособие / В.В. Галкин. – М. : 2015. – 150 с.

3. Поваляева, Г.В. Менеджмент спортивной школы : учебно-методическое пособие / Г.В. Поваляева, И.И. Самсонов, Т.В. Головина. – М. : Издательство Юрайт, 2013. – 211 с.

УДК 005

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Орлова М.М., Мещеряков И.С.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. На основе анализа календарного плана официального организатора крупных международных и всероссийских мероприятий разработаны рекомендации для спортивной организации в условиях полного отстранения страны от участия в запланированных международных стартах.

Ключевые слова: физкультурно-спортивная организация, открытые соревнования, календарный план.

Актуальность. Вместе с развитием индустрии спорта и ее коммерциализацией все большую актуальность приобретает повышение эффективности деятельности ее субъектов. Эффективность управления спортивной организацией необходимо рассматривать с точки зрения оценки различных показателей: экономических, спортивных, социальных, а также эффектов, отражающихся в уровне жизни населения, здравоохранении, производительности труда.

Цель исследования: выявить основные пути повышения эффективности управления спортивной организацией в условиях нестабильной внешнеполитической ситуации. Мы предполагаем, что выявление и в дальнейшем использование данных инструментов помогут повысить эффективность управления спортивной организацией.

Методы исследования: С помощью анализа научно-методической литературы были изучены история создания и развития спортивных организаций, особенности и функции управления в сфере физической культуры и спорта, основные показатели эффективности деятельности спортивных организаций.

Посредством анализа документов нами были изучены устав, организационная структура и календарный план АНО «Дирекция спортивных и социальных проектов» на 2022-2023 гг.

С помощью SWOT-анализа был произведен анализ календарного плана с учетом международных соревнований, а также с учетом открытых спортивных стартов. Затем с помощью сравнительного анализа были выявлены ключевые отличия двух календарных планов

Результаты исследования и их обсуждение. Физкультурно-спортивная организация выступает первичным компонентом в системе физической культуры и спорта [1]. В современных политических условиях отлаженная система управления физкультурно-спортивными организациями различных организационно-правовых форм и форм собственности приобретает особую значимость. Оценка

эффективности управления спортивной организацией должна проводиться на основе сопоставления достигнутых результатов с запланированными [2] с учетом совокупности показателей, характеризующих определенную сторону деятельности: экономическую (отсутствие перерасхода бюджетных средств либо получение прибыли), спортивную (подготовка и формирование команд сборной страны, субъектов по виду спорта либо повышение численности населения, систематически занимающегося физической культурой и спортом), социальную (становление личности на основе использования средств физической культуры и спорта с целью развития индивидуальных и профессионально значимых качеств, воспитание коллективизма и взаимопомощи, ответственности и гордости за коллектив, страну, государство).

В настоящее время многие физкультурно-спортивные организации в результате санкций, исключения из международных федераций, отстранения почти всех спортсменов от соревновательной международной деятельности вынуждены искать пути выхода из сложившейся ситуации, а упомянутые события стали хорошей проверкой профессиональных качеств для многих руководителей.

Нами были разработаны рекомендации для спортивной организации в условиях полного отстранения нашей страны от участия в запланированных международных стартах на примере подготовки, планирования и формирования календарного плана спортивной организации.

Посредством SWOT-анализа были выявлены особенности подготовки календарного плана спортивной организации с учетом проведения и участия международных соревнований (таблица 1), так и разработки календарного плана, который не зависит от международных спортивных организаций (таблица 2).

Таблица 1 – SWOT-анализ деятельности спортивной организации на основе календарного плана с международными соревнованиями

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Получение международного опыта организационного комитета страны – хозяйки ▪ Конкуренция с сильнейшими спортсменами других стран ▪ Развитие спортивной инфраструктуры 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Долговременный процесс подготовки и согласования всех организационных моментов ▪ Несоответствие международных требований к проведению соревнований с местом проведения
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Использование в дальнейшей работе полученного опыта проведения соревнований ▪ Рекомендовать себя на международной арене для проведения других спортивных событий 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Отмена соревнований ▪ Неиспользование выделенного государственного бюджета ▪ Сокращение финансирования спортивной организации ▪ Пропуск ключевых спортивных стартов для спортсменов ▪ Простой спортивных объектов ▪ Потеря рабочих мест для граждан

Таблица 2 – SWOT-анализ деятельности спортивной организации на основе календарного плана с открытыми соревнованиями

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ускорение процесса подготовки и согласования организационных моментов ▪ Отсутствие угроз отмены соревнований ▪ Проведение соревнований на высоком международном уровне ▪ Проведение соревнований в различных субъектах РФ ▪ Поддержание тренировочного графика спортсменов ▪ Привлечение бюджета, выделяемого на международные соревнования 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Устаревшая материально-техническая база ▪ Транспортная логистика ▪ Отсутствие конкуренции с сильнейшими спортсменами мира
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Повышение интереса и зрелищности к соревнованиям ▪ Обновление материально-технической базы ▪ Привлечение интереса у молодого поколения к занятиям ФКиС ▪ Привлечение туристического потока в регионы РФ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Погодные условия ▪ Снижение мотивации профессиональных спортсменов к своей деятельности

Выводы. Положительными сторонами разработки и утверждения календарного плана с открытыми соревнованиями являются:

- независимость от международного спортивного сообщества;
- отсутствие рисков отмены соревнований;
- возможность развития, обновления и строительства современной спортивной инфраструктуры в субъектах РФ;
- отсутствие пропуска соревновательных стартов у спортсменов согласно календарному плану;
- возможность развития национальных видов спорта, их популяризация;
- проведение крупных соревнований внутри страны на международном уровне;
- привлечение детей к занятиям ФКиС путем проведения крупных соревнований с участием олимпийских чемпионов, призеров и победителей мировых и европейских первенств;
- возможность для спортсменов зарекомендовать себя для вхождения в основной состав сборной РФ

Список литературы

1. Починкин, А.В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта: учеб. пособие / А.В. Починкин. – М.: Советский спорт, 2013. – 264 с. Текст: непосредственный.
2. Шаруненко, Ю.М. Особенности управленческой деятельности государственных организаций физкультурно-спортивного профиля / Ю.М. Шаруненко // Наука – 2020. – 2016. – № 4 (10). – С. 108-114. Текст: непосредственный.

УДК 796.062.4

ВЛИЯНИЕ РАЗНЫХ ФАКТОРОВ НА ВЫБОР ТРЕНЕРОМ СПОСОБА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ СПОРТСМЕНОВ В ГРУППЫ НАЧАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ ПО ВИДУ СПОРТА «ПУЛЕВАЯ СТРЕЛЬБА»

Полежаева А.Н., Хайруллина А.Д.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. На сегодняшний день существует огромное количество способов привлечь потенциальных спортсменов на свою первую тренировку. Это множество делится на две большие группы: онлайн и офлайн способы. От чего зависит, какими именно методами пользуется тренер по пулевой стрельбе при наборе группы начальной подготовки? Мы провели исследование и вычислили основные факторы.

Ключевые слова: пулевая стрельба, тренер, группы начальной подготовки, онлайн и офлайн способы привлечения детей в спортивные секции

Актуальность. В настоящее время тренеры спортивных школ имеют возможность выбрать различные способы набора детей в группы начальной подготовки, в том числе используя самые современные и эффективные методы выстраивания коммуникаций [2]. Но пользуются ли они не так давно открывшимися возможностями для того, чтобы набирать максимальное количество претендентов для прохождения первичного отбора?

Цель исследования: анализ вопроса влияния различных факторов на выбор способа привлечения детей в спортивные секции по пулевой стрельбе.

Методы исследования: было проведено анкетирование у 27 тренеров по пулевой стрельбе. Вопросы в анкете были сформулированы следующим образом [2]: 1. Пол. 2. Возраст. 3. Стаж работы тренером. 4. Наличие высшего образования по специальности. 5. Количество спортивных групп, которые обучаете на данный момент. 6. Ваши основные способы набора детей в группы начальной подготовки?

Результаты исследования и их обсуждение. По результатам анкетирования мы проанализировали все ответы, разбив их по группам в соответствии с выбранными вариантами в вопросе №5 нашей анкеты (табл. 1).

Исходя из проанализированных данных, мы можем сказать, что средний возраст тренеров, предпочитающих офлайн-методы набора детей в секцию, колеблется в районе 44 лет, тогда как среднее количество лет тех, кто выбирает онлайн-методы, 31 год. Более того, если мы исключим способ «организация соревнований», средний возраст тренеров окажется больше 47 лет. Видимо, более молодые тренеры выбирают соревнования как эффективный, пусть и энерго- и ресурсозатратный, так как знают, как привлечь на открытые соревнования новую аудиторию.

Также офлайн методы предпочитают тренеры с внушительным стажем – более 16 лет – и это против 5 лет у тех, кто выбирает онлайн. Предположим, что у молодых в плане стажа тренеров нет наработанных связей, большого количества знакомых и знакомых знакомых, зато больше опыта работы с социальными сетями и выстраиванием коммуникаций онлайн.

Таблица 1 – Зависимость выбора способа привлечения потенциальных спортсменов в группы начальной подготовки в виде спорта «Пулевая стрельба» от разных факторов.

Способы	Выбран (раз)	Пол	Средний возраст (лет)	Средний стаж (лет)	Профиль образования	Количество спортсменов (чел.)
Сами приходят	12 (14,8%)	50% – мужской, 50% – женский	50	20	41% – да	26
Спортсмены приводят друзей/одноклассников/родственников	18 (22,3%)	61% – мужской, 39% – женский	46	17	67% – да	26
Друзья/знакомые/родственники приводят своих детей	12 (14,8%)	58% – мужской, 42% – женский	51	22	67% – да	29
Сотрудничаем со школами города	9 (11,1%)	55% – мужской, 45% – женский	41	14	56% – да	29
Расклеиваем объявления/вешаем баннеры	1 (1,2%)	100% – женский	48	16	100% – да	24
Организуем открытые соревнования совместно со спорткомитетом	6 (7,4%)	67% – женский, 33% – мужской	29	5	50% – да	23
Используем родительские чаты и ресурсы школ в социальных сетях	9 (11,1%)	55% – мужской, 45% – женский	32	6	78% – да	26
Используем ресурсы своей спортивной школы в социальных сетях	9 (11,1%)	67% – женский, 33% – мужской	32	6	67% – да	24
Настраиваем рекламные компании в социальных сетях и поисковых сервисах	3 (3,7%)	67% – женский, 33% – мужской	30	3	67% – да	20
Настроили рекламу на чат-боты в Телеграме/Вконтакте	2 (2,5%)	50% – мужской, 50% – женский	31	3	50% – да	22

Наличие профильного образования в среднем одинаково у обеих групп. 64% у тех, кто предпочитает офлайн способы и 66% у тех, кто предпочитает онлайн варианты. Количество спортсменов у тренеров также почти одинаковое. Это вполне объяснимо, у части молодых тренеров еще не очень много спортсменов в силу отсутствия в спортшколе ставок для молодых специалистов. Зато у более опытных группы малочисленные, но высокопрофессиональные – кандидаты и мастера спорта.

Выводы. Подводя итоги, можно сказать, что основными факторами, влияющими на выбор способа привлечения спортсменов в группы начальной подготовки в виде спорта «Пулевая стрельба», являются возраст и тренерский стаж. Чем внушительнее возраст и стаж, тем больше тренер склонен отдавать предпочтение проверенным офлайн методам. Чем младше и неопытнее, тем чаще прибегает к помощи различных вариантов использования социальных сетей, мессенджеров и поисковых сервисов. Остальные из исследованных нами факторов не играют определяющей роли.

Стоит отметить, что далее необходимо исследовать эффективность выбираемых методов. Так, большинство офлайн способов в отличие от онлайн не требует от тренера никаких затрат, ни временных, ни материальных. Однако при таком подходе тренер никак не влияет на количество новичков, которые приходят в секцию и не может его контролировать. И наоборот, онлайн методики дают такую возможность, но требуют времени, знаний и некоторых материальных вложений.

Список литературы

1. Приходько, И.И. Особенности спортивного набора детей в детско-юношеские спортивные школы на современном этапе / И.И. Приходько, И.В. Петренко // Педагогика, психология и медико-биологические проблемы физического воспитания и спорта. – 2009. – № 5. – С. 214-217. – EDN KVКНОН – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sportivnogo-nabora-detey-v-detsko-yunosheskie-sportivnye-shkoly-na-sovremenном-etape> – Режим доступа: Научная электронная библиотека CYBERLENINKA. Текст: электронный

2. Пушкарный, М.Ю. Анализ факторов, влияющих на успешность учебной и регулярность тренировочной деятельности школьников / М.Ю. Пушкарный, М.В. Кошаева // Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2010. – № 3. – С. 26-29. – EDN NCOUFP. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-faktorov-vliyayuschih-na-ushpeshnost-uchebnoy-i-regulyarnost-trenirovochnoy-deyatelnosti-shkolnikov/viewer> – Режим доступа: Научная электронная библиотека CYBERLENINKA. Текст: электронный

УДК 338.48

УПРАВЛЕНИЕ СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНЫМ ТУРИЗМОМ ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ МАСШТАБНОГО СПОРТИВНОГО МЕРОПРИЯТИЯ

Садыкова А.И., Димитров И.Л.

Московская государственная академия
физической культуры и спорта
Малаховка, Россия

Аннотация. Статья посвящена исследованию влияния значимых спортивных мероприятий на спортивно-событийный туризм в Республике Татарстан. В исследование выявлено, что грамотный менеджмент позволяет поддерживать положительную динамику этой отрасли в регионе.

Ключевые слова: спортивно-событийный туризм, спортивные мероприятия, управленческая деятельность.

Введение. Проведение масштабных спортивных мероприятий – ответственная, сложная задача, особенно если это происходит впервые. Здесь задействовано все: политика, экономика, спорт, социальная и культурная сферы, имидж страны и региона, туризм, особенно спортивно-событийный. На сегодняшний день Республика Татарстан – регион с одной из самых развитых экономик России. В регионе на 2023 год проживает 4001941 человек. Благодаря своему выгодному географическому расположению, а именно пересечению направления запад-восток, север-юг с современными железнодорожными, воздушными, водными, автомобильными магистралями, живописной природе и богатому культурному наследию, регион не остается без внимания туристов. На территории Татарстана расположены три из 29 российских объектов ЮНЕСКО: Казанский кремль, Успенский собор и монастырь острова-града Свияжск, Архитектурно-исторический комплекс Булгар. В республике развиты все виды туризма. Только за 2022 год регион посетили 3,7 млн. туристов, что на 12% больше, чем год назад и потратили 39,5 млрд. рублей, что на 19% больше прошлого года. Город Казань – столица Республики Татарстан. За последние 15 лет Казань сыграла большую роль в развитии спортивно-событийного туризма Республики. 31 мая 2008 года с помощью жеребьевки город был выбран в качестве места проведения Всемирной летней Универсиады 2013 года. Эту дату можно считать началом развития данного туризма в РТ. Для организации и проведения этого мероприятия 14.08.2009 года начала работу АНО «Исполнительная дирекция Всемирной летней Универсиады 2013 года в г. Казани», работающая и по сей день. Спортивно-событийный туризм заключается в посещении туристами региона или города, в котором проводится спортивное мероприятие. В республике разработана и успешно реализуется комплексная программа «Татарстан – лучший для туриста», утвержденная Правительством Республики Татарстан.

Актуальность. В современном туризме все большую часть завоевывает спортивно-событийный туризм. Для его качественного развития необходимо грамотно им управлять, учитывать все факторы, способные оказать воздействие на него. Масштабные спортивные соревнования – это всегда развитие индустрии

города, а также совершенствование туристической сферы, особенно спортивно-событийной отрасли.

Цель исследования заключается в выявлении аспектов, изменяющихся в управленческой деятельности в спортивно-событийном туризме в течении проведения спортивного соревнования.

Методы исследования: сравнительно-аналитический метод исследования, анализ литературных источников.

Первым значимым спортивным событием в РТ стала Летняя универсиада в 2013 году в городе Казани. Примерно **40** млрд было потрачено на спортивные объекты Универсиады. Остальные деньги были потрачены на развитие городской инфраструктуры. Около **112** миллиардов потребовалось на развитие транспортной сети, заявил первый вице-премьер правительства РФ **Игорь Шувалов** [1]. За 4 года подготовки к Универсиаде город стал неузнаваемым. Свыше 150 тыс. туристов посетили город летом 2013г. Масштабное спортивное мероприятие – огромное количество туристов, желающих увидеть не только соревнование, но и инфраструктуру города. Все отрасли туризма получают возможность развиваться благодаря большому притоку туристов, которые приехали на спортивное мероприятие. Это показывает, что спортивно-событийный туризм может значительно влиять на развитие других отраслей, таких как культурно-исторический, деловой (это возможность заключать новые контракты, легче поддерживать связи и вести переговоры, искать новых партнеров).

2018 год стал не менее важным в истории г. Казани. Чемпионат мира по футболу 2018 года проходил на стадионе «Казань Арена» в столице Татарстана. Россия впервые проводила такое мероприятие на своей территории. Вместимость стадиона составляет 42837 зрителя. За шесть матчей его посетило 300 тыс. туристов. 683 млрд. руб. было затрачено на Чемпионат. Приток туристов составил 487 тыс. человек.

В 2008 году спортивно-событийный туризм был практически на нуле, а на сегодняшний день Республика Татарстан может провести соревнования на достойном мировом уровне, что даст импульс этой отрасли. Поэтому управление в сфере туризма становится одной из самых главных задач. Необходимо продумать детали, которые помогут максимально развиваться туризму и получить как можно больше прибыли.

На примере выше рассмотренных значимых спортивных мероприятий в Республике Татарстан отметим, что меняется в управлении спортивно-событийного туризма:

1. Для устойчивого спроса на спортивно-событийный туризм туристические фирмы больше сотрудничают со спортивными клубами на взаимовыгодных условиях. Например, туристическая фирма набирает экскурсионную группу, приглашает на матчи на стадион на экскурсионных автобусах. И чем больше количество туристов, тем больше скидка на билеты. Спортивный клуб может организовать встречи с известными спортсменами и подарить после этого кружки с фотографией спортсмена на фоне кремля Казани (или любой другой сувенир вместо кружки). Это будет напоминать туристам об интересной встрече в прекрасном городе, а также поможет повысить наполняемость стадионов.

2. Туристические фирмы стараются привлечь высокоспециализированных специалистов в области менеджмента. Экскурсоводы, продавцы, водители, владеющие иностранным языком, становятся необходимы для более лучшего обслуживания.

В результате проведенного исследования понятно, что спортивные мероприятия в значительной степени влияют на спортивно-событийный туризм. Благодаря соревнованиям меняется приток туристов, инфраструктура и известность места проведения, кардинальная возможность предоставляется туризму для развития. Данная отрасль туризма в свою же очередь влияет на развитие всего туризма в целом.

Выводы. Учитывая, что динамика спортивно-событийного туризма в республике Татарстан ежегодно увеличивается на 1,5%, а на территории региона регулярно проводятся события международного значения, можно констатировать, что менеджмент в этой отрасли работает профессионально и эффективно, успешно справляется с задачами и проблемами. Этому сопутствует внимание со стороны органов власти, бизнес сообществ и всех сопричастных к туризму организаций.

Список литературы

1. Патриотические новости. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.newslri.ru/news/world/sport/2245?ysclid=lhds9njeg91072338>
2. Как Универсиада изменила Казань. [Электронный сайт]. URL: <https://rt.rbc.ru/tatarstan/06/07/2013/55928bb39a794751dc82e30b>
3. Комсомольская правда. Как Казань приняла Чемпионат мира по футболу 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kazan.kp.ru/daily/27291/4429543/?ysclid=lhdtso1kj997715741>

УДК 796(6)

МЕДИКО-БИОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СПОРТА В ТУРКМЕНИСТАНЕ

Сапаров А.О., Нуннаев Х.К., Сопыев Э.Дж., Нобатова О.Г.
Туркменский государственный институт физкультуры и спорта
Ашхабад, Туркменистан

Аннотация. В работе излагаются способы медико-биологического обеспечения спорта в Туркменистане, методы изучения морфофункциональных характеристик высококвалифицированных спортсменов в условиях жаркого климата. Особое внимание заслуживают определение диффузии легочной, мышечной ткани организма и максимального потребления кислорода. Определение кардиореспираторной нагрузки (во время тренировок) спортсменов высокого ранга. Особенности использования инновационной технологии в спортивной медицине.

Ключевые слова: морфофункциональные характеристики, инновационные технологии, подготовка.

Актуальность. Подготовка национальных команд страны к предстоящим Международным играм и обеспечения их медико-биологическими исследованиями является задачей первостепенной важности. Медико-биологическое обеспечение спортсменов включает в себя предупреждение и лечение травм и болезней, получаемых при занятиях физической культурой и спортом. А также профилактику травм и увечий путем использования различных средств.

Цель исследования: путем проведения медико-биологических исследований с использованием инновационных технологий фирмы “Cosmed” (Германия) определить морфофункциональные характеристики спортсменов национальных команд Туркменистана, способствовать повышению уровня подготовки и сохранить их здоровье.

Методы исследования:

1. Анкетирование спортсменов
2. Антропометрические методы
3. Измерение жировой и нежировой массы спортсменов (Bod-Pod)
4. ЭКГ с физической нагрузкой
5. Спирометрия с различными тестами (Cosmed Quark PFT и K-5)
6. Измерения суставных углов, анализ движений (Contemplas)
7. Биодинамический контроль анализа и коррекции двигательных движений (Contemplas-Jump and tapping test).

В области спортивной медицины наши специалисты занимается наблюдением за физиологическим и морфофункциональным состоянием высококвалифицированных спортсменов в условиях жаркого климата, как с позиции травматологии, так и с позиции общих болезней. В настоящее время спортивная медицина Туркменистана входит в состав государственную службу здравоохранения.

При работе над оптимальной программой поддержки олимпийских видов спорта спортсменами национальных сборных команд Туркменистана уделяются большое внимание многим проблемам, в том числе аридным. Во-первых, при участии руководящего органа разрабатываются план, определяющие основные

задачи программы подготовки спортсменов Международным соревнованиям и методы их решения. Все детали программы сориентированы на ближайший сезон и ближайшие годы. Для проведения лабораторных исследований в Туркменистане создан Олимпийский городок с современными оборудованностями. Аналогичная лаборатория действует и на базе Туркменского государственного института физкультуры и спорта. Морфофункциональные лабораторные исследования проводятся согласно программам подготовки циклов спорта и используются программы мониторинга.

Результаты исследования и их обсуждение. Работа выполнена в рамках подготовки высококвалифицированных спортсменов к Олимпийским играм. В работе принимали участие 130 спортсменов из 10 видов спорта, изучались морфофункциональные, биомеханические и другие показатели согласно с методами исследований.

Впервые спортсменами национальных сборных команд Туркменистана проводили определение соотношений мышечно-жировой массы (“Vod-Pod”) биоимпедансметрическим способом; физическая нагрузка с ЭКГ; спирометрия “Cosmed Quark PFT” аппаратом; а также спирометрия с физической нагрузкой (“K-5 spiroergometr”). Инновационные методы исследования позволили медико-биологическим способом определить морфофункциональные состояние спортсменов. Научная работа позволила поднять физический рейтинг спортсменов и улучшить их здоровье.

По данным спирометрии “Cosmed Quark PFT” результаты спортсменов выглядят следующим образом (табл. 1).

Таблица 1 – Результаты спортсменов данным спирометрии “Cosmed Quark PFT”

Виды спорта	FVC л.	FEV ₁ сек/л.	FEV ₁ /FVC %
Легкая атлетика	5,5	4,0	73,85
Бокс	5,5	3,5	66,84
Баскетбол	6,2	5,0*	85,4
Дзюдо (девушки)	3,5	2,6	74,3
Плавание	5,6	4,4	82,5
Тяжелая атлетика	5,6	4,1	75,85
Самбо и боевое самбо	5,5	4,0	76,84
Пара пауэрлифтинг	4,2	3,0	85,4*
Греко-римская борьба	6,5*	4,6	84,3
Вольная борьба	5,9	4,6	82,5

Примечание: FVC Форсированная экспираторная жизненная емкость легких; FEV₁ Форсированный объем. При процессе выдоха через 1 секунду FEV₁/FVC FEV₁ как процентное отношение к FVC.

На основании данных спирометрии “Cosmed Quark PFT” баскетболисты, пара пауэрлифтеры, греко-римские борцы и спортсмены занимающихся самбой и боевой самбо показали лучшие результаты возможности легких.

Выводы.

1. По данным спирометрии К-5 и “Cosmed-Quark PFT”- жизненный объем легких составил в зависимости от вида спорта 5-7 литров.

2. По данным ЭКГ с физической нагрузкой лучшие результаты показали спортсмены, занимающиеся греко-римской борьбой, легкой атлетикой и баскетболом.

3. Наилучшие показатели по диффузии газов легких имели пловцы и боксеры. В данной группе спортсменов эмоциональная устойчивость, кислородная обеспеченность периферических тканей находилась в оптимальных условиях.

Список литературы

1. Аикин, В.А. Современные тенденции в медико-биологическом обеспечении высококвалифицированных спортсменов за рубежом / В.А. Аикин, Ю.В. Корягина // Вестник спортивной науки. – 2014. – № 3. – С. 50-55.

2. Фудин, Н.А. Медико-биологические технологии при подготовке спортсменов высшей квалификации (краткий обзор литературы) / Н.А. Фудин, С.В. Чернышев, С.Я. Классина // Вестник новых медицинских технологий. – 2016. – Т. 23. – №2. – С. 2006-2013

3. Pelliccia A., Sharma S., Gati S., Bäck M., Börjesson M., et al. 2020 ESC Guidelines on sports cardiology and exercise in patients with cardiovascular disease // Eur Heart J. – 2021. – V. 42(1).- P.17-96

УДК 378.17

ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ОТРАСЛИ ФКИС НА РАБОТОСПОСОБНОСТЬ СПОРТИВНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ

Селиванова С.Р.

Волгоградская государственная
академия физической культуры
Волгоград, Россия

Аннотация: События, породившие неопределенность в экономической и социальной жизни в нашей стране, привели к глубокому кризису отрасли физической культуры и спорта. В сложившихся условиях все представители спортивной индустрии от производителей спортивных товаров до отделов административных учреждений работают и тренируются в условиях развития цифровой трансформации, перестраивая управление и оптимизируя бизнес-процессы.

Ключевые слова: цифровая трансформация спортивной отрасли, работоспособность и стрессоустойчивость спортивного менеджера, прикладные знания, умения и навыки.

Введение. Влияние изменений в отрасли физической культуры и спорта сегодня интересно сказывается на росте новых обязанностей и функций спортивного менеджера, чья эффективность оценивается прямо пропорционально успешности преодоления негативных состояний в отрасли. По-новому складываются рабочие процессы у руководителей физкультурно-спортивных организаций из-за внедрения новых механизмов на рынке, в маркетинговой деятельности для скорейшего преодоления кризиса, к которому отрасль оказалась готова хуже остальных отраслей экономики. Сегодня в рамках оптимизации отрасли, управляемости, достижения высокого уровня показателей государственных программ развития отрасли ФКиС и достижения цифровой зрелости руководители физкультурно-спортивных организаций, сотрудники соответствующих отделов и ведомств по ФКиС примут на себя большую часть новых цифровых видов работ и функций. Напряженность работы в подобных условиях, кроме прямой угрозы здоровью в постпандемическом пространстве, усиливают актуальность исследования вопросов повышения функциональных возможностей организма спортивного менеджера и его функциональной подготовленности для повышения устойчивости к стрессу.

Цель исследования заключается в анализе влияния современных условий деятельности менеджеров отрасли ФКиС и предложение способов профилактики негативных факторов.

Методы исследования: для оценки влияния цифровых технологий на работоспособность менеджеров отрасли ФКиС формировался опросник, в котором, мы просили профессиональных менеджеров отрасли учесть изменения норм рабочих функций. Специалистам предлагались вопросы, определяющие состояние общей и специальной работоспособности в течение рабочего дня, их эмоциональное состояние [1].

Результаты исследования и их обсуждение. Полученные ответы свидетельствуют о несомненном положительном эффекте применения таких технологий в работе отрасли в плане облегчения работы с информацией и ее передачей на следующий уровень управления (рис. 1).

Большинство опрошенных отметили, что их работа стала легче. Оставшиеся респонденты отметили увеличение нагрузки, связанной с работой за компьютером.

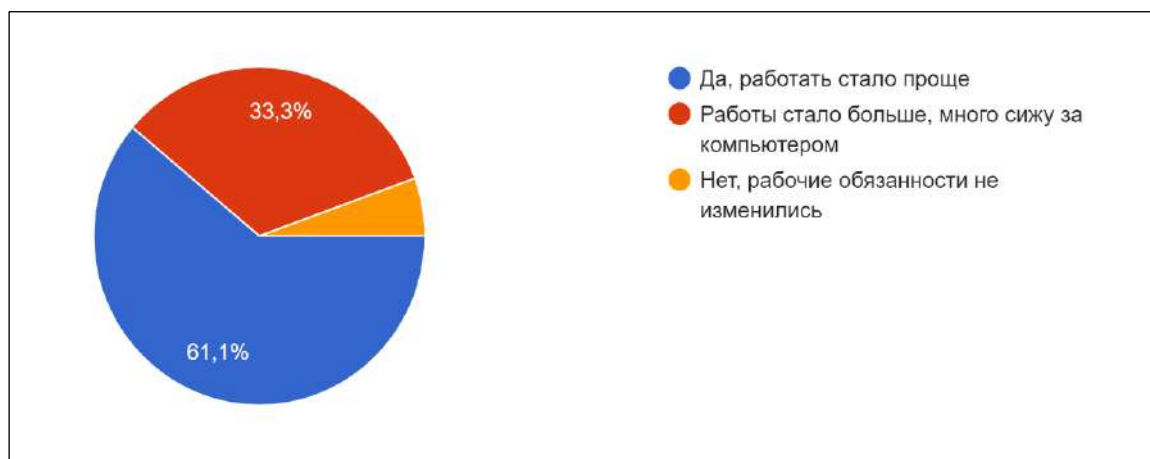


Рисунок 1 – Изменение рабочего времени спортивного менеджера после внедрения цифровых технологий в отрасли ФКиС

В рамках опроса были выявлены значительные изменения у менеджеров в сторону снижения специфической работоспособности и скорости вработывания и восприятия информации, которые отмечали почти 39% респондентов (рис. 2). Неменьшее число ответов (38,9%) подтверждает наше предположение о том, что освоение новых информационно-технологических функций спортивных менеджеров влияет на заторможенность умственных процессов и когнитивных возможностей.



Рисунок 2 – Влияние цифровых технологий и длительности работы за компьютером в работе спортивного менеджера на физическое здоровье

Сегодня труд спортивного менеджера все меньше связан с двигательной интенсивностью, что в свою очередь тормозит мозговую активность, влияет на повышение утомляемости и снижает работоспособность. Физическая активность прямо влияет на психическую, умственную и эмоциональную устойчивость. В этой связи дальнейший этап анализа потребовал оценки эмоционального состояния менеджеров, которые в большинстве (76,5%) отмечали перепады настроения и возбуждение, стресс в период работы (рис. 3). Лишь 23,5% респондентов из опрошенных специалистов считают себя спокойными и не испытывают изменений в настроении.

Данные опроса дают нам основание предполагать, что цифровая трансформация отрасли ФКиС, обусловленная нуждами современного общества и уровнем информационного развития технологий, значительно влияет на уровень психологического и физического здоровья тех специалистов, которые должны ее реализовывать. Следовательно, есть объективная необходимость принятию мер по повышению уровня их профессионально-прикладной физической подготовки, уточнению профиограммы руководителя физкультурно-спортивной организации, выбора адекватных технологий ППФП [2]. Уточненные характеристики профиограммы спортивного менеджера в данном случае могут стать тем ориентиром при обучении студентов в высших учебных заведениях, на которые может ориентироваться образовательная система в вопросах формирования модели спортивных возможностей будущих руководителей отрасли ФКиС.

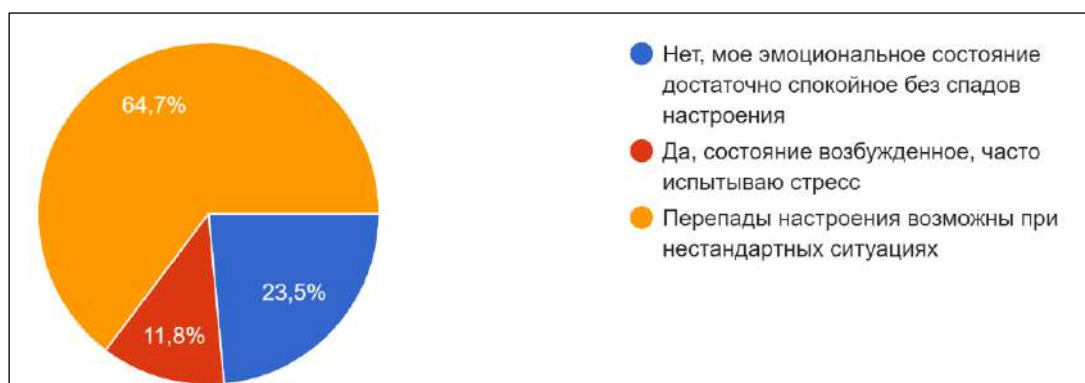


Рисунок 3 – Влияние цифровых технологий и длительности работы за компьютером в работе спортивного менеджера на физическое здоровье

Выводы. Проведенный анализ современных условий деятельности менеджеров отрасли ФКиС показывает, что квалификация спортивного менеджера сегодня тем выше, чем эффективнее он применяет цифровые и информационные инструменты в профессиональной деятельности. Потребность в таких специалистах актуальна, особенно в связи с новыми экономическими и технологическими возможностями как в России, так и во всем мире. Все это свидетельствует о необходимости повышения работоспособности и стрессоустойчивости спортивного менеджера, поскольку современные экономические и социальные изменения заставляют постоянно адаптироваться к новым профессиональным функциям, поддерживать функциональные возможности организма на высоком уровне для эффективной работы.

Список литературы

1. Григорьева, О.П. Необходимости учета психологических особенностей будущих менеджеров в процессе прикладной физической подготовки в вузе / О.П. Григорьева, Е.Н. Медведева // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2009. – № 9 (55). – С. 78-82.
2. Селиванова, С.Р. Профессионально ориентированное физическое воспитание – попытка нового взгляда (на примере подготовки спортивных менеджеров) / С.Р. Селиванова, Н.Н. Сентябрев // Наука и спорт: современные тенденции. – 2018. – №2 (19). Электрон. версия. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalno-orientirovannoe-fizicheskoe-vozpitanie>

УДК 796.8

ХАРАКТЕРИСТИКА И КОНТРОЛЬ ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ БОРЦОВ ГРЕКО-РИМСКОГО СТИЛЯ

Сопыев Дж.А., Мамедов М.Б., Сопыев Э.Дж.

Туркменский государственный институт
физкультуры и спорта
Ашхабад, Туркменистан

Аннотация. Были исследованы двигательные качества борцов греко-римского стиля с помощью АПК “Contemplas и Speedcourt”. Проведены наблюдения за физической и технической подготовленностью спортсмена в течение всей его соревновательной деятельности. Периодически изучая подготовленность спортсмена, отслеживали из года в год прогресс тренированности, находили и исправляли двигательные ошибки, а также интегрировали все имеющиеся результаты исследований, чтобы улучшить процесс обучения молодых борцов.

Ключевые слова: двигательная и координационная способность, приемы, бросок, контроль.

Актуальность. Качественный контроль технической и физической подготовленности спортсменов возможен благодаря использованию аппаратно-программных комплексов. Среди них: АПК “Contemplas, Speedcourt” и другие. Грамотное использование таких комплексов позволяет в полной мере подробно изучить техническую и физическую подготовленность борцов, что в свою очередь может нести колоссальную информационную поддержку для тренеров высокого уровня.

Целью работы является разработка алгоритма оценки биомеханических параметров техники выполнения броска с проворотом в греко-римской борьбе.

Методы исследования. Методологической основой исследования явились идеи, концепции и методы, разработанные специалистами в области спорта высших достижений. Работа была выполнена в Туркменском государственном институте физической культуры и спорта.

1. Инструментальные методы исследования:

- Видеосъемка, проведенная с помощью видеокамеры высокого разрешения (экшен-камера) в сагиттальной плоскости с последующей обработкой изображения.
- Contemplas, измерения суставных углов (размеры) борцов при выполнении приема в зависимости от времени.

2. Описание анализа и обобщение полученных данных.

Результаты исследования и их обсуждение. Представлена зависимость величины суставного угла в правом коленном суставе от времени, показана зависимость величины суставного угла в правом коленном суставе от времени, происходящие в 1-й фазе двигательного действия, выполняемого спортсменом. Суставной угол коленного сустава в начале первой фазы составил 29 градусов, это является борцовой стойкой спортсмена. Затем суставной угол в коленном суставе начинает расти, так как спортсмен садится на правое колено, для того чтобы подстроиться под соперника для дальнейшего выполнения технического приема. В конце первой фазы суставной угол коленного

сустава достиг 132 градуса, что является хорошим показателем, так как он должен быть 130-140 градусов. Если суставной угол коленного сустава в конце первой фазы будет стремиться вниз, тогда спортсмену понадобится больше времени и сил для отталкивания, чтобы оторвать соперника от опоры, а если суставной угол будет стремиться вверх, тогда спортсмен не сможет правильно подстроиться под соперника, чтобы оторвать его от опоры (рис. 1-2).

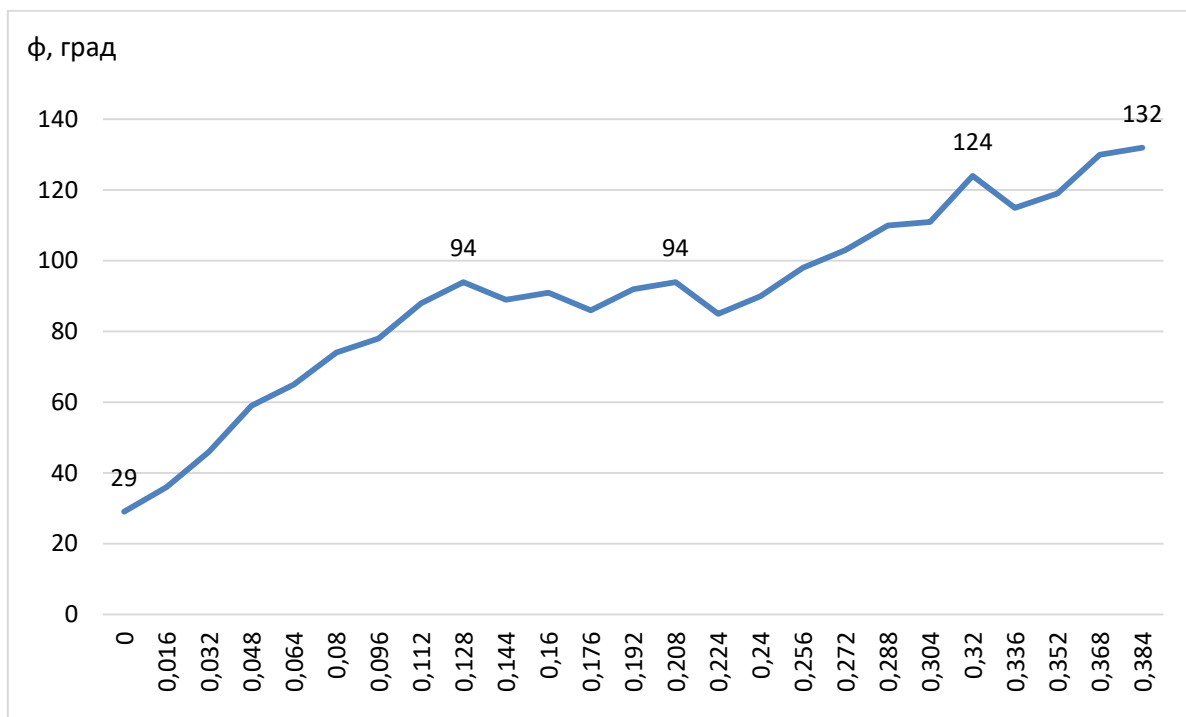


Рисунок 1 – Изменение коленного сустава в первой фазе броска

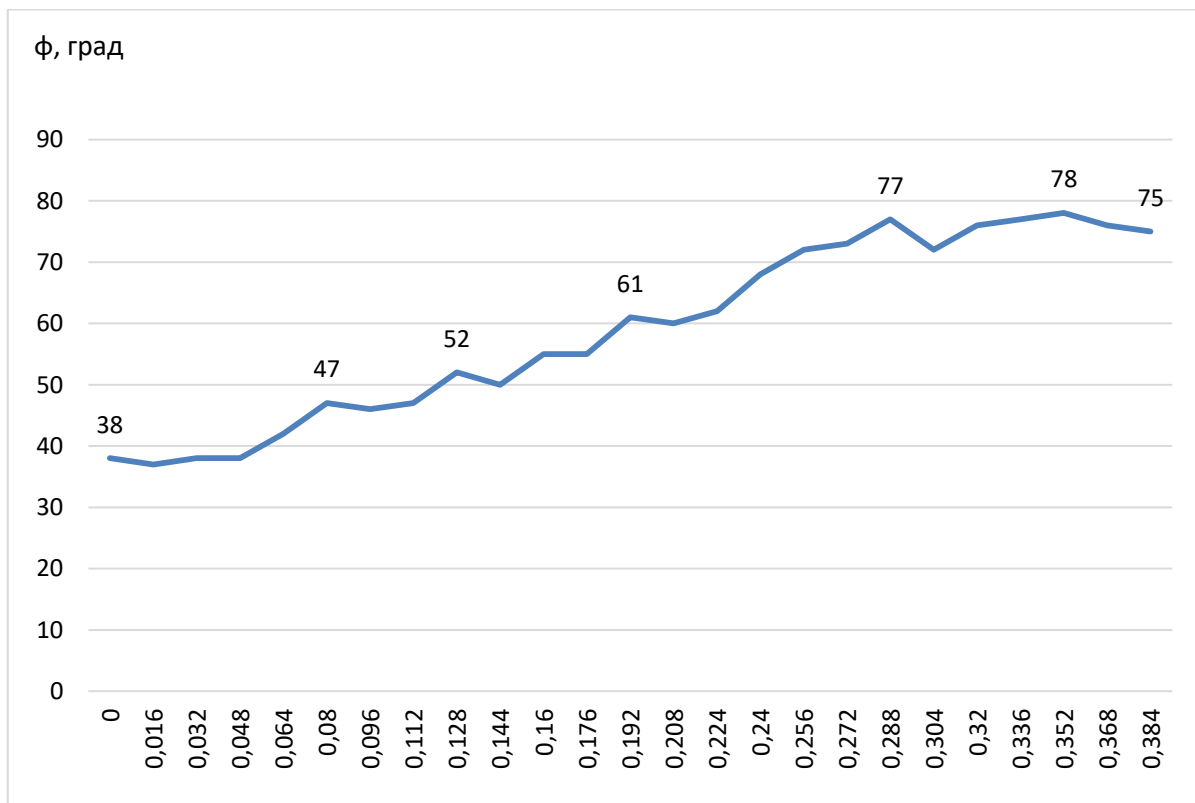


Рисунок 2 – Изменение тазобедренного сустава в первой фазе броска

Представлена зависимость величины суставного угла в левом тазобедренном суставе от времени, показана зависимость величины суставного угла в левом тазобедренном суставе от времени, происходящие в 1-й фазе двигательного действия, выполняемого спортсменом. В тазобедренном суставе, как и в коленном, является важной концовка движения. Суставной угол тазобедренного сустава в конце движения составил 78 градуса. В данном случае он должен стремиться к 90 градусам. Если суставной угол в тазобедренном суставе будет значительно стремиться вниз или вверх, тогда у спортсмена будет слабая опора и соперник сможет провести контрприем. В данном двигательном действии погрешность составила 12 градуса, это является средним показателем.

