



Министерство спорта
Российской Федерации

МИНСПОРТ

Министерство спорта
Республики Татарстан



Поволжский государственный
университет физической
культуры, спорта и туризма

IX Всероссийская научно-практическая
конференция молодых ученых, аспирантов,
магистрантов и студентов
с международным участием

«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА»,

посвященная Году науки и технологий

Том 3

Секции 12 - 17

Казань,
23 апреля 2021 года



УДК 796/799
ББК 75.14
А 38

- А 38 **Актуальные проблемы теории и практики физической культуры, спорта и туризма.** Материалы IX Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов с международным участием, посвященной Году науки и технологий РФ. Казань, 23 апреля 2021 г.

В 3 т. (23 апреля 2021 г.). – Казань : Поволжский ГУФКСиТ, 2021. – Том 3. – 472 с.

В сборнике представлены материалы IX Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов с международным участием «Актуальные проблемы теории и практики физической культуры, спорта и туризма», посвященной Году науки и технологий РФ, проходившей 23 апреля 2021 года на базе ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Казань.

Сборник предназначен для специалистов в области физической культуры, спорта и туризма, преподавателей высших учебных заведений, научных работников, студентов, тренеров, спортсменов.

Материалы представлены в авторской редакции.

Составители: Болтиков Ю.В., Ботова Л.Н., Бровкин А.П., Волчкова В.И., Воронин Д.Е., Голикова Г.А., Евграфов И.Е., Евстафьев Э.Н., Емельянова Ю.Н., Золотова Е.А., Ильясова М.А., Ислямов Д.Р., Калимуллина В.Г., Камалиева Г.З., Касмакова Л.Е., Мифтахов Р.Ф., Мугаллимова Н.Н. Мустафина А.А., Савосина М.Н., Тарасова Е.В.

Под общей редакцией проректора по научной работе и международной деятельности Поволжского ГУФКСиТ, д.б.н., проф. Юсупова Р.А.

УДК 796/799
ББК 75.14

© Поволжский ГУФКСиТ

Секция 12

ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА
СПОРТИВНОЙ ПОДГОТОВКИ
В ВОДНЫХ ВИДАХ СПОРТА

ПЛАВАТЕЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА СПОРТСМЕНОВ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ СИНХРОННЫМ ПЛАВАНИЕМ НА ЭТАПЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СПОРТИВНОГО МАСТЕРСТВА

*Абазадзе Р.Д., магистрант 91103М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Золотова Е.А.*

Актуальность. Синхронное плавание по праву считается видом спорта, граничащим с искусством. Помимо требований высокого уровня развития физических качеств, а также двигательных навыков из смежных видов спорта, действие происходит в воде, что определяет вектор построения тренировочного процесса спортсменов-синхронисток.

Плавательная подготовка является неотъемлемой частью комплексной подготовки спортсменов, занимающихся синхронным плаванием. В последнее время данный синтез является особенно актуальным. Несмотря на различные семинары и мастер-классы, проводимые тренерским составом сборной России по синхронному плаванию, на данный момент методики по плавательной подготовке в синхронном плавании не зафиксированы в специальной или научно-методической литературе, поэтому многие вопросы в подборе средств, методов и упражнений продолжают оставаться открытыми.

М.Н. Максимова, признанный эксперт и автор научных работ в сфере синхронного плавания, также говорит о важности плавательной подготовки. Согласно ее анализу различных компонентов подготовки спортсменов, в синхронном плавании, плавательная подготовка является одним из основных методов воспитания общей и специальной выносливости [2].

Несмотря на то, что в Федеральном стандарте спортивной подготовки по виду спорта «синхронное плавание» выносливость имеет второй, то есть средний уровень влияния, она все равно остается важным компонентом для достижения высоких результатов на соревнованиях [1].

Согласно исследованию Т. И. Рудковской, выносливость, которую развивают с помощью плавательной подготовки, значительно влияет на уровень подготовленности спортсменов, специализирующихся в синхронном плавании. Таким образом, недостаточный уровень плавательной подготовленности в синхронном плавании выступает лимитирующим фактором технической подготовленности, что, в свою очередь, негативно влияет на эффективность соревновательной деятельности спортсменов [3].

Цель исследования. Разработать и проверить эффективность методики плавательной подготовки спортсменов, занимающихся синхронным плаванием на этапе совершенствования спортивного мастерства.

Задачи исследования.

1. Осуществить поиск и анализ научно-методической литературы по проблеме исследования.
2. Разработать методику плавательной подготовки спортсменов, занимающихся синхронным плаванием на этапе совершенствования спортивного мастерства

Результаты исследования и их обсуждение.

В нашем исследовании мы предполагаем, что плавательная подготовка на этапе совершенствования спортивного мастерства в структуре тренировочного процесса позволит повысить уровень общей и специальной выносливости.

В данной работе мы использовали стандартные методы исследования, такие как: анализ научно-методической литературы; педагогический эксперимент; педагогическое тестирование; метод математической статистики.

Исследование было заключено в два взаимосвязанных этапа. Анализ научно-методической литературы по проблеме исследования и постановка цели являлись задачей первого этапа нашего исследования. На основе данных, полученных в результате анализа отечественной и зарубежной литературы, была разработана методика плавательной

подготовки спортсменов, занимающихся синхронным плаванием на этапе совершенствования спортивного мастерства. Второй этап исследования характеризовался проведением педагогического эксперимента, который проходил в г. Казань на базе УСК «ДВВС». В исследовании приняли участие спортсменки, занимающиеся синхронным плаванием на этапе совершенствования спортивного мастерства.

Методика разрабатывалась в соответствии с годовым планом подготовки, учитывалась целесообразность и адекватность распределения времени на плавание.

При сравнении времени, отводимого на плавательную подготовку в контрольной и экспериментальной группах, продолжительность занятий была одинаковой – 2,5 часа в неделю, согласно стандарту. Разработанная методика внедрялась в тренировочный процесс экспериментальной группы.

Комплексы нашей методики вводились в два тренировочных занятия в неделю (вторник и пятница) в основной части тренировки и длились 75 минут.

Также в методике представлены пульсовые режимы и интервалы отдыха, подходящие для спортсменок-синхронисток данной группы.

Наибольший объем был дан для воспитания общей выносливости, а наибольшая интенсивность отличала комплексы, разработанные для совершенствования специальной выносливости. Пример упражнений, которые включали тренировочного занятия в: подготовительном периоде годового цикла подготовки:

- равномерный и повторный метод на длинных дистанциях (800 – 1600 м) для совершенствования базовой выносливости;

- равномерный и повторный метод на длинных дистанциях (1000 – 1500 м), средние дистанции (400 м.) с интенсивностью 75 % от максимальной для совершенствования базовой выносливости-2;

- интервальный метод на разных дистанциях, упражнения с непредельным проплыванием короткой дистанции (50 м) с интенсивностью 90 % от максимальной для совершенствования специальной выносливости;

Основной объем упражнений был основан на комбинации комплексного плавания, вольного стиля, кроля на спине, брасса и праныра.

Выводы. Анализ отечественной и зарубежной литературы показал существующие противоречия между недостаточной научной обоснованностью и методической разработанностью отдельных аспектов подготовки спортсменов, в частности плавательной подготовки синхронисток на этапе совершенствования спортивного мастерства.

Результаты исследования должны показать, что наша методика плавательной подготовки спортсменов, занимающихся синхронным плаванием на этапе совершенствования спортивного мастерства, введенная в тренировочную структуру, позволит повысить уровень общей и специальной выносливости, что поможет спортсменкам выполнять более сложную соревновательную программу с меньшими усилиями и положительно скажется на месте, занимаемом ими на соревнованиях.

Список литературы

1. Приказ «Об утверждении Федерального стандарта спортивной подготовки по виду спорта синхронное плавание» от 19.01.2018 г. (зарегистрировано в Минюсте России от 15 февраля 2018 г. рег. № 50049). – URL: <https://minsport.gov.ru/2018/Prikaz25ot19012018.pdf> (дата обращения 13.11.2019)

2. Максимова, М. Н. Теория и методика синхронного плавания : учебник / М. Н. Максимова. – 2-е изд. – Москва : Спорт-Человек, 2017. – 304 с. // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/97512> (дата обращения: 08.10.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Рудковская, Т. И. Взаимосвязь технической и специальной физической подготовленности квалифицированных спортсменов, специализирующихся в синхронном плавании / Т. И. Рудковская // Актуальные проблемы физической культуры и спорта. – 2013. – № 1 (26). – С. 34-38.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СКОРОСТНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ ПЛОВЦОВ 17-18 ЛЕТ

*Арманов С.В., магистрант 20103-М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Васильева И.А.*

Актуальность. В возрасте 17-18 лет повышаются требования к результатам, и одним из критериев зачисления на этапе высшего спортивного мастерства является наличие у пловцов спортивного звания «Мастер спорта». Так как данный возраст является сенситивным периодом для совершенствования скоростных способностей, необходимо уделить внимание данному качеству путем расширения арсенала различных физических упражнений и дополнительных средств в воде и на суше, способствующих повышению уровня дистанционной скорости, скорости поворотов, прохождению переходных участков от старта к дистанционной работе, от дистанционной работы к повороту и от поворота к дистанционной работе [2].

Цель исследования: теоретическое обоснование проблемы совершенствования скоростных способностей пловцов 17-18 лет.

Результаты исследования и их обсуждение. В.Н. Платонов и др. определяют скоростные способности как комплекс функциональных свойств, которыми обеспечивается быстрота реакции и выполнение двигательного действия за минимальный отрезок времени. Данный вид способностей также связан с такими терминами, как «скорость» и «быстрота». Скорость считается отношением преодоленного телом пути к определенному промежутку времени; быстрота является большой скоростью, стремительностью, реактивностью [3].

Отметим, что в плавании скоростные способности неразрывно связаны с техническим мастерством пловца. При нерациональном выполнении техники плавания, старта и поворотов у пловца отсутствует высокая скорость. Важнейшей предпосылкой высокого уровня скоростных способностей пловцов является чувство темпа, умение выполнять движения с максимальной мобилизацией, без излишнего мышечного напряжения, сохраняя точность и оптимальную амплитуду.

Управление скоростным режимом осуществляется преимущественно при изменении амплитуды, темпа и ритма гребков. Если у пловцов высокий уровень технической подготовленности, наращивание темпа осуществляется посредством сокращения определенных фаз гребка – подготовительной и заключительной. В тоже время спортсмен старается сохранить пространственные и временные характеристики главной фазы, но увеличивая силу движений и скорость.

Выполнение пловцами в ходе тренировочного занятия скоростных упражнений с предельной и околопредельной интенсивностью нередко превышает соревновательный результат, что выступает стимулом для повышения его скоростной подготовленности. Поэтому проявление скоростных способностей на тренировочных занятиях высококвалифицированных пловцов преимущественно зависит от выбора средств и методических приемов, которые позволяют обеспечить оптимальный уровень стимуляции деятельности центральной нервной системы и исполнительных органов.

Увеличению объема работы в оптимальных условиях для развития скоростных возможностей способствует серийное выполнение упражнений. Количество упражнений, включенных в каждую серию, как и общее количество серий, зависят от продолжительности упражнений, их интенсивности, объема мышц, вовлеченных в работу; например, в одной серии может быть до 10–15 кратковременных упражнений локального характера. Когда же выполняются достаточно продолжительные упражнения частичного и глобального характера, то их количество в серии должно быть уменьшено до 3–4 или 2–3. Продолжительность пауз между сериями также зависит от характера упражнений, их продолжительности, количества в серии [5].

В процессе скоростной подготовки широко применяются различные средства, стимулирующие проявление мощности движений за счет увеличенного сопротивления, а также скорости передвижения, превышающей доступную спортсмену в обычных условиях, путем создания облегчающих условий. Для повышения скорости в плавании широко используются отягощения, буксировка, тренировка в гидрокостюмах [2].

Вес используемого отягощения зависит от совершенствуемого вида скоростных способностей пловцов. Для совершенствования быстроты выполнения частоты движений наиболее целесообразным является применение отягощения весом 15–20% от максимального уровня силы. С целью совершенствования комплексных видов скоростных способностей вес отягощений несколько больше (30–40 до 100%). Особый акцент уделяется упражнениям, при которых выполняются движения с отягощением весом 50–70%, что позволяет достигать максимальной выходной мощности.

О значимости применения тренажеров в спортивной подготовке высококвалифицированных пловцов отмечает Д.М. Звягинцев и ряд авторов. Авторы подчеркивают, что при увеличении скорости продвижения пловца в воде происходит увеличение силы сопротивления. Только пловец, обладающий достаточной силой, может решить эту проблему. Поэтому наряду со скоростными способностями необходимо совершенствовать силовые качества, используя дополнительные средства (плавание с лопатками, с канатом, с «тормозами», с резиновым шнуром, плавание на блоках и т.д.), которые создают искусственное сопротивление. Повышая силу, пловцы увеличивают мощность гребка и тем самым скорость плавания. С целью увеличения мощности гребка и темпа, то есть для совершенствования скоростных способностей в конце подготовительного и в соревновательных периодах авторы предлагают на тренировочном занятии постепенно увеличивать нагрузку, выполняя упражнения с данными средствами на суше и воде [1].

По мнению некоторых отечественных и зарубежных авторов, скоростная подготовка на суше, как дополнение к плавательной тренировке, является наиболее эффективной и может способствовать улучшению результата. Следует помнить, что использование тренировочных упражнений на суше для развития скоростных способностей предполагает рациональное сочетание с тренировочными упражнениями в воде и общей направленностью тренировочного занятия. Упражнения на суше могут быть достаточно разнообразными: спортивные и подвижные игры с выраженными скоростными элементами; упражнения прыжкового характера из арсенала легкой атлетики, акробатики и спортивных игр, а также работа с использованием различных тренажерных средств.

Выводы. В спортивном плавании развитие скоростных способностей является одной из основных задач физической подготовки, от эффективности которой преимущественно зависит успешность соревновательного результата спортсмена. Скоростная подготовка в плавании на этапе высшего спортивного мастерства имеет целенаправленный характер относительно к определенным компонентам соревновательной деятельности (старта, стартового разгона, дистанционной скорости, финишного ускорения). Данный вид подготовки должен быть сопряжен с совершенствованием технической подготовленности пловцов и использованием в тренировочном процессе соответствующих средств и методических приемов.