Выводы. При проведении исследования выявлено, что все ошибки, которые произошли в результате проведения броска с проворотом, были из-за нарушения координационных способностей. Делая вывод, можно сказать, что для того чтобы спортсмены выполняли данный прием качественно и технически правильно, тренеры должны, в первую очередь, научить их, как правильно двигаться и подстраиваться под соперника при выполнении данного приема. Насколько точны и правильны будут действия спортсменов, настолько меньше им придется применять другие способности, такие как сила, скорость, гибкость и взрывная сила.

Список литературы

1. Лях. В. И. Координационные способности: диагностика и развитие / В.И. Лях. – М.: ТВТ Дивизион, 2006. – 175 с.
2. Холодов, Ж.К. Теория и методика физического воспитания и спорта: учеб. Пособие / Ж.К. Холодов, В.С. Кузнецов. – М.: Академия, 2001. – 480 с.
3. Сотский, Н.Б. Биомеханика / Н.Б. Сотский – Минск: БГУФК, 2005. – 193 с.

УДК 796.062

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОГО КОМПЛЕКСА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Султанова В.Р., Шаймарданов С.И.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье представлены результаты внедрения плана по повышению загруженности спортивного объекта на примере СК «Зилант» Кукморского муниципального района Республики Татарстан.

Ключевые слова: физкультурно-спортивная организация, спортивное сооружение, загруженность, TRX петли, «Кроссфит».

Актуальность. Основным звеном физкультурно-спортивного движения в России на протяжении многих лет является физкультурно-спортивная организация. Именно в рамках этих организаций осуществляется работа по физическому воспитанию учащихся, подготовке спортсменов высокого класса, предоставляются физкультурно-оздоровительные услуги, проводятся физкультурно-спортивные мероприятия [1].

В последние годы в России отмечается увеличение строительства новых спортивных объектов, основной задачей которых является повышение эффективности их использования.

Цель исследования: разработка плана повышения загруженности спортивного комплекса муниципального образования.

Методы исследования: эксперимент, методы статистической обработки.

Результаты исследования.

На основе полученных данных исследования для повышения загруженности СК «Зилант» мы предложили следующий план (табл. 1).

Таблица 1 – План по повышению загруженности СК «Зилант»

Мероприятия	Место проведения	Время	Стоимость услуги
1. Предоставление услуги «Кроссфит»	Тренажерный зал	Понедельник – 12:00-13:00 Среда – 18:00-19:00	1 занятие – 200 руб.
2. Предоставление услуги занятий на TRX петлях	Зал для настольного тенниса	Вторник – 12:00-13:00 Четверг – 18:00-19:00	1 занятие – 200 руб.

Нами было предложена новая услуга «Кроссфит», поскольку площадь тренажерного зала позволяет проведению такого рода занятий.

Услуги занятий «Кроссфит», занятия на TRX петлях предоставлялись два раза в неделю по одному часу в день.

Услуги «Кроссфит предлагались в период малой загруженности тренажерного зала во временном промежутке: 12:00-13:00 час. и 18:00-19:00 час. (понедельник, среда) в связи с тем, что упражнения выполняются по системе круговой тренировки, чтобы не мешать другим занимающимся. Занятия «Кроссфит» проводил тренер тренажерного зала. Проведение занятий на TRX петлях было организовано в зале настольного тенниса в виду его малой загруженности во временном промежутке 12:00-13:00 час. и 18.00-19.00 час. (во вторник и четверг). Также причиной выбора зала настольного тенниса было наличие возможности прикрепления петель и выполнения упражнений перед зеркалом. Занятия проводил тренеры тренажерного зала за дополнительную плату. Мы рассчитали, сколько людей пришло на занятия «Кроссфит» и на занятия на TRX петлях и сколько денег заработал СК «Зилант» от этих услуг (см. табл. 2 и табл. 3).

Таблица 2 – Количество посетителей за 7 месяцев посещения предложенных нами услуг «Кроссфит» и TRX петли

Месяц	«Кроссфит», чел.	TRX петли, чел.	Итого, чел.
Октябрь	14	11	25
Ноябрь	21	13	34
Декабрь	33	23	56
Январь	36	27	63
Февраль	38	32	70
Март	39	28	67
Апрель	32	22	54
Итого	213	156	369

Таблица 3 – Сведения о доходах (в рублях) от услуг «Кроссфит» и занятиях на TRX петлях

Месяц	«Кроссфит», руб.	TRX петли, руб.	Общая сумма, руб.
Октябрь	2800	2200	5000
Ноябрь	4200	2600	6800
Декабрь	6600	4600	11200
Январь	7200	5400	12600
Февраль	7600	6400	14000
Март	7800	5600	13400
Апрель	6400	4400	10800
Итого	42600	31200	73800

Выводы. Таким образом, план по повышению загруженности СК «Зилант» включает в себя: проведение занятий «Кроссфит» и занятий на TRX петлях. В результате внедрения плана по повышению загруженности СК «Зилант» его показатели выросли.

Список литературы

1. Голубева, Г.Н. Система управления физической культурой и спортом : учебное пособие (часть 1) / Голубева Г.Н., Султанова В.Р. – Казань : Издательство Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма», 2021. – Библиогр.: 103 с. – 100 экз. – ISBN 978-5-6043222-4-6. – Текст : непосредственный.

2. Приказ Государственного комитета по физической культуре российской Федерации № 44 от 4 февраля 1998 г. Об утверждении планово-расчетных показателей количества занимающихся и режимов эксплуатации физкультурно-оздоровительных и спортивных сооружений. – Текст: электронный // – URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения 21.10.2022).

УДК 796.062

ЛОГИСТИКА УЧЕБНО-ТРЕНИРОВОЧНЫХ ЗАНЯТИЙ СПОРТИВНОЙ ШКОЛЫ

Султанова В.Р., Яллин Д.А.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье рассматривается логистика учебно-тренировочных занятий на примере Муниципального бюджетного учреждения «Спортивная школа олимпийского резерва «Атлетик»» (далее – МБУ «СШОР “Атлетика”»).

Ключевые слова: Физкультурно-спортивная организация, тренировочные занятия, логистика, расписание, пропускная способность спортивного объекта.

Актуальность. Основным звеном физкультурно-спортивного движения в России на протяжении многих лет является ФСО. Именно в рамках этих организаций осуществляется работа по физическому воспитанию учащихся, подготовке спортсменов высокого класса, предоставляются физкультурно-оздоровительные услуги, проводятся физкультурно-спортивные мероприятия [1].

Материально-техническое обеспечение спортивной школы играет важную роль в подготовке спортивного резерва. Современная спортивная школа не может существовать без высококачественного спортивного оборудования, соответствующих условий для тренировок и соревнований, а также квалифицированных специалистов [2].

Цель исследования: разработать логистику учебно-тренировочных занятий МБУ «СШОР «Атлетика»».

Методы исследования: эксперимент, методы статистической обработки.

Результаты исследования и их обсуждение. Учебно-тренировочные занятия МБУ «СШОР «Атлетика»» проходят на базе футбольно-легкоатлетического манежа (далее – манеж) ежедневно с 8.00 и завершаются в 20.30-21.00.

Расписание занятий у всех групп является плавающим, поэтому в качестве контрольного среза мы проанализировали расписание одного дня недели – понедельник, в который проходят занятия у большинства групп.

Манеж включает в себя 4 раздевалки с вместимостью 24 человека каждая, общая вместимость раздевалок составляет 96 человек.

Наиболее загруженные часы работы манежа:

1. утренние часы: с 9.00 до 10.00 в соответствии с расписанием общее число групп легкоатлетов – 17 групп;

2. послеобеденные и вечерние часы:

- с 16.00 до 17.00 – 39 групп;

- с 17.00 до 18.00 – 41 групп;

- с 18.00 до 19.00 – 37 групп.

Также можно отметить неравномерность распределенных учебно-тренировочных занятий у МБУ «СШОР “Атлетика”»: в часовые промежутки с 16.00 до 19.00 стоят занятия у более 20 групп.

Для оценки соотношения полученных данных и нормативной пропускной способности спортивных сооружений использовалась методика, применяемая

Министерством спорта Российской Федерации для расчета фактической нагрузки и пропускной способности спортивных сооружений.

В соответствии с нормативными требованиями одновременная пропускная способность спортивных площадок рассчитывается на основе одновременной пропускной способности беговых дорожек:

- прямые беговые дорожки (каждая) – 4 чел.;
- кольцевые беговые дорожки (каждая) – 7 чел.

В соответствии с нормой пропускная способность манежа составляет 51 человек. Мы сравнили почасовую загруженность манежа в сравнении с пропускной способностью (рис. 1).

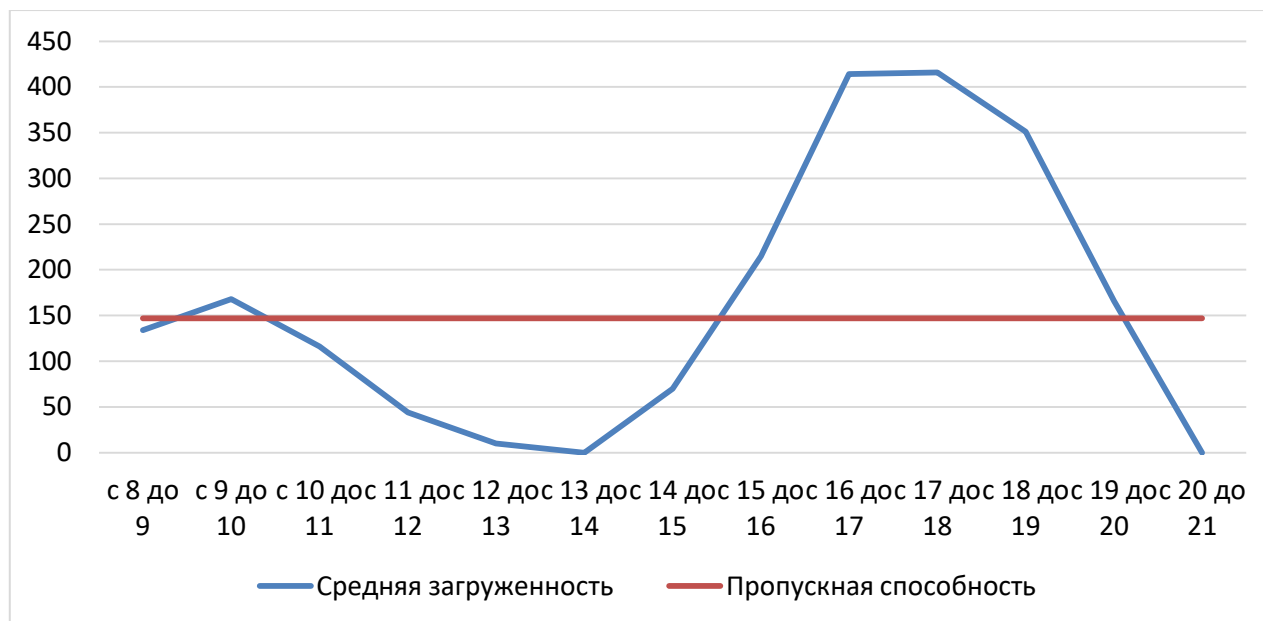


Рисунок 1 – Почасовая загруженность манежа в сравнении с пропускной способностью

Полученные данные показывают промежутки времени, в которые манеж переполнен сверх меры.

На основе данного анализа мы сделали вывод о логистической проблеме манежа, которая препятствует привлечению внебюджетных средств в МБУ «СШОР «Атлетика»» путем создания платных коммерческих групп.

Для решения этой проблемы мы предлагаем следующее:

- набор и формирование коммерческих групп для занятий легкой атлетикой в часы недостаточной загруженности спортивного сооружения;
- перераспределение расписания спортивных групп на часы недостаточной загруженности в дневное время для снижения нагрузки спортивного сооружения в утренние и вечерние часы.

Выводы. В ходе исследования проведен анализ логистики организации учебно-тренировочных занятий МБУ «СШОР «Атлетика»»; благодаря нашим рекомендациям удалось снизить загруженность на манеж в утренние (перераспределив 71 занимающегося на дневные часы) и вечерние часы (перераспределив 146 занимающихся на дневные часы); таким образом привлечь занимающихся на внебюджетной основе на утренние и вечерние часы.

Список литературы

1. Голубева, Г.Н. Система управления физической культурой и спортом : учебное пособие (часть 1) / Голубева Г.Н., Султанова В.Р. – Казань : Издательство Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма», 2021. – Библиогр.: 103 с. – 100 экз. – ISBN 978-5-6043222-4-6. – Текст : непосредственный.

2. Пустовит, А.В. Технология оптимизации управления организационно-методической деятельностью учреждения дополнительного образования спортивной направленности / А.В. Пустовит, К.В. Шкуропий. – Текст : электронный // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2018. – № 3 (223). – С. 155-160.2. Попова, А.А. Оценка эффективности коммерческой деятельности физкультурно-спортивной организации / А.А. Попова – Текст: электронный // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2016. – №9. – С. 14-19.

УДК 796.01

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕДИА-СОПРОВОЖДЕНИЯ В СТУДЕНЧЕСКОМ СПОРТЕ

Султанова В.Р., Шакирзянов И.Р.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье представлены результаты проведенных работ по продвижению студенческого спорта с помощью медиа-сопровождения. Работа проводилась на площадке киберспортивного клуба «Godji Game». В организации турнира приняли участие «RMS Group», киберспортивный турнирный оператор «Estate» и ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСиТ».

Ключевые слова: студенческий спорт, киберспорт, медиа-сопровождение, новые медиа, трансляция, вузы.

Актуальность. Основным звеном физкультурно-спортивного движения в России на протяжении многих лет является ФСО. Именно в рамках этих организаций осуществляется работа по физическому воспитанию учащихся, подготовке спортсменов высокого класса, предоставляются физкультурно-оздоровительные услуги, проводятся физкультурно-спортивные мероприятия [1].

Одним из основных компонентов системы обеспечения спортивных мероприятий является медиа-сопровождение, которое включает в себя средства коммуникации, способы передачи информации, а также образываемую ими среду.

На данный момент проблема заключается в продвижении студенческого спорта [2]. Большинство людей мало интересуются и посещают студенческий спорт, также существует не так много изданий и порталов, которые полностью посвящены спорту в высших учебных заведениях.

Цель исследования: оценить эффективность медиа-сопровождения студенческого спорта на примере студенческого киберспортивного турнира «University eState League».

Методы исследования: эксперимент, методы статистической обработки.

Результаты исследования и их обсуждение. Для оценки эффективности разработанного плана работы по продвижению студенческого спорта с помощью медиа-сопровождения был организован студенческий турнир по киберспорту «University eState League». В организации турнира принимали участие «RMS Group», которые занимаются техническим обеспечением и сопровождением мероприятий, киберспортивный компьютерный клуб «Godji Game», киберспортивный турнирный оператор «Estate» и Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, отвечающий за медиа-сопровождение турнира.

В турнире принимали участия такие вузы, как Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казанский национальный исследовательский технологический университет, Казанский энергетический колледж, Казанский государственный архитектурно-строительный университет, Университет управления ТИСБИ, Казанский авиационный институт, Казанский государственный

энергетический университет и Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма.

В первый день турнира трансляция проводилась в социальную сеть Вконтакте, которую посмотрело 5317 человек. По ходу турнира были сняты влоги, взяты интервью у участников и организаторов. В социальных сетях Вконтакте и Telegram размещаются результаты турнира, фото и видео контент (табл. 1).

Таблица 1 – Результаты проведенных работ в первый день турнира по киберспорту «University eState League» 16.04.2023

№	Содержание	Активность
1.	Трансляция в социальную сеть Вконтакте	5317 просмотров, 150 лайков, 53 комментария, 23 репоста
2.	Видео-интервью	832 просмотра, 204 лайка, 15 комментария, 14 репостов
3.	Влог с участием спортивных команд	832 просмотра, 204 лайка, 15 комментария, 14 репостов

Во второй день турнира вторично проводилась трансляция в социальную сеть Вконтакте, которую посмотрело 4236 человек. В розыгрыше приняли участие 154 человека; в ивенте – 265 человек (задача участников была угадать популярного игрока по киберспорту и ответить на все вопросы викторины). Также проводилась съемка видео-интервью и влога для социальных сетей (табл. 2).

Таблица 2 – Результаты проведенных работ во второй день турнира по киберспорту «University eState League» 23.04.2023

№	Содержание	Активность
1.	Трансляция в социальную сеть Вконтакте	4236 просмотров, 139 лайков, 87 комментариев, 19 репостов
2.	Видеоинтервью	693 просмотра, 156 лайка, 18 комментария, 14 репостов
3.	Влог с участием спортивных команд	693 просмотра, 156 лайка, 18 комментария, 14 репостов
4.	Розыгрыши во время матчей в социальных сетях	154 лайка / участника, 5 комментариев, 10 репостов
5.	Ивенты к турниру	168 лайка, 265 участников, 6 комментариев, 3 репоста

В третий день турнира также проводилась трансляция в социальную сеть Вконтакте, которую посмотрело 14585 человек, в розыгрыше приняли участие 260 человек; в ивенте – 126 человек (табл. 3).

Таблица 3 – Результаты проведенных работ
в третий день турнира по продвижению студенческого спорта
с помощью медиа-сопровождения 30.04.2023

№	Содержание	Активность
1.	Трансляция в социальную сеть Вконтакте	14585 просмотра, 43 лайка, 427 комментариев, 26 репоста
2.	Видео-интервью	826 просмотра, 241 лайк, 43 комментария, 10 репостов
3.	Влог с участием спортивных команд	826 просмотра, 241 лайка, 43 комментария, 10 репостов
4.	Розыгрыши во время матчей в социальных сетях	88 лайка, 260 участника, 260 комментариев. 5 репостов
5.	Ивенты к турниру	89 лайка. 126 участников, 53 комментария, 7 репостов

За период проведения турнира на группы «VK ESTATE» и «Telegram ESTATE» подписалось 125 человек.

Выводы. Медиа-сопровождение студенческого турнира по киберспорту «University eState League», организованное в апреле 2023 года, включало в себя трансляции, видео-интервью, влоги с участием спортивных команд, розыгрыши во время матчей в социальных сетях, ивенты к турниру. В результате проведенного эксперимента значительно выросли: просмотры в социальных сетях – на 92%, комментарии – на 85%, лайки – на 49%. На отлично оценили: розыгрыши и ивенты – 93% респондентов, работу медиа – 84% респондентов, трансляции – 77% респондентов.

Список литературы

1. Голубева, Г.Н. Система управления физической культурой и спортом : учебное пособие (часть 1) / Голубева Г.Н., Султанова В.Р. – Казань : Издательство Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма», 2021. – Библиогр.: 103 с. – 100 экз. – ISBN 978-5-6043222-4-6. – Текст : непосредственный.

2. Окулова, С.В. Состояние студенческого спорта в России / С.В. Окулова, Г.Н. Голубева // Актуальные вопросы научно-методического обеспечения системы подготовки спортивного резерва в Российской Федерации: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Казань, 19–20 ноября 2020 года. – Казань: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма», 2020. – С. 430-432.

УДК 796.062.4

SWOT-АНАЛИЗ МЕДИА-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Страхова В.С., Хайруллина А.Д.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье представлен SWOT-анализ медиа-деятельности спортивной организации, а также выявлены факторы внутренней и внешней среды организации, разделенные на 4 категории: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. Практическим материалом исследования послужили сайты и социальные сети спортивных мероприятий. Для решения исследовательских задач был проведен анализ инструментов и подходов медиа-деятельности.

Ключевые слова: SWOT-анализ, медиа-деятельность.

Актуальность. SWOT-анализ медиа-деятельности спортивной организации актуален в настоящее время, поскольку эффективная медиа-стратегия является важным элементом успешного проведения спортивных мероприятий. Оценка сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз поможет организации более эффективно использовать свои ресурсы и привлекать новых зрителей и спонсоров.

Цель исследования: Оценка сильных и слабых сторон, возможностей и угроз медиа-стратегии.

Методы исследования: в процессе исследования использовался метод – SWOT-анализ.

Результаты исследования и их обсуждение. Для проектирования стратегического направления развития спортивной организации целесообразно использовать SWOT-анализ как инструмент, позволяющий организации скорректировать свою деятельность.

Автономная некоммерческая организация «Дирекция спортивных и социальных проектов» (далее – Дирекция) – официальный организатор крупных всероссийских мероприятий. Дирекция была для подготовки и проведения 27-й Всемирной летней Универсиады 2013 года, после чего стала организатором крупных всероссийских и международных соревнований как самостоятельно, так и в составе различных оргкомитетов.

Проведем поэтапно SWOT-анализ медиа-деятельности Дирекции, расписав сильные и слабые стороны организации, возможности и угрозы ее внешней среды.

На первом этапе исследования составим список основных сильных и слабых сторон, а также возможности и угрозы, основываясь на оценке элементов внутренней среды организации (см. табл. 1).

Таблица 1 – «Сила – слабость» и «Возможность – угроза»
 медиа-деятельности АНО «Дирекция спортивных и социальных проектов»

Внутренние сильные стороны	Внутренние слабые стороны
1. Использование современных технологий продвижения мероприятия 2. Широкий спектр спонсоров, партнеров, которые помогают в продвижении мероприятия 3. Активное использование социальных сетей и средств массовой информации для продвижения спортивных мероприятий	1. Не всегда является достаточно эффективной, из-за чего некоторые мероприятия могут оставаться незамеченными или не получать должного внимания 2. Недостаточное внимание к анализу результатов медиа-деятельности и ее корректировке для достижения лучших результатов
Потенциальные внешние возможности	Потенциальные внешние угрозы
1. Развитие цифровых технологий позволяет использовать новые инструменты для продвижения своих мероприятий и привлечения внимания широкой аудитории 2. Дирекция может улучшить свою информационную деятельность, используя данные аналитики и маркетинговых исследований, чтобы более точно определять потребности своей аудитории и разрабатывать более эффективные кампании	1. Непредвиденные обстоятельства, такие как неблагоприятная погода, экономические кризисы или политические изменения, могут повлиять на проведение мероприятий и медиа-деятельность 2. Конкуренция в сфере спорта может быть очень высокой, что требует от дирекции постоянного улучшения своих мероприятий и информационных кампаний 3. Изменение медиа-трендов и привычек зрителей, что может потребовать дополнительных усилий и затрат для привлечения и удержания аудитории

На втором этапе исследования определим взаимозависимость факторов внешней и внутренней среды.

Для оценки этих связей составим матрицу SWOT, которая имеет следующий вид (см. табл. 2).

Среди сильных сторон наиболее весомым фактором считается: использование современных технологий продвижения мероприятия.

Среди слабых сторон – недостаточное внимание к анализу результатов медиа-деятельности и ее корректировке для достижения лучших результатов, что может привести к уменьшению числа зрителей и спонсоров.

Возможность внешней среды заключается в том, что Дирекция может улучшить свою медиа-деятельность, используя данные аналитики и маркетинговых исследований, чтобы более точно определять потребности своей аудитории и разрабатывать более эффективные кампании.

Таблица 2 – Матрица SWOT медиа-деятельности
 АНО «Дирекция спортивных и социальных проектов»

<p>Возможности:</p> <p>1. развитие цифровых технологий – процесс улучшения и расширения таких технологий, как программное обеспечение, компьютеры, мобильные устройства, интернет;</p> <p>2. использование данные аналитики и маркетинговых исследований – данные о конкурентах, об аудитории</p>		<p>Угрозы:</p> <p>1. непредвиденные обстоятельства, например, экономические кризисы, политическая ситуация;</p> <p>2. конкуренция в сфере;</p> <p>3. изменение медиа-трендов и привычек зрителей.</p>	
<p>Сильные стороны:</p> <p>1. использование современных технологий продвижения мероприятия;</p> <p>2. широкий спектр спонсоров, партнеров;</p> <p>3. использование социальных сетей.</p>	<p>Поле СИВ</p> <p><u>1.2.</u>, <u>1.3.</u>; <u>2.1.</u>, <u>2.2.</u>; <u>3.1.</u>, <u>3.2.</u>.</p>	<p>Поле СИУ</p> <p><u>1.1.</u>, 1.2., <u>1.3.</u>; <u>2.1.</u>, 2.2., <u>2.3.</u>; <u>3.1.</u>, 3.2., 3.3..</p>	
<p>Слабые стороны:</p> <p>1. отсутствие должного внимания к продвижению мероприятия;</p> <p>2. недостаточное внимание к анализу результатов медиа-деятельности и ее корректировке.</p>	<p>Поле СЛВ</p> <p><u>1.1.</u>, <u>1.2.</u>; 2.1., 2.2..</p>	<p>Поле СЛУ</p> <p><u>1.1.</u>, 1.2., <u>1.3.</u>; 2.1., 2.2., 2.3..</p>	

Наиболее значимыми факторами угрозы внешней среды являются изменение медиа-трендов и привычек зрителей, что может потребовать дополнительных усилий и затрат для привлечения и удержания аудитории.

Выводы. Таким образом, мы можем предложить ряд дальнейших стратегических целей.

1. Использовать современные технологии продвижения мероприятия, которые будут учитывать данные аналитики и различных маркетинговых исследований.

2. За счет широкого спектра спонсоров, партнеров Дирекция может продвигать собственные проекты.

Список литературы

1. Цыгалов, Ю.М. Методы выявления стратегических альтернатив развития организации/ Ю.М. Цыгалов, И.И. Ординарцев. – Текст : электронный // Интернет-журнал «Управленческое консультирование». – 2016. – №4 (<https://cyberleninka.ru/article/n/metody-vyyavleniya-strategicheskikh-alternativ-razvitiya-organizatsii>) (дата обращения 06.06,2023);

2. АНО «Дирекция спортивных и социальных проектов»: официальный сайт. – Казань. – URL: <https://dspkazan.com/> (дата обращения 06.06.2023). – Текст : электронный.

УДК 378.17:796.5

ПРИКЛАДНОЕ ПЛАВАНИЕ КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДЛЯ ФИТНЕС-КЛУБОВ

Тарасов И.А., Фахретдинова А.Б.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье рассматривается такое направление в плавании, как «прикладное плавание», которое можно использовать для расширения ассортимента услуг фитнес-клуба и привлечения новых клиентов.

Ключевые слова: плавание, прикладное плавание, фитнес-клуб.

Актуальность. Прикладное плавание как полноценная и уникальная тренировка, сочетающая в себе оздоровительный и практический аспекты, может стать перспективным направлением для внедрения в фитнес-клубе.

Цель исследования: оценить потенциал прикладного плавания для внедрения в качестве новой услуги в фитнес-клубе.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы.

Результаты исследования и их обсуждение. Фитнес-клубы в условиях конкуренции постоянно развиваются и стремятся предложить своим клиентам все новые и новые варианты занятий. Инструкторы всегда в поисках уникальных направлений для того, чтобы удовлетворить потребности потенциальной аудитории. Новые форматы групповых тренировок появляются и в таком виде спорта как плавание.

Плавание – один из самых популярных видов спорта в России и мире. Оно способствует развитию выносливости, мышечной массы и гибкости [2]. Кроме того, плавание не нагружает суставы, что делает его доступным для людей с разными физическими возможностями и возрастом [3]. Многие люди выбирают плавание для поддержания физической формы и оздоровления [1]. Однако, сегодня становится очевидным, что плавание не ограничивается только спортивным аспектом и может быть использовано в качестве прикладного направления в фитнес-клубах. Введение программы «Прикладное плавание» может быть отличной возможностью для фитнес-клубов расширить свой ассортимент услуг и привлечь новых клиентов.

Рассмотрим, что можно предложить в рамках нового направления «Прикладное плавание» в фитнес-клубе.

Спасение утопающих. Один из основных видов прикладного плавания заключается в спасении утопающих. В рамках обучения для доставки утопающего до более безопасного места можно использовать спасательные средства. Также клиентам инструкторы подробно расскажут, что подплывать к утопающему нужно сзади или сбоку, избегая паники. Будут продемонстрировано, как необходимо захватить утопающего сзади подмышечным хватом или хватом за грудную клетку и перевезти к берегу или спасательной платформе. В ходе обучения будут освоены навыки того, как нужно оказать первую помощь, делать искусственное дыхание или сердечно-легочную реанимацию, по необходимости. При применении полученных умений и навыков на практике необходимо следовать профессиональным

рекомендациям и обучению, чтобы обеспечить эффективное и безопасное спасение утопающего.

Плавание с утяжелителями. Плавание с утяжелителями подойдет для занимающихся от 16 лет. Оно имеет свои особенности и предназначается для людей, которые хотят развивать свои спортивные возможности, и получить опыт непосредственно в транспортировке утопающих. В новом направлении фитнес-клуба можно предложить индивидуальные и групповые тренировки по плаванию с утяжелителями.

Плавание для подростков. Это отдельное направление, на котором будут рассказана техника безопасности в воде, а также будет проходить обучение основам прикладного плавания. Данный вид подготовки может быть интегрирован в групповые занятия для подростков в возрасте от 12 до 15 лет, где будут изучаться основы плавания и развития физических возможностей. Такое направление будет интересно родителям, которые хотят обезопасить своих детей [2].

Все три варианта, описанные выше, относятся к прикладному плаванию. Прикладное плавание включает в себя применение плавания в различных практических целях: физическая подготовка, развлечение, спасение утопающих.

Новое направление «Прикладное плавание» будет интересным как для любителей спорта, так и для новичков, которые только начинают свой спортивный путь. Возможности этого направления широкие, и все зависит от креативности и способности тренеров проводить интересные занятия.

Помимо этого «Прикладное плавание» имеет следующие преимущества перед тренировками в спортивном зале или другими групповыми тренировками:

1) тренировки по данному направлению не требуют дорогостоящего дополнительного оборудования и инвентаря;

2) будучи водным видом спорта, прикладное плавание является отличным средством для укрепления мышц, сердечно-сосудистой системы, улучшения кровообращения, обмена веществ и повышения работоспособности и выносливости;

3) благодаря водной среде, плавание имеет низкий уровень травматизма, поскольку вода создает поддержку и снижает нагрузку на суставы и связки;

4) оно включает в себя командные задания, которые можно применять для развития коммуникативных навыков обучающихся, поскольку создаются возможности для взаимодействия с другими занимающимися;

5) тренировки подходит для любого уровня подготовки, поскольку упражнения могут быть адаптированы под конкретного участника;

6) оно имеет оздоровительный эффект, предоставляет возможность расслабиться, снять стресс и получить удовольствие от плавания.

В заключение, можно сделать вывод, что прикладное плавание является новым, но перспективным направлением для фитнес-клубов, поскольку оно предлагает уникальную комбинацию физической активности, кардиотренировки и водных упражнений, что привлекает широкий круг людей. Преимущества прикладного плавания заключаются в укреплении мышц, развитии выносливости и координации, получении навыков, применимых в обыденной жизни, а также в возможности разнообразить тренировки.

Вывод. Внедрение прикладного плавания в фитнес-клубы видится весьма перспективным в плане расширения клиентской базы для укрепления позиций

организации на рынке физкультурно-спортивных услуг. Поэтому фитнес-клубам следует рассмотреть возможность включения прикладного плавания в свою программу тренировок, чтобы не отстать от конкурентов в современном быстро меняющемся мире и своевременно отвечать на запросы своих клиентов, обеспечивая им максимальную пользу от занятий фитнесом.

Список литературы

1. Виленский, М.Я. Физическая культура. Учебник / М.Я. Виленский, А.Г. Горшков. – М.: КноРус, 2022. – 214 с. – Текст: непосредственный. – ISBN 978-5-406-09867-7.

2. Германов, Г.Н. Теория и история физической культуры и спорта. Учебное пособие для СПО / Г.Н. Германов, А.Н. Корольков, И.А. Сабирова. В 3-х томах. Том 1. Игры олимпиад. – М.: Юрайт, 2019. – 793 с. – Текст: непосредственный. ISBN 978-5-534-10350-2.

3. Качанов, Л.Н. Лечебная физическая культура и массаж. Учебник / Л.Н. Качанов, Н. Шапекова, У. Марчинбаева. – М.: Фолиант, 2018. – 272 с. – Текст: непосредственный. – ISBN: 978-601-302-960-3.

УДК 338.484.2

БРЕНДИНГ КАК САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Туганова Э.А., Шмелева М.В., Вересова П.А.

Казанский инновационный университет
им. В.Г. Тимирязова
Казань, Россия

Аннотация: в индустрии туризма и гостеприимства брендинг выступает как самостоятельный аспект в управлении брендом, с применением инновационных приемов. Бренд следует рассматривать и с экономической, так и с психологической точек зрения. По наблюдению экспертов, проблема видится в отсутствии именно инновационного подхода с целью быть в тренде. Поскольку эффективность экономики территорий страны во многом зависит от внедрения инноваций, развития инновационных процессов, задача инновационного брендинга территорий – формирование пластичной системы адаптации к метаморфозам, происходящим в социально-политической, экономической, культурной средах.

Ключевые слова: туризм, отель, бренд, брендинг, инновации, менеджмент, территории, туристические услуги.

Актуальность. Сегодня рост туристского потенциала зависит от инновационного подхода к его культурному, рекреационному и историческому благосостоянию. Такая закономерность не обходит стороной и решение задачи конкурентоспособности отрасли территориального туризма. Она, несомненно, зависит от понимания бренда в соответствии с условиями современного рынка, которые не являются константой. При этом бренд следует рассматривать и с экономической, и с психологической точек зрения. Экономический подход имеет принципиальное значения для производителя турпродукта, психологический – для потребителя. Так или иначе, бренд важен производителю и потребителю, т.к. здесь есть взаимосвязь. Даже известный потребителю бренд, но не востребованный им, в сущности, не является брендом. Потому воспользуемся следующей трактовкой бренда – совокупность функциональных, эмоциональных, психологических и социальных восприятий в воображении потребителя, а также определенных материальных элементов, которые повышают конкурентоспособность товара, и, соответственно, способствуют увеличению объема продаж и прибыли предпринимательской структуры в целом [1].

Цель исследования. Учитывая, что туризм развивающаяся отрасль, брендинг выступает как самостоятельный аспект в управлении брендом, с применением инновационных приемов. Суть современного вектора развития брендинга – это технологические инновации, направленные на решение задач по минимизации ручного труда и времени, сокращению затрат, комфортного сервиса. По наблюдению экспертов, например, все это не стимулирует отельеров на постоянные инвестиции. Проблема видится в отсутствии именно инновационного подхода с целью быть в тренде. Отсутствие отелей, отвечающие современным требованиям потребителя – это очень слабая мотивация, чтобы посетить достопримечательности той или иной

территории. Как следствие, признак неконкурентоспособности региона, как туристской дестинации. Добавим, что эффективность экономики территорий страны во многом зависит от внедрения инноваций, развития инновационных процессов.

Методы исследования: анализ документов, обобщения, а также использовались сравнительный анализ, системный и ситуационный подходы.

Результаты исследования и их обсуждение. Задача инновационного брендинга территорий – формирование пластичной системы адаптации к метаморфозам, происходящим в социально-политической, экономической, культурной средах. И здесь с цифровизацией связаны современные тренды и стартапы. Не случайно вопросы, связанные с трендами и перспективами внедрения digital-стартапов в туристическую индустрию в феврале 2023 года были в повестке дня открытого заседания Комитета Российского Союза Туриндустрии по цифровизации, инфраструктурным проектам и Комиссии РСТ по стартапам. Приведем некоторые акценты, проставленные экспертами-участниками названного форума: несмотря на трудности, вызванные с уходом зарубежных компаний с рынка, сфера цифровых решений для индустрии туризма, транспорта, гостеприимства, хотя и немного отстает от технологий FinTech (финансовые решения) или EduTech (технологии для образования), тем не менее, активность этой ниши очень высока; в гостиничном бизнесе – ориентация на мобильный трафик, рост прямых продаж, увеличение окна бронирования и создание инструментов ценообразования на основе машинного обучения и Big Data: интеграция игроков рынка с госпроектами, например, сотрудничество Вnovo с проектом Госключ от Минцифры – системой, которая позволяет физлицам вести электронный документооборот с юрлицами; тренд на упрощение работы отелей с каналами продаж. Изначально ОТА пытались конкурировать друг с другом на уровне своих экстранетов и старались технологически сделать кабинет пользователя таким, чтобы отельер проводил там как можно больше времени. Затем появился такой класс IT-продуктов как менеджер каналов, пик его развития пришелся на 2015 год. Системы бронирования стали интегрироваться с Channel Manager разных разработчиков и разрешили им управлять не только тарифами и наличием номеров, но и спецпредложениями [2]. Начиная с 2018 года Booking.com и Airbnb стали пропагандировать подход API first, когда ОТА передает своему технологическому партнеру (системе управления отелем или менеджеру каналов) полный контроль и управление тарифами, работу с гостями и акциями. Вnovo была одной из немногих компаний во всем мире, реализовавших «Отчет по спросу», который Booking.com на тот момент в своем экстранете не реализовал. Пример развития этого тренда – бесшовная интеграция Channel Manager Вnovo с каналом OneTwoTrip-расширение каналов дистрибуции и кибербезопасность стали флагманскими трендами, являясь одновременно и точками роста travel-индустрии. Гости получили доступ к огромному количеству объектов размещения, которые ранее были доступны только на иностранных агрегаторах, а туроператоры смогли начать работу с ними в чистом правовом поле [2].

Выводы. Таким образом, в продвижении территорий существуют проблемы, связанные с отсутствием или нехваткой знаний, что сказывается на отсутствии инвестиций для внедрения стартапов. Важно сказать и что не существуют четкие и универсальные технологии брендинга территории в туризме. Однако очевидна его неразрывность с менеджментом. Основой инновационного менеджмента брендинга

туризма видится некая точка опоры туристических услуг, товаров с постоянным обновлением. Всегда привлекающий новизной турпродукт никогда не станет однообразным и скучным. Успешный инновационный менеджмент – это всегда идеи, формирующие, в конечном счете, образ жизни, роль которой актуализирована в системе социальной стратификации. Брендинг территорий открывает широкие возможности для инноваций, формирования своего рода модульной структуры, к которой можно присоединять все возможности для воплощения идей.

Список литературы

1. Каленская, Н.В. Брендинг / Н.В. Каленская, Н.Г. Антонченко. – Казань: «Абзац», 2019. – 125 с. С.- 11.
2. Чемезова, М. Аттестация экскурсоводов – формальность, но необходимая // Электронный ресурс: Режим доступа <https://welcometimes.ru/opinions/cifrovizaciya-turotrasli-2023-trendy-i-startapy> Дата обращения 03.05.2023.

УДК 316.43

ПРОБЛЕМЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО ПРОЕКТА «СПОРТ – НОРМА ЖИЗНИ»

Узюмова Н.В.

Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
Москва, Россия

Аннотация. Федеральный проект «Спорт – норма жизни» призван повысить качество жизни через занятия физкультурой и спортом. Проект имеет всероссийское значение и затрагивает напрямую или косвенно каждого гражданина. При этом существует противоречие между необходимостью управлением реализацией проекта и отсутствием обратной связи от граждан.

Ключевые слова: Федеральный проект «Спорт – норма жизни», проблемные зоны при реализации федерального проекта.

Актуальность. С самого начала своего становления, феномен спорта вызывает непреходящий интерес мыслителей и исследователей. На важность всестороннего осмысления спорта обращал внимание вначале XX в. М. Шелер: «Вряд ли какой другой феномен в мире заслуживает сегодня в такой же степени глубокого социально-философского и психологического изучения, как спорт». Наш соотечественник Д.В. Михель также отмечает: «Спорт есть, прежде всего, социальный феномен исследований, где используются методы социологии, социальной антропологии и экономической теории».

Действительно, в современном мире спорт является сформировавшимся социальным институтом, погруженным во множество контекстов и давно вышедший за пределы национального государства.

С конца XIX спорт имеет двухчастную структуру: а) спорт наивысших достижений; б) любительский, массовый спорт. В зависимости от социально-экономической ориентации, каждое государство выбирает ту или иную модель поддержки и развития спорта.

Здоровье нации, от которого зависит успешность адаптации в социально-экономической системе, определяется не только доступностью и уровнем медицинских услуг, состоянием окружающей среды, но напрямую связано со степенью сформированности физической культуры отдельно взятой личности.

Для поддержки отечественного массового спорта с 2019 г. реализуется Федеральный проект «Спорт – норма жизни», включенный в национальный проект «Демография». Целью федерального проекта является привлечение россиян к систематическим занятиям физкультурой и спортом, и согласно поставленным показателям, к 2030 г. 70% населения России должны стать физкультурниками.

Достижению поставленной цели служит комплекс мероприятий, включающий реконструкцию и строительство спортивных объектов, организацию спортивных мероприятий, проведение тренировок и мастер-классов. Для популяризации здорового образа жизни привлекаются именитые спортсмены.

Целью данного исследования является изучение оценки россиянами реализации Федерального проекта «Спорт – норма жизни». Успешная реализация данного проекта невозможна без активного участия самих граждан, которые не только выступают выгодополучателями, но и являются членами гражданского общества, задача которого – использовать возможности по включению в физкультурное и спортивное движения, оказывать содействие органам государственной власти, давать оценку и предлагать конструктивные решения, в том числе через участие в НКО.

При этом, как показывают социологические исследования, процент жителей России, осведомленных о национальных проектах, на протяжении ряда лет имеет положительную динамику, но остается достаточно низким. Также недостаточно изучены уровень доверия населения к результатам реализации национальных проектов, видение проблемных зон при работе над национальными целями и возможностями сделать данную работу более продуктивной.

Таким образом, формируется противоречие между знанием о потребности выявления и изучения отзывов населения о ходе реализации национальных проектов и незнанием путей реализации этих действий и направлений совершенствования. Невозможно управление реализацией национальных проектов без знания о том, как она протекает и оценивается конечными получателями – гражданами.

Основным **методом исследования** выбран вторичный анализ данных. Первым (и на данный момент – единственным) социологическим опросом, в рамках Федерального проекта «Спорт – норма жизни» стало совместное исследование ФГБУ ФНЦ ВНИИФК и ВЦИОМ, проведенное в ноябре 2019 г. Задача состояла в выявлении потребностей различных возрастных групп населения в условиях для занятий физкультурой и спортом. В фокусе изучения значились как декларируемые и систематические занятия физкультурой и спортом, так и мотивация граждан к занятиям физкультурой и спортом, а также оценка удовлетворенности спортивной инфраструктурой и причины отказа от физкультуры.

Согласно полученным **результатам**, 63% респондентов занимаются физкультурой и спортом, однако доля тех, кто занимается систематически на регулярной основе, составляет лишь 38%.

Динамика включенности в физкультуру и спорт имеет следующий вид: дети в возрасте 3-5 лет: 81%, затем пиковое состояние – 93% (дети 6-12 лет), далее последовательное снижение: 74% (подростки и молодежь 13-29 лет), 55% (30-59 лет) и 54% (старшая возрастная категория 60+).

Необходимо отметить, что представленное деление на возрастные группы носит неравномерный характер (например, 3-5 лет и интервал 13-29 лет) и не учитывает качественные отличия демографических групп, например, мужчин и женщин, подростков, вовлеченных в физические занятия в учебных заведениях и начинающих работников, включающихся в трудовую деятельность.

Представляется продуктивным отразить в последующих исследованиях такие признаки, как: демографический (половозрастной), профессиональный (сфера занятости), поселенческий (размер населенного пункта), территориальный (субъект Российской Федерации), уровень образования и дохода гражданина, которые позволят произвести более точную оценку реализации проекта и дать рекомендации по его дальнейшему развитию.

Далее, респондентов спрашивали о причинах отказа детей от физических занятий. Четверть опрошенных назвала отсутствие подходящих секций, 22% отметили большую загруженность, отсутствие времени. Еще 21% вынуждены отказаться от спорта по медицинским причинам, чуть меньше (19%) – «еще маленькие». Отсутствие интереса характерно для 11% респондентов, 6% не имеют в территориальной доступности необходимых кружков и секций и еще 5% заняты дома.

Однако полученные данные не позволяют оценить, связан ли отказ от спорта с нежеланием самих детей, или же проблема «на стороне родителей»?..

Основными причинами отсутствия физической активности взрослого населения названы неимение свободного времени (36%), большая общая нагрузка (26%) и ограничения по состоянию здоровья (25%). 11% респондентов имеют сложности с самомотивацией, 10% ответов связаны с высокой стоимостью спортивных услуг. По 9% отказов объясняются отсутствием компании и «усталостью от повседневных дел».

Интересны данные по мотивации респондентов. Для большей части (70%) спорт связан с поддержкой и укреплением здоровья, со значительным отрывом следуют мотивы «улучшения/поддержания фигуры» (20%), стремление к здоровому образу жизни (19%) и получение удовольствия от занятий (18%). Общение (9%), рекреация (7%) и желание быть привлекательным (4%), улучшение осанки (4%) замыкают список мотивов.

Выводы. Социологическое сопровождение реализации Федерального проекта «Спорт – норма жизни» носит нерегулярный и инертный характер и направлено исключительно на изучение отношения россиян к физкультуре и спорту. За пределами фокуса внимания остаются информированность о федеральном проекте, оценка работы органов власти при его реализации, возможность участия в проекте самих граждан, в том числе в качестве волонтеров или посредством НКО.

Список литературы

1. Михель. Д.В. Массовый спорт изнутри: опыт включенного наблюдения, представленный ученым-энтузиастом триатлона. Рецензия на книгу: Адель-финский А.С. (2018) Назло рекордам. Опыт исследования массового спорта, М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС // Социология власти. – №30(2). – С. 270-281.

2. Россия – спортивная Страна. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiya-sportivnaya-strana>- Дата обращения 14.05.2

УДК 796.062

ПУТИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В КОММЕРЧЕСКОМ СПОРТЕ

Федоров М.С., Хайруллина А.Д.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются различные подходы к оценке эффективности применения бизнес-моделирования в коммерческом спорте. Особое внимание уделяется анализу показателей эффективности, таких как рентабельность, количество клиентов, и исследованию взаимосвязи данных показателей. В заключении авторы приводят наилучшие пути оценки эффективности применения бизнес-моделирования в коммерческом спорте.

Ключевые слова: бизнес-моделирование, управление спортивными организациями, прибыль, рентабельность, корреляционный анализ.

Актуальность. На сегодняшний день актуальной остается проблема недостаточного количества кейсов практического применения технологий бизнес-моделирования в сфере спорта и ограниченной информацией о возможных путях оценки эффективности. Выявление путей оценки эффективности применения бизнес-моделирования в коммерческом спорте является актуальной задачей, которая поможет повысить эффективность деятельности в этой отрасли и обеспечить ее дальнейшее развитие.

Цель исследования: выявить пути оценки эффективности применения бизнес-моделей в коммерческом спорте.

Методы исследования: анализ учебно-методической литературы, эксперимент, методы статистической обработки результатов исследования.

Результаты исследования и их обсуждение. Нами были проведены изучение литературных источников и интернет-ресурсов. Для начала представим сущность термина «Бизнес-модель». По мнению Сушковой Т.А., бизнес-модель описывает, как бизнес позиционирует себя в рамках своей отрасли и как он собирает себя обеспечивать, т. е. создавать прибыль [2].

По мнению И.Г. Минервина, центральная задача, еще не нашедшая решения, но имеющая важнейшее значение для практики менеджмента, состоит в том, чтобы знать, как определить эффективность бизнес-модели [1].

В качестве апробации выявления результатов эффективности, мы предлагаем использовать вычисление коэффициента корреляции Пирсона, который показывает, изменяется ли один показатель в ответ на изменение другого. По нашему мнению, использование коэффициента корреляции Пирсона может помочь организации определить, какие факторы оказывают влияние на ее эффективность и какие изменения можно внести для улучшения результатов.

Выявление путей эффективности применения бизнес-моделей мы проводили на основе деятельности предпринимателя с налогом на профессиональный доход. Физическое лицо осуществляет деятельность по предоставлению индивидуальных занятий, видеоуроков по спортивным танцам. Перед выявлением путей оценки эффективности, предоставим основные финансовые данные в таблице 1.

Определим эффективность по следующим показателям: рентабельность и количество клиентов, затем методом корреляционного анализа выявим взаимосвязь данных показателей.

Таблица 1 – Экономическая эффективность внедренной бизнес-модели.

Месяц	Выручка (руб).	Расход (руб).	Чистая прибыль (руб).
Февраль	23000	7369	15631
Март	40500	11969	28531
Апрель	54500	15529	38971
Итого:	118000	34867	83113

Рассмотрим показатель «рентабельность». Определение рентабельности при оценке эффективности применения бизнес-модели позволяет оценить, насколько успешно компания использует свои ресурсы для получения прибыли. Рентабельность является ключевым показателем финансовой устойчивости компании и ее конкурентоспособности на рынке. Определим рентабельность бизнес-модели, которая является соотношением прибыли и ресурсов, затраченных для ее получения $R = (P/X) * 100$, где R – это рентабельность, P – это прибыль, X – это выручка (см рис. 1).

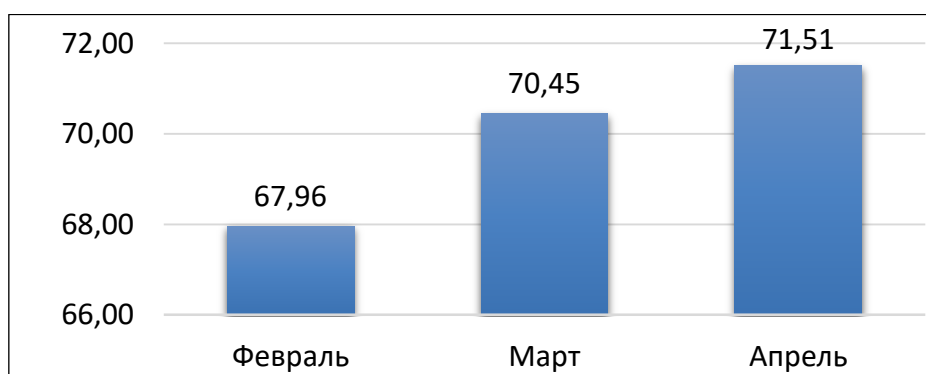


Рисунок 1 – Рентабельность бизнес-модели (в процентах).

Далее рассмотрим показатель «количество клиентов», по нашему мнению, данный показатель очень важен, так как он отражает спрос на услуги, предоставляемые бизнесом. Чем больше клиентов обращается к организации, тем больше потенциальных продаж и доходов. Кроме того, увеличение числа клиентов может свидетельствовать о росте узнаваемости бренда и улучшении качества предоставляемых услуг или товаров. Предоставим динамику количества клиентов на рисунке 2.

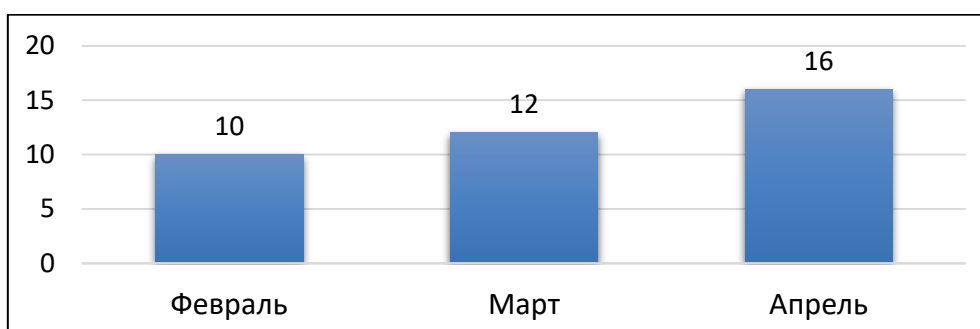


Рисунок 2 – Динамика количества клиентов (человек)

Методом определения взаимосвязи между выборками с помощью коэффициента корреляции Пирсона, определим связь показателей: рентабельности (Y) и количества клиентов (X). Для этого предоставим поле корреляции на рисунке 3.

Анализ корреляционного поля показывает, что связь между показателями линейная, положительная. Тесноту взаимосвязи приблизительно можно оценить как сильную.

Рассчитаем коэффициент корреляции методом Пирсона.

$$R_{xy} = (x_i - x_{sr}) * (y_i - y_{sr}) / \sqrt{((x_i - x_{sr})^2) * ((y_i - y_{sr})^2)}$$

$$R_{xy} = 0,95.$$

Связь между показателем рентабельности и количества клиентов очень сильная, прямо пропорциональная ($r > 0$), т.е. с увеличением количества клиентов повышается рентабельность деятельности организации.

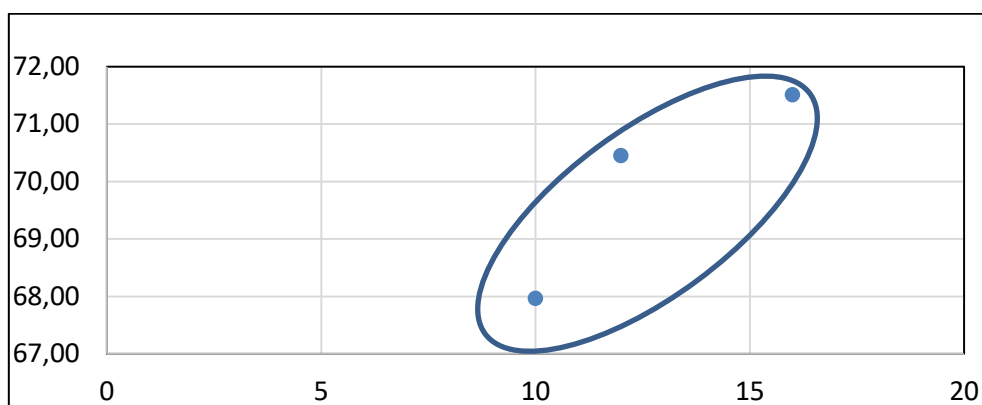


Рисунок 3 – Поле корреляции, где ось Y – рентабельность в процентах, ось X – количество клиентов (чел).

Вывод. Оценка эффективности применения бизнес-модели очень важно для предпринимателя и организации, так как недостаточно сформировать бизнес-модель, необходимо оценить ее возможности. Предоставленная в статье методика корреляционного анализа для оценки эффективности применения бизнес-моделей имеет большой потенциал к развитию.

Список литературы

1. Минервин, И.Г. 2017.02.028. Бизнес-модели: возникновение, развитие и перспективы исследования. Business models: origin, development and future research perspectives / wirtz b.w., pistoia a., ullrich s., göttel v. // long range planning. – oxford, 2016. – vol. 49, n 1. – p. 36-54. – mode of access. // Социальные и гуманитарные науки: Отечественная и зарубежная литература. Сер. 2, Экономика: Реферативный журнал. 2017. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/2017-02-028-biznes-modeli-voznikновение-razvitie-i-perspektivy-issledovaniya-business-models-origin-development-and-future-research> (дата обращения: 09.05.2023).

2. Сушкова, Т.А. Бизнес-планирование на предприятиях сферы обслуживания : учебное пособие / Т.А. Сушкова. – Воронеж : ВГУИТ, 2018. – ISBN 978-5-00032-393-9. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/130203> (дата обращения: 08.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – С. 72.).

УДК 796.062

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ БОРЬБЫ КОРЭШ В МУНИЦИПАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ ПОСРЕДСТВОМ ИНФОРМАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ

Хабибрахманов Р.И., Орлова М.М.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье описывается один из способов популяризации вида спорта через активное использование информационных каналов коммуникации. Предполагается, что активное освещение вида спорта в социальных сетях будет иметь результатом привлечения внимания, информирования и напоминания о виде спорта и, как следствие, увеличение заинтересованности подрастающего поколения в занятиях спортом и развитие освещаемого вида спорта на уровне муниципального образования.

Ключевые слова: популяризация, медиа-освещение, борьба корэш.

Актуальность. Данное исследование обусловлено возрастанием роли информационного сопровождения в медийном освещении спорта с целью его популяризации и развития. В связи с этим актуальной задачей является ведение социальных сетей, пропаганда вида спорта для увеличения заинтересованности подрастающего поколения и перспектив развития вида спорта в целом [1].

Цель исследования: разработать и реализовать план мероприятий по повышению популярности борьбы корэш в г. Мамадыш Республики Татарстан.

Методы исследования: с помощью контент-анализа основных интернет-площадок медийного освещения национальной борьбы корэш нам удалось выявить недостатки информационного сопровождения данного вида спорта. Также нами был проведен опрос жителей с целью узнать о наиболее предпочтительных способах информационного сопровождения борьбы корэш в муниципальном образовании. Затем экспериментальное исследование проводилось нами в ГАУ «РСШОР по борьбе, в ходе которого нам удалось разработать и реализовать план мероприятий по повышению популярности борьбы корэш.

Результаты исследования и их обсуждение. В результате анализа наполняемости групп ГАУ «РСШОР по борьбе» по виду спорта корэш в сентябре 2022 г. нами было выявлено, что в группе начальной подготовки занимается лишь 9 человек из 14 (группа заполнена на 64,3%), в трех тренировочных группах наполняемостью по 12 человек занимаются лишь 32 человека из 36 возможных (группа заполнена на 88,9%). На основании данных результатов нами было высказано предположение, что недостаточная популярность данного вида спорта обусловлена его низким уровнем информационного сопровождения.

Изучив и проанализировав интернет-ресурсы, на которых освещаются события борьбы корэш, мы выделили четыре основных источника распространения информации: официальный сайт Федерации корэш РТ, группа Вконтакте Федерации корэш РТ, ютуб-канал Федерации корэш РТ и страница Вконтакте ГАУ «РСШОР по

борьбе». Группа Вконтакте спортивной школы значительно отстает от других интернет-ресурсов в плане освещения борьбы корэш при том, что данная страница спортивной школы является единственной социальной сетью школы и единственным местным источником информации о борьбе корэш.

Мы провели опрос с целью анализа медийного освещения борьбы корэш в городе. По результатам опроса было выявлено, что почти половина респондентов (40%) не знают о существовании секции борьбы корэш в городе. Также 61% опрошенных считают освещение борьбы недостаточным. С целью улучшения данной ситуации мы разработали план мероприятий по развитию медиа пространства борьбы корэш (таблица 1).

Таблица 1 – План мероприятий по развитию медиапространства борьбы корэш в г. Мамадыш

№	Мероприятие	Сроки реализации	Результат
1	Подготовительный этап		
1.1	Выбор информационного канала продвижения борьбы корэш в г. Мамадыш	Октябрь 2022 г.	Определено видение информационного продвижения борьбы корэш в г. Мамадыш
1.2	Выбор формата постов и периодичности их публикации		
2	Основной этап		
2.1	Организация сбора фото- и видеоматериала соревнований	Октябрь 2022 г. – апрель 2023 г.	Подробные посты о соревнованиях по корэш с приложением фото- и видеоматериалов
2.2	Публикация информационных постов		
2.3	Рассылка приглашений в группу ГАУ «РСШОР по борьбе» Вконтакте		Увеличение количества подписчиков
3	Заключительный этап		
3.1	Оценка наполняемости групп по борьбе корэш ГАУ «РСШОР по борьбе»	Апрель 2023 г.	Увеличение количества желающих заниматься в секции корэш

Для оценки эффективности разработанного нами плана мы взяли статистические данные ведения официальной страницы Вконтакте ГАУ «РСШОР по борьбе» за период с сентября 2022 г. по апрель 2023 г.

В результате успешной реализации предложенного нами плана мероприятий мы регулярно публиковали информационные посты о проведенных соревнованиях по борьбе корэш, приглашали новых участников, там самым увеличили количество подписчиков и число отметок «нравится» (рис. 1).

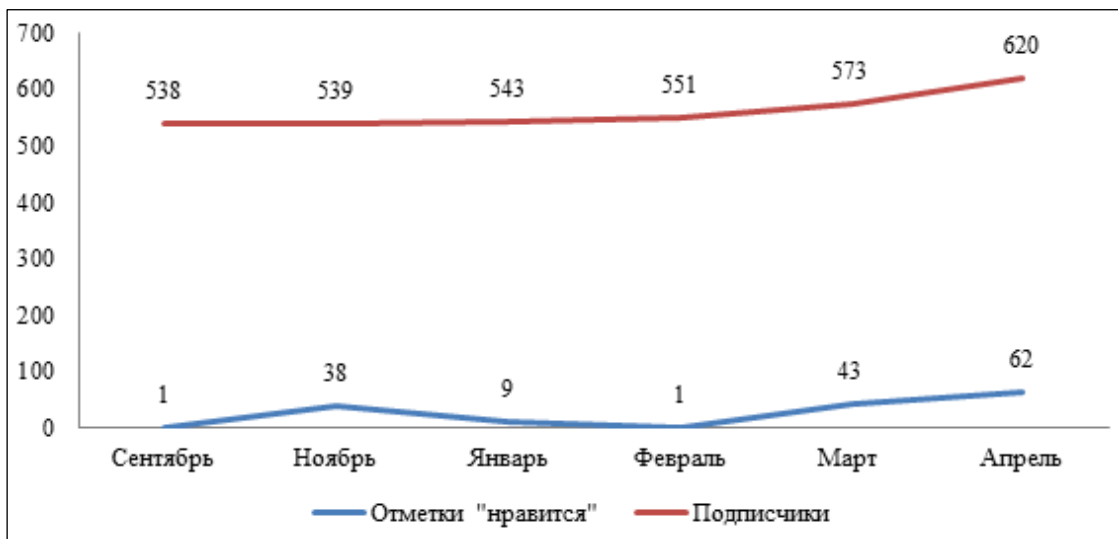


Рисунок 1 – Количество отметок «нравится» и количество подписчиков группы Вконтакте ГАУ «РСШОР по борьбе»

По данным графика на рисунке 1 мы видим, что количество подписчиков за период реализации плана повышения медийной популярности борьбы корэш увеличилось на 15,2%, количество отметок «нравится» увеличилось в 2,5 раза.

Также нами был проведен анализ наполняемости групп по борьбе корэш у тренера Хамидуллина Р.Н. (рис. 2).

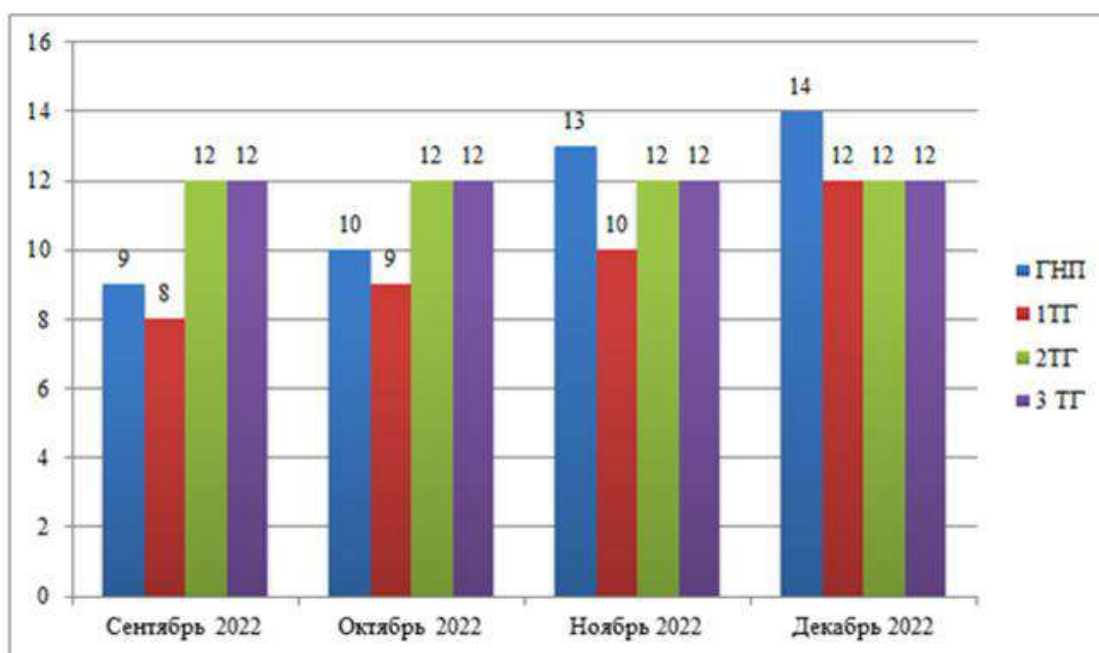


Рисунок 2 – Динамика наполняемости групп по борьбе корэш ГАУ «РСШОР по борьбе»

Как видно из рисунка 2, после выполнения плана мероприятий увеличилась наполняемость групп с 41 до 50, прирост составил 21,9%.

Выводы. Оценка эффективности реализованного плана показала, что количество подписчиков на странице ГАУ «РСШОР по борьбе» в группе Вконтакте увеличилось на 15,2%; количество отметок «нравится» увеличилось в 2,5 раза; количество занимающихся в секции корэш ГАУ «РСШОР по борьбе» увеличилось на 21,9% – группы заполнены полностью.

Список литературы

1. Герасимов, М.В. Глобальная сетевизация как фактор влияния на формирование жизненных проектов российской молодежи в области спорта / М.В. Герасимов // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2019. – №1. – DOI: 10.22394/2079-1690-2019-1-1-247-252.

УДК 338

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КАК НЕОБХОДИМЫЙ ЭЛЕМЕНТ ВНУТРЕННЕЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Хаджалдиева Е.А., Детков Д.А.

Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Краснодар, Россия

Аннотация. В представленной статье рассматривается понятие стратегии предприятия, изучается ее роль в развитии организации в условиях современной экономики.

Ключевые слова: стратегия, развитие, экономика, планирование, совершенствование.

Актуальность. Совокупность многих идей, вопросов, нюансов стратегического развития организации представляет собой плодотворную почву для исследований и генерации новых алгоритмов усовершенствования экономической деятельности. В подтверждение тому можно привести научную деятельность В.Г. Артеменко, А.Д. Шеремета, Н.А. Никифоровой, В.М. Родионовой и многих других ученых-экономистов. Из-за стремительной смены векторов экономики, частого внесения изменений в законодательную базу, нестабильность геополитической обстановки, можно говорить о дефиците внимания в части анализа и практического внедрения/применения такого явления, как стратегия развития предприятия. Идеи стратегического менеджмента не в достаточной степени внедряются в деятельность компаний.

Актуальность исследовательской статьи заключается в том, что проведенный анализ имеющихся теоретических и практических данных, демонстрирует тенденцию к увеличению количества хозяйствующих субъектов, уделяющих внимание приемам и алгоритмам стратегического развития собственных производственных мощностей. Конечной целью подобных управленческих манипуляций, является достижения максимума возможностей предприятия в удовлетворении рыночного спроса в занимаемой нише за счет производства и дальнейшей реализации конкурентоспособной продукции, предельно возможного использования всех имеющихся ресурсов с целью получения высоких финансовых результатов в процессе экономической деятельности.

Цель исследования. Переходя непосредственно к предмету исследования, мы имеем представление о том, что в основе стратегического планирования (безотносительно временного периода планирования) лежит, собственно, стратегия. Если говорить о ней как о некоем понятии, то можно ее представить в качестве долгосрочного (обычно) глобального планирования, которое содержит набор приемов, способов, методов и особенностей достижения имеющихся целей предприятия. Приоритетным является подход к планированию стратегии, при которой предприятие достигает максимальных экономических показателей при минимальных ресурсных затратах.

Результаты исследования и их обсуждение. Стратегическому планированию подлежат и такие мероприятия, как активизация реализации продуктов/работ,

продвижение конечного результата на целевом рынке и обеспечение доброкачественной конкурентоспособности предприятия [2].

Иными словами, стратегия развития предприятия – это план, который конкретизирует и аргументирует выбор путей достижения компанией своих долгосрочных целей, основываясь на объеме имеющихся ресурсов, получая при этом максимум прибыли.

Процесс воплощения в жизнь стратегии организации содержит такие этапы, как [4]:

- постановка стратегических задач;
- разработка проектов развития по каждой стратегической задаче;
- составление планов реализации проектов;
- формирование структур, отвечающих за стратегические проекты;
- стратегический контроль.

Одним из существенных факторов, определяющим выбор стратегии является сфера деятельности организации, ее миссия и, как следствие, финансово-экономические показатели. Таким образом, стратегия – это определенная методология действий в долгосрочной перспективе для извлечения прибыли.

Существуют различные подходы к классификации типов стратегий. Наиболее часто употребляются такие, как:

- стратегия полноценного и ограниченного роста организации;
- стратегия сокращения предприятия;
- стратегия ликвидации организации;
- объединенные стратегии бизнеса;
- стратегии развития продукции;
- стратегия развития сферы деятельности.

Нередко крупные предприятия, обладающие структурными подразделениями (филиалами), могут разрабатывать комплексные стратегии, ориентированные на направления деятельности отделений-филиалов (реализация, производство, оказание услуг и т.д.). Ключевым, в данном случае, будет являться соответствие между отдельными структурными и главной стратегией предприятия. Все это соотносится с понятием объединенных стратегий бизнеса.

Следование выбранной стратегии позволяет компании упрочить положение в социальной нише, заработать авторитет на рынке (среди потребителей, поставщиков и партнеров), сформировать положительный имидж организации, а также оптимизировать свои издержки (в идеале, сводить их к минимуму) [1]. Основными задачами, для решения которых необходима стратегия развития предприятия, являются:

- создание и реализация (сбыт) продукции высокого качества;
- увеличение доли участия организации в избранном сегменте рынка;
- отслеживание деятельности предприятий-конкурентов и использование полученной информации для роста уровня конкурентоспособности организации;
- создание и поддержание положительного социального и профессионального статуса в обществе.

Выводы. Всякая стратегия не является окончательной и идеальной. Постоянное изменение окружающих факторов, элементов рыночной политики и экономических показателей предприятия влечет неизбежный анализ и дальнейшую оптимизацию

стратегических решений. С этой целью проводится конкретизация ранее поставленных задач, обозначаются наиболее актуальные, как по качеству, так и по объемам, вопросам маркетинга, кадрового обеспечения, социальной политики предприятия и другие [3].

Резюмируя, следует признать, что грамотная стратегия развития предприятия – это залог стабильности, антикризисного потенциала (а подчас и выживания бизнеса!) и прочного положения в избранной экономической нише. Сюда же, безусловно, относится и актуализация структуры компании, алгоритмы выработки стоимости продукции/услуг, развитие персонала, политика управленческих решений. Все это (и многое другое), должно осуществляться в контексте генеральной стратегии развития компании. Обязанность руководителей всех уровней осуществлять постоянное и целенаправленное изменение организационных структур в четком соответствии с заданными целями: укрупнение потенциальной покупательской группы, улучшение качества продукции/работ, усовершенствование внутриорганизационных алгоритмов создания стоимости и прочее.

Список литературы

1 Антонова, А.А. Стратегия как основа развития предприятия / А.А. Антонова, А.А. Коржакова // Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы. – 2019. – № 6. – С. 119-123.

2 Махмудов, Ф.А. Стратегия развития предприятия в условиях современной экономики / Ф.А. Махмудова // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями. – 2022. – № 2. – С. 86-95.

3 Рогачева, В.Р. Стратегия развития предприятия в условиях кризиса / В.Р. Рогачева, Э.Р. Рогачева, В.В. Шевцов // В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса. Сборник статей по материалам 77-й научно-практической конференции студентов по итогам НИР за 2021 год: в 3-х частях. – Краснодар, 2022. – С. 410-412.

4 Салгириев, Э.Р. Стратегия развития предприятия: виды и внедрение / Э.Р. Салгириев, Б.Х. Хаджимурадов, А.Б. Садилова // Вопросы устойчивого развития общества. – 2022. – № 6. – С. 263-269.

УДК 796/799

РАЗВИТИЕ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ РАБОТЫ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ

Хайруллина А.Д., Мингазов М.Л.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Учитывая возрастное распределение населения в Апастовском районе Республики Татарстан большой акцент мероприятий направлен на средний и пенсионный возраст, чтобы привлечь новых граждан к занятию спортом, так же это будет способствовать большей загруженности спортивных объектов, достижению и повышению индикативных показателей и результативности деятельности Апастовского муниципального района.

Ключевые слова: Татарстан, физическая культура, население.

Актуальность. В последние годы на всех уровнях государственной власти наблюдается растущее осознание необходимости решения проблем обеспечения массового спорта и организации пропаганды физической культуры и спорта как неотъемлемой части здорового образа жизни и развития спорта высших достижений.

Реализация предложенных мер позволит увеличить рабочие места, которые займут педагоги по спортивным занятиям, увеличиться численность населения, которые будут увлечены спортом, что в следствии повысит качество их жизни, состояние здоровья, что в свою очередь повлияет на все сферы деятельности населения Апастовского района Республики Татарстан.

Цель исследования: привлечение населения сельской местности к постоянным занятиям ФКиС в спортивных комплексах района.

Результаты исследования и их обсуждение. В спортивном проекте «Спорт – это новая жизнь» мы выделили 3 основных направления:

- 1) увеличение доли систематически занимающихся физической культурой и спортом;
- 2) увеличение нагрузки на физкультурно-спортивные сооружения, для каждого из которых разработан ряд мер;
- 3) увеличение численности педагогов по занятиям физической культурой и спортом.

Численность населения Апастовского района по состоянию на 2023 год составляет 19512 человек.

Рассмотрим более подробно по категориям:

- население в возрасте от 0-7 лет – 1949 чел.
- население в возрасте от 8-17 лет – 2305 чел.
- население в возрасте от 18-29 лет – 2339 чел.
- население в возрасте от 30- 60 жен. (65 муж.) лет – 8393 чел.
- население в возрасте от 60 жен. (65 муж.) и старше – 4527 чел.

Представим подробнее на диаграмме (рис. 1)

Учитывая возрастное распределение населения в Апастовском районе Республики Татарстан большой акцент проекта направлен на средний и пенсионный

возраст, чтобы привлечь новых граждан к занятию спортом, так же это будет способствовать большей загруженности спортивных объектов, достижению и повышению индикативных показателей и результативности деятельности Апастовского муниципального района Республики Татарстан.

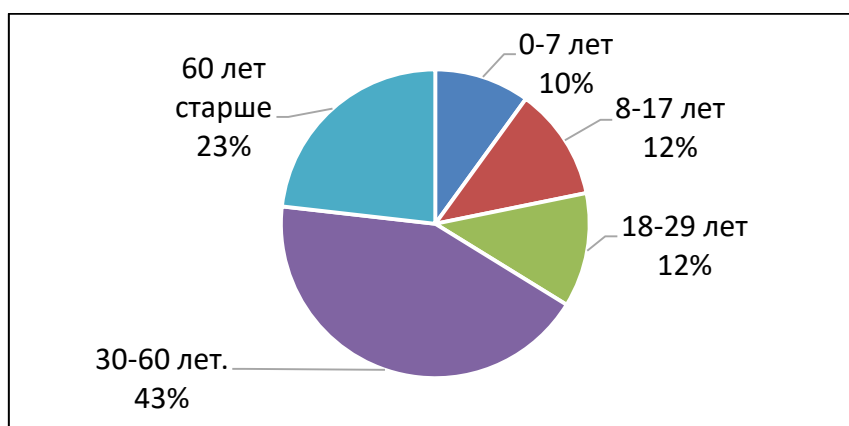


Рисунок 1 – Разделение населения Апастовского района по возрастному показателю

Чтобы увеличить долю людей, систематически занимающихся физической культурой и спортом, в Апастовском районе Республики Татарстан были проведены мероприятия для разных целевых аудиторий:

Мероприятие для населения от 7 лет – «Снежные бега».

Цели и задачи мероприятия: систематизировать знания о лыжном спорте, обучить основам техники и приемов передвижения на лыжах, способствовать развитию у участников желания заниматься лыжным спортом, способствовать созданию условий для полезного досуга школьников во внеурочное время. Это соревнование по лыжным гонкам проходило в 2 этапа:

1 этап: 1-15 декабрь 2022 года. В течение этого периода школьники в Апастовском районе были проинформированы через учителей средних школ, тренеров учителей спортивных школ, родительские чаты, объявления в общеобразовательных организациях, население старшего возраста были проинформированы через расклеенные объявления на досках объявлений, подъездов домов и в общественных чатах в мессенджерах.

2 этап: 15 декабря 2022 г. – 30 декабря 2022 г. непосредственное обучение лыжным гонкам в формате мастер-класса, 1 раз в неделю по субботам, под руководством приглашенного тренера – тренера-преподавателя МБУ «Средняя общеобразовательная школа Апастовского района Республики Татарстан».

Все необходимое снаряжение, если у участника мероприятия его не было, выдавалось с лыжной базы. В ходе реализации мероприятия «Снежные бега» к занятиям лыжами присоединились 158 человек.

Мероприятия для населения старше 18 лет – «Футбол не знает возраста».

Даты проведения: с 1 январь 2023 года по 31 январь 2023 года.

Мероприятие предполагает следующее:

1. Достигнута договоренность с администрацией Исполнительного комитета Апастовского района о выделении спортивного зала Спорткомплекс с. Большие Кайбицы 1 раз в неделю по пятницам вечером для проведения тренировок и товарищеских матчей по футболу.

2. Информировав население о занятиях футболом, основным каналом распространения информации были расклеенные объявления на досках объявлений, подъездах домов и в общественных чатах в мессенджерах.

3. Проведение мероприятия в период 15 января 2023 года по 31 января 2023 года. Участники мероприятия имели доступ в спортивный зал, где они проводили товарищеские игры между собой, спортивный инвентарь и организацию судейства предоставил Спорткомплекс с. Большие Кайбицы.

В ходе реализации мероприятия «Футбол не знает возраста». 48 человек в возрасте от 18 лет и старше из Апастовского муниципального района присоединились к регулярным занятиям

Мероприятие для населения в возрасте от 29 лет и старше – «Вперед к здоровью»

Данное мероприятие по скандинавской ходьбе проходило в 2 этапа:

1 этап: февраль 2023 года. В течение этого периода население Апастовского района было проинформировано посредством распространения информации были расклеенные объявления на досках объявлений, подъездах домов и в общественных чатах в мессенджерах. В результате мероприятия были собраны желающие поучаствовать в скандинавской ходьбе.

1 этап: февраль 2023 года. Проведение тренировок по скандинавской ходьбе 1 раз в неделю по субботам под руководством приглашенного тренера – тренера-преподавателя комплекс с. Большие Кайбицы.

Пожилые люди и более молодое население с удовольствием приходили на тренировку в любую погоду и старательно выполняли все упражнения. Также было предоставлено снаряжение – лыжные палки, но некоторые участники пришли со специализированным снаряжением. После разминки, выбрав комфортную скорость и дистанцию, мы отработывали технику ходьбы.

Такая умеренная физическая активность в дружеской компании помогает сохранять силы, здоровье и вести активный образ жизни как можно дольше. За период реализации мероприятия «Вперед к здоровью» к регулярным занятиям присоединился 42 человека Апастовского района.

Выводы. Таким образом, реализация проекта способствовала увеличению числа занятых – согласно полученным данным, за весь период реализации нашего проекта в нем приняли участие 316 человек, что составляет 26%, к данным доли систематически занимающихся физической культурой и спортом в Апастовском районе на 2022 год; увеличение загруженности спортивного объекта, в связи с внедрением новых услуг по физическому воспитанию.

Список литературы

1. Душанин, А.П. Государственные органы управления физической культурой и спортом / А.П. Душанин // Библиотека юридических наук. – 2010. – С.38. – Текст: непосредственный.

2. Жукова, В.А. Методологический подход к разработке концепции территориального социально – экономического развития муниципального образования [Текст] / В.А. Жукова // Международный научный журнал «Синергия наук» – 2018. – С. 138

УДК 364.79-05

АНАЛИЗ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОБЛАСТИ КИБЕРСПОРТИВНОЙ НАУКИ

Хайруллина А.Д., Рендикова Р.Р.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Развитие киберспорта в странах мира зависело от уровня цифровых технологий и доступности их для населения. Большую популярность киберспорт стал приобретать с начала 2000 годов, превратившись в индустрию стоимостью в миллиарды долларов. В работе сделан анализ исследований, проводимых с 2002 года, в области спортивной науки, когнитивной науки, права, медиаисследований, чтобы понять текущее состояние исследований киберспорта и выявить исследовательские вопросы, тенденции и выводы.

Ключевые слова: киберспорт, компьютерные игры.

Актуальность. Большие финансовые потоки, повышенная заинтересованность различных компаний и крупных мировых корпораций к индустрии киберспорта породила дискуссию о включении киберспорта в качестве Олимпийского вида спорта. На Олимпийском спортивном форуме, состоявшемся в 2018 году в Швейцарии, члены Международного олимпийского комитета (МОК) и Глобальной ассоциации международных спортивных федераций (GAISF) даже объявили о создании специальной киберспортивной группы. Делегаты МОК проявили интерес к выходу на рынок киберспорта, но подчеркнули, что до сих пор нет единогласного решения об их включении. Особой проблемой является беспричинное насилие в некоторых видеоиграх.