Список литературы

1. Звягинцев, Д. М. Увеличение скоростных возможностей пловцов за счет применения специальных средств в воде / Д. М. Звягинцев, С. Ю. Заскалько, М. И. Горпинка // Наука XX века : возможности, проблемы, перспективы : сборник научных трудов научно-практической конференции. – Москва : ИП Тугулуков А. В., 2020. – С. 238-241.
2. Плавание: библия тренера / Д. Боэрле ; пер. с англ. Кононова Е. – Москва : Эксмо, 2014. – 410 с.
3. Платонов, В. Н. Двигательные качество и физическая подготовка спортсмена: монография / В. Н. Платонов.– Москва : Спорт – Человек, 2019.– 656 с.
4. Смирнов, В. М. Физиология физического воспитания и спорта: учебник / В. М. Смирнов, В. И. Дубровский. – Москва : ВЛАДОС-ПРЕСС, 2012. – 608 с.
5. Спортивное плавание : путь к успеху. Книга 2 ; под ред. В. Н. Платонов. – Москва : Советский спорт, 2012. – 544 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ СИНХРОНИСТОК 15-18 ЛЕТ

*Архипова О.В., студент 81115 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – ст. преподаватель Лех Я.А.*

Актуальность. Об актуальности данной темы свидетельствует все возрастающая популярность синхронного плавания и как массового вида спорта, и как прекрасного зрелища на международных соревнованиях и водных шоу. Разностороннее физическое развитие человека всегда имело большое значение для полноценности его личности. Одним из самых успешных в деле полноценного физического развития организма человека общепринято считается плавание вообще и синхронное плавание, в частности [1]. Ведь не зря воду называют колыбелью жизни. Физические занятия в воде оказывают глубочайшее и разностороннее положительное влияние на организм человека. Это и температурное закаливание, и стимулирование сердечно-сосудистой деятельности, и воздействие на все группы мышц, исключая при этом чрезмерную нагрузку на суставы и позвоночник, и провоцирование правильного дыхания, и многое другое, включая просто удовольствие на подсознательном уровне от соприкосновения поверхностей тела с водой. В синхронном плавании, кроме всего перечисленного, добавляются гимнастическая, акробатическая, хореографическая и артистическая подготовки, что делает занятия синхронным плаванием еще более разносторонним и приближает его к искусству, позволяя человеку более полно раскрыть свои физические возможности.

Цель исследования. Исследовать показатели физической подготовленности синхронисток 15-18 лет.

Результаты исследования и их обсуждение.

Для определения физической подготовленности мы использовали следующие показатели: прыжки в длину с места (оценивает скоростно-силовые способности), угол в висе (оценивает силовые способности), складка (оценивает гибкость), прыжки на скакалке (оценивает координационные способности и выносливость), подтягивания на перекладине (оценивает силовую выносливость), шпагаты (оценивают гибкость).

Таблица 1 – Результаты исследования и оценка физической подготовленности синхронисток 15-18 лет за 2015, 2016, 2017 год

Тесты	Прыжок в длину, см, (оценка)	Угол в висе, сек, (оценка)	Складка, см, (оценка)	Прыжки на скакалке, кол-во раз, (оценка)	Подтягивания, кол-во раз, (оценка)	Шпагаты, градусы за 3 шпагата, (оценка)
2015	172 (4)	31 (4)	23 (3)	181 (4)	17 (5)	582 (5)
2016	182 (5)	31 (4)	21 (4)	186 (4)	17 (5)	583 (5)
2017	190 (5)	35 (5)	21 (4)	192 (5)	18 (5)	583 (5)
Прирост	18 см	4 сек	2 см	11 р	1 р	1
Прирост в %	10,4%	12,9%	8%	6%	5,8%	0,17%

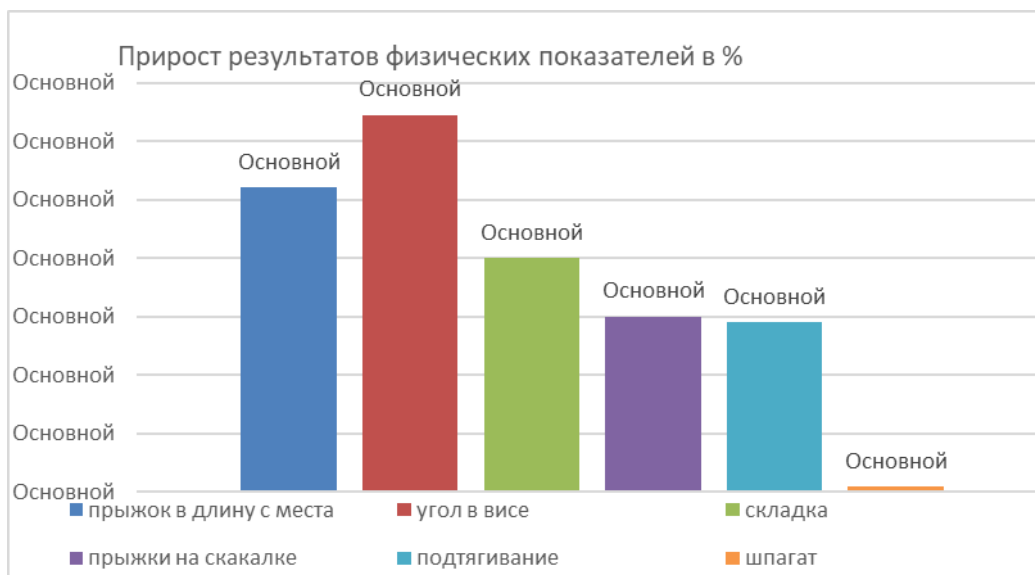


Рисунок 1 – Прирост результатов тестирования у синхронисток

На Рисунке 1 и Таблице 1 мы видим, что все показатели физической подготовленности улучшились. Самый большой прирост 12,9 % в тесте «угол в висте». Самый маленький прирост 0,17 % в тесте «шпагаты».

Таким образом, положительные изменения показателей физической подготовленности синхронисток за 3 года свидетельствуют о подтверждении гипотезы, что систематические занятия синхронным плаванием оказывают положительное влияние на показатели физической подготовленности.

Выводы. Проанализировав научно-методическую литературу, выявлено, что данный возраст синхронисток благоприятен для развития выносливости и скоростно-силовых качеств. Изучив результаты тестирования за 3 года, мы наблюдаем положительную динамику оценок. Все изучаемые показатели физической подготовленности у синхронисток улучшились. Наибольший прирост в тесте «угол в висте», наименьший прирост в тесте «шпагаты».

Список литературы

1. Максимова, М. Н. Теория и методика синхронного плавания : Учебник. – 2-е изд., испр. и доп./ М. Н. Максимова. – Москва : Спорт, 2017. – 304 с.

МОДИФИКАЦИЯ КОНТРОЛЬНО-ПЕРЕВОДНЫХ НОРМАТИВОВ ДЛЯ ПЛОВЦОВ ВЫСОКОГО КЛАССА

*Доброхотова Ю.Д., магистрант 91103-М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Васильева И.А.*

Актуальность. В соответствии с Федеральной программой о развитии физической культуры и спорта в РФ определяющее значение в развитии спорта высших достижений в России имеет разработка в этих целях Федеральных стандартов спортивной подготовки по видам спорта [2].

Федеральные стандарты спортивной подготовки призваны:

1. Обеспечить единые требования и нормативы при подготовке спортсменов на всей территории страны;
2. Придать планомерность осуществления спортивной подготовки в конкретном виде спорта;
3. Обеспечить подготовку спортсменов высокого класса для состава спортивных сборных команд РФ.

Рассматривается нормативное правовое обеспечение и содержание федеральных стандартов по виду спорта плавание для повышения эффективности на каждом из этапов спортивной подготовки, это должно стать важным в развитии спорта высших достижений и спортивного резерва в Российской Федерации [2].

Проведя анализ научно-методической литературы, нормативно-правовых документов и состояния педагогической практики, были выявлены противоречия на:

- практическом уровне – между контрольно-переводными нормативами согласно Федеральному стандарту спортивной подготовки по виду спорта плавание, и несоответствием их с возрастными периодами физического развития согласно теории сенситивных периодов, а также с уровнем подготовленности высококвалифицированных пловцов, задачами многолетней подготовки и содержанием тренировочного процесса на этапах совершенствования спортивного мастерства и высшего спортивного мастерства;

- научно-методическом уровне – между разработанными контрольно-переводными нормативами согласно Федеральному стандарту спортивной подготовки по виду спорта плавание, и недостаточными данными исследований по информативности тех или иных контрольно-переводных нормативов в плавании на этапах совершенствования спортивного мастерства и высшего спортивного мастерства [3, 4].

Цель исследования заключалась в разработке и экспериментальной апробации контрольных упражнений для модифицированного комплекса контрольно-переводных нормативов для пловцов на этапах совершенствования спортивного мастерства и высшего спортивного мастерства.

Исследование проводилось с октября 2020 года по январь 2021 года. Внедрение по использованию разработанных контрольных упражнений проходило на базах: Поволжская академия физической культуры, спорта и туризма, СК «Буревестник» г. Казань; МБУ «СШОР» г. Губкина, Белгородская область. В тестировании с применением модифицированного комплекса контрольно-переводных нормативов приняли участие высококвалифицированные действующие пловцы в возрасте от 17 до 20 лет, девушки и юноши, уровень подготовки которых был не ниже КМС. Испытуемые проходили спортивную подготовку в группах спортивного совершенствования (ССМ) и высшего спортивного мастерства (ВСМ). Пловцы специализировались на дистанции 100 метров кролем на груди.

Результаты исследования и их обсуждение. Для зачисления и перевода в группы спортивного совершенствования и высшего спортивного мастерства оценивались показатели выполнения упражнений: прыжок в длину с места; прыжок в высоту; длина скольжения на

груди, после отталкивания от стенки бассейна; имитация гребковых движений на силовом тренажере; сила тяги в воде на привязи с полной координации, с помощью работы только ног, с помощью работы только рук (определялся коэффициент координации); проплывание задания 6х50 м основным способом плавания (определялось чувство времени и чувство темпа); старта с подводной частью (определялось время выполнения); поворот (определялось время выполнения) (Таблица 1).

Между показателями разработанных контрольных упражнений и временем проплывания на дистанции 100 м основным способом плавания был проведен корреляционный анализ.

Таблица 1 – Разработанный комплекс упражнений для зачисления и перевода в группы ССМ и ВСМ

Оценивание качеств	Контрольные упражнения
Сила мышц ног для старта и поворотов	Прыжок в длину с места (см)
	Прыжок в высоту (см)
	Длина скольжения на груди (м)
Силовая выносливость	Имитация гребковых движений на силовом тренажере (усл.ед.)
Максимальная сила	Сила тяги в воде на привязи (кг)
Коэффициент координации	Сила тяги в воде на привязи (%)
Координационные способности	Чувство времени – 6х50м основным способом плавания (кол-во отклонений)
	Чувство темпа – 6х50м основным способом плавания (кол-во ошибок)
Скоростные способности	Время выполнения старта и проныривания (сек.)
	Время выполнения поворота (сек.)
Плавательная подготовка	100м основным способом плавания

Результаты обработки данных проявили следующие взаимосвязи.

Анализ показал, что между временем выполнения старта (вместе с подводной частью) и результатом на дистанции 100 метров есть сильная корреляционная связь, и она составляет у юношей $r = 0,94$, у девушек $r = 0,73$.

При проведении корреляционного анализа между временем проплывания 100-метровой дистанции и временем выполнения поворота у юношей была выявлена средняя взаимосвязь $r = 0,63$, у девушек сильная $r = 0,76$.

Также достаточно хорошая корреляционная связь с результатом на 100 метров у девушек проявили показатели силы тяги в воде на привязи, где корреляция имела средние значения $r = - 0,69$. У юношей в данном упражнении корреляционной взаимосвязи не отмечалось.

При применении метода множественной корреляции обнаружилась тесная взаимосвязь у девушек между показателями контрольных упражнений: прыжок в длину; прыжок в высоту; старт. Коэффициент множественной корреляции $R = 0,68$. У юношей данной взаимосвязи между этими показателями не обнаружилось. В отличие от девушек у юношей тесная взаимосвязь прослеживается между значениями прыжка в длину с места, длины скольжения и времени выполнения поворота. Коэффициент множественной корреляции $R = 0,69$.

Также обнаружилась тесная взаимосвязь у девушек между показателями контрольных упражнений: определение чувство времени; определение чувство темпа; время проплывания на дистанции 100м основным способом плавания. Коэффициент множественной корреляции $R = 0,80$. У юношей данной взаимосвязи между этими показателями не обнаружилось.

Следующие представленные признаки множественной корреляции: время выполнения старта; время выполнения поворота; время проплывания на дистанции 100 м основным

способом плавания показали тесную взаимосвязь как у юношей, так и у девушек. У юношей коэффициент множественной корреляции $R = 0,76$, а у девушек $R = 0,95$.

Выводы. Исходя из полученных данных корреляционного анализа разработанного нами комплекса упражнений, следует предположить, что перспективное развитие результатов на спринтерских дистанциях высококвалифицированных пловцов зависят от комплексной подготовки таких физических качеств, как сила мышц ног, максимальной силой, координационных и скоростных способностей.

Данный комплекс упражнений позволяет оценить специальную физическую и плавательную подготовку спортсменов, узко направленную на выбранную основную дистанцию и стиль плавания на этапах совершенствования спортивного мастерства и высшего спортивного мастерства. Следовательно, разработанный комплекс контрольных упражнений соответствует задачам многолетней подготовки и содержанию тренировочного процесса на этапах совершенствования спортивного мастерства и высшего спортивного мастерства.

Список литературы

1. Аришин, А. В. Некоторые аспекты интеграции физической и технической подготовки пловцов в многолетнем процессе / А. В. Аришин. – Краснодар : Кубанский ГУФКСиТ. – С.12-14.
2. Долматова, Т. В. Федеральные стандарты спортивной подготовки – новый этап в развитии спорта высших достижений и спортивного резерва / Т. В. Долматова // Информационное обеспечение физической культуры и спорта. – Изд-во ФГБУ ФНЦ ВНИИФК. – С.58-60.
3. Кашкин, А. А. Плавание : примерная программа спортивной подготовки для детско-юношеских спортивных школ, специализированных детско-юношеских школ олимпийского резерва / А. А. Кашкин, О. И. Попов, В. В. Смирнов. – Москва: Советский спорт, 2004. – 216 с.
4. Макаренко, Л. П. Юный пловец : учеб. пособие для тренеров ДЮСШ и студентов тренерского факультета физической культуры / Л. П. Макаренко. – Москва : Физкультура и спорт, 1983. – 288 с.
5. Федеральный стандарт спортивной подготовки по виду спорта плавание (приказ Министерства спорта РФ от 19.01.2018 г. № 41). – Москва. – 2018. – 16 с.