Вместе с тем в рамках подготовки к Олимпийским играм 2020 года (прошли в Токио в 2021 году) МОК объявил о запуске первого в истории соревнования по физическим и не физическим виртуальным видам спорта. Турнир, организованный в партнерстве с пятью международными федерациями и издателями компьютерных игр, получил название «Olympic Virtual Series». А Олимпийский Совет Азии (ОСА) объявил о проведении киберспортивных соревнований на Азиатских играх 2022 года в Китае (которые уже состоялись осенью 2023 года).

Таким образом, глобальная легитимность киберспорта уже обеспечена. По нашему мнению, эта информация полностью показывает, что киберспорт является воплощением всеобъемлющей силы экономики, культуры и технологий, и необходимо срочно содействовать качественному развитию киберспортивной индустрии.

Цель исследования: анализ исследований в области киберспортивной науки на международном уровне.

Методы исследования. С помощью набора ключевых слов (киберспорт, электронный спорт, компьютерные игры, соревнования по видеоиграм) провели поиск по базе данным и таким системам как Researchgate, Google scholar, EBSCOhost.

Результаты исследования и их обсуждение. Результаты показали рост киберспортивной сферы в различных областях и растущий глобальный интерес к киберспорту, но отсутствие консенсуса относительно определения этого термина.

В 2022 году мировой киберспортивный рынок оценивался чуть более чем в 1,38 миллиарда долларов США (рис.1). Кроме того, прогнозируется специалистами консалтинговой компании Statista, что доходы мирового рынка киберспортивной индустрии вырастут до 1,87 миллиарда долларов США в 2025 году [5]. Азия и Северная Америка в настоящее время представляют собой крупнейшие киберспортивные рынки с точки зрения доходов, при этом только на Китай приходится почти 1/2 рынка.

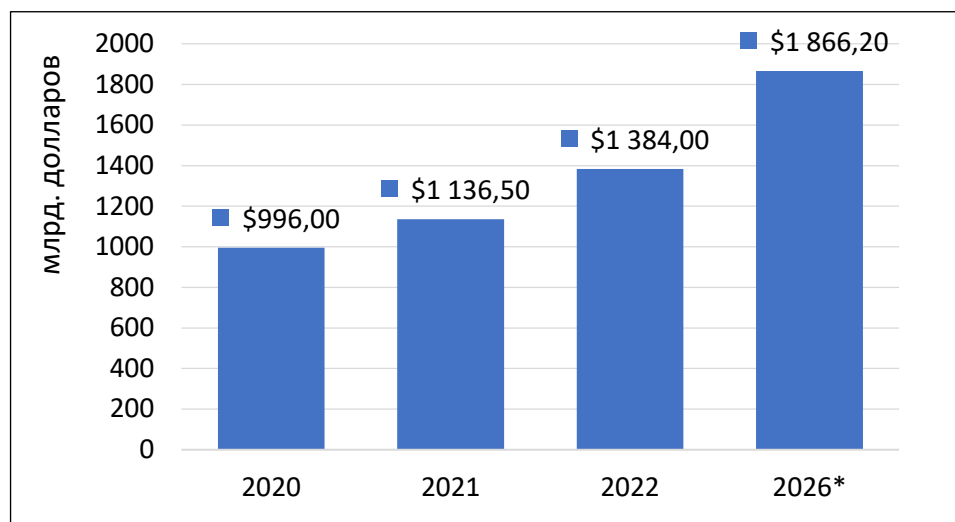


Рисунок 1 – Мировой рынок киберспорта

Киберспортивный рынок включает любые профессиональные игровые соревнования из турниров или лиг, которые предлагают титул чемпиона или призовые деньги. Доходы отрасли генерируются за счет спонсорства, продажи прав для медиа, цифровых технологий, потокового вещания, билетов и мерчандайзинга, а также гонораров издателей игр.

Самая ранняя литература о киберспорте была опубликована в 2002 году, авторы рассматривают возможность компьютерных игр в качестве потенциального места для борьбы с доминирующими гендерными стереотипами [6]. К ним присоединилась публикация в области спортивной науки, автор в статье исследует возможность того, что компьютерные игры можно считать спортом [1], также в 2006 году исследование в области средств массовой информации автор профессор цифровых медиа в Колледже медиа искусства и дизайна Университете Дрекселя, в настоящее время также является программным директором программы PhD по магистерской программы по киберспорту Майкл Г. Вагнер [1] публикует статью о научной значимости киберспорта, где дает понятие киберспорту – это «область спортивной деятельности, в которой люди развивают и обучают умственные или физические способности использованию информационно-коммуникационных технологий», это определение стало одно из самых цитируемых определений в литературе.

В 2007 году публикуется статья в области бизнеса и киберспорта, где рассматривается киберспортивный рынок в г. Урумчи, Китай [4]. В 2009 году вышла первая публикация о праве в киберспорте, автор сделал анализ концепции

киберспорта в отношении современного спорта с особым акцентом на роль руководящих органов. В 2011 году публикуется любопытная статья, которая посвящена интеграции исследовательских областей когнитивной науки и игровых исследований – двух областей с совершенно разными, но пересекающимися и дополняющими друг друга исследовательскими интересами [7]. Компьютерные игры и когнитивная наука, где игры всегда играли важную роль в когнитивной науке – междисциплинарной области, где влияние оказывают такие разные области, как неврология, лингвистика, информатика, психология, философия и антропология.

Зачастую фокусом обсуждения является классификация киберспорта как спорта и компьютерной игры в законодательстве, так как спорт имеет особое место в федеральном и международном законодательстве. Как отметили в своей статье Холден, Роденберг [8] в 2017 году, киберспорт находится на пути к законодательному регулированию, аналогичных традиционным видам спорта, хотя только были предложены официальные законодательные инициативы.

Однако во Франции киберспорт попадал под общий запрет азартных игр. Но на сегодняшний день киберспорт регулируется статьями 101 и 102 Закона о Французской цифровой Республике от 7 октября 2016 года. Для реализации этого нового закона премьер-министр Франции 10 мая 2017 года издал два указа: один регулирует организацию соревнований по компьютерным играм (Указ 871), и указ, который регулирует статус наемных профессиональных киберспортсменов (Указ 872).

Эмпирические исследования в киберспорте встречаются реже, как отмечает Wayne D. Gray [2] профессор кафедры когнитивных наук в Политехническом институте Ренсселера, в своей статье призывает к тому, чтобы компьютерные игры стали экспериментальной парадигмой когнитивной науки, как контекста в котором объясняется поведение человека.

Выводы. На основании различных дисциплин концепция киберспорта показывает аспект многоугольный интеграции. Невозможно определить и концептуализировать киберспорт только с одного ракурса, так как он характеризуется высокой степенью плюрализма, поэтому нужно сочетать социальную среду, технологические достижения и другие факторы, чтобы лучше понять концепцию киберспорта. Исследования киберспорта становятся все более популярными в современных академических кругах, и понятие традиционного вида спорта в сочетании с компьютерными играми постепенно становится ключевым направлением в киберспортивных исследованиях.

Список литературы

1. Вагнер М. (2006). О научной значимости киберспорта. Материалы Международной конференции по интернет-вычислениям 2006 года и конференции по разработке компьютерных игр, ICOMP 2006. [сайт]. – URL: https://www.researchgate.net/publication/220968200_On_the_Scientific_Relevance_of_eSports – Текст: электронный.
2. Грей У. D. (2017). Game-XP: Экшн-игры как экспериментальные парадигмы для когнитивной науки Темы в когнитивной науке, 9 289-307. doi:10.1111/tops.12260 [сайт]. – URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/tops.12260> – Текст: электронный.

3. Деннис Хемпхилл (2005) Киберспорт, Журнал философии спорта, 32:2, 195-207, DOI:10.1080/00948705.2005.9714682 : [сайт]. – URL:
4. Зан Л., У Дж., Ли Ю. (2007). Исследование текущей ситуации с киберспортом в Урумчи, Синьцзян. Международный журнал спортивной науки и техники, 2, 57-61: [сайт]. – URL: <http://www.worldacademicunion.com/journal/SSCI/SSCIvol02no01paper08.pdf> – Текст: электронный.
5. Поставщик рыночных данных Statista: [сайт]. – URL: <https://www.statista.com/statistics/490522/global-esports-market-revenue/>
6. Материалы конференции по компьютерным играм и цифровым культурам Издательство Университета Тампере, июнь 2002 г. ISBN / ISSN: ISSN 2342-9666 <http://www.digra.org/digital-library/publications/killing-like-a-girl-gendered-gaming-and-girl-gamers-visibility/>
7. Рамбуш Дж. (2011). Расширенные интеллектуальные игры: Понимание геймплея как деятельности на месте. Университет Линко, Швеция. : [сайт]. – URL: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:375941/FULLTEXT01.pdf>
8. Холден Дж. Т., Кабуракис А., Роденберг Р. М. (2017). Будущее уже настало: соображения киберспортивной политики и потенциальные судебные разбирательства. Журнал правовых аспектов спорта, 27, 46–78. doi:10.1123/jlas.2016-0018: [сайт]. – URL: <https://journals.iupui.edu/index.php/jlas/article/view/22241>

УДК 796.062

АНАЛИЗ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА СПОРТИВНОГО СТУДЕНЧЕСКОГО КЛУБА ПО КИБЕРСПОРТУ «TERA»

Ходырев В.Ю., Артемьев Р.В.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье освещаются проблемы, с которыми сталкиваются некоторые киберспортивные клубы, связанные с необходимостью построения эффективных маркетинговых стратегий для продвижения бренда. Целью исследования является изучение преимуществ различных технологий продвижения бренда студенческого спортивного клуба по киберспорту на примере команды «TERA».

Ключевые слова: киберспорт, спортивный менеджмент, продвижение

Актуальность. В 2016 году Министерство спорта России издало приказ, признающий киберспорт в качестве официального вида спорта Российской Федерации [1]. Это признание оказало значительное влияние на развитие всей отрасли.

Так, по данным сервиса «Яндекс.Wordstat», анализирующим поисковые запросы, в период с 01.05.2022 по 01.05.2023 слово «киберспорт» искалось более 2,5 миллионов раз, при этом в среднее значение в месяц – 208 тысяч запросов. К тому же, индекс региональной популярности, рассчитываемый как отношение частоты использования указанного поискового запроса к общему количеству запросов, в России на 2% превышает тот же показатель в Европе.

Обозначенные данные говорят о высокой степени заинтересованности темой киберспорта.

В настоящее время исследователи проявляют заметно больший интерес к изучению киберспорта по сравнению с прошлым, когда этой теме уделялось мало научного внимания. Так, количество публикаций на эту тему в 2022 году составило 719 работ, тогда как в 2019 публикаций было меньше – 529. Возможно, это связано с недавним повсеместным ростом интереса к киберспорту.

Кроме того, в западных академических работах произошло смещение акцента в сторону более тщательного изучения киберспорта [2]. Это включает в себя анализ психофизического состояния игроков и прогнозирование будущего развития.

Однако, несмотря на рост интереса общественности к феномену киберспорта, достаточно большое количество начинающих клубов не могут завоевать популярность, что связано со спецификой маркетинговых стратегий в вопросах продвижения киберспортивного бренда.

Цель исследования: изучение преимуществ различных технологий продвижения бренда спортивного студенческого клуба по киберспорту (на примере команды «TERA»).

Методы исследования: анализ научно-методической литературы.

Результаты исследования и их обсуждение. Киберспортивный клуб «TERA» был основан в 2022 году на базе Поволжского государственного университета физической культуры, спорта и туризма и включает такие дисциплины, как DOTA2, CSGO, HEARTHSTONE, STARCRAFT, FIFA.

Авторами был проведен анализ упоминаний киберспортивного клуба «TERA» в российских СМИ, результатом которого был сделан вывод о том, что клубу необходима дополнительная работа над брендом для увеличения доли позитивных упоминаний [3].

Стратегию продвижения бренда киберспортивного студенческого клуба необходимо вести по нескольким направлениям. Отообразим наглядно особенности каждого из них (табл. 1).

Таблица 1 – Преимущества направления продвижения
 бренда спортивного студенческого клуба по киберспорту

	Направление	Преимущества	Недостатки	Методы
1	Взаимодействие со СМИ	Регулярное освещение деятельности киберспортивного бренда в СМИ может привести к повышению узнаваемости и привлечению более широкой аудитории	Требует большого количества времени и ресурсов, поскольку регулярно взаимодействие со СМИ может мешать плану тренировок и соревнований	- организация пресс-конференций; - проведение интервьюирования игроков
2	SMM	Киберспортивные бренды могут напрямую взаимодействовать с болельщиками и подписчиками в социальных сетях, выстраивая более прочные отношения, повышая лояльность и укрепляя эмоциональную связь	Риск получения критики со стороны подписчиков. Поскольку платформы социальных сетей позволяют напрямую общаться с фанатами, важно тщательно отслеживать отзывы и реагировать на них своевременно и надлежащим образом, чтобы избежать ущерба своей репутации	- Ведение соцсетей; - Взаимодействие с аудиторией; - Проведение конкурсов; - Создание ощущения «уникальности» у подписчиков
3	Спонсоры и рекламодатели	Спонсоры оказывают финансовую поддержку киберспортивным брендам, помогая им финансировать мероприятия и рекламу	Риск поставить под угрозу целостность команды или доверие к ней путем продвижения продуктов или услуг, которые не соответствуют ценностям команды	Предложения о размещении логотипа либо упоминания в интервью
4	Участие в соревнованиях	Успех в соревнованиях может повысить репутацию киберспортивных брендов, демонстрируя их конкурентоспособность и опыт в своей области	Риск появления эмоционального выгорания или высоких физических нагрузок у игроков при частых соревнованиях	- Организация соревнований среди болельщиков; - Участие в сторонних соревнованиях

Таким образом, каждое из направлений работы по продвижению бренда киберспортивного клуба «TERA» имеет свои преимущества и недостатки. Однако регулярная системная работа по всем направлениям может минимизировать риски, что в свою очередь приведет к наилучшим результатам.

Вывод. Таким образом, для продвижения бренда клубу «TERA» необходимо реализовать несколько стратегий, включая взаимодействие со СМИ, спонсорами и рекламодателями, а также участие в соревнованиях и организацию SMM. Реализуя эти стратегии, киберспортивный клуб «TERA» может повысить узнаваемость своего бренда, привлечь более широкую аудиторию, наладить более прочные отношения с болельщиками и укрепить свою репутацию конкурентоспособного спортивного бренда.

Список литературы

1. Приказ Министерства спорта РФ от 29 апреля 2016 г. № 470 «О признании и включении во Всероссийский реестр видов спорта спортивных дисциплин, видов спорта и внесении изменений во Всероссийский реестр видов спорта, а также в приказ Министерства спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации от 17.06.2010 № 606 «О признании и включении видов спорта, спортивных дисциплин во Всероссийский реестр видов спорта»

2. Овчаров, Д.О. Продвижение бренда компании в сфере спорта / Д.О. Овчаров // Молодой ученый. – 2018. – № 9 (195). – С. 89-92. – URL: <https://moluch.ru/archive/195/48610/> (дата обращения: 08.05.2023)

3. Ходырев, В.Ю. Анализ мониторинга средств массовой информации в РФ на предмет упоминания в публикациях команды «TERA» / В.Ю. Ходырев, Р.В. Артемьев // Материалы XI Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов с международным участием «Актуальные проблемы теории и практики физической культуры, спорта и туризма» (6 апреля 2023 года). – Казань : Поволжский ГУФКСиТ, 2023.

УДК 796.01/355

РОЛЬ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В ПАТРИОТИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ ШКОЛЬНИКОВ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ

Черенева С.Р., Вишнякова О.Н.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Статья посвящена проблеме патриотического воспитания школьников. Представлены разнообразные методы физической культуры и спорта для мотивации патриотического воспитания школьников в сельской местности. Отношение родителей к патриотическому воспитанию детей через физическую культуру и спорт.

Ключевые слова: Физическое воспитание, спорт, патриотическое воспитание, физическая культура, сельская местность.

Актуальность. Роль и значение патриотического воспитания актуальна на сегодняшний день. Патриотическое воспитание в школе – это сложный и долговременный процесс, который должны прививаться на этапе формирования личных взглядов и личных ценностей. Зарождается патриотическое воспитание с самого детства, с начала это любовь к матери, семье, а дальше любовь к своему дому, где родился и Родине. Физическая культура и спорт играют важную роль в патриотическом воспитании школьников в сельской местности. Спортивные мероприятия и занятия физической культурой способствуют формированию здорового образа жизни, укреплению физического и психического здоровья, а также развитию патриотических чувств и качеств.

В сельской местности особенно важно развивать патриотические чувства, поскольку жители села имеют более тесную связь с родными местами, историей и культурой своего народа. В этой связи, занятия физической культурой и спортом в сельской местности должны быть организованы таким образом, чтобы в них были заложены элементы патриотического воспитания.

Цель исследования: доказать, что в настоящее время можно разнообразить патриотическое воспитание школьников, через средства физической культуры и спорта.

Если рассматривать толковый словарь Ожегова [3], то патриотизм – это преданность и любовь к своему отечеству, к своему народу.

Одним из способов реализации этой идеи являются спортивные соревнования, организуемые на уровне школы и района. Например, проведение соревнований по кроссу или лыжным гонкам, где участники должны преодолеть определенную дистанцию, позволяет не только укрепить здоровье, но и развить выносливость, настойчивость и упорство. Кроме того, такие мероприятия могут быть организованы в рамках празднования памятных дат или событий, связанных с историей и культурой родного края.

Другим способом патриотического воспитания, по мнению Науменко Н.М. [2], являются занятия физической культурой, где учащиеся знакомятся с народными традициями и обычаями своего края. Например, занятия народными танцами или

играми, которые были популярны в данном регионе, помогут школьникам понять и принять свою культуру и традиции.

Кроме того, в сельской местности можно организовать спортивные лагеря или экспедиции, где учащиеся не только укрепят свое здоровье, но и смогут познакомиться с природной красотой и достопримечательностями своего региона. Это позволит им увидеть свою родную землю с другой стороны, полюбить ее и защищать.

Н.А. Сиволобова [4] пишет, что другой важной формой спортивно-патриотического воспитания являются военно-патриотические игры и мероприятия. Они позволяют учащимся ознакомиться с основами военной подготовки, научиться работать в команде и принимать решения в экстремальных ситуациях. Такие игры часто проводятся на базах военной подготовки, где учащиеся могут познакомиться с военной техникой и оружием.

По мнению А.Н. Выршикова [1], спортивно-патриотическое воспитание может быть организовано в форме экскурсий и поездок. Такие мероприятия позволяют учащимся побывать в исторических местах и музеях, где они смогут лучше понять историю своей страны и национальную культуру. Кроме того, поездки могут включать в себя лагерные программы, где учащиеся могут заниматься спортом и учиться патриотизму в непринужденной обстановке.

В целом, спортивно-патриотическое воспитание является одним из наиболее эффективных способов формирования здоровой и гражданской личности учащихся. Оно помогает развивать не только физические, но и духовные качества, что является основой успешной жизни в современном мире.

Методы исследования: анкетирование.

Результаты исследования и их обсуждение. Для того чтобы узнать роль и повысить патриотическое воспитание школьников, была проведена «эстафета Мира», посвященная празднованию 9 мая в селе Понино. На данном мероприятии было представлено 4 команды по 10 человек, из них 2 команды Понинской средней школы, 1 команда из Детского дома, и 1 команда родителей учащихся. После эстафеты, было проведено анкетирование среди родителей учащихся, где было опрошено 30 родителей учеников Понинской средней школы.

Из анкетирования можно сделать вывод, что родители поддерживают патриотическое воспитание школьников.

На вопрос: «Вы считаете, что физическая культура и спорт могут способствовать патриотическому воспитанию школьников в сельской местности?», 88 % респондентов считают, что физическая культура и спорт могут способствовать патриотическому воспитанию школьников в сельской местности. Так же опрос показал, что наиболее эффективными видами спорта являются спортивные игры, легкая атлетика, туризм и ориентирование. На вопрос: «Какова роль учителя физической культуры в патриотическом воспитании школьников?», 75 % опрошенных считают, что учителя физической культуры играют важную роль в патриотическом воспитании школьников в сельской местности, так как они могут не только преподавать спортивные навыки, но и формировать патриотические ценности. На следующий вопрос: «Какие мероприятия по патриотическому воспитанию через физическую культуру и спорт проводятся в вашей школе?», родителей отметили то, что школа проводит спортивные соревнования, походы, спортивные игры и

мероприятия. 85 % респондентов считают, что такие мероприятия эффективны, так как они помогают формировать патриотические чувства и развивать командный дух у школьников. Основные проблемы, выявленные в опросе, – это отсутствие достаточных финансовых средств для проведения мероприятий, недостаточное количество спортивного оборудования. Респонденты предложили следующие рекомендации: увеличение финансирования спортивных мероприятий, повышение квалификации учителей физической культуры, расширение спектра спортивных мероприятий и привлечение к ним большего количества школьников.

Выводы. Таким образом, результаты спортивно-патриотического воспитания школьников могут быть очень разнообразными. Они включают в себя не только улучшение физической формы и развитие командного духа, но и повышение патриотического сознания и уважения к своей стране. Также важно отметить, что спортивно-патриотическое воспитание способствует формированию личности учащегося, развивает его лидерские качества и помогает справляться с трудностями в жизни. Важно, чтобы организация спортивных мероприятий и занятий физической культурой была направлена не только на физическое развитие, но и на формирование патриотических ценностей и чувств.

Список литературы

1. Вырщикова, А.Н. Теоретические основы воспитания и социализации в современной школе: монография / А.Н. Вырщикова, И.А. Соловцова, Л.И. Столярчук. – Волгоград: Научное издательство ВГСПУ «Перемена», 2018. – 168 с. – ISBN 978-5-9935-0385-1. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/84394.html> (дата обращения: 11.05.2023). – Режим доступа: для зарегистрированных пользователей. – Текст: электронный.

2. Науменко, Н.М. Методика воспитательной работы: учебно-методическое пособие / О.С. Шаврыгина, Н.М. Науменко. – 2-е издание, переработанное и дополненное. – Оренбург: ОренПечать, 2019. – 88 с. – URL: <https://lib.rucont.ru/efd/681169> (дата обращения: 10.05.2023). – Режим доступа: для зарегистрированных пользователей. – Текст: электронный.

3. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – 22-е изд. – М.: Русский язык, 1990.-921 с.

4. Сиволобова, Н.А. Гражданско-патриотическое воспитание учащейся молодежи: опыт и инновации: монография / Н.А. Сиволобова. – Ставрополь: СГПИ, 2017. – 136 с. – ISBN 978-5-9500789-9-6. – URL: <https://e.lanbook.com/book/117691> (дата обращения: 07.04.2021). – Режим доступа: для зарегистрированных пользователей. – Текст: электронный.

УДК 376

ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ КАК ИНСТРУМЕНТ УВЕЛИЧЕНИЯ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ

Чернов А.С., Хайруллина А.Д.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В XXI веке постепенно создаются и развиваются технологии по созданию Интернет-ресурсов физкультурной-спортивной организации, в том числе организации адаптивной физической культуры, у каждой организации есть своя задача, одна из них это привлечения внебюджетных денег и популяризации своих услуг.

Ключевые слова: Интернет-ресурсы, физкультурно-спортивная организация, ограниченные возможности здоровья.

Актуальность. Современное развитие сферы адаптивного спорта требует интенсификации поиска и внедрения инновационных научно-методических и информационных разработок. При этом необходимо отметить, что в ряде регионов страны инфраструктура информационного обеспечения применения социальных сетей, мессенджеров в физкультурно-спортивных организациях сферы адаптивного спорта развита недостаточно.

Цель исследования: изучить Интернет-ресурсы как инструмент повышения клиентской базы физкультурной спортивной организации для лиц с ОВЗ и оценить эффективность ее воздействия на организацию.

Интернет-ресурс это информационная система, которая предоставляет пользователям авторизованный персональный доступ к внешним и внутренним информационным приложениям, и ресурсам организации.

Современное использование Интернет-маркетинга позволяет продвигать предприятие и увеличивать прибыль, но именно Интернет-маркетинг позволяет охватывать сегменты, товары рынка. А инструменты, которые организации используют для своего развития – это использование веб-аналитики, таргетинга, что больше всего запрашивают клиенты в Интернете, но также используют с целью продвижения сайта [1].

Социальная сеть – это общественная структура, состоящая из группы лиц, которые связаны между собой общими интересами и увлечениями. В нее входят различные платформы, онлайн-сервисы или веб-сайты с целью отражения взаимоотношения между людьми в Интернет-ресурсах организации. У каждого из нас есть потребности одна из потребностей это безопасность и общение [2].

Результаты исследования и их обсуждение. В ходе анализа ГБУ Республиканская спортивно-адаптивная школа, мы выяснили, что данная организация использует Интернет-ресурсы в информационных сетях как: «Вконтакте, Мой спорт, почта Mail.ru». Везде по своему расписана информация, свойственно только для определенных круг лиц то есть для пользователей которые имеют свой профиль.

На рис. 1 изображены разделы: адрес, фото, видео, обсуждение, файлы. Также представлена подробная информация об организации.

В ходе изучения сайта школы мы увидели, что подписчиками сообщества на 16.03.2023 года являются 644 человека. Председателем является Сафиуллина Фариды Идрисовна, она же является владельцем сайта. На сайте выкладываются протоколы соревнований, положения школы, фотографии (отчет для вышестоящей спортивной организации), информация обновляется довольно часто. Есть такие разделы сообщества, как: Адреса, Фото, Видео, Обсуждения, Файлы (рис. 2).

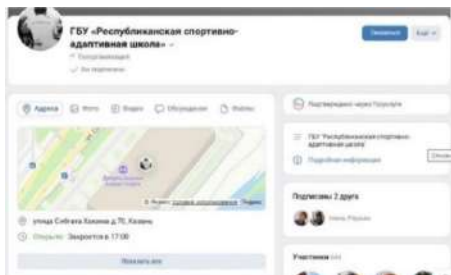


Рисунок 1 – Страница «Вконтакте» ГБУ «Республиканская спортивно-адаптивная школы»

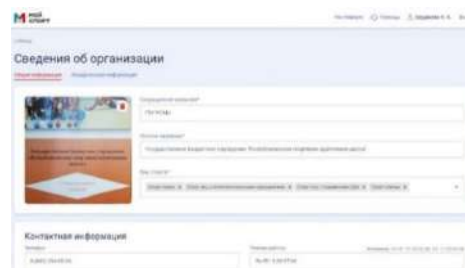


Рисунок 2 – Приложение «Мой спорт» ГБУ «Республиканская спортивно-адаптивная школа»

Всего в школе занимается 35 тренировочных групп: от начальной подготовки до высшего спортивного мастерства. В разделе «моя организация» есть такие подразделы, как: сведения об организации, база тестов которые выполняли спортсмены, отчетность, спортивные сезоны (результаты спортсменов), виды тренировок, массовые разряды, атлас спортивной подготовки, объекты спорта и места (где тренируются спортсмены),

Раздел «зачисление» содержит: объявление о наборе, заявки, руководство для зачисления, тестирования (для поступления)

Чтобы оценить эффективность использования школой Интернет-ресурсов, мы выбрали социальную сеть «Вконтакте» Республиканской спортивной адаптивной школы, проанализировав результаты статистики, мы получили следующие данные (рис. 3).

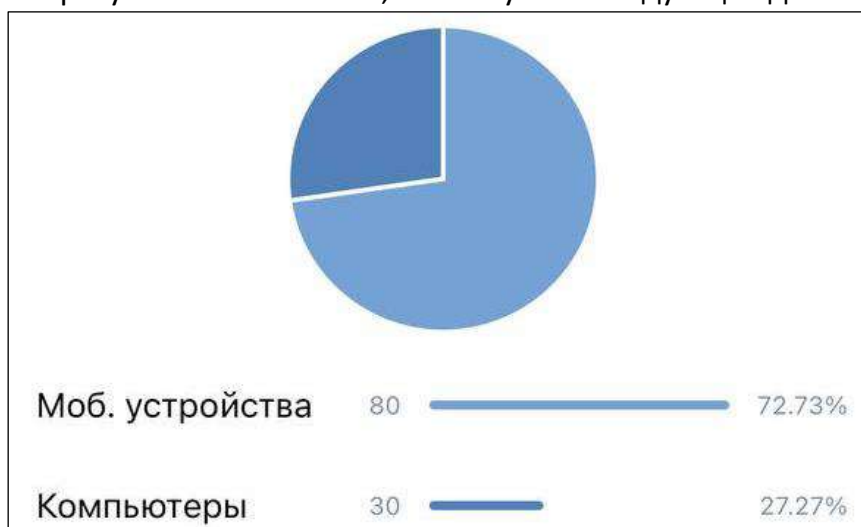


Рисунок 3 – Статистика просмотров интернет-сайта школы с помощью мобильного устройства и компьютеров

Анализ показал, что большинство людей просматривают сообщество (группу) через мобильные устройства: 80 человек за месяц (72,73%), меньше всего смотрят

через компьютер: 30 человек за месяц (27,27%). Популярность мобильного устройства состоит в том, что любую информацию можно посмотреть в дороге, на отдыхе. Можно также быстро просмотреть важные детали соревнования (документы, фотографии). Чаще всего смотрят пользователи таких городов, как: Казань (28,13%), Зеленодольск (18,75%), Мамадыш (15,63%), Нижнекамск (9,38%).

Каждая организация выкладывает свои публикации в сообществе, мы выяснили что при подписке на сообщество при количестве 644 человек, просмотров записей всегда меньше (рис. 4).

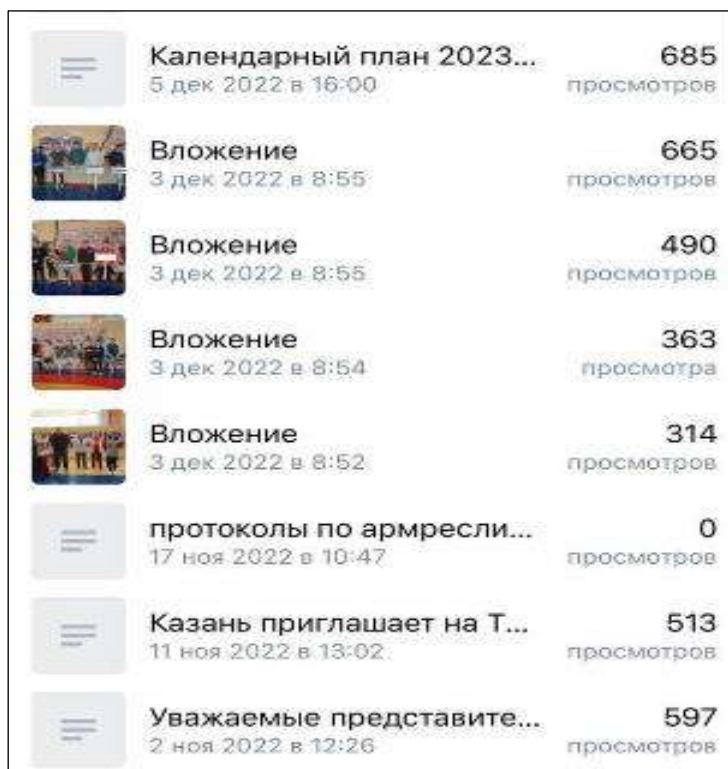


Рисунок 4 – Статистика показателей просмотров публикации

Как выяснилось, большинство людей смотрели «Едины календарный план» – 685 человек, причем 41 человек из них – не подписаны на данное сообщество. Что касается вложений фотографии о проведенных спортивных мероприятиях, в среднем просмотры зафиксированы – от 300 человек и выше, но фотографии смотрят 363 человека, это больше половины подписчиков сообщества. Благодаря данной статистике, можно сказать, что важные документы для аудиторий набирают довольно много просмотров, тогда как протоколы соревнований смотрят очень редко, либо вообще не смотрят.

Охваты клиентов невозможно предугадать, ценность той или иной информации, может показать только статистика.

Выводы. Анализ показал, что у организации ГБУ «РСАШ» достаточно много Интернет-ресурсов в их число входит: 1) сообщество «Вконтакте», которое является наиболее ценным инструмент взаимодействия с целевой аудиторией. Благодаря данному сообществу, сайт развивается, в среднем просматривают от 370 до 620 человек, 2) приложение «Мой спор»т, 3) почта ГБУ «РСАШ». Интернет-ресурсы в организации выполняют коммуникационную функцию, благодаря которой спортивная организация взаимодействует с другими организациями и органами власти.

Список литературы

1. Лазарев, Б.Я. Инструменты интернет-маркетинга, используемые современными предприятиями / Б.Я. Лазарев. – Текст: электронный // Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet» №1/2022 -УДК 658.8. // Киберленинка: Электронно-библиотечная система: сайт. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-internet-marketinga-ispolzuemye-sovremennymi-predpriyatiyami/viewer> (дата обращения 22.04.2023). – Режим доступа: для общих пользователей.

2. Гатиатуллина, А.Р. Социальная сеть как средство удовлетворения потребностей человека/ А.Р. Гатиатуллина, Д.О. Захарова. – Текст: электронный//Инновационная наука №5, 2019. – С.125-127. – ISSN 2410-6070. // Киберленинка: Электронно-библиотечная система: сайт. – URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-set-kak-sredstvo-udovletvoreniya-potrebnostey-cheloveka> (дата обращения 22.04.2023).- Режим доступа: для общих пользователей.

УДК 004.912

СОЗДАНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО ЗАЯВЛЕНИЯ ПОСРЕДСТВОМ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО АЛГОРИТМА В СПОРТИВНОЙ ШКОЛЕ

Чижова В.Д., Бабичева А.Е.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В данной статье рассматривается делопроизводство спортивной школы, проблемы документооборота в спортивной школе и как следствие, предлагается модель автоматизированного алгоритма взаимодействия методической службы спортивной школы с родителями.

Ключевые слова: документооборот, спортивная школа, автоматизированный алгоритм.

Актуальность. Для осуществления бесперебойности и эффективности деятельности в подготовке спортивного резерва спортивным школам необходимо обеспечить рациональный документооборот не только внутри организации, но и с внешней средой. В эпоху цифровой трансформации одним из эффективных видов взаимодействия организации с внешней средой является автоматизированный алгоритм. Данный алгоритм может служить предпосылкой внедрения автоматизированных систем в документационное обеспечение спортивных школ.

Цель исследования: разработка автоматизированного алгоритма – чат-бот для взаимодействия методической службы спортивной школы с внешней средой.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, анкетирование, сравнительный анализ, моделирование.

Результаты исследования и их обсуждение. В спортивной школе информационным звеном передачи документационной информации является методическая служба, взаимодействующая с родителями спортсменов посредством тренера [2].

Для выявления существующих проблем в деятельности методической службы спортивной школы, мы провели анкетирование методистов спортивной школы «Ника». Результаты анкетирования представлены на рисунке 1.

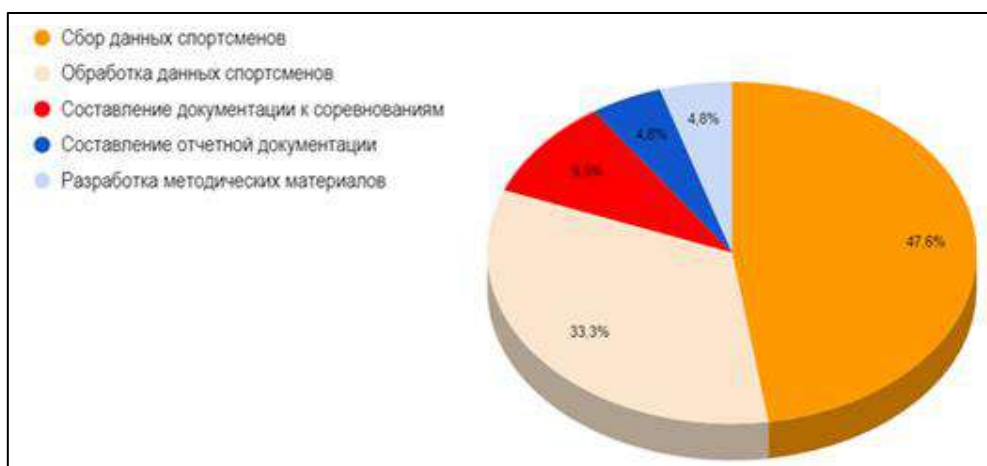


Рисунок 1 – Виды деятельности инструктора-методиста, вызывающие наибольшие затруднения

В результате исследования мы выявили, что среди всех изученных видов деятельности инструктора-методиста наибольшие затруднения вызывает сбор и обработка данных спортсменов, заключающиеся в получении данных спортсменов от родителей. Проблемой является взаимодействие путем бумажного документооборота методистов спортивной школы с родителями, так как данное взаимодействие осуществляется посредством тренера-преподавателя, вследствие чего прохождение документа является время затратным. Однако для ускоренного обмена информацией между отправителем и получателем в спортивной школе можно использовать процессы автоматизации для быстрого движения документооборота без утери данных.

Решением данной проблемы будет являться создание автоматизированного алгоритма – чат-бота для создания электронного документа, который позволит сократить время прохождения документа от родителей спортивной школы до методической службы.

Учитывая существование множества платформ для создания чат-ботов, но при этом не всех адаптированных под требуемый функционал чат-бота для создания электронного документа, мы были вынуждены провести сравнительный анализ платформ. Анализ представили в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительный анализ платформ

Параметры	LeadTex	Chatforma	Pipe.bot
Переход к чат-боту посредством QR-кода	+	-	+
Возможность создания на платформе Telegram	+	+	+
Получение готового заполненного док-та пользователем	-	-	+
Интеграция	Google таблицы	Google документы	Google документы
Тариф пользования	0 для 500 использований	0 для 300 использований	10\$ для 2000 использований

Согласно таблице 1, мы определили, что наиболее подходящей платформой для создания чат-бота является платформа «Pipe.bot». Это объясняется наличием всех параметров, запрограммированных в данной платформе, а именно возможность подключения QR-кода, возможность создания чат-бота на платформе Telegram, а также получение готового электронного документа по окончании диалога.

Исходя из заданных параметров, мы разработали модель автоматизированного алгоритма – чат-бота для создания заявления «Об обработке персональных данных спортсмена» в спортивной школе [2]. Согласно Приказу Министерства спорта РФ «О персональных данных в Министерстве спорта Российской Федерации» от 27.02.2019 г. №168 [1] заявление заполняется ежегодно родителями спортсменов. Наша разработка конструирует диалог между методистами и родителями с целью совершенствования процесс обмена данными между субъектом и объектом управления. Ускоренный обмен данными спортсмена происходит посредством общения с чат-ботом на платформе Telegram, на вопросы которого

отвечает родитель, прописывая конкретизированные данные спортсмена, а после завершения диалога получает уже готовый электронный документ, на котором может проставить цифровую подпись и тем самым, совершенствовать процесс обмена документами, сокращая время на учет документов. Автоматизированный алгоритм позволяет обойтись в этом взаимодействии без посредника, а именно тренера-преподавателя, тем самым ускорив обмен данными между методистом спортивной школы и родителем спортсмена.

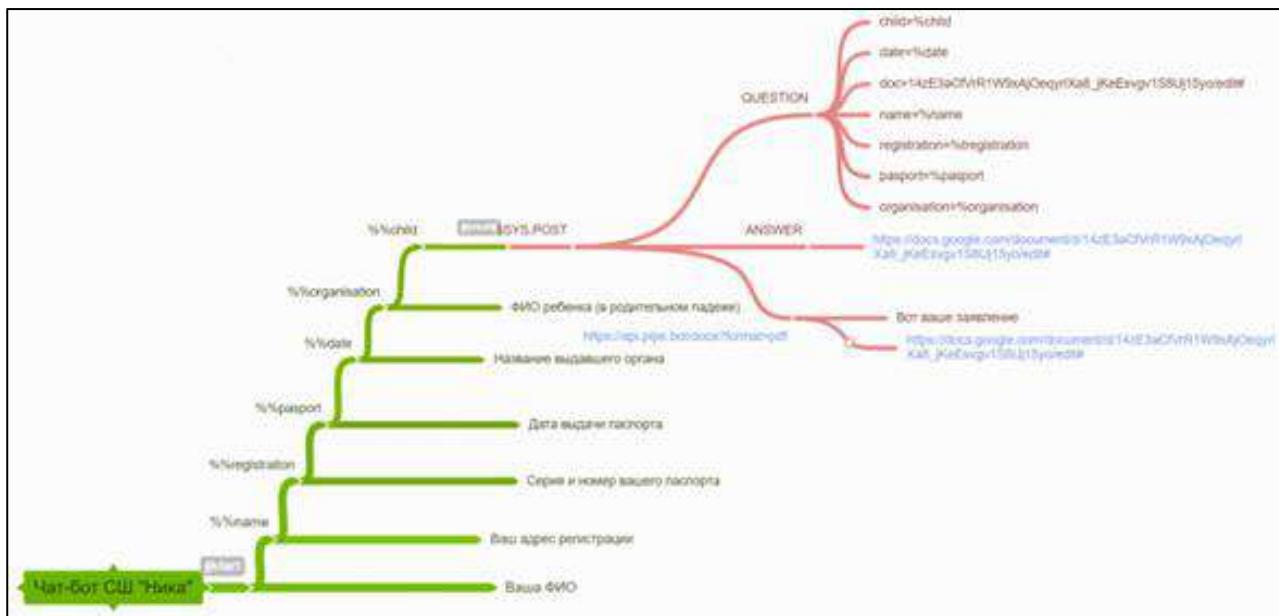


Рисунок 2 – Модель автоматизированного алгоритма для создания заявления «О персональных данных спортсмена»

Выводы. Внедрение автоматизированных процессов документационного обеспечения является предпосылкой цифровой трансформации сферы физической культуры и спорта. Разработанная нами автоматизированная модель позволит ускорить процесс взаимодействия инструкторов-методистов спортивной школы с родителями, и исключит потерю данных спортсмена в этом взаимодействии, тем самым обеспечит бесперебойность и эффективность деятельности в подготовке спортивного резерва.

Список литературы

1. Приказ Министерства спорта Российской Федерации «О персональных данных в Министерстве спорта Российской Федерации» от 27.02.2019 №168. – URL: <https://base.garant.ru/72192216/> (Дата обращения: 07.03.2022). – Текст: электронный.
2. Кузнецов, И.Н. Документационное обеспечение управления. Документооборот и делопроизводство: учебник и практикум для вузов / И.Н. Кузнецов. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 545 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-16003-1. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/523612> (дата обращения: 17.04.2023)

УДК 796

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СПОРТИВНОМ КОМПЛЕКСЕ

Чупин А. А., Хайруллина А.Д.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В данной статье рассматриваются теоретические аспекты эффективной основы коммерческой деятельности на примере спортивного комплекса, что позволит спортивным менеджерам освоить принципы и способы действия в системе рыночной экономики, использовать деловые приемы в ведении бизнеса, заключать соглашения и контракты, расширять размеры бизнеса с учетом его особенностей.

Ключевые слова: коммерческая деятельность, спортивный комплекс, эффективность бизнеса,

Актуальность исследования. Проблема оценки эффективности бизнеса в современных условиях становится все более актуальной. Это определяется в первую очередь возрастающей конкуренцией между спортом и спортивными организациями данного вида деятельности, а также необходимостью формирования культуры управления данным видом деятельности в сфере культуры спорта и спорта.

Цель исследования: проанализировать особенности коммерческой деятельности в спортивном комплексе.

Методы исследования: изучение специализированной литературы, анализ и сравнение.

Результаты исследования и их обсуждение. Коммерческая деятельность – это, согласно законодательству Российской Федерации, деятельность, самой главной целью которой, является извлечение прибыли [1]. Она предусматривает обязательную реализацию эффекта, полученного в производстве – в сельском хозяйстве произведенная сельскохозяйственная продукция, т. е. осуществление сделок ее купли-продажи по различным каналам сбыта. Однако, на сегодняшний день в условиях экономической самостоятельности производителей – субъектов рынка им самим приходится осуществлять поиск возможных покупателей продукции с учетом значительных объемов ее производства.

В зависимости от той или иной организационно-правовой формы профессиональных спортивных клубов их правоспособность будет различаться. Профессиональные спортивные клубы, создаваемые в формах коммерческих организаций, помимо основной цели – получение прибыли, преследуют также и цели, ради которых создаются некоммерческие клубы. Сложившаяся в настоящее время практика профессиональных спортивных отношений, субъективный состав данных отношений, и в первую очередь, отсутствие основного элемента предпринимательской деятельности – ее рискованного характера, позволяют заключить, что профессиональный спорт можно признать ограниченной предпринимательской деятельностью, или предпринимательской деятельностью имеющей, свои существенные особенности. А именно:

- во-первых, большая часть профессиональных спортивных клубов финансируется за счет бюджетных средств (как федеральный бюджет, так и бюджет регионов). Например, большинство футбольных, баскетбольных, хоккейных клубов нашей страны. Это футбольный клуб «Рубин» (мэрия Казани), баскетбольный клуб «Химки» (правительство Московской области), некоммерческий автономный хоккейный клуб «Салават Юлаев» (Республика Башкирия);

- во-вторых, спонсорская помощь составляет значительную часть бюджета профессиональных спортивных клубов. Как правило, прекращение спонсорской и бюджетной спонсорской помощи влечет за собой ликвидацию профессионального спортивного клуба как юридического лица.

В России еще не принято платить за телевизионные права и слабо развит сектор потребительских товаров. Даже такие топ-клубы, как «Спартак» и «Зенит», зарабатывают на этом очень мало. Это автоматически приводит к тому, что стадионы, составляющие основу клубов, на самом деле не оказываются привлекательным инвестиционным проектом. Обслуживание новых стадионов потребует от 1,5 до 2,5 миллиардов долларов в год. Будущее использование спортивной инфраструктуры и окупаемость инвестиций в государственный бюджет будут зависеть от популярности футбола и от того, какой клуб займет стадион. В большинстве лиг ключевыми игроками в бизнесе являются клубы, которые хотят максимизировать свои доходы.

Крупные успешные спортивные комплексы находятся в лучшем положении для ведения успешного бизнеса и часто могут получать больше доходов от собственных операций, чем от централизованной дистрибуции. Турнир получает самый большой спонсорский доход от титульного спонсора турнира. Спортивные комплексы часто имеют также основного спонсора, а также других спонсоров, каждый из которых является партнером в определенной области (официальный поставщик услуг, поставщик одежды, зонта и т. д., чаши и т. д.). С точки зрения мерчандайзинга, доходы в основном поступают от спортивных комплексов, которые продают свои собственные логотипы [2].

Важную роль играют социальные инициативы, которым в европейских странах уделяется больше внимания, чем в России. Помимо того, что они являются социально ответственным компонентом федерации и клубов, они также способствуют повышению имиджа и популярности федерации клубов и футбола в целом. Зрители и преданные болельщики – прочная основа устойчивого спортивного бизнеса. Они являются потребительской командой профессиональных клубов и источником материальной и духовной поддержки своих команд, которые расположены в спортивном комплексе.

В зависимости от количества болельщиков и качества стадиона клубы по-разному подходят к организации продажи билетов и абонементов. На турнирах с высокой посещаемостью клубы намеренно ограничивают количество абонементов, чтобы новые болельщики могли приобрести билеты. В турнирах с меньшей посещаемостью клубы, как правило, находят способы увеличить количество регистраций, чтобы удержать болельщиков и обеспечить стабильный денежный поток. Обычно подписчики получают больше услуг, дополнительных функций и скидок в качестве награды за свою лояльность. В настоящее время активно распространяются системы безналичной оплаты билетов, абонементов и услуг спортивного комплекса [3].

Для эффективного осуществления коммерческой деятельности спортивного комплекса необходимо:

- Во-первых, осуществлять всестороннее исследование рынка с целью определения видов и объемов продаж продукции с учетом величины сформированного потребительского спроса.

- Во-вторых, производство конкурентоспособной продукции с учетом выявленного потребительского спроса.

- В-третьих, минимизация внепроизводственных расходов, связанных с реализацией продукции.

- В-четвертых, пересмотр руководителями своего отношения к коммерческой деятельности, и, прежде всего, сбыту услуг.

Заключение:

1) коммерческая деятельность – вся деятельность, направленная на обеспечение максимальной прибыли от коммерческой сделки для каждого партнера с учетом интересов и потребностей потребителей;

2) грамотно организованная работа любого профессионального спортивного комплекса позволяет получать солидный доход.

Список литературы

1. Братков, К.И. Современные тенденции развития коммерческой деятельности государственных спортивных организаций / К.И. Братков, Д.Г. Степыко // Наука и спорт: современные тенденции. – 2019. – Т. 7, № 2. – С. 21-29.

2. Мусатова, Е.Г. Анализ возможных путей повышения эффективности коммерческой деятельности спортивно-тренировочного центра / Е.Г. Мусатова, Е.Н. Климова // Алтайский вестник государственной и муниципальной службы. – 2022. – № 20. – С. 62-64

3. Овсянникова, А.А. Коммерческая деятельность: понятие, сущность, функции / А.А. Овсянникова, А.П. Краснов // Наука и Образование. – 2022. – Т. 5, № 4.

УДК 796/799

ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОГО СПОРТА НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ

Чураков М.С., Хайруллина А.Д.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В данной работе представлены результаты анализа научно-методической литературы и документов: приведено определение понятию корпоративного спорта из Федерального закона №329-ФЗ, рассмотрены основные функции Ассоциации по развитию корпоративного спорта, установлены задачи и показатели эффективности функционирования корпоративного спорта в организациях.

Ключевые слова: корпоративный спорт, корпоративная культура, стратеги, показатель эффективности, цифровизация, CRM-система.

Актуальность. В современном мире, где конкуренция между организациями становится все более ожесточенной, руководители компаний стремятся найти способы повышения производительности труда своих сотрудников и обеспечения более эффективного функционирования организации в целом. Одной из инновационных и эффективных практик, привлекающих все большее внимание, является внедрение корпоративного спорта. Влияние корпоративного спорта на деятельность организации оказывает множество положительных эффектов: от укрепления командного духа и формирования сильных связей между коллегами до улучшения имиджа организации и привлечения талантливых специалистов. Эти положительные изменения внутри организации, вызванные корпоративным спортом, также сказываются и на общей результативности компании, так как всесторонняя поддержка со стороны работодателя создает благоприятную атмосферу для продуктивной деятельности сотрудников.

Цель исследования: определение задач и показателей эффективности функционирования корпоративного спорта в организациях.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы и документов, систематический обзор.

Результаты исследования и их обсуждение. С середины 1990-х годов российские компании стали проявлять больший интерес к здоровью и физической активности своих сотрудников. Это было связано с осознанием того, что здоровые и активные работники способны повысить производительность и эффективность труда. В этот период росли и финансовые возможности компаний, что позволяло им предоставлять необходимые ресурсы для организации спортивных мероприятий. В следующие десять лет корпоративный спорт в России стал еще более популярным явлением. Крупные компании начали организовывать собственные команды и участвовать в спортивных соревнованиях на региональном и национальном уровнях. Были созданы корпоративные спортивные лиги, где компании состязались друг с другом в различных видах спорта. В 2010-х годах корпоративный спорт получил еще большую поддержку от государства. Были созданы специальные программы и инициативы, направленные на развитие спорта в рабочей среде. Государственные и

негосударственные организации начали проводить спортивные форумы, конференции и семинары, где обсуждались вопросы организации и развития корпоративного спорта. Сегодня корпоративный спорт в России продолжает развиваться. Многие компании включают спортивные программы и мероприятия в свою корпоративную культуру. Сотрудники активно участвуют в спортивных соревнованиях, а руководство компаний осознает пользу и важность поддержки физической активности и здоровья сотрудников для общего успеха бизнеса.

На законодательном уровне определение понятию корпоративного спорта было установлено в Федеральном законе №329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», принятом 4 декабря 2007 года. Согласно закону, «корпоративный спорт – часть массового спорта, направленная на физическую подготовку, физическое развитие работников организаций, объединенных отраслевой принадлежностью или принадлежностью к профессии, государственных корпораций, органов государственной власти и органов местного самоуправления, членов их семей и на организацию и проведение физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий среди указанных работников, членов их семей, в том числе реализуемая при содействии физкультурно-спортивных обществ» [1].

Это определение устанавливает основы и правовые рамки для развития корпоративного спорта в России и признает его важность для здоровья и благополучия работников. Оно подтверждает, что корпоративный спорт является одним из инструментов физической культуры и спорта, направленных на развитие и укрепление физического и психологического потенциала людей.

Также стоит отметить, что в 2022 году на заседании при президенте РФ по вопросам «О дальнейшем развитии массового спорта» правительством была поддержана инициатива по созданию Ассоциации развития корпоративного спорта [2]. В таблице 1 приведены основные функции деятельности данной ассоциации.

Таблица 1 – Основные функции деятельности Ассоциации развития корпоративного спорта

1	Стимулирование развития и повышения качества корпоративного спорта
2	Создание условий для организации спортивных мероприятий и соревнований
3	Поддержка и защита интересов участников корпоративного спорта
4	Привлечение партнеров
5	Проведение исследований и выявление тенденций развития корпоративного спорта
6	Разработка методических рекомендаций и учебных программ в данной области
7	Мониторинг и оценка результатов корпоративных спортивных программ и мероприятий

Таким образом, общая цель Ассоциации развития корпоративного спорта заключается в поощрении физической активности, здорового образа жизни и командообразования среди работников компаний, создании благоприятной спортивной среды и повышении общего благополучия в организациях.

Многие исследователи в ходе изучения проблемы корпоративного спорта выделяют разного рода задачи. В таблице 2 приведен сводный перечень задач

корпоративного спорта, направленных на решение определенных проблем, возникающих в процессе функционирования организации [3, 4].

Таблица 2 – Задачи корпоративного спорта в организациях

1	Повышение уровня здоровья и физической активности сотрудников
2	Формирование командного духа и улучшение коммуникации
3	Профессиональное развитие сотрудников
4	Объективная оценка лидерских качеств работников
5	Улучшение отношений с клиентами и партнерами
6	Повышение рекрутинга и удержание персонала
7	Продвижение бренда и улучшение имиджа компании

Стоит заметить, что задачи корпоративного спорта могут варьироваться в зависимости от конкретных потребностей и целей каждой организации.

Важным аспектом при рассмотрении вопроса корпоративного спорта является изучение показателей, характеризующих продуктивность внедрения тех или иных спортивных мероприятий, которые способны оказать непосредственное влияние на экономическую эффективность организации. Анализ научной литературы по данному вопросу позволил определить основные показатели, демонстрирующие эффективность функционирования корпоративного спорта в организациях, сводный перечень показателей представлен в таблице 3 [3, 4].

Таблица 3 – Показатели эффективности функционирования корпоративного спорта

1	Производительность труда
2	Текучесть кадров
3	Лояльность сотрудников
4	Уровень удовлетворенности персонала
5	Вовлеченность сотрудников в корпоративный спорт
6	Затраты на медицинское обслуживание и страхование здоровья
7	Издержки за счет пропуска рабочих дней и опозданий
8	Привлекательность бренда компании

После установления показателей, определяющих эффективность деятельности корпоративного спорта, возникает вопрос об их контроле в рамках организации. Одним из перспективных методов решения данного вопроса является процесс цифровизации, то есть превращение аналоговой информации в цифровой формат. Так, М.А. Волкова и Ю.А. Иванова в своей работе предлагают внедрение CRM-системы (Colleague Relationship Management). CRM-система – программное обеспечение, разработанное для управления взаимодействием компании с ее сотрудниками и для улучшения процессов такого рода взаимодействия. В рамках корпоративного спорта с помощью данной системы возможно обрабатывать информацию о результатах и спортивных достижениях сотрудников, а также контролировать физкультурно-спортивные показатели и показатели, относящиеся к эффективности деятельности всей организации [3].

Выводы. Таким образом, внедрение и развитие корпоративного спорта может стать эффективным инструментом для повышения здоровья и мотивации сотрудников, укрепления командного духа и улучшения репутации организации. Однако, требуется тщательное планирование и ресурсные вложения для успешной реализации корпоративных спортивных программ, учитывая особенности организации и ожидаемые результаты.

Список литературы

1. Российская Федерация. Законы. О физической культуре и спорте в Российской Федерации: Федеральный закон №329-ФЗ от 4 декабря 2007 года (ред. от 02.07.2021): [принят Государственной думой 16 ноября 2007 года: одобрен Советом Федерации 23 ноября 2007 года]. – Текст: электронный // СПС Консультант Плюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/ (дата обращения: 06.05.2023). – Режим доступа: свободный.

2. Антипенкова, И.В. Корпоративный спорт как путь реализации национального проекта «Демография» / И.В. Антипенкова, А.В. Киреева, А.В. Мазурина // Атомная энергия спорта в научно-образовательных, рекреационных и социальных экосистемах : Материалы национальной научно-практической конференции, Иваново, 17 ноября 2022 года. – Иваново: Ивановский государственный энергетический университет им. В.И. Ленина, 2023. – С. 5. – EDN LVAUNN.

3. Волкова, М.А. Цифровизация в корпоративном спорте: состояние, перспективы, возможности развития / М.А. Волкова, Ю.О. Иванова // Управленческий учет. – 2022. – № 4-3. – С. 640-649. – DOI 10.25806/uu4-32022640-649. – EDN GZCAVP.

4. Ганичева, А.С. Корпоративный спорт, его цель и задачи / А.С. Ганичева // Инновации и традиции в современном физкультурном образовании: Материалы Межвузовской научно-практической конференции с международным участием, Москва, 24 марта 2021 года / Сост. Т.К. Ким. – Москва: Московский педагогический государственный университет, 2021. – С. 63-68. – EDN IDSFХН.

УДК 796

КОЛЛАБОРАЦИЯ КАК МЕТОД ПРОДВИЖЕНИЯ СПОРТИВНЫХ ШКОЛ

Шайхов Т.И., Вишнякова О.Н.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Цель статьи заключается в рассмотрении сотрудничества спортивных школ для их продвижения на спортивном рынке. При написании работы была сформирована коллаборация спортивных школ для достижения результата продвижения и выхода на новый уровень предоставления услуг.

Ключевые слова: сотрудничество, коллаборация, спортивная школа, продвижение.

Актуальность исследования обусловлена развитием технологических процессов, которые привели к появлению большого количества спортивных организаций. В условиях жесткой конкуренции каждой организации необходимо обрести лояльных клиентов, а для этого необходимо стремиться к предоставлению качественных услуг своей организации. В данной работе мы рассмотрим метод коллаборации для продвижения организаций на спортивном рынке.

Цель исследования: исследовать коллаборации как метод продвижения спортивных школ на примере Центра Физической Подготовки «Юность» и Республиканской специализированной детско-юношеской спортивной школы олимпийского резерва «Динамо».

Методы исследования: анализ, эксперимент.

Разберем само понятие «коллаборация». О.В. Иншаков [1] дает следующее определение. «Коллаборация – это процесс совместной трудовой, производственной или хозяйственной деятельности двух и более хозяйственных субъектов (индивидуальных или групповых) для достижения общих целей, при котором на принципах согласия и доверия происходит взаимовыгодный обмен знаниями, обучение участников для повышения их компетенций, производство инновационных продуктов со значительным интеллектуальным компонентом для продвижения на рынок и достижения значимых кумулятивных эффектов». В нашем случае метод коллаборации необходим для достижения нового уровня развития спортивной школы, обмена знаний и опытом между организациями, большей заинтересованности клиентов в перспективном развитии их контингента, поэтапной углубленной подготовки для соответствия требований ведущих Футбольных Академий России.

Результаты исследования и их обсуждение. Центр Физической Подготовки «Юность» и Республиканская специализированная детско-юношеская спортивная школа олимпийского резерва «Динамо» воспользовались методом коллаборации для достижения совместных поставленных целей.

Целью сотрудничества является открытие платной детской группы на базе «Динамо» с дальнейшей возможностью перехода в саму структуру «Динамо» на бесплатной основе. В состав ожидаемых эффектов входят следующие.

1. Возможность получения новых ценных знаний для повышения футбольного мастерства у детей.

2. Перспектива перехода в Республиканскую специализированную детско-юношескую спортивную школу олимпийского резерва «Динамо» на бесплатной основе.

3. Выход Центра Физической Подготовки «Юность» на совершенно иной уровень предоставления своих услуг.

В ЦФП «Юность» был проведен опрос для желающих начать заниматься в платной группе на базе «Динамо». В результате опроса из 320 потенциальных желающих откликнулись 20 человек, что составляет 6,25 % от числа опрошенных.

Было проведено первое ознакомительное занятие для детей, в результате которого 12 человек приняли решение продолжать занятия в платной группе на базе «Динамо», что составило 60% от числа детей, принявших участие на первом занятии.

В данном случае количество обучающихся позволяет открыть данную платную группу, и коллаборация между школами имеет социально-экономический эффект. В дальнейшем у каждого родителя, чей ребенок занимается в ЦФП «Юность», будет возможность рассмотрения занятий в данной платной группе для более профессионального развития.

Выводы. Как показали исследования, сотрудничество между Центром Физической Подготовки «Юность» и Республиканской специализированной детско-юношеской спортивной школой олимпийского резерва «Динамо» является продуктивным. Сформирована платная группа на базе «Динамо». Благодаря внедренному проекту:

1. Вырастет спрос на данное предложение, так как есть возможность на дальнейших переход в структуру «Динамо» на бесплатной основе.

2. Повысится уровень подготовки детей для соответствия требованиям ведущих футбольных академий России.

3. Данное сотрудничество поможет продвижению обеих школ на данном рынке.

4. Центр физической подготовки «Юность» и Республиканская специализированная детско-юношеская спортивная школа олимпийского резерва «Динамо», реализовав модель коллаборации, будут предоставлять новый вид услуг, что им поможет выйти на другой уровень на спортивном рынке.

Формы сотрудничества ФСО могут быть разнообразными и призваны способствовать продвижению спортивных продуктов и получению синергетического эффекта.

Список литературы

1. Иншаков, О.В. Коллаборация как глобальная форма организации экономики знаний /О.В. Иншаков // Экономика региона. – 2013. – № 3 (35). – С. 38.

УДК 796/799:33

ОЦЕНКА УРОВНЯ ИНФОРМИРОВАННОСТИ О ТЭГ-РЕГБИ СРЕДИ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ШКОЛ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Шайхутдинова Ю.Р., Агеева Г.Ф.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В рамках данной статьи авторами представлено описание мероприятий, проводимых в рамках проекта школьной лиги по тэг-регби, а также представлены результаты оценки уровня информированности о тэг-регби среди общеобразовательных школ Республики Татарстан.

Ключевые слова: тэг-регби, проект, школьная лига, информированность.

Актуальность. В период цифровизации и эпоху интернета актуальным вопросом является привлечение детей и молодежи к занятиям физической культурой и спортом, которые будут интересны. Для реализации указанной задачи можно использовать вид спорта «тэг-регби», который набирает огромную популярность по всему миру и имеет преимущество перед классическим регби в части снижения рисков травмирования посредством отсутствия контакта игроков.

Цель исследования: оценить уровень информированности о тэг-регби среди общеобразовательных школ Республики Татарстан.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, анализ документов, анкетирование, сравнительный анализ.

Результаты исследования и их обсуждение. Тэг-регби – это детская разновидность регби: бесконтактная, с облегченным мячом, без жестких захватов. Основными показателями здесь являются скорость и координация, поэтому в одной команде могут выступать и мальчики, и девочки. Данный вид спорта, способствует развитию физических качеств без рисков травмирования на уроках, а также в целях всестороннего развития детей.

Начиная с 2021 года в Республике Татарстан активно развивается проект «Школьная лига по тэг-регби», в рамках которого осуществляется проведение обучающих лекций для преподавателей ФКиС в общеобразовательных школах, предусмотрено обеспечение СОШ РТ инвентарем и оборудованием для занятий, а также проводятся соревнования местного и регионального этапа. Реализация вышеуказанного проекта осуществляется при поддержке региональной федерации регби, Министерства образования и науки Республики Татарстан, Минспорта России и федерации регби России [1].

В Республике Татарстан осуществляют образовательную деятельность 1402 школы, из которых принимают участие в проекте «Школьная лига по тэг-регби» 150 школ из 14 районов: Нижнекамский, Набережные Челны, Арский, Буинский, Зеленодольский, Лениногорский, Альметьевский, Лаишевский, Чистопольский, Елабужский, Сабинский, Балтасинский, Тюлячинский и Алексеевский.

В ходе исследования нами проведено анкетирование среди представителей общеобразовательных организаций (директора, заместители директора по учебно-воспитательной работе) с целью выявления уровня информированности

общеобразовательных школ о существовании вида спорта «тэг-регби». В данном анкетировании приняло участие 15 респондентов из различных общеобразовательных школ муниципальных районов Республики Татарстан. Респондентам была предложена краткая анкета, состоящая из 3 основных вопросов, касающихся темы исследования. Результаты анкетирования представлены в таблице 1.

Таблица 1- Сводная таблица по результатам анкетирования представителей общеобразовательных организаций

№	Вопрос анкеты	Ответы на вопрос			
		1	Знаете ли Вы о существовании вида спорта «тэг-регби»?	Да	Знаком(-а) только с регби
10 (67%)	4 (27%)	1 (6%)			
2	Знаете ли Вы о существовании проекта «школьная лига по тэг-регби»?	Ответы на вопрос			
		Да, знаю об этом проекте		Нет, не знаю об этом проекте	
		6 (40%)		9 (60%)	
3	Хотели бы Вы развивать данный вид спорта в своем учреждении в рамках учебных занятий по физической культуре или внеурочной деятельности?	Ответы на вопрос			
		Да, планируем развивать	Да, хотели бы развивать	Скорее нет	Нет, у нас иная направленность
		3 (20%)	7 (47%)	2 (13%)	3 (20%)

В таблице 1 представлены ответы на вопросы, касающиеся уровня информированности общеобразовательных школ о существовании вида спорта «тэг-регби». Исходя из результатов ответа на вопрос «Знаете ли Вы о существовании вида спорта «тэг-регби»?», мы видим, что большинство респондентов (67%) знают о существовании данного спортивного направления. По результатам ответа на вопрос об информированности о существовании проекта школьной лиги по тэг-регби лишь 40% знают о вышеуказанном проекте. Исходя из результатов ответа на вопрос «Хотели бы Вы развивать данный вид спорта в своем учреждении в рамках учебных занятий по физической культуре или внеурочной деятельности?», мы видим, что большинство респондентов так или иначе положительно относятся к развитию данного направления (67%).

Выводы: в рамках работы нами проведена оценка уровня информированности о тэг-регби среди общеобразовательных школ, в ходе которой выявлено, что 67% общеобразовательных школ знают о существовании данного спортивного направления и отмечают заинтересованность в его развитии; меньше половины (40%) респондентов знают о существовании проекта школьной лиги, что может указывать на проблему недостаточного освещения и продвижения данного проекта среди общеобразовательных организаций.

Список литературы

1. Министерство спорта Республики Татарстан: официальный сайт. – Казань. – URL : <https://minsport.tatarstan.ru/index.htm/news/1959119.htm> (дата обращения: 06.05.2023) – Текст : электронный.

УДК 796.075.2

ОПЫТ РАЗВИТИЯ БЕТТИНГА В СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Шигапова Т.Х., Хайруллина А.Д.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В статье исследуется явление беттинга в спортивной индустрии в Республике Татарстан с помощью правовых актов, контент-анализа социальных сетей известных букмекерских контор, взаимодействий спортивных команд с букмекерскими конторами для выявления механизма продвижения своих услуг.

Ключевые слова: беттинг, букмекер, спортивные ставки, спортивная индустрия.

Актуальность. Беттинг – это игровой процесс, связанный со ставками на спорт в букмекерских конторах. Первые ставки были сделаны еще в середине XVII века. В РФ букмекерские конторы начали действовать на легальной основе с 1990ых годов [2]. Беттинг всегда был популярным развлечением для любителей спортивных событий. В настоящее время, в эпоху цифровых трансформаций, беттинг стал еще более доступным благодаря высококачественным цифровым платформам (сайтам, социальным сетям) и мобильным приложениям.

Беттинг остается актуальным в спортивной индустрии по нескольким причинам. Во-первых, это дополнительная возможность дохода для людей, которые проявляют интерес к спортивной индустрии. Во-вторых, беттинг может помочь: узнать больше о различных видах спорта, о новых спортивных событиях; стать частью спортивного сообщества, тем самым увеличивая их зрительскую аудиторию.

Цель исследования: целью исследования является выявление роли беттинга в спортивной индустрии Республики Татарстан путем анализа взаимодействия спортивных команд с букмекерскими конторами.

Методы исследования: анализ документов, контент-анализ, математическая обработка полученных данных.

Результаты исследования и их обсуждение. В Республике Татарстан ежегодно проводятся множество спортивных мероприятий, в том числе футбольные, хоккейные, беговые, волейбольные и другие. По данным букмекерского рейтинга на 5 января 2023 года, в Татарстане выделяют семь крупных букмекерских контор: «Фонбет» (конторы находятся по 17 адресам в городе Казани), «Winline» (только онлайн букмекерские конторы), «1хСтавка» (2 адреса), «Бетсити» (7 адресов), «BetBoom» (4 адреса), «Лига Ставок» (2 адреса) и «Балтбет» (3 адреса) [1]. При этом беттинг в Республике Татарстан, как и в РФ, регулируется Федеральным законом «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации», принятый 29 декабря 2006 года и вступивший в силу с 1 июля 2007 года [3]. Данный закон был несколько раз изменен и дополнен. Так в 2014 году были внесены значительные изменения, ужесточившие наказания за нарушения законодательства в этой области. Также Роскомнадзор блокирует доступ к некоторым онлайн-букмекерским конторам,

работающим без лицензии. Согласно этому закону, установлены правила и требования получения лицензий к организаторам азартных игр.

Букмекерские конторы имеют тесную связь со спортом, так как их бизнес напрямую зависит от результатов спортивных событий. Они оказывают спонсорскую поддержку для многих спортивных мероприятий, а спортивные мероприятия получают дополнительные средства для развития соревнований благодаря данному партнерству. Так в сезоне 2022/2023 компания «Winline» стала официальным спонсором хоккейного клуба из Республики Татарстан – «Ак Барс». Это один из самых высоких контрактов в КХЛ и самый большой беттинг-контракт среди казанских клубов (БК «УНИКС», ФК «Рубин», ВК «Зенит-Казань» и другие). Контракт заключен на 3 года. Данное партнерство предусматривает сотрудничество в области маркетинга и рекламы. В рамках партнерства, в сезоне 2022/2023 «Winline» провел различные мероприятия для болельщиков (например, с сентября по май проводилась акция под названием «Билеты на матч ХК «Ак Барс» за ставку», для получения которой нужно было только зарегистрироваться на сайте букмекерской конторы и указать промокод; с января по апрель проводилась акция – розыгрыш мерча ХК «Ак Барс», для получения которой необходимо было выполнить несколько условий; 1, 3 и 9 апреля для всех болельщиков клуба выдавались светящиеся электронные браслеты; 1 апреля с потолка «Татнефть Арены» «сыпались» подарки – с потолка подали парашюты с атрибутикой клуба), а также букмекерская контора «Winline» предоставила своим клиентам возможность делать ставки на игры «Ак Барса». С каждой сделанной ставки 1% уходит на развитие клуба. Согласно договору, после завершения хоккейного сезона «Winline» удваивает эту сумму, а болельщики и букмекеры решают – на что потратить итоговую сумму: открытие ресторана на ледовой арене для болельщиков или открытие нового фаншопа, или возвращение девушек-чирлидерш. На данный момент собрано 5 376 005 рублей.

В мобильном приложении «Winline» можно смотреть все трансляции игр ХК «Ак Барс» в реальном времени и бесплатно. К тому же в мобильном приложении «Winline» можно делать ставки на матчи «Ак Барса» с коэффициентом от 1.30, что является достаточно хорошим условием. Каждая 1000 рублей в ставке равняется одному бонусному баллу. Бонусы начисляются в момент расчета ставки. Тем самым, букмекеры и болельщики клуба копят бонусные баллы, меняют их на уникальные подарки: брендированная шайба (300 бонусов), хоккейный свитер (500 бонусов), шайба (3000 бонусов) и свитер с автографами игроков (5000 бонусов), ужин с одним игроком команды (10000 бонусов), ужин в ресторане с командой (20000 бонусов), аренда ложи на арене во время матча (25000 бонусов), подписка контракта с клубом на один день (30000 бонусов) и выезд с командой на гостевую игру (50000 бонусов)). Также стоит отметить, что букмекерская контора «Winline» в начале сезона изменила внутренний дизайн ледового дворца спорта «Татнефть-Арена»: поменяли сиденья арены на более комфортабельные, изменили звуковое оборудование, перекрасили стены ледовой арены на цвета ХК «Ак Барса» с добавлением цветов букмекерской конторы. При этом, на тренировочных и игровых свитерах, шортах и шлеме каждого игрока изображена айдентика «Winline». На самом ледовом дворце на льду и на рекламных щитах около льда также изображена айдентика букмекерской конторы. А также появилась лимитированная коллекция атрибутики с совместной айдентикой двух брендов, в которую вошли толстовка, шарф, футболка шайба или шапка.

Анализ социальных сетей ХК «Ак Барс» показал, что каждая история и пост команды в социальных сетях взаимодействует с упоминанием о «Winline» – либо указывается айдентика букмекерской конторы, либо преобладают избранные цвета «Winline». Стоит отметить, что у ХК «Ак Барс» одна из самых талантливых медиаслужб в КХЛ, а партнерство с «Winline» только наполняет его ярким содержанием. После подписания контракта, выросло количество подписчиков в социальных сетях ХК «Ак Барс», выкладываемые посты стали более интересными, а интерес болельщиков вырос, так как начали проводиться новые промо-акции и розыгрыши.

Выводы. Таким образом, наше исследование показало, что продвижение букмекерских контор в социальных сетях является эффективным инструментом для увеличения продаж и привлечения новых клиентов. В Республике Татарстан есть собственная лицензия на букмекерскую деятельность, что позволяет контролировать работу букмекерских контор на территории региона. Актуальность спортивного беттинга в Республике Татарстан обуславливается переходом в эпоху цифровизации и ростом интереса граждан к онлайн-ставкам. На данный момент, сотрудничество известных спортивных клубов и букмекерских контор в регионе происходит лишь в положительном аспекте: клубы получают финансовую поддержку, увеличивается интерес к спортивным событиям, развивается спортивная индустрия, увеличивается доход букмекерских контор.

Список литературы

1. Маторкин, Д.А. Букмекерские конторы Казани // Рейтинг букмекеров – 05.04.2023 – URL: <https://bookmaker-ratings.ru/wiki/bukmekerskie-kontory-v-kazani/> (дата обращения: 04.04.2023)
2. Найденов, С.Н. Что такое беттинг и сколько на нем можно заработать? // Рейтинг Букмекеров – 01.07.2022 – URL: <https://bookmaker-ratings.ru/wiki/chto-takoe-betting/> (дата обращения: 16.04.2023)
3. Федеральный закон от 29.12.2006 №244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности организации и проведении азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» (последняя редакция). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64924/ (дата обращения: 08.04.2023)

УДК 347.777

ПРОБЛЕМЫ РЕКЛАМИРОВАНИЯ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Ширяев А.А.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Статья содержит анализ рекламных и коммуникационных средств продвижения современной физкультурно-спортивной организации и конкретные рекомендации по улучшению их использования.

Ключевые слова: продвижение, реклама, физкультурно-спортивная организация, коммуникации, имидж.

Актуальность. Активное продвижение и узнаваемость бренда физкультурно-спортивной организации напрямую связано с поддержкой имиджа через рекламу и продвижение. Успех спортивной организации, так или иначе, связан с созданием вокруг нее позитивного имиджа, поддержанием бренда и его узнаваемостью. За последние годы интенсивно стали появляться новые виды спорта, открылись спортивные НКО, спортивные клубы и кружки, увеличилось количество желающих заниматься физической культурой. Однако потенциальные клиенты столкнулись с проблемой недостаточной осведомленности о спортивных организациях, адресах, телефонах и прочей информации. Научный анализ этой проблемы позволит улучшить работу физкультурно-спортивных организаций по созданию имиджа и его продвижению.

Цель исследования: проанализировать основные каналы обеспечения физкультурно-спортивной организации рекламной информацией с целью улучшения рекламирования ее деятельности.

Методы исследования. В качестве основных методов использовались закрытое анкетирование и сравнительный анализ. Анкетирование проведено в формате онлайн-опроса на платформе сайта РФСОО «Федерация воздушной гимнастики и пилонного спорта г. Казани». В онлайн-анкетировании приняло участие 98 человек. Также источниками информации стали другие отчетные и аналитические материалы, научные статьи экспертов в области спортивного менеджмента, а информация с сайтов региональных ФСО в открытом доступе.

Результаты исследования и их обсуждение. Анализ статей по теме показал, что в российских регионах социальные сети, как один из каналов взаимодействия с обществом, развиты слабо. В основном общение носит односторонний характер и сводится к информированию граждан о деятельности власти и мероприятиях, проходящих в регионе [1]. Онлайн-анкетирование широко используется крупными компаниями, сотрудниками фирм малого и среднего бизнеса, авторами блогов, сотрудниками маркетинговых кампаний, научных лабораторий, студентами, преподавателями и учителями образовательных учреждений [2]. Важное значение в контексте исследуемых проблем важное значение имеет сравнительный анализ

электронных площадок для поиска информации по физкультурно-спортивным организациям (рис. 1).

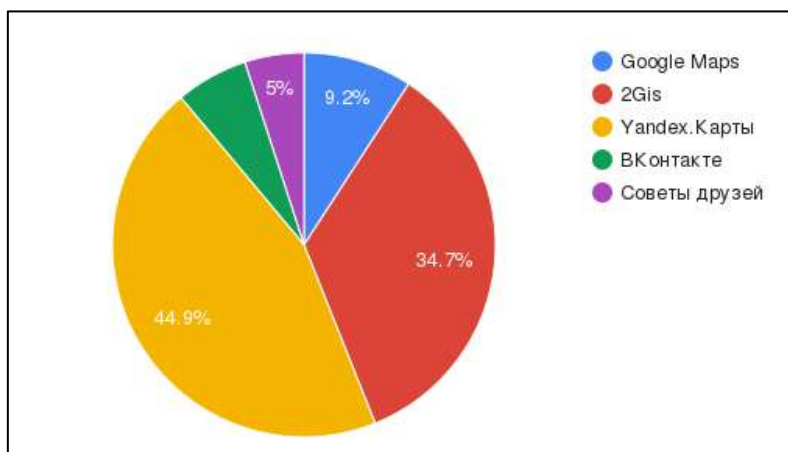


Рисунок 1 – Источники получения информации о физкультурно-спортивных организациях

Опрос по данному вопросу показал:

- 1) 44,9% опрошенных узнают информацию о ФСО из Yandex.Карты;
- 2) 34,7% опрошенных узнают информацию о ФСО из 2GIS;
- 3) 9,2% опрошенных узнают информацию о ФСО из сервиса Google.Maps.

На рисунке 2 показана посещаемость сервисов потребителями рекламы и удобство просматриваемой рекламы, подробной информации о ФСО:

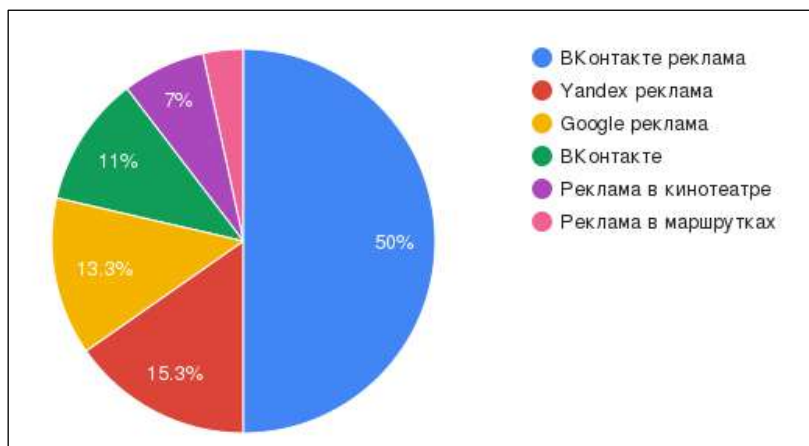


Рисунок 2 – Удобство просматриваемой рекламы и информации о физкультурно-спортивной организации

По результатам опроса предпочтения потребителей рекламных коммуникаций распределились следующим образом:

- 1) 50% опрошенных предпочитают получать рекламу и подробную информацию о ФСО из сервиса ВКонтакте;
- 2) 15,3% опрошенных предпочитают получать рекламу и подробную информацию о ФСО из сервиса Yandex;
- 3) 13,3% опрошенных предпочитают получать рекламу и подробную информацию о ФСО из сервиса Google.

Были выявлены также основные сложности при поиске информации о ФСО:

- 1) 44% опрошенных столкнулись с некорректно указанными данными о местонахождении ФСО;
- 2) 23% опрошенных считают проблемой отсутствие ФСО в шаговой доступности;
- 3) 20% опрошенных столкнулись с отсутствием вывесок и указателей при поиске ФСО;
- 4) 13% опрошенных столкнулись с другими проблемами в поиске ФСО.

Выводы. В данной статье проанализированы информационного обеспечения целевой аудитории физкультурно-спортивной организации о ее местонахождении, предлагаемых услугах и т.д. На основе проведенного анализа можно выдвинуть следующие рекомендации, направленные на улучшение рекламной деятельности конкретной физкультурно-спортивной организации:

- 1) разработать план по продвижению ФСО и увеличению общей аудитории в цифровом поле;
- 2) провести подробный анализ рынка рекламных инструментов и СММ;
- 3) разработать план по взаимодействию с российскими рекламными площадками и СМИ;
- 4) активно использовать CRM-системы для сбора информации о потенциальных клиентах и систематизации процесса записи в ФСО;
- 5) учесть данные проведенного анкетирования при дальнейшем продвижении ФСО.

Практическое осуществление данных рекомендаций позволит существенно увеличить целевую физкультурно-спортивных организаций, а также будет способствовать повышению их доходности.

Список литературы

1. Долженко, Ю.Ю. Онлайн-анкетирование как современный и эффективный способ исследования / Ю.Ю. Долженко, А.С. Позднякова. – Текст: электронный // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – 2015. – №1. – С. 109-110. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/onlayn-anketirovanie-kak-sovremennyy-i-effektivnyy-sposob-issledovaniya/viewer> (дата обращения: 12.05.2023).
2. Евстафьев, Э.Н. Практикум по маркетингу. Учебно-практическое издание. Направления подготовки 38.03.02 Менеджмент и 49.03.01 Физическая культура (практикум / Э.Н. Евстафьев. – Текст: непосредственный. – Казань: ФГБОУ ВО «Поволжская академия физической культуры, спорта и туризма». – 2017. – 188 с
3. Филатова, О.Г. Главы субъектов РФ в блогах и социальных сетях: тренды коммуникаций начала 2010-х и начала 2020-х / О.Г. Филатова. – Текст: электронный // Южно-российский журнал социальных наук. – 2020. – №2. – С. 26–42. – URL: <https://journalsr.kubsu.ru/article/view/87> (дата обращения: 12.05.2023).