ВЛИЯНИЕ ТИПА ТЕМПЕРАМЕНТА ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СПОРТСМЕНОВ НА ПРЕДСОРЕВНОВАТЕЛЬНУЮ ПОДГОТОВКУ

*Елгешина Е.А., магистрант 91103-М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Васильева И.А.*

Актуальность. Психика играет важную роль в ориентации человека в окружающей среде, в его действиях и поступках. Она формируется на основе практики и в процессе деятельности. Как и во всякой практической и сознательной деятельности, и в частности успех пловца в условиях соревновательной борьбы, во многом зависит от психики спортсмена, его сознания, ума, воли, характера. Так как пловцы уже за несколько дней до соревнования могут испытывать эмоциональный подъем или наоборот усталость, можно сделать заключение о состоянии психической готовности того или иного спортсмена к соревнованию [2, 3].

Алексеев отмечает, что в зависимости от типа темперамента спортсмена ему требуется определенный настрой и подход к соревнованиям.

Сочетание свойств НС в определенной комбинации определяет тип темперамента, присущий тому или иному спортсмену: сангвиник: сила, подвижность, уравновешенность; холерик: сила, подвижность, неуравновешенность; флегматик: сила, инертность, уравновешенность; меланхолик: слабость, инертность (подвижность), неуравновешенность [1].

Цель исследования. Теоретически обосновать и экспериментально проверить влияние типа темперамента высококвалифицированных спортсменов на построение предсоревновательной подготовки.

Результаты исследования и их обсуждение. С помощью теста Г. Айзенка был определен тип темперамента каждого участника эксперимента. Результаты теста были учтены при подборе средств и методов построения тренировочного процесса для каждого спортсмена на период предсоревновательной подготовки. Ниже в Таблице 1 приведены результаты контрольного теста.

Таблица 1 – Результаты теста Г. Айзенка контрольной и экспериментальной групп на начало эксперимента (при n=10)

Г. Айзенка	Результаты (кол-во чел.)	
	КГ	ЭГ
Холерик	4 (40%)	4 (40%)
Сангвиник	3 (30%)	3 (30%)
Флегматик	2 (20%)	2 (20%)
Меланхолик	1 (10%)	1 (10%)

Примечание: n– количество спортсменов в каждой группе, КГ– контрольная группа, ЭГ– экспериментальная группа.

По результатам тестирования спортсменов можно отметить, что в обеих группах преобладает тип темперамента «холерик», который составил 40% от всех участников эксперимента. Следующий по количеству оказался «сангвиник», он составил 30% от числа всех опрошенных. Предпоследнее место по числу результатов анкетирования принадлежит «флегматикам», он составил 20% от всех участников. Всего 10% участников эксперимента составлял тип темперамента «меланхолик».

В зависимости от состояния спортсмена и его пожеланий в тренировочном процессе использовались специальные мобилизирующие или успокаивающие упражнения.

Мобилизирующие упражнения оказывают тонизирующее действие на состояние спортсмена, повышают тонус, настроение и чаще всего используются спортсменами, которые находятся в состоянии предстартовой апатии. Успокаивающие упражнения, наоборот, способствуют снижению эмоционального возбуждения, успокаивают нервную систему. Эти упражнения применялись спортсменами, которые находятся в состоянии предстартовой лихорадки.

Так, для холериков в тренировочном процессе применялись средства, акцент которых имел успокаивающий и восстановительный характер. Меланхолику, наоборот, больше внимание направлялось на поддержку и настрой со стороны тренера или психолога. К флегматику подход происходил с учетом их особенностей, которые, как правило, медлительные и любят оставаться наедине с собой и своими мыслями. Они очень хорошо анализируют тренировочный процесс и соревновательную деятельность. Сангвиники же считаются самыми уравновешенными и психологически устойчивыми спортсменами.

В конце эксперимента результаты соревновательной деятельности экспериментальной группы оказались лучше, чем у контрольной группы, что подтвердило необходимость учета психических особенностей каждого спортсмена при построении тренировочного процесса.

Выводы. Влияние типа темперамента спортсменов на предсоревновательную подготовку имеет большое значение. Формирование субъективного отношения, оценки значимости всех видов проделанной работы (в том числе и вне тренировки) очень важно для успеха в спортивной деятельности. Только в этом случае достигается более высокий системный уровень подготовки, когда все действия спортсмена организуются в соответствии с логикой высоких спортивных достижений, его типом темперамента и учетом всех психических особенностей.

Список литературы

1. Бабушкин, Г. Д. Психология физической культуры и спорта / Г. Д. Бабушкин, В.Н. Смоленцева. – Омск : СибГУФК, 2007. – 270 с.
2. Гогонов, Е. Н. Психология физического воспитания и спорта : учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Е. Н. Гогонов, Б. И. Мартыанов. – Москва : Академия, 2008. – 288 с.
3. Малкин, В. Р. Психологические методы подготовки спортсменов: учебное пособие для вузов / В. Р. Малкин, Л. Н. Роголева ; под научной редакцией В. Н. Люберцева. – Москва : Издательство «Юрайт», 2020. – 96 с.
4. Психодиагностика в спорте : учеб. пособие / В. Л. Марищук, Ю. М. Блудов, Л. К. Серова. – Москва : Просвещение, 2005. – 349 с.

ТРАВМАТИЗМ ПРИ ЗАНЯТИЯХ ПРЫЖКАМИ В ВОДУ

*Качурина В.Р., студент 20105 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – Кочеткова Ю.А.*

Актуальность. Прыжки в воду – вид спортивной двигательной деятельности – считаются специфическим олицетворением сложнокоординационного содержания спортивной акробатики и гимнастики. Подготовка и выполнение прыжков выполняется в условиях завышенного риска, требующего от спортсмена проявления больших волевых усилий по нейтрализации стрессовых и травмоопасных ситуаций, а также отрицательного и чрезмерного возбуждения. Борьба с травматизмом на занятиях должна быть, прежде всего, в преодолении обуславливающих ее факторов. К сожалению, эта тема мало изучена, а материалы и имеющаяся литература стали неактуальными и не отвечают современным реалиям жизни. Так как понижению значимости фактора риска содействует не только применение средств профилактики, но и рациональная система технической подготовки, включающих правильное использование в тренировке комплекса тренажеров и приспособлений, позволяющих с наименьшими нервными тратами преодолевать психологический барьер сложности на пути овладения новыми прыжками. Негативные факторы занятий в крытых спортивных сооружениях, а также несоответствие гигиенических и технических норм гимнастического зала и ванны бассейна, могут стать посылком получения травм разной тяжести. В связи с этим представляется, что выбранная тема научной работы является современной и актуальной [1, 4].

Спортсмены тренируются не менее 40 часов в неделю, выполняя ежедневно от 50 до 100 прыжков. Столь высокая интенсивность нагрузок угрожает спортсменам появлением «стрессовых» травм.

При выполнении прыжка с трамплина спортсмен выходит в воду со скоростью до 30км/ч, во время прыжка с десяти метровой вышки скорость достигает 60км/ч. После входа в воду, всего за доли секунды, скорость падает на 50%, что во многом и обуславливает высокую вероятность травматизма [2].

На сегодняшний день уровень развития прыжков в воду определяется значительным увеличением сложности прыжков. Для достижения высоких спортивных результатов спортсмены вводят в свои программы все более сложные прыжки. В процессе освоения и улучшения данных прыжков спортсмены находятся в условиях повышенного риска получения травмы. В последнее время сильно возросло число травм у спортсменов высокого класса, в связи с увеличением объемов тренировочной нагрузки [3].

Спорт молодеет, и спортсмены в более раннем возрасте начинают осваивать более сложные элементы. Выполняя прыжки в раннем возрасте по неопытности, спортсмены совершают небольшие погрешности в технике прыжка, перекладывая основную нагрузку на мышцы синергисты, кости и суставы для компенсации визуальных погрешностей в технической составляющей прыжка, что в дальнейшем приводит к их изнашиванию, а как следствие к травмам.

Для каждого вида спорта можно отметить ряд специфических заболеваний и травм. Однако, в любом спорте количество травм обязано быть сведено до минимума, ведь только хорошее состояние здоровья дает возможность спортсмену добиваться высоких спортивных результатов. Для того чтобы уменьшить уровень травматизма и заболеваний нужно хорошо знать особенности вида спорта и главные причины возникновения травм.

Цель работы. Исследовать заболевания и травмы, получаемые при занятии прыжками в воду и разработать комплекс мер по их профилактике.

Результаты исследования и их обсуждение. Было проведен анкетный опрос по исследованию травматизма и заболеваемости прыгунов в воду достигших высоких результатов и участников всероссийских соревнований по прыжкам в воду, выявились

наиболее распространенные виды травм у спортсменов и для большей наглядности данные представлены в таблице (Таблица 1, Таблица 2).

Таблица 1 – Результаты опроса прыгунов женского пола

Возраст спортсменов	%	Травма	Разряд
4-7 лет	5%	ушибы	III – II юн.
7-11	35%	переломы костей кисти	II вз, I вз.,
	5%	переломы костей стопы	
	40%	растяжение связок стопы и голеностопного сустава	
12 – 15 лет	25%	подвывихи, вывихи, ушибы плечевого сустава	I вз, КМС
	10%	переломы костей кисти	
	10%	растяжение связок стопы и голеностопного сустава	
16-30	10%	подвывихи, вывихи, ушибы плечевого сустава	КМС, МС, ЗМС, МСМК
	15%	надрыв надостной мышцы, надрыв бицепса мышцы	
	10%	растяжение паховых связок	
	60%	боли в спине	

В результате исследования мы выяснили, что у 5 % девушек 4-7 лет наиболее распространенная травма – ушибы.

В возрасте 7 – 11 лет в 40% случаях это растяжения связок стопы и голеностопного сустава, в 35% случаях переломы кисти.

В возрасте 12 – 15 лет у 25% спортсменок встречаются травмы плечевого сустава, в 10% переломы костей кисти и в 10% растяжение связок стопы и голеностопного сустава.

В возрасте 16 – 30 лет у 10% спортсменок имеются травмы плечевого сустава, у 15% надрыв надостной мышцы и надрыв бицепса, в 10% случаев встречаются растяжение паховых связок и наиболее распространенной травмой являются боли в спине они имеются у 60%.

В результате исследование мы выяснили, что у 20% спортсменов в возрасте 4 – 7 лет наиболее распространенной травмой являются ушибы. У спортсменов 7 – 11 лет самая частая травма – перелом костей кисти в 40%, растяжение связок стопы и голеностопного сустава в 20%.

С 12 – 15 лет самая распространенная травма – перелом костей кисти в 10%, травмы плечевого сустава встречаются у 20 %.

С 16 – 30 лет чаще всего спортсмены мучаются болями в спине у 50%, надрыв надостной мышцы и бицепса у 20%, травмы плечевого сустава у 15%.

Таблица 2 – Результаты опроса прыгунов мужского пола

Возраст спортсменов	%	Травма	Разряд
4-7 лет	20%	ушибы	II – III юн.
7 – 11 лет	40%	переломы костей кисти	I вз., КМС
	5%	переломы костей стопы	
	20%	растяжение связок стопы и голеностопного сустава	
12 – 15 лет	20%	подвывихи, вывихи, ушибы плечевого сустава	I вз, КМС
	10%	переломы костей кисти	
	5%	растяжение связок стопы и голеностопного сустава	
16 – 30 лет	20%	надрыв надостной мышцы, надрыв бицепса мышцы	КМС, МС, ЗМС, МСМК
	15%	подвывихи, вывихи, ушибы плечевого сустава	
	5%	Растяжение паховых связок	
	50%	Боли в спине	

По итогам анкетного опроса нами было выявлено, что у прыгунов в воду высокого класса травмы встречаются довольно нередко.

Так, в возрасте от 4-7 лет у юношей чаще встречаются ушибы, чем у девушек того же возраста. Это связано с гендерно-возрастными особенностями.

Переломы кистей у представителей сильного пола также происходят чаще, чем у девушек в возрасте 7 – 11 лет. Эти боли являются как следствием получения травмы, так и следствием повышенной перегрузки на этот сустав при входе в воду. Для уменьшения брызгообразования спортсмены соединяют кисти перед входом в воду с максимальным тыльным разгибанием. Предотвратить данные повреждения позволит четко составленный план тренировок с расчетом нагрузок на все части тела.

Повреждения плечевого сустава чаще происходят у девушек в возрасте 12 – 15 лет в связи с анатомически слабым плечевым поясом. Для избавления от данных травм необходимо во время тренировочного процесса уделять большее внимание укреплению плечевого пояса.

Также большая часть спортсменов среди девушек и юношей в возрасте 16 – 30 лет мучаются болями в спине. Это связано с нагрузкой на позвоночный столб при наземной подготовке, где спортсмены испытывают огромные напряжения на мышцы и кости спины при выполнении упражнений на батуте и на акробатике, а также при выполнении силовых упражнений с отягощениями. Для того чтобы предотвратить данный недуг, следует уделять должное внимание каждому спортсмену во время силовых упражнений и тщательно следить за техникой выполнения.

Для выявления взаимосвязи между спортивно-технической подготовленностью и травматизмом при выполнении прыжков был проведен взаимосвязанный анализ. Все

спортсмены, участвующие в опросе, были проранжированы по итогам выступления в соревнованиях. Число травм, приобретенными спортсменами во время занятий прыжками в воду, было выявлено в результате анкетного опроса.

Выводы. В следствие проведенных бесед с тренерами исследуемых спортсменов было выявлено, что спортсмены, по большей части не имеющие травм, имели близкий контакт со своими тренерами, и тренер доверял спортсмену, когда тот жаловался на усталость. То есть эти спортсмены никогда не имели состояния перетренировки. Наоборот, тренеры спортсменов, имеющие большое количество травм, всегда добивались неукоснительного выполнения тренировочных заданий, что приводило к травматизму.

Спортсмены мужчины, выступающие с трамплина, имели наименьшее количество травм чем те, кто выступал с двух снарядов.

Мы выяснили, что существует взаимосвязь между эмоциональным, физическим и функциональным здоровьем спортсменов и возможностью получения травм. Проведенный корреляционный анализ между этими показателями показал наличие достоверной взаимосвязи между травматизмом и заболеваемостью спортсменов. Это еще раз подтверждает положение о том, что в основе травматизма лежит состояние соматического здоровья спортсменов наряду с их двигательными способностями.

Разработали комплекс мер по предотвращению травматизма у прыгунов:

1. Уделять достаточное внимание психологической подготовке спортсменов.
2. Уделить особое внимание разминке спортсменов.
3. Индивидуальный подход к каждому спортсмену.
4. Использование различных страховочных систем, понижающих уровень травматизма в тренировочном процессе (лонжи, воздушная подушка, и т.п.)
5. Тщательный разбор техники прыжков с применением видеонализа.