УДК 796.062

УСЛОВИЯ СОЗДАНИЯ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПЛЕКСНОЙ СПОРТИВНОЙ ШКОЛЫ ВУЗА

Ярославлева А.Е., Фахретдинова А.Б.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В данной статье описаны условия создания системы организационно-методического обеспечения деятельности комплексной спортивной школы ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма».

Ключевые слова: организационно-методическое обеспечение, спортивная школа, организационно-методическая деятельность.

Актуальность. В 2022 году в рамках ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма» создана Комплексная спортивная школа [1]. Школа стремится обеспечить непрерывный многоуровневый подход к подготовке специалистов для сферы физической культуры и спорта, а также подготовить спортивный резерв. Однако для достижения поставленных целей комплексной спортивной школе необходима система организационно-методического обеспечения. В данной статье исследуются условия создания такой системы.

Цель исследования: определить условия для создания системы организационно-методического обеспечения деятельности Комплексной спортивной школы ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСИТ».

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, анализ нормативно-правовых документов.

Результаты исследования и их обсуждение. Для создания системы организационно-методического обеспечения деятельности Комплексной спортивной школы ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСИТ» необходимо налаживание более эффективной системы коммуникаций между различными подразделениями школы. Также существует потребность в централизованной системе управления школьными ресурсами, включая помещения, оборудование и персонал.

Еще одним важным требованием является разработка комплексной программы обучения, включающей в себя новейшие методы и приемы обучения. Эта программа также должна быть достаточно гибкой, чтобы удовлетворять индивидуальные потребности каждого спортсмена. В целом, можно обозначить следующие условия для создания системы организационно-методического обеспечения деятельности Комплексной спортивной школы ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСИТ»:

- Наличие квалифицированного персонала. Школе нужны опытные тренеры, способные обеспечить всестороннюю подготовку обучающихся. Тренеры должны иметь необходимую квалификацию и опыт в соответствующих видах спорта. Они должны быть в состоянии создать программу обучения, адаптированную к потребностям каждого учащегося с учетом его физических способностей.

- Современное оборудование и специализированные помещения. Комплексная спортивная школа должна иметь доступ к современному оборудованию, необходимому для спортивной подготовки. В школе также должны быть необходимые помещения, такие как спортивные залы, бассейны и игровые площадки, чтобы обеспечить всестороннюю подготовку учащихся. Оборудование должно быть современным и содержаться в хорошем состоянии, чтобы учащиеся могли тренироваться эффективно и безопасно.

- Наличие финансовых ресурсов. Создание системы организационно-методического обеспечения деятельности комплексной спортивной школы требует значительных финансовых средств. У школы должен быть бюджет, достаточный для покрытия расходов на оборудование, помещения и зарплату тренеров.

- Включение родителей и Университета в деятельности школы. Создание системы организационно-методического обеспечения деятельности комплексной спортивной школы требует участия родителей и Университета. Родители должны принимать активное участие в школьных мероприятиях и должны поддерживать участие своих детей в занятиях спортом. Университет также должен поддерживать деятельность школы и предоставлять необходимые ресурсы и помощь.

- Комплексная программа обучения. Комплексная спортивная школа должна иметь комплексную программу тренировок, охватывающую все аспекты спортивной подготовки, включая физическую подготовку. Программа должна быть адаптирована к потребностям каждого учащегося и должна регулярно обновляться с учетом новых достижений в спортивной подготовке.

- Четкая организационная структура школы, обеспечивающая эффективную координацию и управление ее деятельностью. Организационная структура должна иметь иерархическую структуру с четкими должностными инструкциями, определенными ролями и обязанностями.

- Обоснованный методологический подход к проведению спортивной деятельности. Методологический подход должен содержать рекомендации по методам обучения, графикам и отслеживанию прогресса. Такой подход должен основываться на научных исследованиях и передовом опыте, чтобы обеспечить получение учащимися качественного спортивного образования. Кроме того, методологический подход должен быть достаточно гибким, чтобы можно было вносить коррективы в зависимости от индивидуальных потребностей.

- Система контроля и оценки успеваемости учащихся. Система должна иметь четкие показатели эффективности и ориентиры, чтобы тренеры могли точно оценивать прогресс учащихся. Кроме того, оценка должна быть непрерывной, чтобы можно было вносить коррективы в методы и графики обучения.

- Системы поощрения спортсменов за участие в мероприятиях и спортивные достижения. В системе должны быть предусмотрены поощрения за выдающиеся результаты и признание достижений обучающихся. Эта система будет мотивировать учащихся к полноценному участию в спортивных мероприятиях и способствовать формированию культуры достижения высоких спортивных результатов.

Выводы. Создание системы организационно-методического обеспечения деятельности комплексной спортивной школы требует выполнения ряда условий. Школе необходимы квалифицированные кадры, финансовые ресурсы, участие в ее деятельности родителей и общественности, а также комплексная программа

обучения; в школе должна быть четкая организационная структура, четкий методический подход, адекватная инфраструктура и оборудование, система контроля и поощрения участия обучающихся в спортивных мероприятиях. На основе перечисленных условий, комплексная спортивная школа может дать учащимся качественное спортивное образование, возможность полностью реализовать свой спортивный потенциал и внести свой вклад в развитие спорта в регионе.

Список литературы

1. Комплексная спортивная школа ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСиТ»: официальный сайт. – Казань. – Обновляется в течение суток. – URL: <https://unifirst-services.ru/objects/kompleksnaya-sportivnaya-shkola> (дата обращения: 10.05.2023). – Текст : электронный.

Часть 2.

**ТЕХНОЛОГИИ ФИЗИЧЕСКОЙ РЕКРЕАЦИИ И
РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.**

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПОТЕНЦИАЛ
РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ И МИРЕ**

УДК 796.51

СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ШКОЛЬНОЙ СРЕДЕ

Абдуллина А.И., Набиуллин Р.Р.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Основное внимание в работе авторы акцентируют на изучении современных форм приключенческого туризма в школьной среде. В результате проведенного анализа научно-методической литературы и интернет-источников выявлено, что современные практики приключенческого туризма в школьной среде достаточно разнообразны и имеют свои цели и задачи.

Ключевые слова: приключенческий туризм, школьники, формы занятий.

Актуальность. Туризм – это один из самых доступных и эффективных видов активного и полезного отдыха. Он благотворно влияет на здоровье, физическое развитие, укрепляет и закаливает организм.

Активный туризм содействует осуществлению уровня трудового и нравственного воспитания занимающихся. Исходя из этого, изучение современных форм приключенческого туризма в школьной среде представляется нам актуальным.

Цель исследования: изучение современных форм приключенческого туризма в школьной среде.

Методы исследования. В ходе исследования были использованы методы анализа научно-методической литературы и интернет-источников, описание.

Результаты исследования и их обсуждение. Приключенческий туризм – это вид туризма, объединяющий в себе путешествия, связанные с активными способами передвижения и отдыхом на природе, с целью получения новых ярких ощущений, эмоций и опыта. Он направлен на улучшение физической формы и спортивных результатов туристов.

Обладая врожденной жаждой знаний, повышенной физической активностью и желанием пополнять свои знания, а также расширить кругозор, детско-юношеская возрастная группа населения всегда проявляет интерес к различным путешествиям. *Потенциал школьного приключенческого туризма представляет собой комплекс его форм и видов.*

Форма туристской работы в школе представляет собой походы, путешествия, экскурсии, школьный туристский лагерь, слеты, соревнования, кружки, выставки, секции, школьные туристские вечера, музеи и экспедиции. Все данные форматы приключенческого туризма имеют свои цели и задачи. Школьный туристский лагерь способствует укреплению здоровья и физическому развитию учащихся, воспитанию трудовых навыков и нравственности. Кружки и секции являются базой изучения и овладения основных туристских знаний и навыков. Слеты и соревнования служат совершенствованию спортивного мастерства и приобретению опыта. В походах и путешествиях школьники применяют свои знания и умения на практике, приобретают навыки трудовой, общественной деятельности, поисковой и исследовательской

работы, профессиональной ориентации и социальной адаптации. Экскурсии, выставки, музеи способствуют практическому познанию родного края, знакомству с памятниками истории и культуры, с окружающей природой. Экспедиции организуются с целью освоения новых районов, испытания новых видов снаряжения, разработки новых технических приемов.

Все это многообразие форм составляют главное содержание приключенческого туризма в школьной среде, так как в них наиболее полно реализуется туристская деятельность.

В настоящее время появляются новые форматы проведения туристских мероприятий, которые используются с элементами приключений. Наиболее популярные из них – это фестивали, музейные театрализованные шоу, анимационные программы экскурсий и квесты. Они отличаются внедрением инновационных, театрализованных, анимационных и интерактивных элементов. Музейные театрализованные экскурсионные шоу представляют собой спектакль, в который на протяжении всего времени вовлечены экскурсанты. Анимационные программы экскурсий – одно из самых передовых инновационных направлений в экскурсоведении, оживляющее исторических и литературных персонажей и вовлекающие туристов в текущие действия.

Также, в практику туристских секций в школьной среде активно внедряется такой формат приключенческого туризма, как квест. Его суть заключается в познании материала через игру. Отличительная черта квеста заключается в особой активности и увлеченности его участников и разработчиков.

Развитие и модернизация современных форм приключенческого туризма вдохновили нас на разработку собственного инновационного формата, представляющего собой непрерывное и последовательное преодоление дистанции, состоящей из четырех видов туризма, таких как водный туризм, фигурное вождение велосипеда, туристская полоса препятствий и лабиринт по спортивному ориентированию. Апробация данного формата среди школьников планируется 20 мая 2023 года на базе Центра гребных видов спорта по адресу улица Хади Такташа, 122.

Выводы. Таким образом, современные практики приключенческого туризма в школьной среде достаточно разнообразны. Следует стремиться использовать все многообразие форм, чтобы по возможности удовлетворить различные интересы детей.

УДК 373.21

РЕКРЕАЦИОННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ ДОШКОЛЬНИКОВ В ДЕТСКИХ САДАХ КОМБИНИРОВАННОГО ВИДА

Альтергот А.А., Евграфов И.Е., Дерзаев С.В.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Воспитание и развитие детей дошкольного возраста является одной из главных задач общества. В этом процессе большую роль играют детские сады, которые не только заботятся о здоровье и безопасности малышей, но и проводят рекреационные мероприятия, направленные на полноценное развитие детской личности.

Ключевые слова: дошкольники, рекреационные мероприятия, детский сад, физическое воспитание.

Рекреационные мероприятия являются неотъемлемой частью образовательного процесса для дошкольников. Они позволяют детям разнообразить свою жизнь, учат правильно отдыхать и восстанавливать силы после учебных занятий. Различные игры, спортивные мероприятия, творческие занятия и прогулки на свежем воздухе помогают развивать физическую, эмоциональную и социальную сферы личности ребенка. Важно организовывать такие мероприятия в детских садах, чтобы дети получали не только знания, но и полезный опыт для своего будущего развития [1].

Нами был проведен опрос 25 детей дошкольного возраста с целью, выявления наличия рекреационных мероприятий в МАДОУ «Детский сад №371 комбинированного вида Ново-Савиновского района г. Казани» (рис. 1).

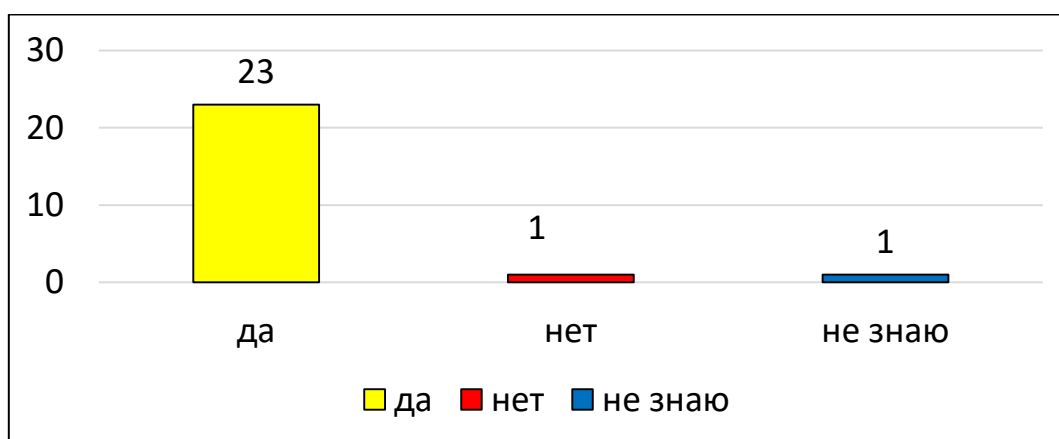


Рисунок 1 – Ответ на вопрос: «Проводятся ли в вашем детском саду рекреационные мероприятия?»

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что в МАДОУ «Детский сад №371 комбинированного вида Ново-Савиновского района г. Казани» проводятся рекреационные мероприятия.

Детские сады организуют рекреационные мероприятия для дошкольников, которые помогают им развиваться и получать удовольствие. Игры и занятия на

свежем воздухе являются неотъемлемой частью этой программы. Дети могут участвовать в спортивных играх, принимать участие в традиционных конкурсах или просто играть со своими друзьями. Это помогает им развивать координацию движений, социальные навыки и общение с другими детьми. Кроме того, проводятся занятия по лепке из пластилина, рисованию красками и фломастерами на свежем воздухе. Все это создает положительную атмосферу и помогает дошкольникам наслаждаться своим днем в детском саду [2].

Для дошкольников в детских садах проводятся различные творческие мастер-классы и развивающие занятия. Это может быть изготовление поделок, рисование, лепка из глины или пластилина, а также музыкальные занятия и физкультурные упражнения. Такие занятия помогают развивать творческие способности ребенка, улучшать координацию движений и познавательную активность. Кроме того, такие мероприятия способствуют социализации ребенка и формированию коммуникативных навыков. Важно определить наиболее интересные для детей виды деятельности, чтобы проводить насыщенный и познавательный отдых [2].

Нами был задан вопрос о заинтересованности детьми в формах рекреационных мероприятий. Результаты опроса представлены на рис. 2.

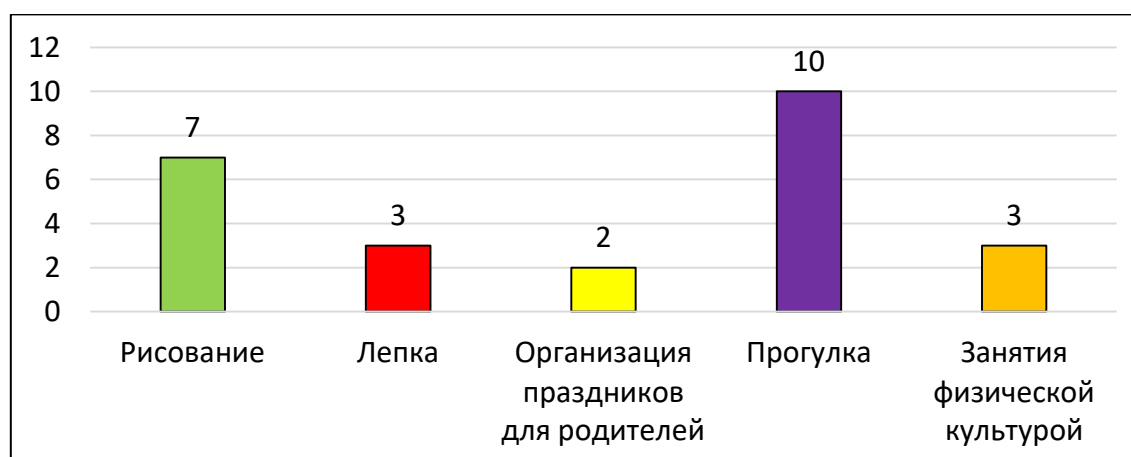


Рисунок 2 – Ответ на вопрос: «Самая интересная форма рекреационных мероприятий в детском саду?»

Таким образом, мы выявили, что самой востребованной формой рекреационного мероприятия является прогулка.

Для дошкольников проведение праздников и конкурсов является одним из самых любимых видов рекреационных мероприятий. Детские сады организуют различные тематические праздники, такие как Новый год, День Защитника Отечества, Масленица и другие. В рамках этих мероприятий проводятся игры, викторины, танцы и спортивные состязания. Также для детей часто организуют конкурсы на лучший костюм или рисунок. Это помогает детям не только получить удовольствие от общения и игр, но и развивать свои творческие способности и социальные навыки [1].

Для выявления заинтересованности детьми праздниками, проводимыми в детском саду № 371, детям был задан вопрос: «В каком празднике вам больше всего нравится принимать участие?» Результаты опроса представлены на рис. 3.

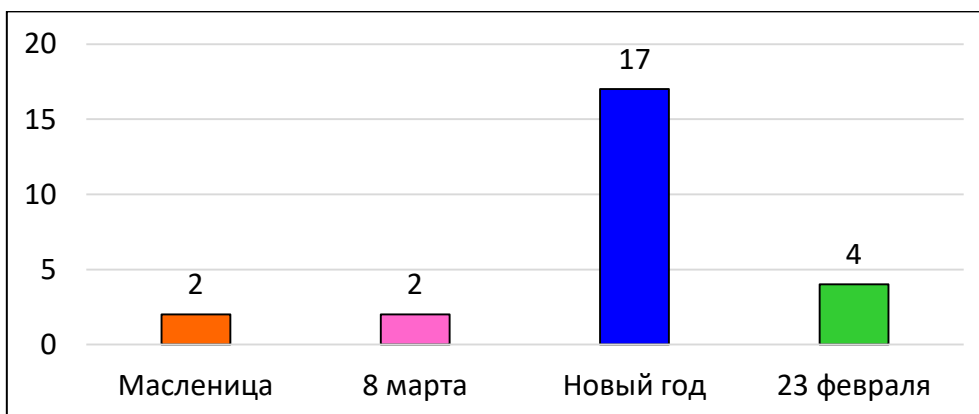


Рисунок 3 – Ответ на вопрос: «В каком празднике вам нравится больше всего участвовать?»

Исходя из полученных данных, мы делаем вывод, что большинство детей заинтересованы в участии, организуемом детским садом празднике на тематику «Новый год».

Заключение. Рекреационные мероприятия являются неотъемлемой частью воспитательного процесса в детских садах. Они способствуют физическому и эмоциональному развитию дошкольников, формированию социальных навыков и умений. Благодаря проведению разнообразных игр, спортивных мероприятий, праздников и экскурсий, дети получают положительные эмоции, а также развивают свои творческие способности и фантазию. Важно помнить, что рекреационные мероприятия должны быть организованы профессиональными педагогами с учетом возрастных особенностей детей. Только в этом случае они окажут наилучший эффект на здоровье и развитие дошкольников.

Список литературы

1. Кукушкина, М.А. Организация активного отдыха детей в ДОУ. Дни здоровья и каникулы / М.А. Кукушкина. – Текст : непосредственный // Образование и воспитание. – 2018. – № 1 (16). – С. 18-20. – URL: <https://moluch.ru/th/4/archive/81/3085/> (дата обращения: 12.05.2023).
2. Орешкина, Е.А. Организация центров активности детей старшего дошкольного возраста в группе детского сада / Е.А. Орешкина, Е.А. Книс. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2021. – № 4 (346). – С. 353-356. – URL: <https://moluch.ru/archive/346/77804/> (дата обращения: 12.05.2023).

УДК 379.85

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ КАК ОДНА ИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ТУРИЗМА

Величкин В.Ю.

Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
Москва, Россия

Аннотация. В туристической отрасли существует множество сегментов развития отрасли, одна из перспективных отраслей – деловой туризм. В статье рассматривается процесс подготовки высококвалифицированных кадров для реализации деятельности в области делового туризма, а также способы развития и перспективы данного сегмента, а также отрасли в целом.

Ключевые слова: туризм, деловой туризм, кадры, российский рынок, зарубежный опыт.

Деловой туризм как один из сегментов туристической отрасли, стабильно набирает обороты и занимает все более высокое место в развитии государства, в особенности это касается экономического развития. Деловой туризм – становится одним из самых высокодоходных инструментов для наращивания экономического потенциала страны. По оценкам некоторых специалистов деловой туризм стоит на одном месте с нефтяным бизнесом по уровню потенциальных доходов. Доля, равная одной четвертой всей туристической отрасли в мире занята сегментами делового туризма. Более половины всех мест в отелях по всему миру заполняется за счет туристов, являющихся потребителями услуг делового туризма. По этой причине исследование потенциала Российской Федерации в сегменте делового туризма является актуальным. Целью исследования является рассмотрение инструментов развития конгрессного сегмента и сферы делового туризма в целом. Методами исследования являются рассмотрение опыта Российской Федерации, а также зарубежных стран в области делового туризма.

Деловой туризм входит в двадцатку крупнейших отраслей Российской Федерации. Данный сегмент также имеет название MICE- индустрия.

По экспертным оценкам доля делового туризма на 2020 год в мире составляет около 20% от общего объема туристической сферы, по оценке Ростуризма в России эта доля равняется 40%, а по мнению российских экспертов, доля сегмента делового туризма в России составляет около 70% [1].

Один из недостатков в развитии делового туризма в России – неподготовленная законодательная база для осуществления подобной деятельности. По данным UNWTO в 2020 году Россия владеет 1% от общего объема сегмента делового туризма России. По данным ICCA в 2018 году Россия занимала 42 место в рейтинге организаторов конгрессов [1].

Подводя промежуточные итоги, можно сказать, что развитие делового туризма необходимо для развития бизнеса и науки и в целом для увеличения экономического потенциала.

Деловой туризм довольно сложное явление, тем не менее, можно выделить два вида делового туризма: корпоративный и межкорпоративный деловой туризм [3].

Корпоративный деловой туризм и межкорпоративный деловой туризм являются двумя различными видами деловых поездок, которые имеют свои особенности.

Инфраструктура на мероприятиях конгрессной деятельности развита довольно слабо. Компании, которые хотят развивать свою экономическую состоятельность ИССА обратить внимание на улучшение площадок для очного нетворкинга [2]. Существующий сегмент туристической отрасли, имеющий наименование «конгрессная деятельность» по оценкам экспертов занимает в Европе намного более обширные позиции, чем в России.

Причиной плохого развития сферы делового туризма в Российской Федерации является низкая заинтересованность государственных органов в целенаправленной деятельности по развитию данного сегмента. Так для организации деятельности в межкорпоративном секторе делового туризма из-за их масштабности необходима инициатива и помощь государственных органов на федеральном уровне. Зарубежный опыт имеет множество инструментов, один из которых функционирование конгрессных бюро (CVB). Они функционируют на всех уровнях власти: страны, региона, города. Данные центры являются своего рода координационными центрами для продвижения конгрессной деятельности.

На региональном уровне конгрессное бюро представляет собой связь между бизнесом и региональными властями. Оба субъекта имеют полномочия по управлению и финансированию.

В настоящее время организацией международных мероприятий занимаются организации, чья деятельность в большей степени является коммерчески направленной. Все же стоит отметить функцию государства в проведении подобных мероприятий. Политический имидж любого государства зависит от проведения мероприятий международного уровня. Также не стоит забывать, что деловой туризм положительно влияет и на экономическую сферу государства. Например, бюро в Гетеборге в итоге приносит в государственную казну в 48 раз больше, чем ежегодно утверждаемый бюджет бюро.

Итак, деловой туризм в России с каждым годом становится все более развитым, но в данный момент некоторые его аспекты требуют значительно большего развития. Соответственно, увеличить потенциал сферы делового туризма помогут следующие инструменты:

- Повышение внимания к развитию туристической отрасли в целом (сервиса и инфраструктуры), урегулирование показателя цена-качество. Особое внимание стоит уделить улучшению площадок для живого нетворкинга.

- Подготовка высококвалифицированных кадров по направлению подготовки «деловой туризм». В данный момент направление подготовки развито крайне слабо. В большей степени развита подготовка кадров в туристической отрасли в целом. Особенно ценными кадрами будут являться специалисты в области конгрессной деятельности. Наличие подобных кадров способно увеличить экономический потенциал государства.

- В настоящее время в России действует более 40 представительств по туризму различных государств. На их опыте России полезно создать представительства в различных странах, например, на базе различных субъектов, прямо или косвенно взаимодействующих с туристической сферой. Например, представительство на базе представительств российских авиакомпаний.

- Создание бюро делового туризма на национальном уровне. К слову, на данный момент существует национальное конгрессное бюро, на данном этапе его развития требуется его большая популяризация

- Создание организаций CVB в крупных городах и городах миллионников. Их задачей будет продвижение российского делового туризма на международной арене.

На данный момент в России сфера делового туризма развита довольно слабо, мало внимания уделяется деловому туризму со стороны государственных органов, но все же определенные попытки развития данной сферы присутствуют.

Список литературы

1. [Электронный ресурс] — URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4836778>
2. [Электронный ресурс] — URL: <https://corp.wtcmoscow.ru/services/international-partnership/analitycs/kongressno-vystavochnaya-otrasl-2022-chast-1-aktualnoe-na-rynke-menedzhment-resheniya/>
3. Алгафри, Махмуд Абдулкадер. Деловой туризм в России / Махмуд Абдулкадер Алгафри, Моханнад Али Мохаммад. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 10 (114). – С. 588-591. – URL: <https://moluch.ru/archive/114/30198>

УДК 332.1

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ

Гасангусейнова А.М., Баченина Е.А.

Казанский государственный
архитектурно-строительный университет
Казань, Россия

Аннотация. В статье проведен анализ динамики въездных и выездных туристских поездок. Указаны проблемы и направления отечественного туристического бизнеса. Даны советы для туристического общества.

Ключевые слова: российский туризм, прогноз спроса, экономическое положение, анализ.

Актуальность. В последние несколько лет индустрия туризма находится в совершенно нестабильном положении. Напряженная политическая и экономическая ситуация в мире, санкции против России и колебания валютных курсов привели к значительному снижению числа путешественников и, как следствие, к стагнации туристического бизнеса в целом. Многие туроператоры обанкротились и были вынуждены уйти с рынка туристических услуг, причем многие из «плавающих» компаний понесли большие убытки. Одним из эффективных способов выхода из кризисной ситуации была попытка перенаправить массовый поток выездных туристов на внутренние направления. Однако российская система внутреннего туризма оказалась неспособной справиться с таким резким изменением ситуации и массовым притоком туристов.

Проблема восстановления туризма как одного из самых экономически прибыльных секторов экономики стоит сейчас особенно остро. Четкая концепция посткризисного развития туристической отрасли позволила бы обеспечить качественный уровень туристических услуг, соответствующий международным стандартам, тем самым повысить конкурентоспособность российского туризма и добиться значительного роста внутреннего и въездного туризма в России.

Поскольку туризм оказывает мультипликативное воздействие на занятость в 53 соответствующих отраслях. Общее снижение спроса на туристические услуги приводит к катастрофическим потерям в каждой из этих отраслей. И если последние 10 лет она занимала важнейшую роль в глобальной экономике, обеспечивая вклад более 10,3% мирового ВВП, формируя более 28% мирового экспорта услуг и создавая каждое десятое рабочее место в мире (330 млн человек), то на 2020–2021 гг. доходы туристических компаний сократились, по некоторым подсчетам, почти на 70%

В России туризм обеспечивает занятость более четырех млн чел. (5,6% от общей занятости). При этом, по данным на 2021 год, 5% экономики страны приходилось на туризм, вклад в ВВП составлял 5,5 трлн руб.

Текущая ситуация осложняется тем, что около 80% российских туристических предприятий – это малые и средние предприятия, которые не имеют достаточных

финансовых ресурсов, чтобы самостоятельно противостоять кризису и сохранить рабочие места. Однако опыт предыдущих кризисов показал, что при правильной поддержке туризм может стать одним из ключевых катализаторов общего экономического подъема.

В 2023 году туристический рынок ждет снижение спроса – и в целом, и в сегменте бизнес-трэвел, в частности. Текущий прогноз положения дел в туристической отрасли на 2023 году пока говорит о намечающемся снижении спроса.

Так, въездной туризм в России, по данным за три квартала 2022 года, сократился по сравнению с 2019 годом в объемах в 35.

Объемы выездного туризма сократились в 2,5 раза – с 40 млн. выездов в 2019 году до 18 млн поездок в 2022 году (по результатам трех кварталов).

Внутренний туризм страдает от нехватки платежеспособного спроса. Несомненно, будет меньше въездных иностранных туристов, меньше спроса на отдых в недружественных странах и больше выездных туров в соседние страны.

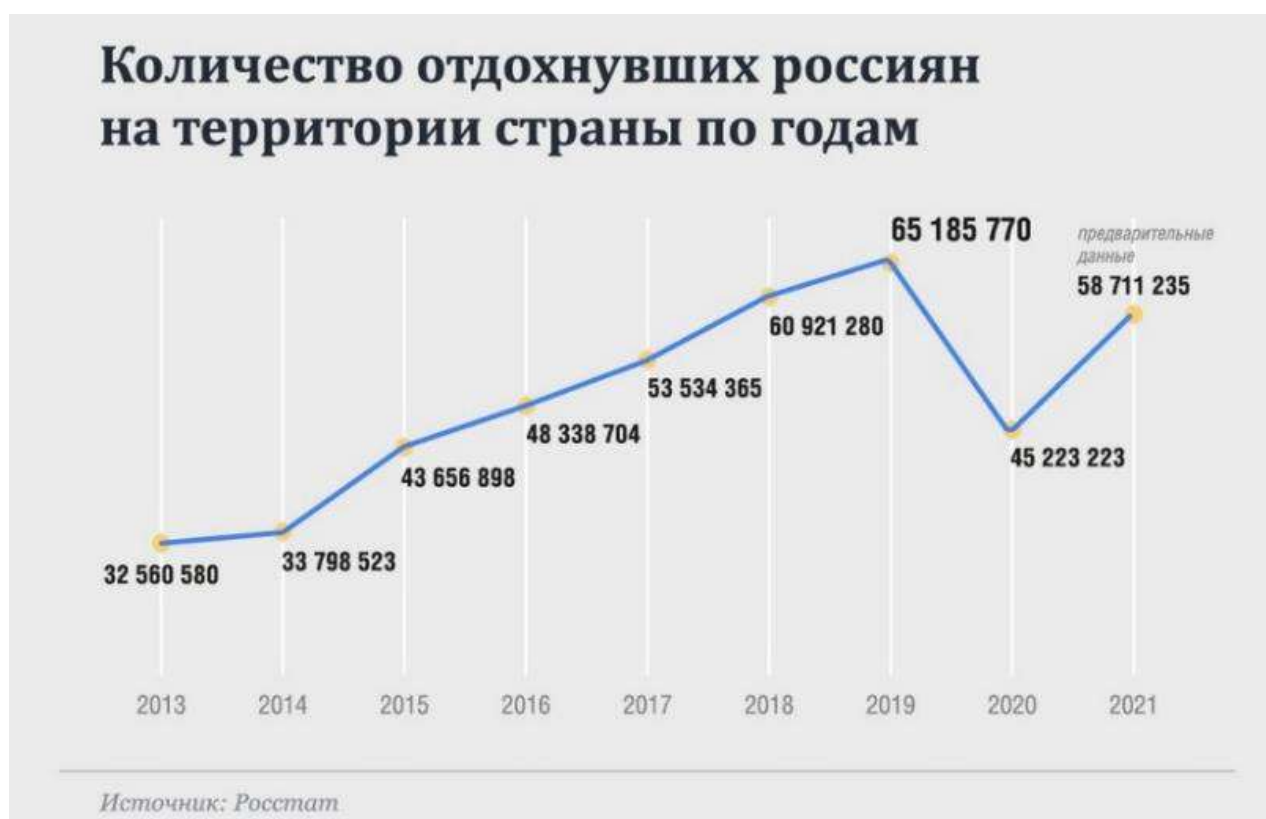


Рисунок 1 – Количество отдохнувших россиян на территории РФ по годам (по данным <https://news.ru/>)

Объединив результаты проведенного статистического анализа, научной литературы и содержания программ развития туризма в РФ, обозначены общие проблемы и направления развития отрасли (табл. 1).

Таблица 1 – Проблемы и приоритетные направления
 развития отечественного туристического бизнеса

Проблемы развития отечественного туристического бизнеса	Приоритетные направления развития отечественного туристического бизнеса
1) Слабая туристическая привлекательность (должна повышаться за счет повышения стандартов качества туристического отдыха в РФ, переосмысления отношения российских и иностранных граждан к отдыху в России)	1) На микроуровне: – внедрение внедрению цифровых решений во взаимодействия с клиентами и бизнес-процессы; – контроль над уровнем расходов и диверсификация бизнеса; – увеличений инвестиций в основные средства и туристическую инфраструктуру; – сокращение расходов, в том числе за счет продажи неэффективных активов; – увеличения расходов турпредприятий на продвижение и маркетинг.
2) Слабо развитая туристская и транспортная инфраструктуры (необходимо увеличивать инвестиции в развитие инфраструктуры)	2) На макроуровне: – государственная поддержка туристической отрасли (дотации, налоговые послабления); – расширение практики возврата части средств туристам, потраченных на внутренний туризм и отдых; – государственное регулирование цен на туристские услуги
3) Недостаточное количество средств размещения ориентированных на массового туриста	
4) Низкое качество внутренних услуг размещения и высокая стоимость зарубежных туров	

Цель исследования: выяснение общего положения туристической отрасли в России и нахождение путей решения проблем.

Методы исследования: в процессе исследований, а также анализов сформулированного вопроса, были использованы экономические методы, которые заключались в сравнении, приведении статистики, анализе. Также приведены прогнозы экспертов.

Результаты исследований. Анализ динамики въездных и выездных туристских поездок показал тенденцию снижения их общего количества, напряженной внешнеполитической обстановкой.

Проведенная процедура регрессионного анализа показала взаимосвязи между числом реализованных гражданам РФ турпакетов с переменными «средняя стоимость реализуемых турпакетов» и «парк воздушных судов», что указывает на необходимость развития транспортной инфраструктуры и оптимизации стоимости отдыха. Прогнозные расчеты по количеству турфирм и санаторно-курортных организаций свидетельствует о необходимости принятия соответствующих мер по стимулированию туристического предпринимательства.

Выводы. Лучшим советом для туристического общества- это приобретение турпакета «все включено» и страхование своего путешествия. В целях улучшения персонала туристических дестинаций предлагается встроить в организационно-управленческую структуру новый профиль персонал-ассистента, который будет закреплен за гостями номерного фонда и будет адаптировать и отвечать за консультирование туриста на вновь осваиваемой территории РФ.

Список литературы

1. Силова, Е.С. Анализ развития индустрии туризма в России / Е.С. Силова // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 7(429). С. 110–117.
2. Королев. Н.В. Стратегии развития туристско-рекреационного комплекса России / Н.В. Королев // Вестник университета. – 2018. – № 9. – С. 69
3. Редакция «Вестника АТОР» Прогнозы для туротрасли: что будет со спросом в 2023 году? [Электронный ресурс] <https://www.atorus.ru/node/50223> (дата обращения: 06.05.2023).

УДК 373

ТУРИЗМ КАК СРЕДСТВО ОЗДОРОВЛЕНИЯ ДОШКОЛЬНИКОВ

Кротова В.Ю., Черных Д.П.

Воронежская государственная академия спорта
Воронеж, Россия

Аннотация. Для детей дошкольного возраста туристическая деятельность реализует оздоровительные и воспитательные задачи, создает необходимые условия для вовлечения детей в массовые виды спорта. Важно отметить то, что туризм способствует всестороннему развитию личности дошкольника. В дошкольном образовательном учреждении (ДОУ) предусматривается планирование туристической деятельности. Рассмотрены задачи дошкольного туризма.

Ключевые слова: дети дошкольного возраста, туризм, задачи туризма, планирование туристической деятельности.

В настоящее время важно формировать у дошкольников здоровый образ жизни. Оздоровительные и воспитательные задачи в ДОУ могут быть решены туристской деятельностью дошкольников.

Именно благодаря туризму мы можем создать необходимые условия для вовлечения дошкольников в занятие массовыми видами спорта. Важную роль туризм играет в обеспечении многостороннего развития личности дошкольника, способствует развитию коммуникабельности, самодисциплины, позволяет лучше адаптироваться к условиям современной жизни «Во время походов и экскурсий, различных поездок создаются возможности для повышения интеллектуального уровня, развивается наблюдательность, средство снятия физической усталости, профилактики психологического напряжения» [1, с. 6].

«В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» под детским туризмом понимается туризм организованной группы несовершеннолетних туристов в сопровождении руководителя, который несет обязанности их законного представителя» [1, с. 10].

Рассмотрим основные функции туризма: образовательная, оздоровительная, рекреационная, развивающая, духовно-воспитательная, развлекательная, патриотическая.

Все перечисленные функции реализуются в развитии разных направлений детского туризма: организация досуга и активного отдыха; повышение образовательного уровня; эколого-туристское воспитание; оздоровление и укрепление здоровья дошкольников в системе спортивного и санаторно-курортного обслуживания; пропаганда ЗОЖ; развитие духовных и физических качеств личности; культурно-познавательная цель туризма реализуется во время поездок (расширяется кругозор, знакомство с историческими и культурными ценностями) [1, с.8].

Образовательная функция туризма подразумевает экскурсии и путешествия дошкольников. Спортивная функция – посещение соревнований.

Оздоровительная цель – реализуется за счет отдыха в санаториях, оздоровительных лагерях, домах отдыха.

А.О. Брусова [1, с. 10] классифицирует детский туризм по способу организации (самодеятельный и плановый) и форме организации. Самодеятельный туризм разрабатывается туристической группой самостоятельно. Плановый туризм, в свою очередь, осуществляется по программам туристско-экскурсионных учреждений. По форме организации путешествий или походов детский туризм подразделяется на индивидуальный (1-5 человек) групповой (более 5 человек).

Туризм является средством гармоничного развития, которое реализуется в форме отдыха и общественно-полезной деятельности. Для туризма характерны следующие структурные компоненты: поход, путешествие, экскурсия [2, с. 10]

Детский туризм подразумевает путешествия детей с различными целями. По тематическим направлениям путешествия могут быть этнографические, геологические, экологические, исторические, археологические и т.д.

«Целевой установкой детского туризма является формирование личности под непосредственным влиянием окружающей среды и природы, путем психологически педагогически грамотного организованного их влияния» [2, с. 22].

Детский туризм – это средство гармонического развития, реализуемое в форме отдыха и общественно-полезной деятельности. «С целью активного освоения, ознакомления, изучения и исследования, сохранения и доступного преобразования окружающей действительности» [2, с. 22].

Организация экскурсий и прогулок за пределы ДООУ подбираются по возрасту дошкольника и способствуют реализации познавательных задач, укреплению здоровья, физическому, интеллектуальному, нравственному и эстетическому развитию [3].

Прогулки и экскурсии осуществляются систематически, учитывая возрастные особенности и возможности ребенка, состояния здоровья. Обязательно определяется дальность маршрута и место отдыха. Благодаря прогулкам и экскурсиям ребенок знакомится с общественными учреждениями, у старшего дошкольника довольно большой двигательный опыт и самостоятельность, организованность, благодаря которым мы можем проводить туристские прогулки.

Лучший результат достигается при усилении всех сотрудников ДООУ, особенно воспитателя и специалиста по физической культуре [3].

Работа по организации туристских прогулок на протяжении всего года входит в план воспитательно-образовательной работы с ребенком, в соответствии с циклическим принципом сезонности (осенний, весенне-летний и зимний циклы). Каждый цикл представляет собой неразрывное единство трех взаимосвязанных частей: подготовка, проведение и подведение итогов туристских прогулок.

На подготовительном этапе перед педагогом стоит цель – создание психологической и двигательной готовности дошкольников к новому виду деятельности, задается общая эмоциональная направленность. Далее перед детьми ставится цель предстоящей деятельности, мы уточняем и расширяем знания ребенка, формируем необходимые навыки.

Для повышения заинтересованности дошкольников, педагог проводит тематические беседы, читает им художественную литературу, что способствует формированию ярких образных представлений, активизируется воображение и память.

Огромную роль на подготовительном этапе играет организация сюжетно-ролевой игры, в которой дошкольника можно научить укладке рюкзака, поведению в лесу, способам ориентировки на местности.

Практическая продуктивная деятельность организуется педагогом еще на этапе подготовки, когда важно готовить и оформлять личное и групповое снаряжение, создавать эмблемы и значки для участников похода.

Мы должны отметить важную роль сюжетных физкультурных занятий, развивающих и подвижных игр, упражнений. Проведение туристских прогулок с дошкольником способствует расширению словаря по туристической тематике. Особая роль в подготовке к походам отводится предварительной двигательной тренировке дошкольника: индивидуальная физическая подготовленность, специальные упражнения для укрепления свода стопы.

По содержанию туристские прогулки очень разнообразны, подчеркивают значимость спорта и физической культуры.

Стоит отметить краеведческий характер туристских походов, целью которых является расширение кругозора и закрепление знаний дошкольников о родном крае, воспитание бережного отношения к природе. Туристская деятельность во всех ее формах способствует всестороннему развитию личности ребенка.

На основе этого можно сделать вывод о том, что детский туризм – это способ постижения ребенком природных и культурных особенностей среды проживания. В отличие от взрослого, детский туризм движения преследует, прежде всего, образовательно-познавательные цели. Однако, при достаточно разнообразном содержании туристских прогулок, важно грамотно сочетать двигательную и познавательную активность дошкольников, воспитывать у них волевые качества в преодолении трудностей, вырабатывать настойчивость, выносливость, взаимопомощь.

Список литературы

1. Брусова, А.О. Разработка туристского продукта в рамках детского туризма по Южному Подмосквовью / А.О. Брусова; Российская международная академия туризма, Факультет менеджмента туризма, Кафедра туроперейтинга. – Москва, 2017. – 164 с.

2. Ерунин, С.А. Проблемы и перспективы детско-юношеского туризма в Змеиногорском районе Алтайского края: [16+] / С.А. Ерунин; Алтайский государственный институт культуры, Факультет социально-культурных и информационных технологий, Кафедра музеологии и туризма. – Барнаул: б.и., 2022. – 142 с.

3. Степаненкова Э.Я. Теория и методика физического воспитания и развития ребенка: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Э.Я. Степаненкова. – 2-е изд., испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 368 с.

УДК 796.5

ВЫЯВЛЕНИЕ ДОМИНИРУЮЩИХ МОТИВОВ У СТУДЕНТОВ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫМ ТУРИЗМОМ

Миронов А.А., Евграфов И.Е.

Поволжский государственный университет
физической культуры спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. В данной статье рассмотрены доминирующие мотивы-категории у студентов разных направлений, но активно занимающихся спортивно-оздоровительным туризмом. В ходе исследования студенты были разделены 2 подгруппы, в зависимости от опыта.

Ключевые слова: мотив, спортивно-оздоровительный туризм, студенты.

Актуальность. На сегодняшний день остро встают вопросы о признании студенческого туризма, который развивается, благодаря формированию разных типов туристских клубов, и является одним из приоритетных направлений развития туризма в России [1]. Но не все студенты заинтересованы в участии в подобных туристских клубах. Современные студенты испытывают трудности с мотивацией и усилиями, которые необходимо приложить для достижения поставленных целей. Тем самым угасает развитие студенческого спортивного туризма, что влияет на кризис в развитии спортивно-оздоровительного туризма в целом. Одним из возможных путей увеличения уровня мотивации является укрепление мотивационной сферы студентов через воздействие на конкретные мотивы.

Цель исследования: выявление конкретных доминирующих категорий мотивов у студентов, активно занимающихся спортивно-оздоровительным туризмом.

Методы исследования: анкетирование.

Результаты исследования и их обсуждение. Наше исследование проводилось среди студентов разных курсов и направлений обучения ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», входящих в состав участников студенческого объединения туристский клуб «Академия» в количестве 20 человек. Студенты были разделены на 2 подгруппы:

- «Опытные» – студенты, занимающиеся спортивно-оздоровительным туризмом 1 год и более;

- «Неопытные» – студенты, занимающиеся спортивно-оздоровительным туризмом с начала 2022/2023 учебного года.

В качестве метода исследования было проведено анкетирование, согласно методике Аллы Вадимовны Шаболтас «Мотивы занятия спортом». Данная методика, включала в себя десять категорий мотивов, соответствующих определенным высказываниям (суждениям), приведенным в опроснике.

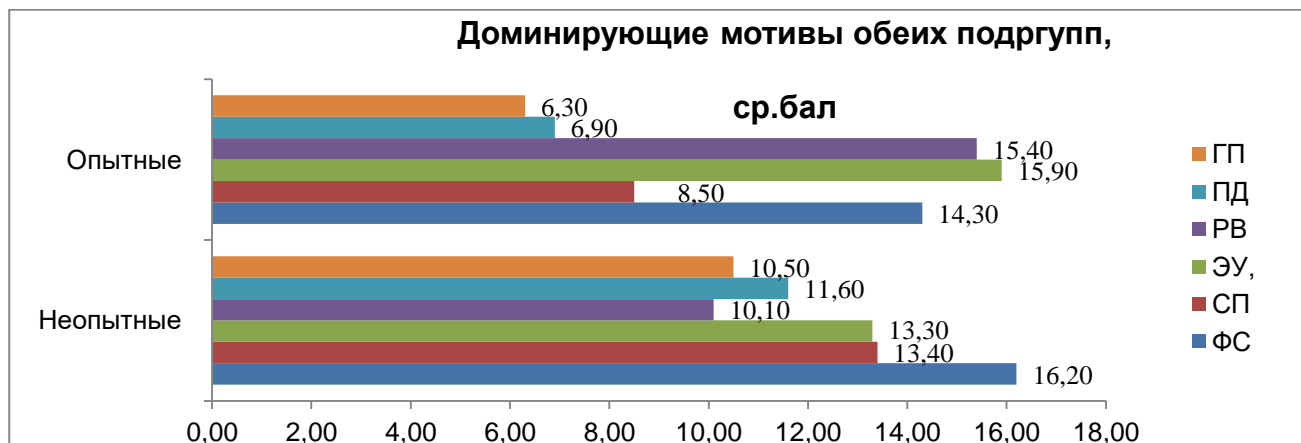
Так как все респонденты активно занимаются спортивно-оздоровительным туризмом, а также имеют членство в туристском клубе, то в качестве доминирующих мотивов должны присутствовать мотивы:

Мотив подготовки к профессиональной деятельности (ПД) – так как деятельность в турклубе – это как минимум наследие для подрастающего поколения, а так же развитие профессиональных компетенций в данной сфере;

Гражданско-патриотический мотив (ГП) – одна из миссий нашего туристского клуба – это развитие патриотизма у всех членов ТК;

Рационально-волевой или по-другому рекреационный мотив (РВ) – один из сопутствующих мотивов, так как у спортивно-оздоровительного туризма очень хорошая рекреационная составляющая.

После сбора и анализа данных, нами были получены следующие результаты:



Примечание: ЭУ – мотив эмоционального удовольствия; РВ – рационально-волевой (рекреационный) мотив; ФС – мотив физического самоутверждения; СП – Спортивно-познавательный мотив; ПД – мотив подготовки к профессиональной деятельности; ГП – Гражданско-патриотический мотив.

Рисунок 1 – Сравнительный анализ доминирующих мотивов у обеих подгрупп

Рисунок 1 отлично демонстрирует разницу доминирующих мотивов у подгрупп «Неопытных» и «Опытных». Согласно рисунку 1, мы можем наблюдать, что мотив «эмоционального удовольствия» более развит у людей более опытных, что, скорее всего, объясняется тем, что данные обучающиеся уже не первый год трудятся над данной деятельностью и количество туристских выездов и путешествий намного превышает количество подгруппу «Неопытных». А значит количество вдохновляющего напряжения у них в разы больше.

«Рационально-волевой» мотив или «рекреационный» мотив – хорошо развит у подгруппы «Опытных», что выполняет одно из условий в негласной миссии ТК развить данный мотив. Все объясняется тем, что у первой подгруппы количественный опыт намного превышает подгруппы «Неопытных», что несет рекреационную ценность, которую они смогли понять и принять. В то время как у подгруппы «Неопытных» недостаточно опыта.

Мотив «физического самоутверждения» – отлично выполняется у подгруппы «Неопытных», чем у «Опытных». Объясняется это тем, что на первых этапах занятия спортивно-оздоровительным туризмом хорошо закаливают занимающегося, приводит в напряжение отчего появляется «азарт» к занятиям. С повышением количественного опыта в данной деятельности, подобный «азарт» угасает и данный мотив перестает быть ведущим.

«Спортивно-познавательный» мотив – лучше развит у подгруппы «Неопытные», потому что уровень знаний, у данной подгруппы значительно уже, чем у подгруппы «Опытные», соответственно, чем шире познания обучающихся, тем меньше возможностей, данному мотиву быть среди ведущих.

Представленные данные демонстрируют, что у обеих подгрупп недостаточно развиты мотивы, которые акцентированы для туристского клуба при вузе и являются первоочередными для студентов занимающихся спортивно-оздоровительным туризмом. Так как это и есть негласная миссия турклуба:

1. Оставить за собой наследие – компетентных студентов в данной сфере, для дальнейшей организации мероприятий спортивно-оздоровительной деятельности и ее развитие в стенах нашего вуза и за его пределами;

2. Развитие патриотизма среди студентов нашего вуза посредством мероприятий спортивно-оздоровительной сферы;

3. Отдых студентов посредством рекреации, так как у занятий спортивно-оздоровительной деятельностью очень хорошая рекреационная составляющая.

Вывод. Таким образом, анализ результатов проведенного исследования показал, что изучаемая мотивационная сфера у студентов, занимающихся СОТ, состоящая из определенных доминирующих категорий мотивов зависит от их опыта деятельности в данной сфере, поэтому у подгрупп «Опытные» и «Неопытные» доминируют разные категории мотивов.

Список литературы

1. Голубева, Г.Н. Туристский клуб вуза как форма привлечения студентов к занятиям спортивным туризмом / Г.Н. Голубева, В.Ю. Сморгков, А.И. Тазутдинова // Экстремальная деятельность человека. – 2020. – № 3 (57). – С. 31-35.

2. Евграфов И.Е. Развитие внутреннего активного туризма в России / И.Е. Евграфов // Традиции и инновации в системе подготовки спортсменов и спортивных кадров. Материалы II Всероссийской отраслевой научной интернет-конференции преподавателей спортивных вузов в режиме on-line. Научно-организационное управление ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма». 2014. – С. 129-132.

УДК 796.062

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИИ И СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Никулина П.С., Беликова Е.В.

Алтайский государственный
педагогический университет
Барнаул, Россия

Аннотация. В статье дано понятие о ценности спортивной рекреационной деятельности. Рассмотрим понятие о рекреации и значении физической культуры в оздоровительном туризме. Также в этой статье представлено обобщение по теме рекреационного туризма, видов туристической деятельности. Выделены основные понятия, связанные с физической деятельностью человека во время отдыха и как она способствует оздоровлению.

Ключевые слова: рекреация, оздоровительный туризм, спортивный туризм.

Актуальность. В настоящее время рекреационный туризм становится все более популярным. Рекреация и спортивно-туристическая деятельность переходит в новую стадию формирования рекреационно-оздоровительного комплекса. Данная стадия обусловлена регулярно меняющимся общественным интересом, расширением общественно-политических и культурных отношений, желанием общества формировать функциональные, большие туристические оздоровительные базы, в области оздоровления и путешествий, значением туристической рекреационной деятельности в обыденной жизни людей.

В интересах большинства государств оздоровительная индустрия представляет наиболее важное общественное значение, однако она в свою очередь требует особого внимания, развития и изучения. По этой причине рекреационный туризм вызывает максимальный интерес, а также создание концепций и технологий исследования. Со временем важность рекреационных ресурсов возрастает, в связи с потребностью развития современного туризма.

Из года в год, оздоровительный туризм приобретает значительную ценность в общественной среде, потому как всякое развивающееся общество стремиться к долголетию и абсолютному здоровью. Оздоровительную индустрию подвергают рассмотрению с точки зрения перемещения людей в свободный период в целях отдыха, который важен для регенерации физических, а также духовных сил человека. В нашем мире этот тип туризма считается более популярным. С целью развития данного типа туризма нужны рекреационные ресурсы.

Цель исследования: изучение проблематики развития спортивного и оздоровительного туризма в рамках физической рекреации.

Термин рекреация употребляется в ряде наук. В медицине – в отношении восстановления физических сил организма, в биологии – для обозначения процесса развития, в психологии – как процесс отдыха, расслабления, восстановления работоспособности, в философии – как возвращение человека к самому себе, как возвращение его к природе.

Так как актуальность предмета изучения обоснована упоминанием рекреационных ресурсов, которые получили внушительную роль в нашем обществе, то в таком случае необходимо прояснить, что в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в качестве основного термина существует понятие «туристские (рекреационные) ресурсы», которые определяются как «природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил».

Для людей особой необходимостью является не только восстановление сил, здоровья, самочувствия, но и расширение кругозора. Человек крайне избирателен при выборе направления собственной деятельности, исполняемой в свободный промежуток времени. Согласно целям рекреационную индустрию можно разделить на: медицинский, оздоровительный, познавательный, а также спортивный. Отталкиваясь от индивидуальных интересов и способностей человек способен подобрать любой тип отдыха в соответствии с его содержанием.

Спортивный и рекреационный туризм обладает целевой функцией – спортивное усовершенствование в преодолении естественных преград. Это значит усовершенствование в целом всего комплекса знаний, умений и навыков, нужных для безопасного перемещения человека по пересеченной местности, а также усовершенствование спортивной, физической подготовки с целью преодоления непростого природного рельефа, также способствует регенерации физических и моральных сил человека.

В последнее время интенсивно развиваются такие направления спортивного туризма как: экстремальный туризм; путешествия; походы; туристское состязание; туристское многоборье.

Результаты исследования и их обсуждение. В России рекреационный оздоровительный спортивный туризм только начинает развиваться, поэтому в настоящее время нет единой классификации рекреационных туров. Стоит отметить, что данный вид туризма получил на данный момент наибольшее развитие в санаторно-курортной сфере. При этом его доля в общем объеме услуг санаторно-курортных учреждений постоянно увеличивается. Также он имеет широкое распространение в Европе в целом, Японии, а также в странах бывшего СССР.

В сфере реализации рекреационного и спортивного туризма имеется еще ряд проблем. Во-первых, в этом направлении значительно увеличился коммерческий компонент.

Еще одной тенденцией развития спортивного туризма является ощутимая демократизация взаимоотношений между людьми, страной и природой, утрата одних и возникновение других ограничений.

К третьей проблеме – тенденции можно отнести проблему пренебрежения основной сутью спортивного туризма – природной среды его обитания. Появляются все чаще мероприятия, которые уже трудно назвать туристскими, например, недавнее проведение чемпионата Москвы по горному туризму в спортзале [1].

К другой проблеме развития спортивно-оздоровительного туризма можно отнести то, что несколько замедлился рост сложности походов.

Таким образом, мы выяснили, что существует немало причин, затрудняющих развитие спортивного и оздоровительного туризма. Однако, эти и другие менее заметные тенденции современного развития рекреационных мероприятий естественным образом нашли свое отражение в нормативной базе спортивного туризма.

Выводы. Спортивно-оздоровительная рекреационная деятельность в рамках физической рекреации представляет собой звено в межкультурной коммуникации, что осуществляет процесс оздоровления, культурного обмена и отдыха. Существует не мало тенденций ее развития, основным способом решения можно считать поддержку со стороны населения в направлении оздоровительного туризма, что позволит увеличить продолжительность жизни, с одной стороны, и повысить занятость общества, развивая направление спортивного туризма в целом, с другой стороны, а также привить людям ценности, направленные на серьезное отношение к своему здоровью, понимание о необходимости физической рекреации.

Список литературы

1. Алексеев, А.А. Спортивный туризм в СССР и России (к истории развития) / авт.-сост. А.А. Алексеев; Федерация спортивного туризма России. – Москва: Сам Полиграфист, 2015. – 444 с.

УДК 796.01

СОВЕРШЕНСТВО ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В СОЧЕТАНИИ СПОРТА И ТУРИЗМА

Овезова О.Г., Моммыева М.Х.

Туркменский государственный институт
физической культуры и спорта
Ашхабад, Туркменистан

Аннотация. В данном тезисе рассматривается образования экологической культуры. Спортивно-туристическая система, являющаяся основой экологической чистоты, также может способствовать положительному решению экологического образования. В этой работе подчеркиваются не отлагаемые работы, которые проводится на глобальном и региональном уровнях.

Ключевые слова: экологическая культура, спорт, туризм.

В настоящее время растущее значение экологического образования и грамотности свидетельствует о растущей глобальной и жизненной важности современных экологических проблем.

Одним из достижений экологической науки является доказательство гармонии между человеческим обществом и природой. Это повышает значимость экологической культуры в обществе. Спортивно-туристическая система, являющаяся основой экологической чистоты, также может способствовать положительному решению экологического образования. При гармоничном сосуществовании системы спорта и туризма, люди, начиная с раннего возраста, получают основы экологического воспитания и здорового образа жизни.

Примерами экологически чистого спорта являются велоспорт, альпинизм, различные виды водного плавания (байдарки, виндсерфинг и др.), конный спорт, бег на длинные дистанции, пляжный волейбол, лыжи и др. В туризме к ним относятся велосипедные туры, горные туры, водные туры, конные туры, пешие туры, пляжные туры, лыжные туры и т.д.

Верховая езда, уход за лошадьми воспитывает в людях не только любовь к животным и природе, но и трудолюбие. На сегодняшний день верховая езда и конный спорт являются одной из самых популярных отраслей в развитых странах. В Туркменистане прилагаются большие усилия для разведения ахалтекинцев, выхода туркменского коневодства и конного спорта на мировой уровень. Примером тому служит создание Государственного объединения туркменского скакуна, Международной ассоциации ахалтекинского коневодства Туркменистана, конноспортивных комплексов в столице и велятах.

Организация скачек и среди юных наездников помогает молодому поколению приобщиться к традициям верховой езды, а также ощутить величие, красоту и самобытность туркменской природы. Еще одним свидетельством этого внимания является включение соревнований по конному спорту в программу V Азиатских игр в закрытых помещениях по боевым искусствам, которые состоялись в 2012 году в Ашхабаде.

В Туркменистане широко проводятся различные мероприятия, направленные на пропаганду здорового образа жизни и популяризации велосипедного движения как экологически безопасного средства передвижения.

В 2017 году на основе инициативе Туркменистана на 82 заседании 72 сессии ООН 3 июня было объявлено Всемирным днем велосипеда. В честь этого в Туркменистане проводятся велогонки и различного уровня соревнования по этому виду спорта в столице и областных центрах. Езда на велосипедах в этот день является основным транспортным средством. И 2018 году были проведены автопробег «Амуль-Хазар», эстафета и бег на длинные дистанции, вело марш. 1 июня того же года было проведено тренировочное занятие при одновременном участии 3246 велосипедистов. Эту информацию зафиксировала компания «Книга рекордов Гиннеса». Внесение в 2019 году в Книгу рекордов Гиннеса «Самый длинный велопробег в цикле» с участием 2019 велосипедистов доказывает, что экологически чистые виды спорта приобрели коллективный характер и являются одним из направлений национальной политики нашего государства [1].

Сфера туризма также оказывает плодотворное влияние на решение проблемы экологической грамотности. Эта отрасль также влияет на сохранение природных и историко-культурных памятников страны, интеллектуальное развитие людей, позитивное сближение народов и культур мира.

Обладая уникальными природными ресурсами и уникальной культурой, Туркменистан также обладает огромным потенциалом для развития туризма.

В результате успешной реализации масштабных программ, разработанных в сфере развития туризма в стране, из года в год увеличивается потенциал туристической системы. Наша страна имеет все возможности для развития экотуризма, имеющего широкое распространение в мировом туристическом секторе. Созданные природой достопримечательности нашей страны привлекают туристов во все времена.

Возраст древнейшего из 17 наших памятников природы в Туркменистане, получивших государственно-правовой статус, составляет 140 миллионов лет. Этот памятник включает в себя отпечатки трех пальцев динозавров в Койтендаге. Также ученые нашли древние следы верблюдов, баранов, диких животных и птиц, живших на Балканах 2,5 миллионов лет назад. В настоящее время более тысячи наших памятников истории и культуры официально зарегистрированы государством [3]. Среди них всемирно известные исторические памятники, такие как Мерв (1999 г.), Коневургенч (2005 г.) и Ниса (2007 г.), которые были включены в Список всемирного наследия ЮНЕСКО. Коневургенч, Абыверд, Дехистан, Древний Серахс, Астанабаба, караван-сарай Дая-Хатын, усыпальница султана Санжара, крепость Геокдепе и сотни других памятников считаются сокровищами древнего национального архитектурного искусства туркменского народа. Эти памятники были объявлены историко-культурными и природными заповедниками, охраняемыми государством.

Большое значение в развитии экотуризма имеют 9 природных заповедников и 13 заказников ограниченного действия общей площадью 1075 тысяч кв. км, занимающих более 4% территории Туркменистана [2]. Они станут центром экологического просвещения населения, в том числе туристов, для организации экологической просветительной работы, создания музеев, богатых экспонатами флоры и фауны региона. Организации поездок на верблюдах, лошадях и ослах.

Строительство экологических домиков в нетронутых местах природы для создания условий ощущения взаимодействия человека и природы. В настоящее время эта работа расширяется, осуществляется подготовка различных информационных материалов о достопримечательностях и красивых памятниках природы Туркменистана, издание брошюр, буклетов, создание видео архива, налаживание ограниченного научного и международного туризма. Туристы проявляют большой интерес путешествиям по берегам туркменской части Каспийского моря, к здешним заливам и островам, чтобы вдохнуть целебную прохладу этого уникального уголка, окунуться в благоухающие воды моря, для восстановления своего здоровья. Создание неутомимыми усилиями Лидера Нации Гурбангулы Бердымухамедова национальной туристической зоны «Аваза» на побережье Каспийского моря, экологически богатого полезными ископаемыми и лечебными ресурсами, является современной формой развития экотуризма. В результате строительства и эксплуатации спортивного комплекса «Аваза» на побережье Каспия увеличилось количество молодежи занимающейся интересными видами спорта, такими как пляжный волейбол, плавание на яхтах, виндсерфинг и другие.

Экотуризм привлекает большое количество туристов, позволяет людям задуматься, ощутить себя частью природы и стать ближе к природе, что помогает понять природу и необходимую близость к ней. Кроме того, экологическое образование укрепляет здоровый образ жизни у подрастающего поколения, повышает любовь к истории и природной красоте страны, а также любовь к Родине. Потому что на молодых людях лежит большая ответственность, обязанность охранять, обогащать и изучать уникальные природные ценности туркменской земли и сохранить эти богатства для наших будущих поколений.

Список литературы

1. Система образования, науки, здравоохранения и спорта Туркменистана. Ашхабад, 2020, с. 154.
2. Указы Президента Туркменистана и решения Правительства Туркменистана. № 7, 2013 г.

УДК 379.853

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВЕЛОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Сидорова С.О.

Белорусский государственный
университет физической культуры
Минск, Беларусь

Аннотация. В статье рассматривается современное состояние велотуризма Республики Беларусь и его потенциал для развития в туристической индустрии. Проанализированы веломаршруты и культурно-спортивные мероприятия для велосипедистов. Выявлены основные проблемы и перспективы развития велотуризма. Подчеркивается, что Беларусь обладает значительным потенциалом для развития велосипедного туризма.

Ключевые слова: велотуризм, велоспорт, инфраструктура, веломаршрут, фестиваль.

Актуальность. Велосипед является все более популярным средством передвижения в городах, а также средством активного отдыха и спорта. Велосипедный спорт развивается и получает поддержку правительства в связи с реализацией программ по развитию спорта и здорового образа жизни, принятием национальной концепции развития велодвижения. Велотуризм, в свою очередь, становится более доступным благодаря развитию велосипедной инфраструктуры. Через территорию Беларуси проходят веломаршруты, в том числе и международные, которые дают возможность познакомиться с местной культурой и историей страны, и привлекают иностранных туристов.

Цель исследования: рассмотрение состояния и перспективы развития велотуризма в Беларуси.

Методы исследования: анализ научной литературы и статистической информации, синтез, аналогия и сравнение.

Результаты исследований. В настоящее время велотуризм становится все более популярным направлением туризма по нескольким причинам. Во-первых, это здоровый образ жизни и возможность активно провести время на природе. Велосипедное путешествие позволяет увидеть больше мест, чем пешее, и при этом не требует больших финансовых затрат на транспорт. Во-вторых, велотуризм становится более доступным благодаря развитию велосипедной инфраструктуры и возможности аренды велосипедов в различных городах и регионах. В-третьих, велотуризм предоставляет возможность познакомиться с местными жителями и культурой страны, что делает путешествие более интересным и запоминающимся.

Республика Беларусь имеет возможность предложить велотуристам уникальную возможность погрузиться в атмосферу деревенской жизни и познакомиться с белорусской историей и культурой. Беларусь славится своими национальными парками и заповедниками. В настоящее время в Республике Беларусь существует ряд веломаршрутов, которые проходят через множество деревень и маленьких городков, где можно попробовать местную кухню, посетить народные музеи, узнать об истории и традициях.

Одним из самых популярных является зеленый веломаршрут «Воложинские гостинцы», протяженностью 150 км, пролегающий через заказник «Налибокская

пуща». Вдоль маршрута расположены экомuzeи, агроуcадьбы, исторические и природные достопримечательности. Также популярным маршрутом является трансграничный «Август Вело», протяженностью 49,6 км, пролегающий вдоль известного Августовского канала. Вдоль велодорожек установлены беседки, информационные стенды, ограждения, обустроены мостики и места отдыха. Одним из самых длинных веломаршрутов в Беларуси является «EuroVelo-2», который начинается в ирландском городе Голуэй, проходит через территорию Великобритании, Нидерландов, Германии, Польши, Беларуси и заканчивается в Москве. В Беларуси ежегодно проводится несколько фестивалей и мероприятий, посвященных велотуризму и велоспорту (табл. 1).

Таблица 1 – Мероприятия в Беларуси, посвященные велотуризму и велоспорту

Название	Содержание мероприятия
«Viva Повар»	Международный Минский велокарнавал – самое массовое велосипедное событие в Беларуси
«Белая Русь - VeloFest»	Ежегодный фестиваль, который проходит в Минске и других городах Беларуси. Включает в себя велопарады, велосипедную ярмарку, соревнования (по маунтинбайку, трекингу, байк кроссу, спидболу и другим дисциплинам), конкурсы и мастер-классы
«VeloWeekend»	Мероприятие, которое проводится на озере Нарочь и рассчитано на любителей и профессионалов велоспорта. В рамках фестиваля проводятся мастер-классы, соревнования, походы и другие мероприятия
«Minsk Bike Festival»	Фестиваль, который проходит в Минске и включает в себя велопарады, конкурсы, мастер-классы и другие развлекательные мероприятия
«Belarus Bike Ride»	Событие, которое объединяет велосипедистов со всей Беларуси, для проведения длинных велопоходов по различным маршрутам
«Красный велопарад»	Проводится в Бресте и представляет собой крупномасштабный велопарад, который собирает тысячи людей из разных городов Беларуси и соседних стран. Участники парада одевают яркие костюмы и маски
«Дорогами памяти», «Закрытие велосезона» и др.	Велопробеги под эгидой различных обществ и клубов велосипедистов, которые проводятся на разные расстояния и на различных уровнях сложности. Также регулярно проводятся «велопокатушки», для организации и координации которых создан сайт veloby.net

Помощь в организации представленных мероприятий оказывают велосипедный клуб «Минск», «Минское велосипедное общество», «Белорусская федерация велосипедного спорта», «Министерство спорта и туризма Республики Беларусь» и другие государственные и общественные организации. Фестивали и мероприятия помогают привлекать внимание к велотуризму и велоспорту в Беларуси, а также способствуют развитию инфраструктуры и повышению уровня осведомленности населения о возможностях этого вида туризма. В последние годы правительство страны активно развивает велосипедную инфраструктуру, строятся

новые велодорожки и обновляются старые. На многих трассах установлены указатели и информационные таблички.

Однако, велотуризм в Беларуси имеет ряд проблем. В частности:

1) недостаточное количество велосипедных дорожек и трасс, особенно в средних и малых городах. На некоторых участках дороги могут быть не очень хорошего качества;

2) недостаток информации о веломаршрутах и туристических объектах для велосипедистов. Существует необходимость в специализированном сайте, который будет предоставлять туристам актуальную информацию о велотурах, веломаршрутах и соответствующих мероприятиях;

3) отсутствие в большинстве городов велосипедной инфраструктуры, такой как велопрокаты, велосервисы и велопарковки;

4) низкая осведомленность населения о велотуризме и его потенциале как вида туризма.

Тем не менее, к перспективам развития велотуризма в Беларуси можно отнести: 1. поступательное развитие городской инфраструктуры для велотуристов; 2. продвижение велотуризма через маркетинговые кампании и мероприятия, такие как международные и локальные фестивали и соревнования; 3. активное развитие экологического туризма, который предполагает использование такого экологического вида транспорта, как велосипед; 4. создание велосипедных туристических маршрутов, которые будут включать в себя посещение местных достопримечательностей и историко-культурных объектов; 5. развитие сотрудничества с другими странами, для привлечения иностранных велотуристов и обмена опытом в развитии данного вида туризма.

Выводы. Таким образом, велотуризм является перспективным направлением в туризме, которое получает все большую поддержку и признание от государства и населения. Привлекательность этого вида туризма заключается в возможности сочетать спортивные занятия с путешествиями на природе и знакомством с достопримечательностями страны. Велотуризм обладает огромным потенциалом для развития и увеличения туристического потока в различные регионы Беларуси. В настоящее время Республика Беларусь активно разрабатывает велотуристические маршруты, организует мероприятия для велосипедистов, а также содействует развитию необходимой инфраструктуры.

Список литературы

1. Календарь событий 2023 г., подготовленный Министерством спорта и туризма, Министерством культуры Республики Беларусь [Электронный ресурс] // Национальное агентство по туризму / <https://www.belarustourism.by/upload/iblock/59d/v1w04xh0jonl1of1uc00tfvneo7i6o6j.pdf>. – Дата доступа: 10.05.2023.

2. Филончик, Д. Д. Велосипедный туризм и перспективы его развития в Республике Беларусь / Д. Д. Филончик ; науч. рук. Е. Н. Карчевская // Беларусь в современном мире : материалы XIV Междунар. науч. конф. студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых, Гомель, 13–14 мая 2021 г. / М-во образования Респ. Беларусь, Гомел. гос. техн. ун-т им. П. О. Сухого, Гомел. обл. орг. о-ва «Знание» ; под общ. ред. В. В. Кириенко. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2021. – С. 236-240.

УДК 378.17:796.5

ПРОГРАММА ЗАНЯТИЙ РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СТУДЕНТОВ КАК СРЕДСТВО ПРОФИЛАКТИКИ ИХ ПСИХИЧЕСКОГО И ФИЗИОЛОГИЧЕСКОГО УТОМЛЕНИЙ

Смолина Ю.И.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
Казань, Россия

Аннотация. Установлена высокая эффективность разработанной рекреационной программы. Показаны снижение уровня тревожности, а также прирост скелетно-мышечной массы у студентов-мужчин и значений фазового угла у студентов и студенток в результате прохождения программы. Выявлена разница значений параметров скелетно-мышечной массы у мужчин и фазового угла – у мужчин и женщин разных экспериментальных групп.

Ключевые слова: психическое утомление, физическое утомление, уровень тревожности, уровень депрессивного состояния, компонентный состав тела

Актуальность. Одним из негативных последствий излишне динамичного и стрессового ритма жизни студентов является возникновение у них психической и физической усталостей, постепенно перерастающих в утомления [1]. Так, одними из параметров, характеризующих степень утомления человека, являются уровень его тревожности и депрессивного состояния, а также показатели скелетно-мышечной массы (СММ) и ее доли (дСММ) и фазового угла (ФУ), мера развития которых характеризует уровни физического развития, выносливости, тренированности, физической трудоспособности и здоровья человека [2].

В качестве профилактики возникновения утомления и возникновения сопутствующих проблем нами было принято решение о разработке и внедрении в учебно-образовательный процесс студентов специализированной рекреационной программы.

Цель исследования – оценить эффективность программы рекреационной деятельности путем проведения сравнительного анализа исходных значений уровней тревожности и депрессивного состояния и некоторых параметров компонентного состава тела с полученными после прохождения программы.

Организация и методы исследования. В исследовании приняли участие студенты мужского и женского пола направления подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» в количестве 28 человек, из числа которых 15 – представляли экспериментальную группу, а 13 – контрольную. В учебно-образовательный процесс экспериментальной группы студентов была внедрена разработанная нами программа рекреационной деятельности.

Программа рекреационной деятельности студентов общей продолжительностью 5 недель состояла из 25 занятий физической и психической направленности. В качестве основных средств занятий психопрофилактической направленности были использованы различные психологические игры, упражнения и тренинги; в качестве методов – тестирование, моделирование и игровой метод. Занятия физической направленности включали в основном упражнения общей и специальной физической направленностей, упражнения с элементами циклических, ациклических и игровых видов спорта, а также подвижные и спортивные игры.

Измерение исследуемых нами параметров проводилось на базе Научно-исследовательского института физической культуры и спорта ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСИТ», в рамках которого были проведены: тест цветовых выборов М. Люшера для оценки уровня тревожности студентов, личностный опрос с дальнейшим созданием шкалы депрессии А.Т.Бека, а также оценка параметров СММ, дСММ и ФУ при помощи биоимпедансного анализатора компонентного состава тела ABC-01 «МЕДАСС» (Россия).

Статистический анализ полученных значений производился с помощью пакета программ Microsoft Office Excel и Statistics Version 10.0. Для расчета статистической значимости данных был использован U-критерий Манна-Уитни. Количественные данные были представлены в виде медианы значений (Me) и интерквартильного размаха с описанием значений 25-го и 75-го перцентилей (Q1; Q3).

Результаты исследования. Сравнительный анализ уровня тревожности и параметров компонентного состава тела студентов, полученных спустя 5 недель с начала эксперимента, между студентами разного пола и разных экспериментальных групп представлен в таблице 1. Сравнительный анализ уровня депрессивного состояния студентов не выявил статистически значимых различий как внутри одной, так и между двумя группами исследования, что на наш взгляд обусловлено недостаточной продолжительностью экспериментального вмешательства.

Таблица 1 – Сравнительный анализ исходных значений психического и физиологического состояний студентов экспериментальной и контрольной групп с полученными после экспериментального вмешательства

	ЭГ				КГ			
	Мужчины		Женщины		Мужчины		Женщины	
n	n=8		n=7		n=5		n=8	
	до	после	до	после	до	после	до	после
	Me (Q1;Q3)	Me (Q1;Q3)	Me (Q1;Q3)	Me (Q1;Q3)	Me (Q1;Q3)	Me (Q1;Q3)	Me (Q1;Q3)	Me (Q1;Q3)
УТ (баллы)	3,38* ¹ (2,00; 3,50)	1,50* ¹ ^Λ ¹ (1,00; 1,25)	3,43* ² (2,00; 4,50)	1,29* ² ^Λ ² (1,00; 1,00)	4,60 (2,00; 5,00)	3,60 ^Λ ¹ (2,00; 3,00)	3,75 (1,00; 3,75)	2,88 ^Λ ² (1,00; 4,25)
СММ, кг.	38,69* ¹ (38,25; 39,30)	41,19* ¹ ^Λ ¹ (40,05; 42,18)	24,89 (23,50; 26,40)	26,74 (25,70; 27,95)	40,26 (38,90; 40,30)	38,38 ^Λ ¹ (37,40; 38,70)	25,70 (25,45; 25,83)	25,56 (25,05; 26,28)
ФУ, градусы	8,35* ⁴ (7,86; 9,12)	9,38* ⁴ ^Λ ⁵ (9,25; 9,51)	7,86* ⁵ (7,47; 8,28)	9,00* ⁵ ^Λ ⁶ (8,66; 9,61)	9,43 (8,94; 9,89)	8,89 ^Λ ⁵ (8,76; 8,85)	7,56 (7,27; 7,73)	7,64 ^Λ ⁶ (7,50; 7,82)

Примечание: ЭГ – экспериментальная группа студентов; КГ – контрольная группа студентов; УТ – уровень тревожности по Люшеру, баллы; СММ – скелетно-мышечная масса, кг.; ФУ – фазовый угол, градусы; * – статистически значимое различие параметров между студентами одной экспериментальной группы, ^Λ – статистически значимое различие параметров между студентами разных экспериментальных групп, p<0,05.

Так, по результатам сравнительного анализа было выявлено статистически значимое снижение уровня тревожности в экспериментальной группе студентов, в отличие от контрольной: на 55,62% – у студентов мужского пола, на 62,39% – у студенток и на 40,43% в общей группе студентов, в сравнении с исходными значениями ($p < 0,03$).

Оценка изменений скелетно-мышечной массы показала прирост значений рассматриваемого параметра у студентов-мужчин (на 6,06%) по результатам прохождения программы одной экспериментальной группы, а также статистически значимые различия значений у мужчин разных экспериментальных групп (средняя разница значений составила 7,32%). У женщин схожих изменений не наблюдалось, что, на наш взгляд, обусловлено морфологическими и физиологическими особенностями организма женского пола ($p < 0,05$). Существенной разницы значений доли скелетно-мышечной массы, как у студентов мужского пола, так и женского обеих экспериментальных групп, отмечено не было ($p < 0,05$).

Исследование изменений параметра фазового угла показала статистически значимые положительные изменения у студентов мужского и женского пола, как внутри экспериментальной группы, так в сравнении с контрольной группой. Так, прирост значений внутри экспериментальной группы составил 10,98% у мужчин и 12,67% – у женщин. Разница средних значений фазового угла у мужчин и женщин разных экспериментальных групп составила 5,51% и 17,80% соответственно ($p < 0,05$).

Выводы. Таким образом, снижение уровня тревожности, а также повышение уровней выносливости и физической трудоспособности, вследствие прироста значений скелетно-мышечной массы и фазового угла, доказывают высокую эффективность разработанной нами программы рекреационной деятельности для студентов направления подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм».

Список литературы

1. Паршакова, В.М. Признаки утомления и переутомления у студентов во время занятий физической культурой. Меры по их предупреждению / В.М. Паршакова, Д.Н. Прянишникова – Текст: непосредственный // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – С. 101-102.

2. Четвериков, А.Н. Биоимпедансометрия: методические рекомендации (для медицинских работников) / А.Н. Четвериков. – Белгород, 2017. – 5 с. – Текст: непосредственный.

УДК 796.51

РАЗРАБОТКА ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ НАВЫКОВ ДЛЯ ПОДРОСТКОВ 12-15 ЛЕТ, ПРОЖИВАЮЩИХ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ

Фрицковская А.Н.

Сибирский государственный университет
физической культуры и спорта
Омск, Россия

Аннотация. На основе анализа программ туристско-краеведческой направленности, реализуемых на территории Омской области, опроса потенциальных участников программы, а также личного опыта, разработана физкультурно-оздоровительная программа формирования туристских навыков для подростков 12-15 лет.

Ключевые слова: физкультурно-оздоровительная программа, детско-юношеский туризм, подростковый возраст, дополнительное образование, туристско-краеведческая деятельность.

Актуальность. Физкультурно-оздоровительная программа разработана на основе нормативно-правовых документов, регламентирующих образовательную деятельность. В настоящее время отмечается ухудшение состояния здоровья и физической подготовленности учащихся общеобразовательной школы, что делает актуальным разработку нашей программы. Дефицит двигательной активности подростков, сложная экологическая обстановка тормозят их нормальное физическое развитие, угрожают здоровью.

Детско-юношеский туризм дает возможность организовывать досуг школьников, совмещая отдых с оздоровлением и познанием. Смена привычной обстановки, повышенная двигательная активность способствуют укреплению здоровья ребенка, повышению функциональных возможностей организма [2].

Количество дополнительных общеобразовательных программ туристско-краеведческой направленности, реализуемых в 2022 году по данным Навигатора дополнительного образования Омской области, составляет – 351. Такие программы становятся особенно актуальными для подростков с 12 лет, так как в этом возрасте у подростка учебная деятельность сменяется эмоционально – личностным общением со сверстниками, становится интересным участие в разнообразных видах деятельности, подросток стремится к самостоятельности, познанию себя и окружающего мира [3].

Однако в сельской местности, особенно глубинке, наблюдается нехватка таких программ, что обусловлено удаленностью населенных пунктов, малым количеством школьников в каждой возрастной ступени, материально-технической базой и отсутствием кадров, способных реализовать данные программы. В связи с чем, на сегодняшний день становится актуальной разработка программ детско-юношеского туризма для сельской местности с учетом особенностей ее реализации в конкретном сельском поселении.

Цель исследования: всестороннее развитие физических и личностных качеств обучающихся средствами пешеходного туризма в условиях труднодоступного сельского поселения.

Методы исследования: анализ научной и методической литературы, анализ интернет-ресурсов, контент-анализ.

Результаты исследования и их обсуждение. Мы изучили имеющиеся программы туристско-краеведческой направленности, реализуемые на территории Омской области для школьников, на 2022 год их насчитывается 351 программа. Рассмотрели такие программы как: «Путешественники», «Добрыня», «Пешеходный туризм» и т.д. По итогам федерального статистического наблюдения за 2022 год в Омской области наблюдается 15613 обучающихся по дополнительным общеобразовательным программам туристско-краеведческой направленности. Среди них 73% школьников обучаются в городской местности, 27% в сельской. Также мы провели опрос для школьников 12-15 лет, обучающихся в БОУ «Литковской СОШ» о содержании физкультурно-оздоровительной программы, который показал заинтересованность подростков в занятиях туризмом. Из данных анкеты, мы сделали вывод, что большая часть всех опрошенных хотела бы заниматься туризмом 1-2 раза в неделю, мы думаем это связано с тем, что у многих школьников много дополнительных занятий в течении недели. Оптимальная продолжительность 1 занятия, по их мнению, составила бы 1-2 часа, также подростки хотели бы заниматься туризмом в группе от 5 до 15 человек. Большинство школьников ответили, что никогда не бывали в палаточных лагерях и хотели бы съездить.