Список литературы

1. Макарова, Г. А. Спортивная медицина : учебник / Г.А. Макарова. – Москва : Советский спорт, 2003. – 480 с.
2. Петерсон, Л. Травмы в спорте : сокр. пер. со швед. / Л. Петерсон, С. Н. Попова, П. Ренстрем. – Москва : Физкультура и спорт, 1981. -271 с.
3. Распопова, Е. А. Причины травматизма и заболеваний опорно-двигательного аппарата у прыгунов в воду/ Е. А. Распопова. – Санкт-Петербург: Изд-во «КультИнформПресс», 2014 – С. 107 -109.
4. Распопова, Е. А. Прыжки в воду : учебник для вузов физической культуры / Е. А. Распопова. – Москва : ФОН, 2000. – 302 с.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТЕХНИКИ ВЫПОЛНЕНИЯ ФИГУР СИНХРОННОГО ПЛАВАНИЯ НА ОСНОВЕ ВЫТАЛКИВАНИЯ ВОЗРАСТНОЙ КАТЕГОРИИ 13-15 ЛЕТ

*Кислякова А.В., студент 81115 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Золотова Е.А.*

Актуальность. Основой основ, первым содержанием и главным богатством синхронного плавания как спорта и как принципиально нового способа освоения водного пространства является двигательная практика весьма широкого диапазона, канонизированная в виде классификационных фигур синхронного плавания, которая, в свою очередь, основана на основе наиболее выраженного координационного признака [1].

Каждая возрастная категория содержит фигуры, в исполнении которых спортсмены должны резко вытолкнуться из воды, то есть движение носит скоростно-силовой характер и содержит элемент риска. Стабильное исполнение, контроль и качество является неотъемлемой частью успешного выполнения фигуры. В возрастной категории до 13 лет и моложе – фигура «Барракуда», в категории 13 -15 лет – фигура «Рио», сложная в исполнении.

Проблема эффективного выполнения фигур на основе «выталкивания» отражена в трудах М.Н. Максимовой, Tensi Groupera. Авторы рассматривают методику обучения данному техническому элементу. Однако в настоящее время техника выполнения выталкивания изменилась, и спортсмены сильнейших спортивных школ страны демонстрируют более отличительную технику исполнения. Таким образом, совершенствования техники выполнения фигур на основе выталкивания требует более подробного изучения [1, 3].

Цель исследования: определить средства и методы повышения эффективности техники выполнения фигур синхронного плавания на основе выталкивания возрастной категории 13-15 лет.

Результаты исследования и их обсуждение. Начало обучения фигурам с элементом выталкивания приходится на возраст 12 лет и моложе. Но повышение эффективности техники выполнения фигур синхронного плавания на основе выталкивания следует акцентированно рассмотреть с момента перехода спортсменок в возрастную группу 13-15 лет. В этой возрастной категории актуальность уровня выполнения фигур на основе выталкивания возрастает в разы по сравнению с предшествующей категорией 12 лет и моложе.

Тренировка элемента выталкивание направлена на повышение уровня обязательной программы спортсменок, на развитие их физических качеств, поскольку выталкивание – скоростно-силовой элемент, и на совершенствование произвольных программ.

При отработке элемента выталкивание необходимо сделать акцент на очередность выпрямления туловища и рук в вертикаль. Помимо этого, для эффективного выполнения элемента важна траектория движения рук.

Стоит отметить, что подготовка к повышению эффективности элемента выталкивание должна начинаться с зала. Здесь следует включить в тренировочный процесс упражнения, развивающие скоростно-силовые способности рук, упражнения на укрепления пресса спортсменок, также необходима работа с резиной на преодоление внешнего сопротивления руками, где возможно отработать технику работы рук и развить их силу. Кроме того, упражнения на сохранение вертикального положения в различных вариациях помогут спортсменкам улучшить технику исполнения элемента выталкивание. Наиболее эффективный метод для получения наилучшего результата при подготовке элемента выталкивание в зале является метод повторного упражнения.

Примерный вариант упражнений в зале представлен в Таблице 1.

Таблица 1 – Примерный вариант упражнений в зале

Упражнение	Дозировка	Организационно-методические указания
1.»Быстрые складки» – из и.п. лежа на спине, руки вверх. Одновременный подъем туловища, рук и ног в положение «вертикальной складочки».	3*20 раз	Ноги натянуты, вертикальное положение ног в складочке, максимальная скорость, плотная складочка
2. Имитация выталкивания. Выход в вертикаль, из положения угол, лежа на спине, в стойке на лопатках	5*15 раз	Ноги сохраняют вертикальное положение, ноги натянуты, резкий подъем в вертикаль
3.Сгибание и разгибание рук в стойке на руках	5*10 раз	Вертикальное положение туловища, ноги натянуты
4.И.п. – стойка, руки к плечам, кисти вверх. Имитация «доталкивания» в вертикаль с резиновым амортизатором.	5*30 раз	Вертикальное положение туловища, локти смотрят вперед, максимальная скорость работы рук, ладони смотрят вверх
5.Из и.п. – стойка кисти наружу. Подъем рук вверх от бедер через стороны с резиновым амортизатором.	5*25 раз	Вертикальное положение туловища, руки чуть согнуты в локтях, ладони смотрят вверх
6.Из и.п. – стойка. Имитация техники выталкивание.	5*10 раз	Упражнение выполняется с резиновым амортизатором. Руки опережают туловище в выпрямлении, руки работают через стороны, резкое выпрямление туловища и рук в вертикаль, в вертикали пауза

Подготовка синхронисток включает в себя работу как на суше, так и непосредственно в воде. При тренировочном занятии на воде следует включить в тренировочный процесс подводящие упражнения к элементу выталкивание. Они помогут спортсменкам лучше чувствовать вертикальное положение туловища в воде в статических и динамических элементах.

При выполнении элемента выталкивание на воде необходимо следить за тем, что руки должны быстрее выпрямляться в вертикаль, нежели туловище. Это поможет спортсменке выполнить «выталкивание» выше, поскольку запоздалое выпрямления туловища дает возможность рукам сработать на максимальную силу и не провалить высоту до выхода в вертикаль. Если же туловище раньше или одновременно с руками выпрямится в вертикаль, то высота будет ниже, поскольку вес тела, приходящийся на руки, усложнит им работу, и спортсменка не сможет подняться выше.

Повысить эффективность работы тренера со спортсменками поможет грамотный и подробный разбор ошибок с объяснением. Так как элемент выталкивание является сложнокоординационным и скоростно-силовым, тренеру следует грамотно и понятно объяснить спортсменке в какой момент каждое звено тело должно совершать то или иное действие.

Спортсменкам будет важно, не сколько количество выполненных элементов выталкивания, а их качество и количество правильных повторов, следующих друг за другом. Основным методом выполнения упражнений – повторный.

Примерный вариант упражнений на воде представлен в Таблице 2.

Таблица 2 – Примерный вариант упражнений на воде

Упражнение	Дозировка	Организационно-методические указания
1.И.п. – вертикальная складочка под водой. Выплыть на поверхность, сохраняя и.п.	10*6 раз	Плотная складочка, ноги сохраняют вертикальное положение
2.И.п. – «угол вверх двумя». Подъем таза в позицию угол вверх ногами.	8*10 раз	Лицо на поверхности, ноги сохраняют вертикальное положение
3.И.п. – взявшись руками за сливной желоб, принять положение «Угол вверх двумя». Выполнить переход в вертикаль.	5*5 раз	Ноги сохраняют вертикальное положение, пауза в вертикали. Переход выполнять через «круглую спину».
Пропеллерный гребок в вертикали	10*30 гребков	Вертикальное положение туловища, руки работают под головой, максимальная амплитуда и скорость рук
Выталкивание в вертикаль	10*2 выталкивания	Вертикальное положение туловища, максимальная высота, резкое исполнение, руки опережают туловище, руки идут через стороны вверх

Выводы. В возрастной категории синхронисток 13-15 лет необходимо совершенствование выполнения элемента выталкивание. Здесь следует рассмотреть траекторию работы рук спортсменок и последовательность разгиба туловища и рук в вертикальное положение: руки идут через стороны в вертикаль, руки опережают туловище в выпрямлении в вертикаль. В тренировочном процессе следует включать упражнения на проработку мышц брюшного пресса, рук, на умение сохранять вертикальное положение туловища, на сохранение вертикали и траектории рук в воде.

Синхронное плавание включает в себя фигуры с элементом выталкивание на протяжении всей спортивной карьеры синхронисток, они присутствуют как в обязательной и технической программах, так и в произвольной. Из года в год фигуры усложняются, синхронисткам необходимо освоить технику выполнения элемента выталкивание на ранних годах обучения и корректировать, совершенствовать его исполнение параллельно с ростом своей спортивной квалификации. Исходя из этого, повышение эффективности выполнения фигур синхронного плавания на основе выталкивания требует к себе внимания при подготовке синхронисток.

Список литературы

1. Максимова, М. Н. Теория и методика синхронного плавания : учебник. – 2-е изд., испр. и доп. / М. Н. Максимова. – Москва : Спорт, 2017. – 304 с.
2. Рыбьякова, Т. В. Техника исполнения элементов высокой степени сложности в синхронном плавании и пути ее совершенствования : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук : 13.00.04. / Рыбьякова Татьяна Всеволодовна: ГДОИФК им. П.Ф. Лесгафта. – Ленинград, 1990. – 23 с.
3. Tensi Graupera. Synchronized swimming tips: what is valued in a barracuda // 2019. – P. 1-2.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ХОРЕОГРАФИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ СИНХРОНИСТОК НА ЭТАПЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СПОРТИВНОГО МАСТЕРСТВА

*Киямова Е.В., магистрант 91103 М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Золотова Е.А.*

Актуальность. Синхронное плавание – сложнокоординационный вид спорта, связанный с регулярным усложнением техники исполнения движений. Этот вид спорта включает в себя множество заимствованных элементов из смежных видов спорта, в том числе хореографических и танцевальных движений, из которых составляется программа, объединяющая идею, музыку и исполнение разнообразных элементов.

Синхронное плавание является активно развивающимся видом спорта, в котором усложняются все виды программ: обязательная, произвольная, комбинированная и техническая. Как и в любом технико-эстетическом виде спорта, в синхронном плавании должна присутствовать гармония между сложностью, композицией и исполнением.

В настоящее время тренировочный процесс спортсменок на этапе совершенствования спортивного мастерства и высшего спортивного мастерства нельзя представить без занятий хореографией, потому что при исполнении произвольных и иных программ очень важна хореографическая подготовленность. Хореографическая подготовка – это система упражнений и методов воздействия, направленных на воспитание двигательной культуры, а также на расширение арсенала выразительных средств [3]. Данный вид подготовки берет на себя функцию гармоничного и равномерного развития всех групп мышц; вырабатывает осанку, правильную постановку рук, из чего складывается цельный образ; учит правильному дыханию, что, несомненно, важно для вида спорта, часть соревновательной деятельности которого протекает в условиях на задержке дыхания.

С помощью занятий хореографией решается целый класс задач – прежде всего, расширение базы двигательных действий и творческих способностей, а также совершенствование технической и физической подготовленности [2].

Применение музыкального сопровождения на занятиях хореографией позволяет еще в группах начальной подготовки приучить синхронисток слушать и понимать музыку, чувствовать ритм и темп, сочетать с ней свои движения, что помогает спортсменкам синхронно исполнять групповые упражнения как в тренировочном процессе, так и на соревнованиях.

У спортсменок-синхронисток хореография воспитывает правильное ощущение красоты движений и способность передавать в них определенные эмоции, различные настроения, переживания, чувства. Кроме того, занятия хореографией помогают в совершенствовании координации движений, специальной выносливости, а также решаются задачи технической подготовки, в частности, освоение различных упражнений и связок.

Цель исследования. Разработать методику совершенствования хореографической подготовки синхронисток на этапе совершенствования спортивного мастерства.

Задачи исследования:

1. Проанализировать научно-методическую литературу по проблеме исследования.
2. Разработать методику хореографической подготовки синхронисток на этапе совершенствования спортивного мастерства

Результаты исследования и их обсуждение. Мы предполагаем, что хореографическая подготовка на этапе совершенствования спортивного мастерства в структуре тренировочного процесса повысит уровень исполнительного мастерства, улучшит выразительность, эмоциональность и артистизм синхронисток.

В нашей работе были использованы следующие методы исследования:

- анализ научно-методической литературы;
- педагогический эксперимент;
- педагогическое тестирование;
- метод математической статистики.

Исследование было разбито на три этапа. На первом этапе была вычленена проблема, произведен анализ литературы, поставлена цель всего исследования. На основе полученных данных была разработана методика хореографической подготовки синхронисток на этапе совершенствования спортивного мастерства. На втором этапе был проведен педагогический эксперимент на базе УСК «ДВВС» г. Казань, в котором участвовали спортсменки, занимающиеся синхронным плаванием на этапе совершенствования спортивного мастерства. Третий этап, в данный момент в процессе, предполагает анализ полученных данных, предварительно обработанных методом математической статистики, обобщение и интерпретацию результатов, на основе которых формулируются выводы.

Какова методика хореографической подготовки синхронисток на этапе совершенствования спортивного мастерства?

Тренировочные занятия хореографией в контрольной и экспериментальной группе по продолжительности были одинаковыми – 2 раза в неделю по 90 минут. Разработанная методика затрагивала 1 занятие в неделю – она предлагала вместо второго урока классической хореографии урок на основе современного танца – контемпорари.

Занятия «классикой» были проведены по стандартам: упражнения у станка и на середине зала, в соотношении 1:1. Также присутствовали различные связки, которые комбинировали базовые элементы между собой, например «Preparation – Demi Plie – Grand Plie – Battement Tendu – Battement Tendu Jete»; «Preparation – Battement Tendu Jete – Rond De Jamb Par Terre – Battement Soutenu – Battement Fondu»; «Preparation – Battement Frappe – Battement Double Frappe – Petit Battement – Batterie» [1].

В уроке контемпорари, как и в тренировочном занятии, выделялись три части: подготовительная, основная и заключительная. При занятии контемпорари мы выделяли упражнения на середине зала, а комбинации у станка заменили упражнениями в партере. Основной упор методики шел на упражнения, которые совершенствовали выразительность и грациозность двигательных действий, совершаемых спортсменками в соревновательных программах. Подготовительная часть характеризовалась изучением базовых движений, а в основной части использовались движения различными частями тела на основе технических принципов контемпара; для совершенствования эстетического компонента разучивались новые танцевальные связки. В заключительной части урока для совершенствования выразительности использовалась свободная импровизация. В конце каждого урока спортсменки получали домашнее задание, направленное на развитие ритмических способностей и на согласование движений с музыкой.

Основной объем упражнений методики заключался в различных прыжках, перекатах, выпадах, танцевальных связках.

Выводы. Проведенный нами анализ литературы, отечественных и зарубежных источников, показал, что методики, направленной на совершенствование хореографической подготовки синхронисток на этапе совершенствования спортивного мастерства недостаточно разработаны.

Нами разработана методика, включенная в структуру тренировочного процесса синхронисток, которая позволит повысить уровень исполнительного мастерства, а также улучшить выразительность, эмоциональность и артистизм спортсменок, что в свою очередь позволит получить больший балл за «художественное впечатление» на соревнованиях.

Список литературы

1. Давыдов, В. П. Теория, методика и практика классического танца : учебное пособие / В. П. Давыдов. – 2-е, испр. и доп. – Санкт-Петербург : Планета музыки, 2020 // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/133454> (дата обращения: 20.11.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Максимова, М. Н. Теория и методика синхронного плавания : учебник / М. Н. Максимова. – 2-е изд. – Москва : Спорт-Человек, 2017. – 304 с. // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/97512> (дата обращения: 11.10.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Теория и методика художественной гимнастики. Артистичность и пути ее формирования : учебное пособие / И. А. Винер-Усманова, Е. С. Крючек, Е. Н. Медведева, Р. Н. Терехина. – 2-е изд. – Москва : Спорт-Человек, 2015. – 120 с. // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/97441> (дата обращения: 21.12.2019). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

ТЕНДЕНЦИИ ПОСТАНОВКИ ОЛИМПИЙСКИХ СОРЕВНОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ В СИНХРОННОМ ПЛАВАНИИ

*Колчина И.А., студент 71114 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Золотова Е.А.*

Актуальность. Синхронное плавание по праву можно считать самым многогранным видом спорта, сочетающим в себе силу и грацию, физическую и эстетическую культуру человека [3, 4]. Сборная команда РФ на сегодня является сильнейшей в мире, занимая высшую ступень пьедестала с Олимпийских игр в 2000 году в Сиднее. Это объясняет и тот факт, что сильнейшие школы детского и юношеского синхронного плавания находятся именно в России. С каждым годом число желающих заниматься «золотым» видом спорта растет, что обуславливает жесточайший отбор в сборную команду страны.

Однако тренеры в большей мере заточены на повышение сложности и техничности программ для своих спортсменов, забывая о том, что первоначально синхронное плавание – художественный вид спорта, а в мире он переименован в артистическое плавание.

Олимпийские игры – главное спортивное событие, задающее тенденции развития вида спорта. Данное исследование проделано нами с **целью** проанализировать олимпийские программы и выявить ключевые тенденции постановки соревновательных композиций в синхронном плавании.

Это позволит направить деятельность российских тренеров в нужное русло, чтобы соревновательные постановки на Чемпионате и первенствах России отличались не только высокой сложностью, но и артистической составляющей.

В ходе исследования мы также постараемся найти причину многолетнего лидерства России на мировой арене

Результаты исследования и их обсуждение. На Олимпийских играх разыгрывается комплекты наград за две дисциплины: группу и дуэт. Обе программы включают техническую и произвольную композиции, баллы за которые суммируют и определяют победителей [1]. Групповые произвольные программы являются наиболее яркими для зрителей, поэтому для анализа мы выбрали именно их.

Мы проанализировали выступления всех стран участниц в финале на олимпиадах в Рио и в Лондоне. За предмет сравнения взяли следующие ключевые моменты: образ композиции, время задержки дыхания на связках, количество поддержек. Полученные данные сопоставили с оценками и сделали следующие выводы.

У всех команд с первых секунд считывается образ композиции, что подтверждает тот факт, что синхронное плавание, несмотря на повышение сложности, остается для зрителя спектаклем на воде.

Среднее количество поддержек в группе у команд участниц – 6. Россия делает 5 разных поддержек, из которых 1 повторяется дважды подряд – для усиления эффекта воздействия на зрителей, итого 6. Китай выполняет 4 поддержки. Япония – 7, из которых в начале следуют 2 подряд, а в середине программы после 1 выноса выполняется двойной выброс, что повышает сложность программы.

Однако сравнивая выбросы в начале программы у трех команд лидеров, можно наглядно увидеть, что высота поддержек отличается. Россия и Китай «кидают» спортсменку намного выше команды Японии.

Неоднократный просмотр произвольной программы Японии убедил нас в высокой сложности постановки: 7 поддержек, из которых дважды выполняется 2 подряд, 7 совместных связок на задержке дыхания в 90 секунд. Данные показатели выше, нежели у России и Китая. Кроме того, последняя связка у Японии проходит на задержке дыхания в 22 секунды, в то время как Китай и России делают связку в 13-14 секунд. Однако по оценкам сложности Япония уступает обеим командам.

О сложности программы в сравнении с Россией и Китаем можно сказать то же и о команде Украины. Композиция сложная и при этом оригинальная. Спортсменки выполняют 7 поддержек. Также работа команды на задержке дыхания в связках составляет 73 секунды.

Если посмотреть на постановки по цифрам, то композиции Китая, Украины и Японии сложнее (Рисунок 1). Почему тогда судьи ставят команду России на первое место?

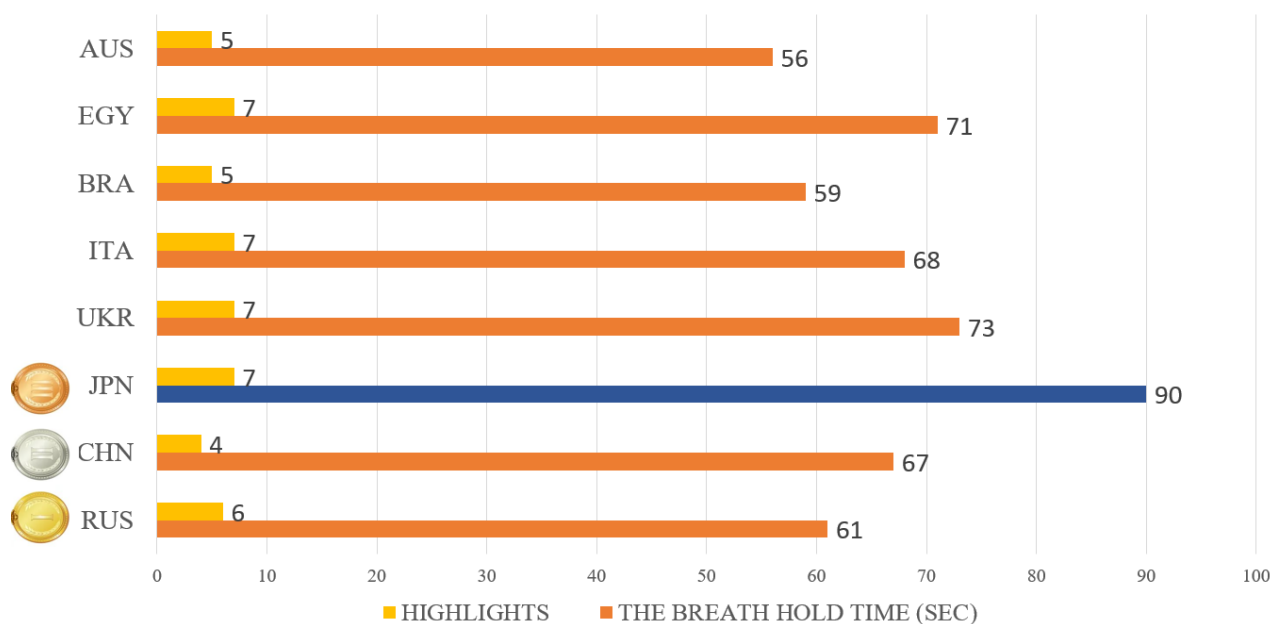


Рисунок 1 – Сравнение времени задержки дыхания и количества поддержек финалистов Рио 2016 г.

Причиной нужно считать высокий технический уровень российской команды. Уже с первых минут выступления японцев видно, что, несмотря на сложность программы, спортсменки работают далеко друг от друга и их исполнение программы не дотягивает до российских синхронисток.

Высокий уровень мастерства России определяет не только близкая работа и техника, но и натянутасть ног, четкость позиций, резкость и отработанность до идеальной синхронности всех без исключения движений. Нельзя не учитывать и тот факт, что российская сборная 20 лет подряд остается бесспорным лидером в синхронном плавании, и мы допускаем, что имидж команды и тренера влияет на субъективное судейство.

Если сравнивать выступления команд в 2012 и в 2016 году, можно сказать, что ощутимых изменений не произошло: в Рио и в Лондоне командами в произвольной программе было выполнено примерно одинаковое число поддержек, время задержки дыхания также не изменилось.

Однако шаг вперед был сделан в динамичности программ: в Лондоне спортсменки больше времени в программе «шли» группой синхронно, в Рио же композиции включают больше связок в парах, тройках и четверках одновременно, что смотрится зрелищнее.

Если сравнивать 2016 и 2012 год с олимпиадой в Сиднее, разница видна невооруженным глазом. В 2000 году команда России выполняет всего 3 поддержки за всю композицию. Задержка дыхания – 83 секунды, что больше, нежели в настоящее время. Однако будем учитывать, что 20 лет назад групповая композиция длилась 5 минут, что на целую минуту больше современных правил.

Российская сборная в Сиднее выполняет множество плоскостных перестроений, проплывов по воде, каскадов; программа насыщена контрастами быстрых и четких движений ногами с плавными перемещениями по воде. Синхронное плавание на тот момент имеет большее сходство с театральным представлением, что также обуславливается выбором классической музыки для постановки.

В 2000 году синхронистки работают дальше друг от друга. С каждым годом тренеры стремятся уменьшить расстояние между спортсменами – это усложняет исполнение программы и при этом повышает зрелищность. Синхронизация движений вблизи смотрится намного эффектнее.

Выводы. Анализ олимпиад позволил сформулировать следующие тенденции постановки соревновательных программ в синхронном плавании:

1. *Образность.* Постановка программы у всех олимпийских команд основана на определенной идее, которую спортсмены несут зрителю.

2. *Увеличение количества поддержек.* Среднее количество выбросов и выносов в каждой программе – 6.

3. *Высокая сложность связок и длительная задержка дыхания.* Среднее время задержки дыхания на связках в Лондоне 68 секунд. При этом все команды финала держат планку и исполняют сложные композиции.

4. *Техничность исполнения – главный критерий судейства.* Лидеры соревнований определяются главным образом по уровню мастерства спортсменок.

Таким образом, данные тенденции направлены, во-первых, на прогресс синхронного плавания в техническом плане, а во-вторых, на повышение артистичности вида спорта и его зрелищности [5].

В настоящее время синхронное плавание во всем мире именуется артистическим, однако главным, по-прежнему, остается стремление к синхронному выполнению элементов [2].

Синхронное-артистическое плавание – это симбиоз спорта, акробатики, танца, музыки, театра и воды. Следуя за мировыми тенденциями в постановке соревновательных программ, создавая более зрелищные и яркие композиции, мы как тренеры повлияем на популяризацию синхронного плавания в стране.

Список литературы

1. FINA «Artistic swimming rules for 2017-2021» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.fina.org/sites/default/files/as_rules_-_2017-2021_-_15092017_full_1.pdf

2. Колчина, И. А. Перспективы развития мужского синхронного плавания в России / И. А. Колчина // Актуальные проблемы теории и практики физической культуры, спорта и туризма : материалы VII Всероссийская научно-практическая конференция молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов с международным участием ; под общ. ред. Ф.Р. Зотовой. – Казань : ПовГАФКСиТ, 2019. – С. 46-48.

3. Максимова, М. Н. Теория и методика синхронного плавания : учебник. – 2-е изд., испр. и доп. / М. Н. Максимова. – Москва : Спорт, 2017. – 304 с.

4. Золотова, Е. А. Акробатическая подготовка в синхронном плавании на начальном этапе обучения / Е. А. Золотова, В. Н. Золотов, Я. А. Лех // Образование и право научно-правовой журнал – 2019. – № 11. – С. 205-210.

5. Лех, Я. А. Характеристика акробатических элементов в произвольных групповых программах синхронного плавания / Я. А. Лех, К. Р. Улумбекова // Актуальные проблемы теории и практики физической культуры, спорта и туризма : материалы VII Всероссийская научно-практическая конференция молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов с международным участием/под общ. ред. Ф.Р. Зотовой. – Казань : ПовГАФКСиТ, 2019. – Том 3. – С. 63-65.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОРЕВНОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛИДЕРОВ МИРОВОГО ПЛАВАНИЯ (ДИСТАНЦИЯ 200 М НА СПИНЕ, МУЖЧИНЫ)

*Кузнецов Р.С., студент 81107 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Васильева И.А.*

Актуальность. Плавание на дистанции 200 метров на спине у мужчин после отмены гидрокостюмов переживает не лучшие времена с точки зрения прогресса результатов и обновления мировых рекордов. Необходимость совершенствования тренировочного процесса для повышения эффективности соревновательной деятельности ведет к высокому уровню достижений и росту конкуренции [1]. В этом процессе важное значение имеет выявление и анализ модели прохождения дистанции на основе результатов последних соревнований мирового уровня.

Цель исследования: выявить современную модель прохождения дистанции 200 метров на спине у мужчин, на основе видеозаписи финального заплыва чемпионата мира в 2019 году.

Результаты исследования и их обсуждение. Составные компоненты соревновательной деятельности пловцов оценивались на основе анализа видеозаписи финального заплыва на дистанции 200 метров на спине у мужчин, на последнем чемпионате мира в Южной Корее, город Кванджу, 2019 год. Анализ соревновательной деятельности включал в себя стартовую реакцию, отрезки дистанционного плавания, прохождение подводной части дистанции. Определялись параметры стартовой реакции, скорости, темпа, длины гребка, количества подводных ударов после старта и поворотов, количество циклов. В качестве объекта были взяты 5 сильнейших спортсменов финального заплыва. Результаты представлены в Таблице 1.

Таблица 1 – Составные компоненты дистанции 200 метров на спине

Спортсмен	Результат	Место	Реакция	Скорость м/с	Темп ц/мин	Шаг	Выход	Кол-во циклов
RYLOV Evgeny	1.53.40	1	0.56	1.68	41.6	2.54	40 уд	78.6
MURPHY Ryan	1.54.12	2	0.55	1.66	41.5	2.53	31 уд	78.9
GREENBANK Luke	1.55.85	3	0.58	1.66	46.4	2.23	31 уд	89.5

Как видно из таблицы победитель на данной дистанции Евгений Рылов относительно своих соперников имел более высокую среднюю скорость прохождения дистанции, большее суммарное количество подводных ударов и средние показатели темпа и шага. Американский пловец Райан Мерфи смог выиграть у британца Люка Гринбанка за счет более экономичного темпа прохождения дистанции и длины гребка (шага). Сам Люк Гринбанк продемонстрировал высокую скорость прохождения дистанции, однако показал очень высокий темп и короткий шаг, что значительно увеличивает расход энергии и снижает экономичность.