На основе полученных результатов и собственного опыта, мы разработали физкультурно-оздоровительную программу формирования туристских навыков для подростков 12-15 лет. Рабочая программа рассчитана на один год обучения, с проведением двух занятий в неделю во второй половине дня, продолжительность 1 занятия – 1,5 часа. Учебная нагрузка – 144 учебных часа. Программа включает в себя 7 разделов, самое большое количество часов отводится на специальную туристскую подготовку, которая включает в себя: изучение начальных туристских умений и навыков – постройка палатки, разведение костра, вязание узлов, приготовление пищи на костре, сбор рюкзака к походу.

Таблица 1 – Учебно-тематическое планирование программы

№	Наименование разделов	Всего	Теория	Практика
1	Организационно-методическая подготовка	4	4	
2	Специальная туристская подготовка	46	12	34
3	Топография и ориентирование	26	4	22
4	Краеведение	28	2	26
5	Физическая подготовка	26	4	22
6	Основы гигиены и первая доврачебная помощь	14	6	8
7	Организация и проведение туристских походов.	Не входят в общие часы		
	ИТОГО:	144	32	112

В рамках программы также предусмотрено проведение походов. Организация и проведение туристских походов включает подготовку к походу, а именно выбирается маршрут похода и прорабатывается каждая его деталь (подробный расчет времени переездов, переходов, привалов и краеведческой работы в пути,

составление плана-графика похода; с дежурными проводниками необходимо детально проговорить пути движения на их участках маршрута, продумать способы ориентирования и преодоления препятствий), хозяйственная и техническая подготовка походов.

До и после реализации программы предусмотрено тестирование обучающихся. Текущий контроль обучающихся проводится педагогом с целью установления фактического уровня теоретических знаний по темам (разделам) физкультурно-оздоровительной программы, их практических умений и навыков. Также при помощи педагогического наблюдения и тестирования физической подготовленности, определяется уровень развития физических качеств.

Итоговая аттестация проводится с целью выявления уровня развития способностей и личностных качеств обучающихся, и их соответствия прогнозируемым результатам программы, и заключается в выполнении контрольных нормативов по общей физической подготовке, а также выполнения заключительных тестов на знание теоретической части программы [1].

Мы проводили аттестацию для школьников с помощью нормативов ВФСК ГТО (бег на 1,5/2 км, бег 60 м, прыжок в длину, челночный бег), тестов для оценки координационных особенностей (проба Ромберга «аист», тест «Три кувырка вперед» и тест «ходьба по гимнастической скамейке») и тестов для определения туристских умений и навыков (сбор рюкзака походу, постройка палатки, разжигание костра, вязание узлов, определение масштаба и расстояния на карте, ориентирование карты по компасу, навык работы с карабинами).

Выводы. Особенности нашей программы будут являться:

- Краеведческие работы, которые способствует формированию у школьников готовности жить и трудиться в своем селе, районе, участвовать в их развитии.

- Так как материально-техническая база не большая, то большее количество часов в программе будет отводиться организации бивака, походов на местности, а также с выездами в близлежащие районы, где дети на практике закрепляют знания, полученные во время теоретических занятий.

- Привлечение родителей в совместные мероприятия, походы.

Список литературы

1. Мануйленко, Э.В. Пешеходный туризм как средство формирования здорового образа жизни студента / Э.В. Мануйленко, Д.А. Мушкетов // Спорт и туризм: администрирование и развитие (СТАР-2017): материалы Международной научной практической конференции. Калининград: БФУ им. И.Канта, 2017. – С. 127-133.

2. Руденко, Д.А. Туристская деятельность и непрерывное образование / Д.А. Руденко, Е.П. Павленко // Актуальные проблемы образовательного туризма: материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. – 2017. – С. 505-510.

3. Самойленко, А. А. Теория, методика и практика детско-юношеского туризма / А. А. Самойленко // Краснодар. – 2011. – С. 67-73.

УДК 371.7.8:572.511:616-053.5

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ФИЗИЧЕСКОЙ РЕКРЕАЦИИ ДЛЯ ДЕТЕЙ СРЕДНЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА ПРИ КОРРЕКЦИИ НАРУШЕНИЙ ОСАНКИ В РАМКАХ ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Чечетин Д.А.

Республиканский научно-практический центр
радиационной медицины и экологии человека
Гомель, Беларусь

Аннотация. В статье представлены результаты применения технологий физической рекреации в коррекции нарушений осанки у детей среднего школьного возраста. Полученные данные свидетельствуют о том, что правильно подобранные технологии позволяют выправить положение головы, восстановить симметричность крыльев подвздошных костей, надплечий, лопаток, величину изгибов позвоночника и изменить угол наклона таза.

Ключевые слова: дети, нарушения осанки, физическая рекреация, внеурочная деятельность.

Актуальность. Нарушения осанки у детей часто возникают по причине негармоничного развития костной, суставно-связочной и мышечной систем, которые возникают вследствие недостаточного объема двигательной активности. Особое место в этом отношении занимает средний школьный возраст, который совпадает с периодом активного роста детского организма и сопровождается интенсивной социализацией детей, их активной познавательной деятельностью, играющий важную роль в подготовке к последующей самостоятельной жизни [2].

Наиболее эффективным методом коррекции нарушений осанки у детей является технология физической рекреации во внеурочной деятельности детей, которая отличается от обычных уроков физической культуры специально подобранными упражнениями, воздействующими на детский организм. Данные упражнения способствуют устранению дисбаланса в суставах, мышцах и связках, а также создают предпосылки для развития силовой выносливости мышц туловища и создания мышечного корсета, восстанавливая правильное положение тела [1].

Цель исследования: обосновать эффективность применения технологий физической рекреации для детей среднего школьного возраста при коррекции нарушений осанки в рамках внеурочной деятельности.

Методы исследования: исследование проводилось в амбулаторно-поликлинических условиях ГУ «Республиканский научно-практический центр радиационной медицины и экологии человека», в котором приняло участие 30 детей средних общеобразовательных школ г. Гомеля, в возрасте от 10 до 14 лет, с различными видами нарушений осанки, используя технологии физической рекреации.

Статистический анализ результатов исследования проводился с помощью прикладных компьютерных программ MS Excel и пакета STATISTICA 12.0 StatSoft Inc. (USA). В сравнительном анализе использовался T-test Wilcoxon. Данные представлены в виде медианы и интерквартильного размаха Me (Q₁; Q₃). При сравнении результатов статистически значимыми считали различия при p<0,050.

Физическая рекреация с детьми по коррекции нарушений осанки проводилась в две смены, 5 раз в неделю, продолжительностью 45 мин, на протяжении 1,5 лет и включала: мышечно-суставную гимнастику, стретчинг, упражнения на фитболах, гидрокинезотерапию, пневматическую механотерапию, статические напряжения мышц и расслабление скелетной мускулатуры.

Мышечно-суставная гимнастика применялась для укрепления и развития силы мышц, увеличения эластичности связок, улучшения трофики межпозвонковых структур и стереотипа двигательного акта, максимально приближенного к физиологическому состоянию, а также позволила включить в работу глубокие мышечные группы, не оказывая при этом чрезмерной осевой нагрузки на позвоночник. Проводилась по понедельникам и четвергам, продолжительностью 25 мин.

Стретчинг способствовал улучшению подвижности в суставах, эластичности сухожилий и связок, снимал мышечное напряжение, служил хорошим способом нормализации мышечного тонуса. Проводился после мышечно-суставной гимнастики, продолжительностью 10 мин.

Упражнения на фитболах позволили включить в работу глубокие мышечные группы, не оказывая при этом чрезмерной осевой нагрузки на позвоночник, обеспечивающих силовую выносливость мышц туловища. За счет вибрации при выполнении упражнений и амортизационной функции мяча улучшилась микродинамика в межпозвонковых дисках, что способствовала коррекции лордозов и кифозов. Проводились после мышечно-суставной гимнастики и стретчинга, продолжительностью 10 мин.

Гидрокинезотерапия обеспечивала силу, выносливость и нормальную работу мышц шеи, груди, спины, брюшного пресса и нижних конечностей. Применялась ходьба по дну бассейна, прыжки с высоким подниманием коленей, приседания с погружением под воду, дыхательные упражнения, плавание различными видами (брасом, кролем на груди и кролем на спине). Также выполнялись упражнения на вытяжение позвоночника в положении лежа на спине и на животе. Вода оказывала на детей как расслабляющий, так и тонизирующий эффект. Проводилась по средам, продолжительностью 45 мин.

Применение пневматической механотерапии было обосновано биомеханикой движений в суставах, которые дозировались в отношении амплитуды, силы сопротивления и темпа при помощи специальных тренажеров и использовались для тонического напряжения и воздействия на мышцы-стабилизаторы, что на обычных тренажерах выполнить невозможно. Проводилась по вторникам и пятницам, продолжительностью 35 мин.

Статические напряжения позволили интенсивно включить в работу глубокие мышцы спины, груди и брюшного пресса, вплоть до мельчайших волокон, поскольку при выполнении динамических упражнений задействовать эти мышцы невозможно. Проводились после пневматической механотерапии, продолжительностью 5 мин.

Расслабление скелетной мускулатуры было направлено на восстановление мышечного баланса, при котором напряженные мышцы расслабляются, а расслабленные мышцы, наоборот, сокращаются и, таким образом, нормализуется работа мышц, удерживающих туловище детей в правильном положении. Проводилось после пневматической механотерапии и статических напряжений, продолжительностью 5 мин.

Дозировка каждого вида упражнений подбиралась исходя из индивидуальных особенностей детей, учитывая функциональное состояние и уровень подготовленности к выполнению физических упражнений [3].

Результаты исследования и их обсуждение. Сравнительный анализ, характеризующий основные показатели нарушений осанки у детей среднего школьного возраста до и после проведения курса физической рекреации, представлен в таблице 1.

Как показано в таблице 1, после проведения курса физической рекреации по коррекции нарушений осанки у детей среднего школьного возраста, наблюдается улучшение по следующим показателям ($p < 0,050$): шейный лордоз ($p = 0,048$), грудной кифоз ($p < 0,001$), боковое отклонение оси позвоночника ($p = 0,028$), перекося таза ($p < 0,001$). По поясничному лордозу ($p = 0,086$) отмечено улучшение, однако статистически значимым положительным показателем не является.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика основных показателей нарушений осанки у детей до и после проведения курса физической рекреации (T-test Wilcoxon)

№ п/п	Показатели	Группа детей (n=30)		p
		до курса	после курса	
1.	Шейный лордоз (°)	42,5 (39,0-49,0)	39,5 (36,0-42,0)	0,048
2.	Грудной кифоз (°)	46,0 (39,0-49,0)	38,5 (29,0-43,0)	<0,001
3.	Поясничный лордоз (°)	45,0 (38,0-49,0)	41,0 (35,0-47,0)	0,086
4.	Боковое отклонение оси позвоночника (мм)	2,5 (1,7-4,5)	2,0 (1,2-2,5)	0,028
5.	Перекося таза (мм)	3,0 (3,0-4,0)	2,0 (0,0-3,0)	<0,001

Выводы. Проведенное исследование экспериментально доказало, что применение технологий физической рекреации эффективно при коррекции нарушений осанки у детей среднего школьного возраста в рамках внеурочной деятельности.

Список литературы

1. Глазкова, Г.Б. Физическое воспитание учащихся среднего школьного возраста с отклонениями в состоянии здоровья на основе компетентного подхода: монография / Г.Б. Глазкова, Л.А. Парфенова. – Казань: Отечество, 2019. – 175 с.
2. Мирская, Н.Б. Медико-социальная значимость нарушений и заболеваний костно-мышечной системы детей и подростков / Н.Б. Мирская, А.Н. Коломенская, А.Д. Синякина // Гигиена и санитария. – 2015. – № 1. – С. 97-104.
3. Чечетин, Д.А. Адаптивное физическое воспитание детей с нарушением костно-мышечного взаимоотношения позвоночного столба / Д.А. Чечетин // Медико-биологические проблемы жизнедеятельности. – 2020. – № 2 (24). – С. 65-71.

УДК 338

ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕРРИТОРИЙ: ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА

Шакиров А.И.

Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма

Казань, Россия

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические аспекты туристского потенциала. Дано определение понятию туристских ресурсов и их содержанию. Определена их роль в структуре туристского потенциала территории.

Ключевые слова: туристский потенциал, туристские ресурсы, развитие туризма.

Актуальность. В современных условиях является актуальным развитие внутреннего туризма на территории России. Это связано с санкционными ограничениями и запретом въезда на территории других стран. В этой связи представляется актуальным обратиться к изучению понятия туристского потенциала, как к понятию, которое определяет то, насколько та или иная территория привлекательная для развития туризма, в том числе спортивно-оздоровительного [3].

Цель исследования: изучение понятия и структуры туристского потенциала

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, а также обобщение и систематизация информации.

Результаты исследования и их обсуждение. Понятие туристского потенциала довольно часто встречается в современной туристской науке. Так, М.А. Саранча [2] анализируя содержание данного понятия, предлагает рассмотреть сначала значение слова «потенциал», что в переводе с латинского определяется как мощь. Современная литература определяет потенциал как возможности или совокупность средств, ресурсов, резервов.

А.С. Кусков [1] определяет туристский потенциал как сочетание во времени и пространстве таких следующих факторов: природных условий, общественных и природно-общественных ресурсов, резервов и возможностей.

Туристский потенциал можно также определить как нечто целое, что содержит в себе различные составляющие, которые представляют собой туристские ресурсы.

Исследователи сходятся во мнении, что туристский потенциал территорий следует определять исходя из туристских ресурсов, которыми они располагают [1, 2].

Под туристскими ресурсами понимают объекты, как информационные, так и материальные, которые представляют ценность с точки зрения познания или отдыха и являются мотивом для туристской поездки. Туристские ресурсы можно классифицировать по видам, А.С. Кусков предлагает следующую классификацию:

- природные;
- культурно-исторические;
- социально-экономические.

Природные туристские ресурсы это географические особенности местности, ландшафта и климата.

Культурно-исторические ресурсы это тот информационный материал, на основе которого строится рассказ о территории (история, традиции). Они могут существовать как в материальном, так и невещественном виде.

Социально-экономические ресурсы содержат в себе инфраструктурные ресурсы, в которые входит транспортная инфраструктура, гостиницы, кафе и

рестораны, места организации досуга. Кроме того к ним также относятся трудовые, информационные и управленческие ресурсы.

Кроме того, что туристский потенциал территории определяется наличием определенных ресурсов, для него характерна динамичность, то есть с течением времени он может, как расти, так и развиваться в обратном направлении. Эти изменения происходят параллельно изменению общественного, научного прогресса, а также самой территории. На основе этих особенностей туристского потенциала формируется его структура (рис. 1).

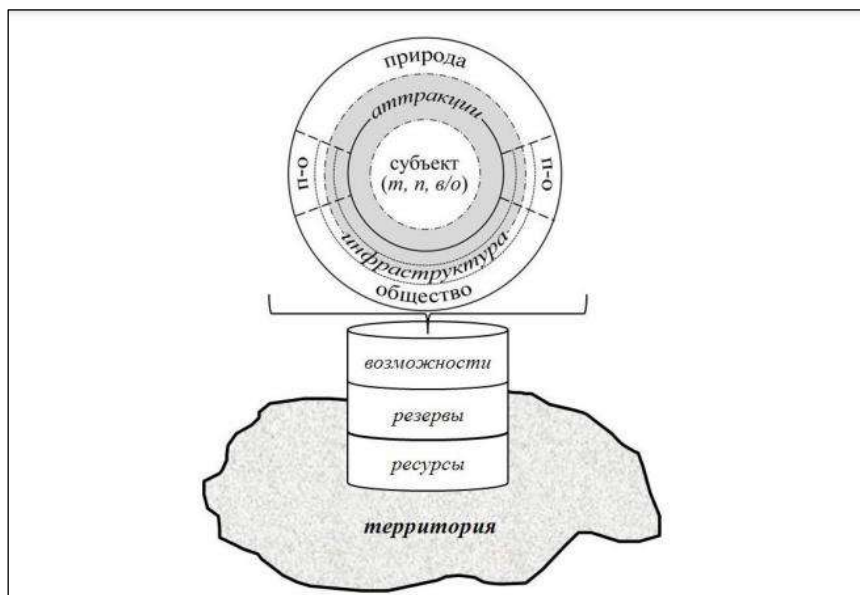


Рисунок 1 – Структура туристского потенциала по М.А. Саранча [2]

Подход к построению структуры туристского потенциала М.А. Саранча заключается в том, что оценка туристского потенциала является субъективным фактором и зависит от того, с какой целью и кто его хотят использовать. Так, например, по мнению автора для туристов, предпринимателей и власти его оценка будет происходить по различным критериям. С позиции первой группы будет происходить оценка того, насколько удовлетворены те потребности, которые побудили к посещению данной территории. С предпринимательской точки зрения оценка происходит с точки зрения выгоды. А для власти с точки зрения возможностей развития. В разных ситуациях субъективные мнения могут полностью совпадать или частично, также могут быть нейтральными и противоположными.

Выводы. Таким образом, туристский потенциал территории можно определить как такое состояние территории, при котором происходит максимально эффективное использование тех ресурсов, которыми она обладает. Причем в разные периоды времени и разными людьми туристский потенциал может быть оценен по-разному.

Список литературы

1. Кусков, А.С. Основы туризма: учебник/ А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: Кнорус -2021- 396 с. ISBN: 978-5-406-06905-9
2. Саранча, М.А. Туристский потенциал территории: проблематика определения сущности и структуры // Вестник Удмуртского университета. Серия «Биология. Науки о Земле». 2015. – №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskiy-potentsial-territorii-problematika-opredeleniya-suschnosti-i-struktury> (дата обращения: 15.04.2023).
3. Golubeva, G.N. Psychophysical training specifics in sport tourism / G.N. Golubeva, V.Y. Smarchkov, A.I. Golubev // Theory and Practice of Physical Culture. – 2018. – No. 10. – P. 24.

УДК 338

КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ ТУРКМЕНИСТАНА

Юсупова С.А.

Туркменский государственный
институт физкультуры и спорта
Ашхабад, Туркменистан

Аннотация. Благодаря своим достопримечательностям и самобытной культуре, Туркменистан является интереснейшим туристическим центром. По его территории пролегал важнейший отрезок Великого Шелкового пути, соединивший Китай, Индию, Центральную Азию, Иран, Ирак, страны Ближнего Востока и Средиземного моря.

Ключевые слова: туризм, туристские ресурсы, архитектурные памятники.

Благодаря своим достопримечательностям и самобытной культуре, Туркменистан несомненно является интереснейшим туристическим центром. С античных времен Туркменистан являлся перекрестком древних караванных путей, местом встречи различных языков, культур и цивилизаций. По его территории пролегал важнейший отрезок Великого Шелкового пути, соединивший Китай, Индию, Центральную Азию, Иран, Ирак, страны Ближнего Востока и Средиземного моря. Прохождение большого количества людей вынуждало создавать определенные условия для их пребывания, что положило начало созданию своеобразной древней «инфраструктуры туризма» для путешественников.

Туркменистан включает в себя пять туристических районов, переименованных в настоящее время в велааты: Западный регион – Балкан, Северный регион – Дашогуз, Восточный – Мары, Центральный – Ахал, Восточный – Лебап. Каждый туристический район богат историко-культурными и природными памятниками.

Выдающиеся шедевры зодчества, такие, как мавзолей Султана Санджара и Большая Кыз-кала, минарет Кутлуг-Тимура и мавзолей Тюрабек-Ханум, караван-сарай Ак-рабат и Дая-хатын, минареты Дехистана, мавзолеи Меане-Баба и Абул-Фазла и многие другие давно стали визитными карточками Туркменистана. Туркменская земля также богата и археологическими памятниками – Алтын депе, Улуг депе, Намазга депе, Гонур депе, Йылгынлы депе, Джейтун, Дам-дам чешме. И это не полный список уникальных памятников, занявших свою достойную нишу в мировой археологии, датировка которых уходит в древнейшие периоды человечества. К настоящему времени в стране взято на учет около 1300 историко-археологических объектов, из которых 245 имеют статус памятника государственного значения: 109 – в Ахалском велаате, 9 – в Дашогузском, 23 – в Балканском, 17 – в Лебапском, 87 – в Марыйском велаатах [1].

Куня-Ургенч – древняя столица Северного Хорезма – упоминается в китайских источниках уже в I в. н. э. как крупный культурный и торговый центр средневековья. Он давал приют Авиценне, Аль-Бируни, Ибн-Баттута и другим известным мыслителям того времени. Город упоминается в священной книге зороастрийцев «Авесте». Сегодня Куня-Ургенч – историко-культурный музей-заповедник, а его архитектурные шедевры внесены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО (2005).

Одна из важнейших историко-культурных достопримечательностей Туркменистана находится на территории Ахалского велаата. Древний город Ниса,

расположенный в предгорьях Копетдага, в нескольких километрах от Ашхабада является одной из первых столиц Парфянской империи (III в. до н.э. – III в. н.э.), входящей в разряд крупнейших государственных образований античного мира. Сама Ниса состоит из двух крепостей и двух городищ: Старая Ниса – дворцово-храмовый комплекс времен Парфянского государства I–III в.в. до н.э., где располагались сокровищница, огромное хранилище вина и склады с многочисленными запасами и провиантом, а также Новая Ниса – древнее городище с жилищами рабовладельцев и большой природной зоной I–XVIII в.в. Ниса объявлена Государственным археологическим заповедником Туркменистана. Парфянские крепости Нисы были внесены в Список всемирного наследия ЮНЕСКО (2007) как памятники «выдающегося универсального значения и общечеловеческой ценности». Кроме Древней Нисы на территории Ахалского вelayата расположено множество архитектурных памятников древности, среди которых города-крепости Хивабат, Абиверд, городище Серахс, мавзолей Абул-Сеид-Мейхене, а также мечеть в городе Энев – на ее портале есть единственное в своем роде изображение переплетающихся змей.

Так, Серахс является одним из древнейших городов на территории Средней Азии. Сегодня на месте древнего города остались лишь руины, а само место носит название «Старый Серахс». В окрестностях поселка находятся огромное количество памятников археологии. Среди них руины зороастрийского храма огня с хорошо сохранившимся алтарем, средневековый мавзолей XI века Абуль-Фазла, руины известного мавзолея XI века – Ярты-Гумбез, который считается одним из лучших образцов туркменской средневековой архитектуры.

В Лебапском вelayате также можно встретить ряд интересных архитектурных памятников, начиная с городища и развалин глинобитной крепости Амуйль. Крупнейшее из исторических сооружений, стоявшее на дороге Хорасан – Амуйль – Хорезм, вернее, то, что от него осталось, – караван-сарай Даяхатын, в народе называемый Бай-Хатын. Изначально это была крепость, построенная эмиром Хорасана Тахиром ибн Хусейном в IX в., а уже где-то в XI–XII вв. перестроенная в караван-сарай. Это было действительно внушительное сооружение из сырцового кирпича – с четырьмя террасным двором, обведенным галереями, с узорчатой кладкой, среди которой сохранились керамические фрагменты с арабской вязью с именами халифов Абу Бекра, Омара и Али.

В районе города Керки есть два примечательных и хорошо сохранившихся памятника-мавзолея: мавзолей Алламбердара, самая крупная из сохранившихся ранних построек Северного Хорасана условной эпохи сельджукидов, и Астана-Баба. Последний – это архитектурный комплекс, с мечетью и несколькими мавзолеями разных веков. Архитектура караван-сарая Даяхатын образец зрелого стиля, в котором требования функциональной обоснованности, конструктивной целесообразности и художественного совершенства предстают в неразрывном единстве. На сегодняшний день активно ведутся реставрационные работы по сохранению караван-сарая, рекомендованного для включения в Список всемирного наследия ЮНЕСКО [3].

На территории Туркменистана проживало великое множество народов, еще больше народов проходили по этой земле – все они оставили следы своего пребывания. Найденные предметы бережно хранятся в музеях страны, представляя его культурное прошлое. На законодательной основе в стране осуществляется целенаправленная работа по охране состоящих на учете памятников истории и

культуры, их изучению, проведению консервационных и реставрационных работ, благоустройству территории, выявлению и учету прежде неизвестных археологических объектов и древних архитектурных сооружений. За последние годы в Туркменистане большое внимание уделяется развитию музеев, которые знакомят гостей не только с историей и культурой страны, но и с изделиями народных промыслов туркмен, в том числе ковроткачеством и мастерством национальной вышивки. Сегодня в каждом велаятском центре действуют историко-краеведческие музеи, которые с большим удовольствием посещают туристические группы. Следует отметить, что в Ашхабаде существует единственный в мире Музей туркменского ковра. Туркменскими ковровщицами соткан поистине ковер-гигант, площадь которого составляет 301 кв. метр, а вес – 1 т 200 кг. Этот шедевр туркменских ковровщиц внесен в Книгу рекордов Гиннеса как самое крупное в мире ковровое полотно ручной работы.

В уникальном Национальном музее Туркменистана «Ак бугдай» в г. Аннау можно ознакомиться с находками, сделанными в начале XX века американской научной экспедицией, возглавляемой Рафаэлем Пампелли. Ученые обнаружили на холмах Аннау пшеницу Ак бугдай, которая является свидетельством нахождения здесь одного из древних земледельческих поселений на земле.

Таким образом, культурные и исторические памятники Туркменистана крайне разнообразны и имеют древнюю богатую историю. Все это представляет огромный интерес для туристов и дает большие возможности для развития познавательного туризма.

Список литературы

1. Бектасов, М. Даяхатын. // Журнал «Syýahat». 2017. № 1-2. с. 48.
2. Создан Фонд по реставрации и сохранению историко-культурных памятников Туркменистана // Журнал «Syýahat». 2016. № 6. с. 18-19.

| СОДЕРЖАНИЕ

Часть 1.

СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИИ И В МИРЕ.– МЕНЕДЖМЕНТ ИНДУСТРИИ СПОРТА, ТУРИЗМА И СЕРВИСА

Абдрахманова Д.Р., Галлямов Э.Р. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОГРАММЫ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ КЛИЕНТОВ В ФУТБОЛЬНЫЙ КЛУБ ..4	4
Абдрахманова Д.Р., Неверова Е.В. ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЮДЖЕТНОЙ СПОРТИВНОЙ ШКОЛЫ7	7
Агеева Г.Ф., Габдрахманова Г.А. ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ ДЛЯ ЛЮДЕЙ ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА 10	10
Андрюкова Е.П., Агеева Г.Ф. СОЗДАНИЕ ШКОЛЫ ПО ПЛЯЖНОМУ ВОЛЕЙБОЛУ В РОССИИ 12	12
Александрова О.В., Кырганова Ю.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА КОММЕРЧЕСКОЙ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ..... 15	15
Алентьев А.А., Бондаренко П.Р. АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ ЦИФРОВОЙ СЕРВИС ДЛЯ МОНИТОРИНГА РЕЙТИНГА ГРУПП ДЕТЕЙ В ХОККЕЕ 18	18
Арифудин А.Н. ОПЫТ РО ООО «ВФГС» ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ ПО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ГИРЕВОГО СПОРТА С РАЗЛИЧНЫМИ ГРУППАМИ НАСЕЛЕНИЯ 21	21
Артемьев Р.В. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ СТУДЕНЧЕСКОГО ФИДЖИТАЛ-СПОРТА..... 24	24
Артемьева А.А. ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ЗАЩИЩЕННОСТИ ЖЕНЩИН ЧЕРЕЗ СОЗДАНИЕ СОЦИАЛЬНОГО СПОРТИВНОГО ПРОЕКТА ПО ЖЕНСКОЙ САМООБОРОНЕ 27	27
Байданова Л.Б. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СПОРТИВНО-МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ, ПРОВОДИМЫХ ФЕДЕРАЦИЕЙ АКРОБАТИЧЕСКОГО РОК-Н-РОЛЛА И СОВРЕМЕННЫХ СПОРТИВНЫХ ТАНЦЕВ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН, ЗА ПОСЛЕДНИЕ 3 ГОДА 29	29
Барбакова К.А., Грудцина А.И., Селиванова С.Р. ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ СПОРТИВНОГО ВУЗА СПЕЦИАЛЬНЫМИ МЕРОПРИЯТИЯМИ 32	32
Богданов И.В. МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПАТРИОТИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ 35	35
Буй Л.Д. РАЗРАБОТКА КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ УСЛУГ ПО СТЕНДОВОЙ СТРЕЛЬБЕ 38	38
Варанкина Е.А., Вишнякова О.Н. ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ 41	41

Вишнякова О.Н. ПРИМЕНЕНИЕ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ .	44
Воеводина С.С. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ	49
Вылегжанина А.Ю. ОСОБЕННОСТИ СПОРТИВНОГО МАРКЕТИНГА.....	52
Галибабаев Ф.Р. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛЮБИТЕЛЬСКОЙ ФУТБОЛЬНОЙ ЛИГИ (НА ПРИМЕРЕ «ОТКРЫТОЙ ЛЮБИТЕЛЬСКОЙ ЛИГИ ПО ФУТБОЛУ Г. КАЗАНИ»	54
Гарабаев Б.А., Довлетов М.А., Сапаров Р.Н., Мырадов Д.А. ПОПУЛЯРНОСТЬ ТУРКМЕНСКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ БОРЬБЫ ВО ВСЕМ МИРЕ	57
Гетман Е.П., Телешов А.С. РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СПОРТЕ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ	61
Гизатуллина Р.И., Вишнякова О.Н. СОЦИАЛЬНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ СПОРТИВНЫХ КОМПЛЕКСОВ	64
Гилязова Я.Л., Фахретдинова А.Б. ПОТРЕБНОСТЬ В ИНФОРМАЦИОННОМ СОПРОВОЖДЕНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОЙ ШКОЛЫ	67
Горбунова. К.В., Рыжова Н.С. ЭЛЕКТИВНЫЕ КУРСЫ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ В КЕМЕРОВСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ	70
Евграфова Е.М. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ СПОРТИВНЫМИ СОРЕВНОВАНИЯМИ ПО СТЕНДОВОЙ СТРЕЛЬБЕ.....	73
Евстафьев Э.Н., Валеев И.Р. КОНЦЕПЦИЯ ПРОЗРАЧНОСТИ БИЗНЕСА В КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ СПОРТИВНЫМИ ЛИГАМИ США	76
Есартя А.Э. ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОБЩЕРОССИЙСКИХ И РЕГИОНАЛЬНЫХ СПОРТИВНЫХ ФЕДЕРАЦИЙ ПО ГРЕБНОМУ СПОРТУ (АКАДЕМИЧЕСКАЯ ГРЕБЛЯ) В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ...	79
Ефремов Д.О., Агеева Г.Ф. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОЙ ШКОЛЫ	82
Закиров И.Р., Голубева Г.Н. ИЗУЧЕНИЕ ОТНОШЕНИЯ ЛЕГКОАТЛЕТОВ К СОВРЕМЕННЫМ СПОРТИВНЫМ ГАДЖЕТАМ	84
Золотарева А.Н. ПРОБЛЕМЫ СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФЕДЕРАЦИИ НАСТОЛЬНОГО ТЕННИСА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ.....	87
Иванова Е.Ю., Агеева Г.Ф. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	90
Иванова О.С., Фахретдинова А.Б. КЛЮЧЕВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ЖЕНСКОЙ ВОЛЕЙБОЛЬНОЙ КОМАНДЫ	94

Ихсанов К.Ф., Хайруллина А.Д. ИССЛЕДОВАНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ОРГАНИЗАТОРОВ СПОРТИВНОГО МЕРОПРИЯТИЯ К ФУНКЦИОНАЛУ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ.....	97
Калугина К.Д., Агеева Г.Ф. РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ СПОРТИВНЫХ СОРЕВНОВАНИЙ НА ФЕДЕРАЛЬНОМ УРОВНЕ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА	100
Кварталова Л.Н., Вишнякова О.Н. ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ СПОРТИВНОГО РЕЗЕРВА В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ	103
Киселев Я.В., Кадышева М.А. ПРИМЕНЕНИЕ PR-ТЕХНОЛОГИЙ ВО ФЛОРБОЛЕ НА ПРИМЕРЕ КЛУБА «МИНИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ».....	105
Козлов Д.В. АНАЛИЗ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ФУТБОЛУ ДЛЯ ДЕТЕЙ.....	108
Ланда Б.Х. ИЗМЕРЕНИЯ, РАСЧЕТЫ, ОЦЕНКИ В ПОДГОТОВКЕ СПОРТИВНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ.....	111
Лоткова Т.Е., Фахретдинова А.Б. ПРОФЕССИЯ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖЕРА	113
Мавлявиева Р.Р., Агеева Г.Ф. РЕКЛАМНЫЙ КОНТРАКТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ФУТБОЛЬНОГО КЛУБА.....	116
Мазитова Д.М. ВНЕДРЕНИЕ НОВОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ УСЛУГИ В СПОРТИВНОЙ ШКОЛЕ	119
Максимов С.Д. НЕКОТОРЫЕ СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЛЮБИТЕЛЬСКОЙ ХОККЕЙНОЙ ЛИГЕ	122
Малиновский А.В., Кижяев И.В., Димитров И.Л. МЕНЕДЖЕРСКИЕ ПРОБЛЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ МИНИ-ФУТБОЛОМ В РОССИИ	125
Мастушкин М.М. СПОРТИВНАЯ КЛУБНАЯ СИСТЕМА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СТУДЕНЧЕСКОГО СПОРТА: ОСОБЕННОСТИ И ВЫЗОВЫ	128
Минневалиев И.М. МЕТОДЫ ФАНДРАЙЗИНГА ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ СПОНСОРА	131
Насонов В.В., Болбасова Т.Н. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТИПА СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИТНЕС КЛУБА CITY FOX FITNESS	133
Нигматуллин Р.Р., Бабичева А.Е. НАТИВНАЯ РЕКЛАМА КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	137
Нигметзянова Э.Ф., Агеева Г.Ф. РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОГО СПОРТА В СПОРТИВНОЙ ШКОЛЕ.....	141
Николаев Г.М. УПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКОЙ СТУДЕНТОВ ФАКУЛЬТЕТА ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ К РЕАЛИЗАЦИИ МЕТОДИКИ СПОРТИВНОГО ОТБОРА В КОНТЕКСТЕ РАБОТЫ С ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКИМ СОСТАВОМ	145

Новикова З.Ю., Кабиров И.С. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, СПОРТА И ГОСТЕПРИИМСТВА	148
Новоселова М.С. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КАРЬЕРОЙ СПОРТСМЕНА.....	151
Нуннаев Х.К. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИЗКУЛЬТУРНОЙ РАБОТЫ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ШКОЛ	154
Нургалиев Л.И. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ В ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ	159
Орлова М.М., Мещеряков И.С. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ	163
Полежаева А.Н., Хайруллина А.Д. ВЛИЯНИЕ РАЗНЫХ ФАКТОРОВ НА ВЫБОР ТРЕНЕРОМ СПОСОБА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ СПОРТСМЕНОВ В ГРУППЫ НАЧАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ ПО ВИДУ СПОРТА «ПУЛЕВАЯ СТРЕЛЬБА»	166
Садыкова А.И., Димитров И.Л. УПРАВЛЕНИЕ СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНЫМ ТУРИЗМОМ ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ МАСШТАБНОГО СПОРТИВНОГО МЕРОПРИЯТИЯ	169
Сапаров А.О., Нуннаев Х.К., Сопыев Э.Дж., Нобатова О.Г. МЕДИКО-БИОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СПОРТА В ТУРКМЕНИСТАНЕ.....	172
Селиванова С.Р. ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ОТРАСЛИ ФКИС НА РАБОТОСПОСОБНОСТЬ СПОРТИВНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ.....	175
Сопыев Дж.А., Мамедов М.Б., Сопыев Э.Дж. ХАРАКТЕРИСТИКА И КОНТРОЛЬ ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ БОРЦОВ ГРЕКО-РИМСКОГО СТИЛЯ	178
Султанова В.Р., Шаймарданов С.И. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОГО КОМПЛЕКСА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	181
Султанова В.Р., Яллин Д.А. ЛОГИСТИКА УЧЕБНО-ТРЕНИРОВОЧНЫХ ЗАНЯТИЙ СПОРТИВНОЙ ШКОЛЫ	184
Султанова В.Р., Шакирзянов И.Р. ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕДИА-СОПРОВОЖДЕНИЯ В СТУДЕНЧЕСКОМ СПОРТЕ	187
Страхова В.С., Хайруллина А.Д. SWOT-АНАЛИЗ МЕДИА-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	190
Тарасов И.А., Фахретдинова А.Б. ПРИКЛАДНОЕ ПЛАВАНИЕ КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДЛЯ ФИТНЕС-КЛУБОВ.....	193
Туганова Э.А., Шмелева М.В., Вересова П.А. БРЕНДИНГ КАК САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА.....	196
Узюмова Н.В. ПРОБЛЕМЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО ПРОЕКТА «СПОРТ – НОРМА ЖИЗНИ».....	199

Федоров М.С., Хайруллина А.Д. ПУТИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В КОММЕРЧЕСКОМ СПОРТЕ	202
Хабибрахманов Р.И., Орлова М.М. ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ БОРЬБЫ КОРЭШ В МУНИЦИПАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ ПОСРЕДСТВОМ ИНФОРМАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ	205
Хаджалдиева Е.А., Детков Д.А. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КАК НЕОБХОДИМЫЙ ЭЛЕМЕНТ ВНУТРЕННЕЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ	209
Хайруллина А.Д., Мингазов М.Л. РАЗВИТИЕ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ РАБОТЫ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ	212
Хайруллина А.Д., Рендикова Р.Р. АНАЛИЗ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОБЛАСТИ КИБЕРСПОРТИВНОЙ НАУКИ	215
Ходырев В.Ю., Артемьев Р.В. АНАЛИЗ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА СПОРТИВНОГО СТУДЕНЧЕСКОГО КЛУБА ПО КИБЕРСПОРТУ «TERA»	219
Черенева С.Р., Вишнякова О.Н. РОЛЬ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В ПАТРИОТИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ ШКОЛЬНИКОВ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ	222
Чернов А.С., Хайруллина А.Д. ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ КАК ИНСТРУМЕНТ УВЕЛИЧЕНИЯ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ	225
Чижова В.Д., Бабичева А.Е. СОЗДАНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО ЗАЯВЛЕНИЯ ПОСРЕДСТВОМ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО АЛГОРИТМА В СПОРТИВНОЙ ШКОЛЕ	229
Чупин А. А., Хайруллина А.Д. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СПОРТИВНОМ КОМПЛЕКСЕ	232
Чураков М.С., Хайруллина А.Д. ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОГО СПОРТА НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ	235
Шайхов Т.И., Вишнякова О.Н. КОЛЛАБОРАЦИЯ КАК МЕТОД ПРОДВИЖЕНИЯ СПОРТИВНЫХ ШКОЛ	239
Шайхутдинова Ю.Р., Агеева Г.Ф. ОЦЕНКА УРОВНЯ ИНФОРМИРОВАННОСТИ О ТЭГ-РЕГБИ СРЕДИ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ШКОЛ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН	241
Шигапова Т.Х., Хайруллина А.Д. ОПЫТ РАЗВИТИЯ БЕТТИНГА В СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН	243
Ширяев А.А. ПРОБЛЕМЫ РЕКЛАМИРОВАНИЯ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	246
Ярославлева А.Е., Фахретдинова А.Б. УСЛОВИЯ СОЗДАНИЯ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПЛЕКСНОЙ СПОРТИВНОЙ ШКОЛЫ ВУЗА	249

Часть 2.

ТЕХНОЛОГИИ ФИЗИЧЕСКОЙ РЕКРЕАЦИИ И РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ И МИРЕ

Абдуллина А.И., Набиуллин Р.Р. СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ШКОЛЬНОЙ СРЕДЕ	253
Альтергот А.А., Евграфов И.Е., Дерзаев С.В. РЕКРЕАЦИОННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ ДОШКОЛЬНИКОВ В ДЕТСКИХ САДАХ КОМБИНИРОВАННОГО ВИДА	255
Величкин В.Ю. ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ КАК ОДНА ИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ТУРИЗМА.....	258
Гасангусейнова А.М., Баченина Е.А. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ	261
Кротова В.Ю., Черных Д.П. ТУРИЗМ КАК СРЕДСТВО ОЗДОРОВЛЕНИЯ ДОШКОЛЬНИКОВ	265
Миронов А.А., Евграфов И.Е. ВЫЯВЛЕНИЕ ДОМИНИРУЮЩИХ МОТИВОВ У СТУДЕНТОВ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫМ ТУРИЗМОМ.....	268
Никулина П.С., Беликова Е.В. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИИ И СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА.....	271
Овезова О.Г., Моммыева М.Х. СОВЕРШЕНСТВО ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В СОЧЕТАНИИ СПОРТА И ТУРИЗМА.....	274
Сидорова С.О. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВЕЛОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	277
Смолина Ю.И. ПРОГРАММА ЗАНЯТИЙ РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СТУДЕНТОВ КАК СРЕДСТВО ПРОФИЛАКТИКИ ИХ ПСИХИЧЕСКОГО И ФИЗИОЛОГИЧЕСКОГО УТОМЛЕНИЙ	280
Фрицковская А.Н. РАЗРАБОТКА ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ НАВЫКОВ ДЛЯ ПОДРОСТКОВ 12-15 ЛЕТ, ПРОЖИВАЮЩИХ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ	283
Чечетин Д.А. ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ФИЗИЧЕСКОЙ РЕКРЕАЦИИ ДЛЯ ДЕТЕЙ СРЕДНЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА ПРИ КОРРЕКЦИИ НАРУШЕНИЙ ОСАНКИ В РАМКАХ ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	286
Шакиров А.И. ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕРРИТОРИЙ: ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА	289
Юсупова С.А. КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ ТУРКМЕНИСТАНА.....	291