Во многих исследованиях, в которых проводился анализ соревновательной деятельности на дистанции 200 на спине (мужчины) на соревнованиях мирового уровня, были выявлены значимые составные компоненты дистанции. К ним относятся показатели дистанционной скорости на отрезках, количество подводных ударов после старта и

поворотов, и темп на дистанционных отрезках [2]. В нашем случае также были рассмотрены данные показатели (Таблицы 2-4).

Таблица 2 – Динамика скорости прохождения дистанции, м/с

	50м	100м	150м	200м	Среднее
RYLOV Evgeny	1.86	1.63	1.63	1.61	1.68
MURPHY Ryan	1.86	1.61	1.63	1.55	1.66
GREENBANK Luke	1.80	1.65	1.61	1.59	1.66

Таблица 3 – Динамика подводных ударов (выход), количество ударов

	50м	100м	150м	200м	Общее количество подводных ударов
RYLOV Evgeny	10	10	10	10	40
MURPHY Ryan	9	7	7	8	31
GREENBANK Luke	10	6	6	9	31

Таблица 4 – Динамика темпа, циклов в минуту

	50м	100м	150м	200м	Среднее
RYLOV Evgeny	40	41,6	41,3	43,7	41.6
MURPHY Ryan	40	40,5	41.4	44.1	41.5
GREENBANK Luke	47.6	45.1	45.1	48	46.4

При прохождении дистанции у Евгения Рылова динамика скорости была следующая: по сравнению с первыми 50-метровым отрезком снижение скорости на втором отрезке составило 12.4%, на третьем отрезке скорость осталась неизменной, на четвертом по сравнению с третьим уменьшилась еще на 1.3%. У Райна Мерфи динамика скорости от первого до четвертого отрезка дистанции имела следующий характер: на втором уменьшилась на 13.5%, на третьем увеличилась на 1.2%, на последнем отрезке относительно предыдущего скорость уменьшилась на 5%. Динамика скорости Люка Гринбанка по дистанции имела постепенное уменьшение скорости, соответственно, на 8.4%, 2.5% и 1.3%.

Известно, что пловцы на протяжении дистанции поддерживают скорость за счет определенного соотношения темпа и длины гребка (шага), и для каждой дистанции существуют свои оптимальные значения [3]. Средний темп Евгения Рылова составляет 41.6 циклов в минуту, шаг 2.54м. Райан Мерфи держит средний темп 41.5 циклов в минуту при средней длине гребка 2.53м. Люк Гринбанк плывет при среднем темпе 46.4 циклов в минуту, выдерживая шаг в 2.23м. Люк имеет существенные отличия по данным показателям в сравнении с Евгением и Райаном, что свидетельствует о недостаточной нагрузке данных компонентов дистанции. Что касается Евгения и Райана, они не имеют существенных отличий в темпе и длине гребка, но отличаются в количестве выполнения подводных ударов после старта и поворотов. Так, Евгений показал абсолютные высокие значения в подводном компоненте дистанции, выполняя по 10 подводных ударов после старта и каждого поворота. Райан Мерфи и Люк Гринбанк исполнили в общей совокупности на дистанцию по 9 подводных движений меньше, чем Евгений, что в процентном соотношении составляет на 22.5%.

Кроме этого, в ходе исследования рассматривались результаты спортсменов на дистанциях 50 м и 100 м на спине, которые были показаны на данном чемпионате (Таблица 5).

Таблица 5 – Результаты на дистанциях 50, 100, 200 метров на спине, с

	50м на спине	100м на спине	200м на спине
RYLOV Evgeny	24.49 - серебро Стартовая реакция 0.53	52.67 - серебро Стартовая реакция 0.55	1.53.40 - золото Стартовая реакция 0.56
MURPHY Ryan	24.53 - 4 место Стартовая реакция 0.51	52.78 - 4 место Стартовая реакция 0.50	1.54.12 - серебро Стартовая реакция 0.55
GREENBANK Luke	-	53.75 - 14 место Стартовая реакция 0.60	1.55.85 - бронза Стартовая реакция 0.58

Анализ показал, что все три призера на дистанции 200м на спине показали высокие результаты на более коротких дистанциях, 50и 100м на спине. Это говорит о важности скоростных способностей для успешности выступления на дистанции 200 метров, что и продемонстрировали Евгений и Райан на последнем чемпионате мира 2019 года в Кванджу.

Выводы. Анализ прохождения лидерами мирового плавания дистанции 200 метров на спине показывает, что успешность выступления отражается в показателях: дистанционная скорость по отрезкам, подводная часть дистанции (выходы) и соотношение темпа и длины гребка (шага). Наибольшая дистанционная скорость достигается при темпе 41-42 цикла в минуту на протяжении всей дистанции и длины гребка (цикла) в пределах 2.50-2.55м., которая должна поддерживаться на одном уровне, без резких колебаний, с сохранением ритма на протяжении всей дистанции. Такой показатель, как подводная часть дистанции является одним из важных компонентов успешности выступления на мировом уровне. Количество подводных ударов и абсолютная стабильность их выполнения в рамках действующих правил, позволило спортсмену образовать существенное преимущество над соперниками и завоевать золото чемпионата мира.

Список литературы

1. Липский, Е. В. Структура соревновательной деятельности пловцов вольного стиля : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Е. В. Липский. – Москва, 1999. – 132 с.
2. Петряев, А. В. Сравнительный анализ соревновательной деятельности лидеров мирового плавания (дистанция 200 м баттерфляй, мужчины) / А. В. Петряев ; под общ. ред. А. В. Петряева // Плавание. – Санкт-Петербург : «Плавин», 2007. – Т. 4. – С. 55–58.
3. Мироненко, Е. Н. Оптимизация темпа и длины шага в спортивных способах плавания / Е. Н. Мироненко, В. Б. Антипин // ОНВ. – 2015. – № 5 (142). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/optimizatsiya-tempa-i-dliny-shaga-v-sportivnyh-sposobah-plavaniya> (дата обращения: 31.03.2021).

КЛАССИФИКАЦИЯ АКРОБАТИЧЕСКИХ ВЫБРОСОВ В ПРОИЗВОЛЬНЫХ ГРУППОВЫХ ПРОГРАММАХ СИНХРОНИСТОК СРЕДНЕЙ ВОЗРАСТНОЙ КАТЕГОРИИ

Курцебо К.Р., магистрант 91103М гр.

Лех Я.А., ст. преподаватель

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия*

Актуальность. Синхронное плавание – многофункциональный вид спорта. Помимо общей и специальной подготовки, спортсменки занимаются хореографией, прыжками в воду, гимнастикой и акробатикой. Акробатическая подготовка в современном синхронном плавании играет очень важную роль, так как с недавних пор в программу соревнований была включена акробатическая группа или хайлайт. Но и вне акробатической группы лидеры в этом виде спорта выполняют сложнейшие выбросы и поддержки, которые стали хорошо оцениваться. Проведя анализы видеофайлов крупных Первенств России, Чемпионатов Мира и Европы за 2019-2021 год, мы сделали вывод, что чаще выполняются именно выбросы. Поэтому актуальной является классификация выбросов, выполняемых спортсменками средней возрастной категории.

Цель исследования. Разбить на группы и классифицировать акробатические выбросы в произвольных групповых программах синхронисток средней возрастной категории для упрощения дальнейшей работы по акробатической подготовке.

Результаты исследования и их обсуждение

Ранее мы разделяли акробатические выбросы на два вида:

- бросок выполняется с плеч/рук/ног средней, которую, в свою очередь, толкают нижние;

- бросок выполняется непосредственно нижними.

В первом случае часто выполняется сначала поддержка, затем уход под воду и выброс. Выбросы, выполняемые с плеч/рук/ног средней, обычно ниже по высоте, а элементы, выполняемые верхней, проще – без сальто и темповых переворотов:

- при выталкивании с плеч обычно выполняется прыжок с махом в шпагат, либо с вращением и хореографическими движениями;

- с рук выбрасывают верхнюю из стоек на руках или плечах – это обычно невысокие выбросы «с головы на ноги», то есть верхняя вылетает ногами вверх, в фазе полета меняет положение тела на 90-180° и приземляется ногами в воду;

- с ног средней чаще всего те же несложные выбросы, что и с рук.

Так как для толчка в подобных выбросах нужны лишь плечи/руки/ноги средней, некоторые выполняют выбросы двумя-четырьмя парами – высота в таких выбросах обычно очень маленькая, поэтому многие даже не засчитывают эти элементы как выбросы.

Во втором случае выбросы, как правило, выше. Этот вариант чаще всего выбирают для первого выброса – самого сложного и зрелищного.

Нижние сцепляют руки хватом «решетка», последующие нижние держат главную пару за талию и помогают им вытолкнуть себя и верхнюю еще выше. Также есть один или два человека под верхней – одна спортсменка упирается в «решетку» руками или ногами, вторая не дает первой сильно уходить под воду. Обычно при толчке ногами выброс получается выше.

В подобных выбросах спортсменки выполняют сложнейшие элементы: выбросы в шпагатах, махи с поворотами, сложные вращения, сальто:

- в группировке,
- согнувшись (углом),
- прогнувшись (бланш),
- темповое (тоже, что и бланш, но с меньшей амплитудой работы рук),
- внутреннее (сальто крутится вперед, но толчок выполняется назад, то есть спиной),

- двойное/тройное (не пользуются популярностью, потому что не всегда высота позволяет докрутить два или три сальто, а при «недокрученном» элементе приземление выглядит не зрелищно),

- стрекосат (сальто в группировке назад, но толчок выполняется вперед),

- овербах (стрекосат прогнувшись),

- в кольце,

- боковое,

- пируэт (винтовое сальто прогнувшись – спортсменка крутится не только через голову, но и вокруг своей оси).

Отрабатываются данные элементы на акробатической дорожке и батуте. Подготовка нижних включает в себя работу на ковре и дорожке, броски с утяжелителями, перебросы и ловлю грифа.

Также и без того сложные выбросы с сальто усложняют хореографическими махами, движениями рук, добавляют развороты, поддержки перед выбросом.

Пользуясь этим способом, проще выполнять двойные выбросы, потому что даже просто две спортсменки в «решетке», могут спокойно выбросить верхнюю без дополнительной помощи.

Существуют также выбросы из шпагата, к примеру. Верхнюю поднимают за голени и страхуют под руки, далее ей резко сводят ноги, а она при этом толкается и в фазе полета собирает ноги/вращается и выполняет эффектный вход в воду.

Выводы. Классификация выбросов и элементов, а также краткое описание упрощают работу тренерского состава, так как во многих школах нет специалистов по акробатике, прыжкам в воду или спортивной гимнастике.

Список литературы

1. Белохвостов, Б. Н. Вольтижная акробатика : учебно-методическое пособие / Б. Н. Белохвостов. – Москва : СИНТЕГ, 2012. – 304 с.

2. Болобан, В. Н. Координационная тренировка спортсменов с использованием прыжковых упражнений на батуте / В. Н. Болобан, И. А. Терещенко, А. П. Оцупок, С. В. Крупеня, Т. М. Левчук [и др.] // Наука в олимпийском спорте. – Киев : Национальный университет физического воспитания и спорта Украины, 2016. – № 4. – С. 85-94.

3. Горячева, Н. Л. Физическая подготовка акробатов : учебно-методическое пособие / Н. Л. Горячева. – Волгоград : ФГБОУ ВО «ВГАФК», 2019. – 160 с.

4. Курочкина, А. В. Особенности техники отталкивания в прыжках с вращениями / А. В. Курочкина, Л. В. Жигайлова // Физическая культура, спорт и здоровье. – 2019. – № 33. – С. 142-146.

5. Саносян, Х. А. Особенности выполнения акробатических элементов в различных видах спорта / Х. А. Саносян, Э. А. Даниелян // Influence of knowledge and public practice on the development of creative potential and personal success in life. – London : International academy of sciences and higher education, 2016. – С. 16-18.

КОРРЕКЦИЯ ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ПЛОВЦОВ МЕТОДОМ БИОЛОГИЧЕСКОЙ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

Лебедев И.М., студент 20103М гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.н.п., доцент Васильева И.А.*

Актуальность. Функциональное состояние спортсмена зависит от множества факторов, но одним из главных показателей функциональных возможностей спортсмена является его психическое состояние. Спортсмен, который находится на каком-либо из этапов своей многолетней спортивной подготовки, всегда испытывает очень сильное психологическое напряжение, а выступление на соревнованиях сопровождается такими психологическими синдромами, как – волнение, страх, увеличение реакции на внешние раздражители. Изнурительным является и сам тренировочный прогресс, который требует от атлета полной отдачи для достижения высших результатов. Основными показателями функционирования центральной нервной системы являются ее психофизиологические характеристики, скорость реакции, параметры возбуждения и торможения. На сегодняшний день существует множество методик коррекции психофизиологического состояния спортсмена, и одним из таких методов является биологическая обратная связь (БОС) [1].

Внедрение метода БОС-терапии в тренировочную деятельность позволяет спортсмену повысить чувствительность своих ощущений, точность самооценки уровня и динамики физиологических сдвигов, улучшить мышечное восприятие, моторную память и координацию движений. Метод БОС используется при обучении различным приемам саморегулирующей тренировки, приемам релаксации, повышению физической кондиции, реабилитации после травм. Имеются специализированные БОС-процедуры с применением моделей стрессогенных воздействий, направленные на умение контролировать собственные эмоции на соматическое напряжение, что используется в качестве антистрессовой терапии и обучения навыкам стрессоустойчивости [2]. Важнейшей особенностью БОС-терапии является полное отсутствие химического или физического влияния на организм спортсмена извне, что положительно сказывается на отношении к данному методу в профессиональном спорте.

Цель исследования. Определить влияние метода биологической обратной связи на психофизиологические показатели пловцов.

Результаты исследования и их обсуждение. Исследование проводилось в Учебно-научном центре технологий подготовки спортивного резерва на базе Поволжской государственной академии физической культуры, спорта и туризма в г. Казани. В эксперименте приняли участие спортсмены члены сборной команды по плаванию Поволжской Академии в количестве 17 человек, 6 девушек и 11 юношей. Исследование проводилось в соревновательный период подготовки спортсменов. Тесты проводились при помощи аппаратуры «НС-ПСИХОТЕСТ СПОРТ» и прибора полноценного зрительного тестирования «зрительно-моторный анализатор (ЗМА)». Для определения состояния функционирования центральной нервной системы спортсменов измерялись показатели: простой зрительно-моторной реакции (ПЗМР), оценки внимания (ОВ) и помехоустойчивости (ПУ).

После прохождения тестирования из общего количества испытуемых было выбрано 11 пловцов с показателями, указывающими на снижение функциональной деятельности центральной нервной системы. У 6 человек снижение функций центральной нервной системы не наблюдались. Спортсмены с признаками угнетения функций ЦНС были разделены на две группы: экспериментальная и контрольная. Спортсменам экспериментальной группы было предложено пройти три процедуры БОС-терапии, которые проводились при помощи психофизиологического телеметрического устройства «Реакор-т» и электроэнцефалограф-регистратора «ЭЭГР-19/266».

После проведения применения процедур биологической обратной связи было проведено повторное тестирование контрольной и экспериментальной групп. Было выявлено, что в конце эксперимента в контрольной группе показатель простой зрительно-моторной реакции был равен $202,16 \pm 7,72$ мс, а в экспериментальной группе – $196,96 \pm 7,14$ мс, но эти различия не несут значимого характера ($p > 0,05$). В тесте оценки внимания были выявлены значимые различия между экспериментальной и контрольной группой. В контрольной группе у спортсменов данный показатель составил $289,62 \pm 2,75$ мс, в экспериментальной $277,50 \pm 3,64$ мс ($p < 0,01$). В тесте на помехоустойчивость также были выявлены значимые различия между пловцами контрольной и экспериментальной групп. Контрольная группа показала результат $334,24 \pm 6,84$ мс, экспериментальная $326,24 \pm 4,87$ мс ($p < 0,05$) (табл.1). Разница по представленным показателям между контрольной и экспериментальной группами в каждом из проведенных тестов в конце эксперимента соответственно имела: 5,2 мс, 12,12 мс и 8мс (Таблица 1).

Таблица 1 – Результаты тестирования после процедур биологической обратной связи

	Контрольная группа ($\bar{x} \pm \sigma$)	Экспериментальная группа ($\bar{x} \pm \sigma$)	p
Простая зрительно-моторная реакция (ПЗМР) (мс)	$202,16 \pm 7,72$	$196,96 \pm 7,14$	$p > 0,05$
Оценка внимания (ОВ) (мс)	$289,62 \pm 2,75$	$277,50 \pm 3,64$	$p < 0,01$
Помехоустойчивость (ПУ) (мс)	$334,24 \pm 6,84$	$326,24 \pm 4,87$	$p < 0,05$

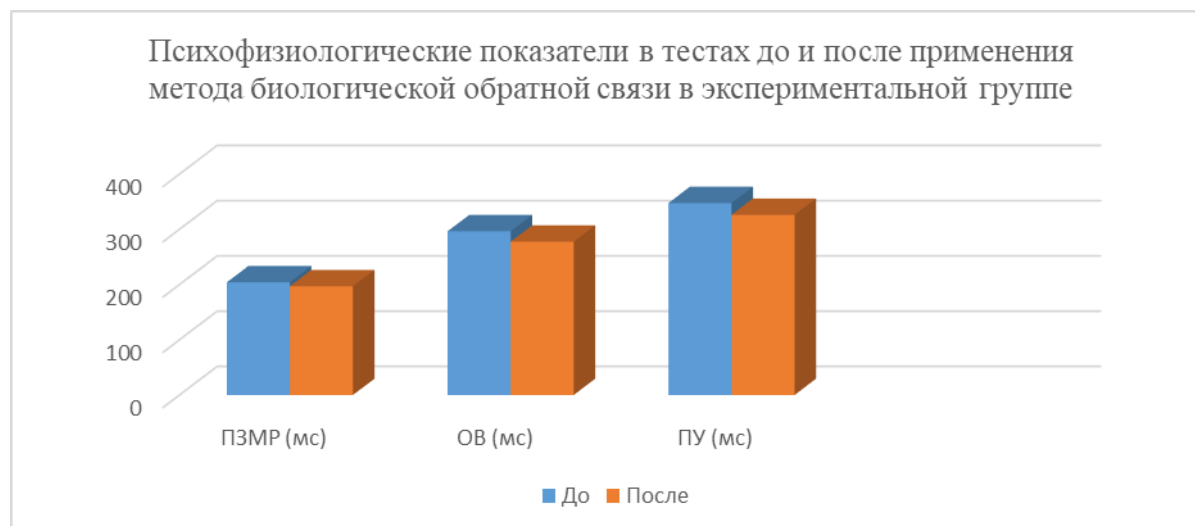


Рисунок 1 – Психофизиологические показатели в тестах до и после применения метода биологической обратной связи в экспериментальной группе

В результате анализа показателей психофизиологического состояния спортсменов при применении метода биологической обратной связи было выявлено значимое улучшение показателей оценки внимания (6.3%) и помехоустойчивости (6.1%). Показатель же простой моторной реакции имел незначительное снижение и составил 3.5% (Рисунок 1).

Выводы. Исходя из полученных данных, можно констатировать эффективность применения метода биологической обратной связи в подготовке пловцов к соревновательной деятельности и рекомендовать его в работе спортивного тренера.

Список литературы

1. Иссурин, В. Б. Подготовка спортсменов XXI века. Научные основы и построение тренировки / В. Б. Иссурин. – Москва : Спорт, 2019. – 464 с.
2. Иссурин, В. Б. Научное и методическое обеспечение подготовки квалифицированных спортсменов / В. Б. Иссурин, В. И. Лях. – Москва : Спорт, 2020. – 176 с.
3. Илюхина, В. М. Психофизиология функциональных состояний и познавательной деятельности / В. М. Илюхина. – Санкт-Петербург : Н-Л, 2.

ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ СИЛОВЫХ СПОСОБНОСТЕЙ СИНХРОНИСТОК 10-11 ЛЕТ

*Микрюкова А.Е., студент 71114 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Золотова Е.А.*

Актуальность. Синхронное плавание – активно развивающийся вид спорта. Он включен в программу Олимпийских игр и запоминается своей зрелищностью, сложностью программ и красочностью выступлений. Постоянный приток юных спортсменов в секцию синхронного плавания убеждает, что этот вид спорта отвечает стремлению не только девочек и девушек, но и мальчиков и юношей к физическому совершенствованию и гармоничному развитию [1]. Овладевая техникой синхронного плавания, занимающиеся получают разностороннюю спортивную подготовку, а также обучаются элементам спортивного плавания, хореографии, художественной гимнастики, акробатики.

Современное синхронное плавание требует выполнения сложных элементов, так как это является критерием для получения высоких оценок за выступление. Многие фигуры обязательной и технической программ требуют от спортсменки выполнение и удержание статических положений, связанных с высокими проявлениями силы [2]. В связи с этим на этапе спортивной специализации необходимо уделять внимание развитию силовых способностей синхронисток. Данное обстоятельство обуславливает актуальность нашего исследования.

Цель исследования – изучить уровень развития силовых способностей синхронисток 10-11 лет в течение учебного года.

Результаты исследования и их обсуждение. Для определения уровня развития силовых способностей синхронисток 10-11 лет на начальном этапе исследования нами были изучены следующие показатели: «подтягивание из вися», «сгибание и разгибание рук в упоре лежа», «поднимание туловища из положения лежа», «подъем ног из вися», «динамометрия» (Таблица 1).

Таблица 1 – Уровень развития силовых способностей синхронисток 10-11 лет на начальном этапе исследования

Показатели/Статист. данные	$\bar{X} \pm S_x$	Норма	t_p	$t_{кр}$
1. Подтягивание из вися, кол-во раз	2,2±3,4	5	1,2	2,1
2. Сгибание и разгибание рук в упоре лежа, кол-во раз	12,5±2,2	10	1,8	2,1
3. Прыжок в длину, см	153,3±2,8	150	1,7	2,1
4. Подъем ног из вися, кол-во раз	4,2±2,1	2	2,2	2,1
5. Динамометрия (пр/лев), кг	12,8±1,8/ 10,4±1,4	10-17	1,6/0,8	2,1

В конце учебного года нами была прослежена динамика развития силовых способностей синхронисток 10-11 лет (Таблица 2).

Таблица 2 – Динамика развития силовых способностей синхронисток 10-11 лет в период эксперимента

Показатели/Статист. данные	Хср±Sx		t _p	t _{кр}
	До	После		
1. Подтягивание из виса, кол-во раз	2,2±3,4	3,0±2,6	2,4	2,1
2. Сгибание и разгибание рук в упоре лежа, кол-во раз	12,5±2,2	16,2±1,5	2,1	2,1
3. Прыжок в длину, см	153,3±2,8	168,8±1,8	1,8	2,1
4. Подъем ног из виса, кол-во раз	4,2±2,1	4,5±2,8	0,8	2,1
5. Динамометрия (пр/лев), кг	12,8±1,8/ 10,4±1,4	13,0±1,6/ 10,8±2,1	1,4/0,6	2,1

За период исследования выявлена положительная динамика в развитии силовых способностей у синхронисток 10-11 лет во всех изучаемых показателях. Однако достоверные изменения наблюдаются только в двух показателях из пяти: в развитии силовой выносливости в тесте «Подтягивание из виса» и в тесте «Сгибание и разгибание рук в упоре лежа» ($t_p > t_{кр}$ при $p = 0,05$).

Нами были определены темпы прироста исследуемых показателей за время проведения эксперимента. Так, достоверный прирост выявлен в показателях развития силовой выносливости в тесте «Подтягивание из виса» – 30,7% и в тесте «Сгибание и разгибание рук в упоре лежа» – 25,8% ($t_p > t_{кр}$ при $p = 0,05$).

Выводы. Таким образом, проведенное исследование выявило отставание в развитии скоростно-силовых способностей, силовой выносливости в тесте «Подъем ног в висе» и абсолютной силы в тесте «Динамометрия» у синхронисток 10-11 лет. В связи с этим требуется включение в тренировочный процесс дополнительных средств для развития отстающих силовых способностей синхронисток 10-11 лет. Это необходимо для увеличения итоговых оценок за выступления спортсменок за счет улучшения техники выполнения элементов.

Список литературы

1. Максимова, М. Н. Синхронное плавание: примерная программа спортивной подготовки для ДЮСШ, СДЮШОР / М. Н. Максимова. – Москва : Советский спорт, 2007. – 197 с.
2. Фоменко, А. В. Акробатика в физическом воспитании школьников младшего возраста / А. В. Фоменко // Молодежь XXI века : образование, наука, инновации : материалы VII Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием ; под общ. ред. И. В. Молдовановой. – Новосибирск : НГПУ, 2018. – С. 32 – 34.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ НА ЭТАПЕ ВЫСШЕГО СПОРТИВНОГО МАСТЕРСТВА В СИНХРОННОМ ПЛАВАНИИ

*Митрофанова Т.А., магистрант 20103М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Золотова Е.А.*

Актуальность. В синхронном плавании, где большая часть работы связана с задержкой дыхания, затраты энергии во многом определяются эффективностью техники. Специфичность технической подготовки в синхронном плавании заключается в том, что спортсменки должны овладеть не только отточенной техникой фигур, элементов и соединений, достичь легкости и непринужденности их исполнения, но и приобрести умение выполнять эти движения в определенном темпе и ритме, с различной силой и мощностью, точной геометрией, хорошей высотой, определенной или максимальной задержкой дыхания, четко и выразительно.

Большое мастерство позволяет добиться на соревнованиях стабильности исполнения всех фигур серии, определенных жеребьевкой, тем более что фигуры различны по своей пространственной координации. Особую трудность исполнения в программах представляют винтовые и вращательные движения. Но, к сожалению, спортсменки, овладев эффективной техникой гребков, не всегда стабильно их воспроизводят. Поэтому, чем лучше освоено движение, чем выше устойчивость и эффективность техники, тем прочнее совершенство двигательного навыка. Таким образом, огромную роль играет уровень технической подготовленности, которую можно приобрести в результате длительных и систематических занятий [2, 4].

Цель исследования состоит в теоретическом разборе средств и методов совершенствования технической подготовки синхронисток на этапе высшего спортивного мастерства.

Результаты исследования и их обсуждение. Совершенствование двигательного навыка у синхронисток приходится на этап высшего спортивного мастерства, который является завершающим этапом спортивной подготовки синхронисток. Данный этап характеризуется достижением высоких спортивных результатов. Для синхронисток, занимающихся на данном этапе, присущ максимальный уровень функциональной подготовки, технического мастерства и мотивации к занятиям избранным видом спорта.

Техническая подготовка направлена на овладение техникой избранного вида спорта и подразделяется на общую и специальную. Общая техническая подготовка направлена на овладение разнообразными двигательными умениями и навыками, необходимыми в спортивной деятельности. Основная функция специальной технической подготовки – совершенствование элементов техники соревновательного упражнения.

В синхронном плавании при совершенствовании технической подготовки на этапе высшего спортивного мастерства применяются различные общепедагогические методы, такие, как: словесные и наглядные. А также практические методы: метод строго регламентированного упражнения (переменного, стандартно-повторного упражнения, комбинированные методы упражнений), соревновательный.

Задачу обеспечения надежности реализации технических элементов во время выступлений в условиях соревнований на этапе высшего спортивного мастерства решают использованием в тренировочном процессе различных средств. При совершенствовании элементов техники синхронного плавания применяются специально-подготовительные упражнения, соревновательные упражнения, а также тренировочные формы соревновательных упражнений. Также включаются сложнокоординационные двигательные действия, в том числе многократные винты и вращения, повороты в различные стороны и в

наклонных плоскостях, выталкивания из воды с последующей остановкой на «высоте», темповые дорожки ногами.

1. При многочисленных повторениях двигательного действия происходит автоматизация основных элементов их координационной структуры. Движение становится навыком, когда возможно его выполнение без особого участия мозговой деятельности. При этом движение становится произвольным и сознательным, а бессознательным (автоматическим) движением. Следовательно, степень владения техникой характеризуется высокой надежностью.

Немаловажную роль в синхронном плавании играет синхронизация двигательных действий в групповой композиции. К синхронисткам предъявляются высокие требования к одновременности и параллельности выполнения технических элементов, при этом сохраняя одинаковые дистанции и интервалы, выполняя равное количество вращений и равенство углов поворота. Синхронистки должны выполнять соревновательную программу с единой амплитудой движения с сохранностью фазового соотношения между сменой ритма и темпа музыки в течение всей композиции. Вместе с тем спортсменкам необходимо соблюдение точной и одинаковой постановки и траектории движения корпуса, рук, ног и головы, и сохранение одновременности выполнения выпрыгиваний и вращательных движений как в статическом режиме, так и в динамическом, т.е. при переходе из одной позиции в другую [1].

Стоит отметить, что устойчивость технических двигательных действий взаимозависимо от ряда причин таких, как: состояние психических процессов, состояние вестибулярного аппарата и функциональных систем, внешние условия соревновательной и тренировочной деятельности, от структуры построения программы – насыщенности композиции сложными элементами, надежности и последовательности их соединения. Так, отмечают, что для высококвалифицированных синхронисток в условиях соревнований характерно незначительное волнение, а больше присуще волнения из-за личных обстоятельств, которые в тоже время могут быть причиной неблагоприятного результата.

Так, К.С. Пигида считает, что формирование самоконтроля в технике при выполнении элементов различных фигур у синхронисток является важной задачей. Высококвалифицированным синхронисткам присуще повышенное внимание к качеству технических приемов, которые влияют на оценку экспертов. Но все же необходимо вооружение спортсменок большим объемом знаний по критериям судейства соревновательных выступлений. Это позволит им правильному определению «стоимости» того или иного нарушения техники и более точной оценке своего исполнения [3].

Выводы. На этапе высшего спортивного мастерства для технической подготовленности синхронисток характерна сложность и красота движений, выразительность их выполнения в соревновательной программе, так как этими характеристиками определяется уровень спортивного результата. Синхронное плавание характеризуется объемом и разнообразием элементов техники, включающие в себя большое количество и разные по степени фигуры, специальные передвижения, винтовые, вращательные движения, выпрыгивания, выталкивания и др., следовательно, повышенная сложность предъявляет высокие требования к технической подготовке синхронисток на этапе высшего спортивного мастерства.

Список литературы

1. Боголюбова, М. С. Многолетняя спортивная подготовка в синхронном плавании: учебное пособие / М. С. Боголюбова, Г. В. Максимова. – Москва : Советский спорт, 2010. – 142 с.
2. Моисеева, О. А. Критерии оценки технического мастерства в синхронном плавании / О. А. Моисеева, А. И. Коваленко, А. В. Гаранжа // Теория и практика физической культуры. – 2020. – № 3. – С. 26-27.
3. Пигида, К. С. Определение ключевых элементов для формирования самоконтроля в горизонтальных позициях синхронного плавания. – Текст электронный / К. С. Пигида // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2017. – № 5 (147). – С. 139-144.
4. Фискалов, В. Д. Теоретико-методические аспекты практики спорта: учебное пособие / В. Д. Фискалов, В. П. Черкашин. – Москва : Спорт-Человек, 2016. – 352 с.

ВЛИЯНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ ПЛАВАНИЕМ НА СКОРОСТНО-СИЛОВЫЕ КАЧЕСТВА И ГИБКОСТЬ ДОШКОЛЬНИКОВ

*Сайфутдинова Д.Р., студент 491 гр.
Набережночелнинский государственный
педагогический университет, г. Набережные Челны, Россия
Научный руководитель – к.п.н., ст. преподаватель Гильмутдинов И.Ф.*

Актуальность. В последние годы, наряду с другими проблемами, является особенно актуальным физическое воспитание детей. Возросшие и увеличившиеся за последние годы требования программы детских садов, изменившиеся условия жизни способствуют гипокинезии – пониженной двигательной активности. Гипокинезия приводит к слабости мышц, связок, костного аппарата, плохому физическому развитию, нарушению функций нервной системы. Единственно верный путь противодействия этому влиянию – правильная организация физического воспитания с раннего возраста, а также у дошкольников.

В соответствии с социально-экономическими особенностями современного общества целью физического воспитания во всех учебных учреждениях, детских садах является содействие гармоничному формированию всесторонне развитой личности. Основным средством для достижения этой цели является изучение детьми основ личной физической культуры, под которой понимается определенное количество знаний, умений, навыков и потребностей, оптимальный уровень здоровья, физического развития, разностороннее развитие двигательных (координационных и кондиционных) способностей, умения осуществлять собственно двигательную, физкультурно-оздоровительную и спортивную деятельность. Также правильное физическое воспитание ребенка немислимо без плавания, которое оказывает положительное воздействие на развитие всего детского организма. Занятия плаванием устраняют нарушения осанки, плоскостопие, гармонично развивают почти все группы мышц – особенно плечевого пояса, рук, груди, живота, спины и ног. Плавание отлично тренирует деятельность сердечно-сосудистой и дыхательной систем [1].

При этом необходима целенаправленная работа с детьми по воспитанию ценностного отношения на физическое и духовное развитие личности, здоровый образ жизни, формирование потребности и желаний к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом, развитие волевых и нравственных качеств.

Основное средство изучения физической культуры – формирование у дошкольников основ и ценностей физического воспитания и физической культуры, то есть объективно необходимого и обязательного для каждого ребенка уровня физической культуры, без которого невозможно в будущем эффективно осуществлять свою жизнедеятельность в школе и в будущей взрослой жизни.

Учитывая индивидуальные особенности ребенка, тренер, исходя из предпочтений родителей, выбирает форму обучения плавания, поэтому на сегодняшний день стоит вопрос о выборе групповых или индивидуальных учебных занятий [1].

При изучении эффективности различных видов обучения плаванию нами была поставлена следующая гипотеза исследования: предполагается, что индивидуальные занятия плаванием оказывают благоприятное воздействие на развитие скоростно-силовых качеств и гибкости дошкольников.

Цель исследования – выявить эффективность применения индивидуальных занятий плаванием в развитии скоростно – силовых качеств и гибкости у дошкольников.

Результаты исследования и их обсуждение. Исследование показателей физической подготовленности дошкольников проводилось по показателям физических качеств. Нормативы были взяты из Федерального Стандарта спортивной подготовки по плаванию [2]. Развиваемые физические качества:

1. скоростно – силовые качества (бросок гранаты; бег 30 м.);
2. гибкость (выкрут прямых рук вперед-назад; наклон вперед, стоя на возвышении).

Результаты проведения тестирования дошкольников приведены в приложении, отображены в Таблицах 1 и 2.

Таблица 1 – Показатели скоростно-силовых качеств и гибкости у дошкольников в начале эксперимента

Тесты \ Группа	Экспериментальная группа	Контрольная группа	Разница
Бег 30м, с	9,70±0,05	10,50±0,07	0,8
Бросок гранаты, м	5,60±0,07	5,20±0,05	0,4
Выкрут прямых рук вперед-назад, см	105,0±7,0	125,00±10,5	20
Наклон вперед, стоя на возвышении, см	7,70±0,5	9,70±0,41	1,9

Результаты физической подготовки дошкольников в начале эксперимента были следующими: экспериментальная группа – «Бег 30м» – 9,70±0,05 с, контрольная – результат контрольной группы 10,50±0,07 с. «Бросок гранаты» у экспериментальной группы – 5,60±0,07 метров, следовательно у контрольной – 5,20±0,05 метров; В упражнении «Выкрут прямых рук вперед-назад» у обучающихся экспериментальной группы показатель равнялся 105,00±7,00 см, а у контрольной группы – 125,00±10,50 см. В «Наклоне вперед, стоя на возвышении» средний результат обучающихся экспериментальной группы равнялся – 7,70±0,50 см, результат контрольной группы – 9,70±0,41 см.

Таблица 2 – Показатели скоростно-силовых качеств и гибкости у дошкольников в конце эксперимента

Тесты \ Группа	Экспериментальная группа	Контрольная группа	Разница
Бег 30м, с	8,90±0,05	9,80±0,07	0,9
Бросок гранаты, м	6,00±0,07	5,40±0,05	0,6
Выкрут прямых рук вперед-назад, см	75,00±7,00	113,00±10,5	38
Наклон вперед, стоя на возвышении, см	6,90±0,50	8,90±0,41	2,0

Итак, результаты физической подготовки дошкольников в конце эксперимента были следующими: экспериментальная группа – «Бег 30 м» – 8,90±0,05 с, результат контрольной группы – 9,80±0,07 с. «Бросок гранаты» у экспериментальной группы – 6,00±0,07 метров, следовательно у контрольной – 5,4±0,05 метров; В упражнении «Выкрут прямых рук вперед-назад» у обучающихся экспериментальной группы показатель равнялся 75,00±7,00 см, а у контрольной группы – 113±10,5 см. В «Наклоне вперед, стоя на возвышении» средний результат обучающихся экспериментальной группы равнялся – 6,9±0,5 см, результат контрольной группы – 8,9±0,41 см.

Анализируя результаты исследования физической подготовленности обучающихся, нами выявлено, что все показатели дошкольников экспериментальной группы лучше показателей дошкольников контрольной группы. Результаты исследования выявили, что во всех группах наблюдается абсолютный прирост показателей, однако в экспериментальной группе у обучающихся он отмечен больше. Индивидуальное плавание оказало большее влияние на физическую подготовленность дошкольников, их показатели физических качеств выше, чем у обучающихся в группе. Это подтверждает преимущества индивидуального плавания, его особенности и большие возможности.

Помимо тестирования физических качеств проводились плавательные тесты на дистанции 25 м вольным стилем и 25 м кролем на спине. Результаты дистанций показаны в Таблице 3.

Таблица 3 – Показатели скоростных способностей дошкольников за время эксперимента

Дистанции	Экспериментальная группа		Контрольная группа		Разница м/у КГ и ЭГ	
	до	после	до	после	до	после
25 м в/с	45,6 с	36,2 с	49,8 с	45,6 с	4,2 с	9,4 с
25 м н/сп	52,4 с	40,4 с	57,5 с	51,5 с	5,1 с	11,1 с

На основании тестирования видно среднее время у занимающихся экспериментальной группы – 25 м в/с – 45,6 с, 25 м н/сп – 52,4 с. Результаты контрольной группы: 25 м в/с – 52,4 с, 25 м н/сп – 57,5 с. Проведя анализ, мы видим следующие результаты ЭГ: 25 м в/с 36,2 с, 25 м н/сп – 40,4 с. Время обучающихся КГ: 25 м в/с – 45,6 с, 25 м н/сп – 51,5 с.

Время дистанции заметно улучшилось у экспериментальной группы. У контрольной группы так же видны улучшения в результатах, но не так выражено, как у экспериментальной. По таблице видно, насколько высокое время было на начале эксперимента. Далее дети начали заниматься плаванием индивидуально, и результаты возросли за короткий промежуток, улучшилось (уменьшилось) время. Занятия принесли большой эффект дошкольникам. Разница времени на дистанции 25 м в/с составила 9,4 с, на дистанции 25 м н/сп – 12 с. Соответственно улучшить результаты помогла хорошая физическая подготовленность, которую дети нарабатывали за время индивидуальных тренировок.

При анализе результатов контрольной группы виден небольшой прирост в результатах. Дети продолжили заниматься плаванием в группе и результаты не так сильно возросли за этот период времени. Занятия в группе не принесли должного эффекта, ведь внимание тренера рассеивается на большое количество занимающихся детей. Тренер физически не успевает отследить работу каждого ребенка, найти к нему индивидуальный подход и психологически подготовить к тренировке. Разница в секундах на дистанции 25 м в/с составила 3,2 с, на дистанции 25 м н/сп – 6 с ровно. Большое влияние на результат имеет физическая подготовленность ребенка. Чем она выше, тем лучше результат в воде.

Выводы. Проведя экспериментальную работу, мы видим следующий результат. Индивидуальное плавание оказало большее влияние на физическую подготовленность дошкольников, их показатели физических качеств выше, чем у обучающихся в группе. У детей, занимающихся плаванием индивидуально, заметно повысились показатели гибкости и скоростно-силовые качества. В связи с этим улучшились результаты и в самом плавании. Нельзя сказать, что в показателях физических качеств у детей, занимающихся в группе, нет прогресса. Есть улучшение результатов, но следует отметить, что в индивидуальном плавании они намного выше, чем в групповом.

Список литературы

1. Кононова, Е. А. Плавание. Библия тренера / Е. А. Кононова. – Москва : Эксмо, 2014. – 416 с.
2. Федеральный стандарт спортивной подготовки по виду спорта плавание (приказ Министерства спорта РФ от 19.01.2018 г. № 41). – Москва, 2018. – 16 с.

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТЕХНИКИ СТАРТА ПРИ ПЛАВАНИИ КРОЛЕМ НА СПИНЕ

*Сергеева Д.А., студент 71107 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Васильева И.А.*

Актуальность. Старт в спортивном плавании является одним из элементов соревновательной деятельности пловца. Техника выполнения данного элемента в плавании имеет достаточно длительный эволюционный период, который находится в постоянном поиске оптимальных решений его исполнения.

Значимость старта во влиянии на спортивный результат зависит от длины дистанции. Чем короче дистанция, тем больший вклад имеет качество выполнения старта: на 25-метровом отрезке старт занимает примерно 25% общего времени преодоления; на 50-метровом – 10% [1]. В спортивном плавании старты делятся на старты, выполняемые с тумбы и из воды. Старт с тумбы выполняется в способах плавания баттерфляй, кроль на груди и брасс. Со старта из воды начинается дистанция способом кроль на спине. Для современного старта на спине используется специальная платформа (подвеска), которая прикрепляется к тумбе с возможностью индивидуальной регулировки. Это техническое введение стали применять на соревнованиях по плаванию с 2013 года [3].

Вводить отдельный старт для спортсменов, плывущих способом кроль на спине, стали с середины прошлого века. Тогда посчитали целесообразным и более оптимальным данный вариант старта для пловцов, соревнующихся в дисциплинах «на спине». Спортсмены получили возможность не менять положение тела в фазе полета или в фазе входа в воду. Первые старты на спине выглядели как простое падение на воду спиной, но уже это упрощало атлетам задачу [2]. Постепенно в старт начали вносить изменения, экспериментировать с различными положениями тела в определенных фазах стартовых движений. Эволюцию этих изменений можно проследить на протяжении всего периода становления современной модели техники выполнения старта на спине. Последним ключевым моментом в этом принадлежит введение такого технического элемента в конструкцию стартового блока, как специальная платформа для «спинистов» [3].

Благодаря платформе при отталкивании от стенки бассейна значительно снижается риск соскальзывания ног спортсмена, т.е. срыва старта. Данная стабилизация положения тела привела к тому, что совершенствование стартовой техники приняло направление более акцентированного развития физических качеств: силы и скорости, что также привело и к изменениям кинематических характеристик старта [4].

Цель исследования: провести анализ и выявить отличия в технике выполнения старта в плавании на спине в период с Олимпийских игр 2012 года по сегодняшний день.

Результаты исследования и их обсуждение. Для проведения исследования динамики изменений в технике старта в плавании кролем на спине был проведен видеоанализ финальных заплывов дистанции 100 метров на спине на Олимпийских играх 2012 года в Лондоне, Олимпийских играх 2016 года в Рио-де-Жанейро и заплывов на Чемпионате мира в 2019 года в Гванджу. На соревнованиях в 2012 году стартовая платформа для дистанций кроль на спине не использовалась.

Анализировались временные показатели: фазы отрыва рук – момент отрыва рук от стартового поручня после подачи стартового сигнала; фазы отрыва ног от стенки бассейна, фазы полета – с момента отрыва ног до касания руками воды, фазы входа в воду – от касания руками воды до полного погружения. Также рассматривался угол входа тела в воду, после фазы полета (Рисунок 1) и длительность прохождения 5-метрового отрезка после погружения пловца в воду.

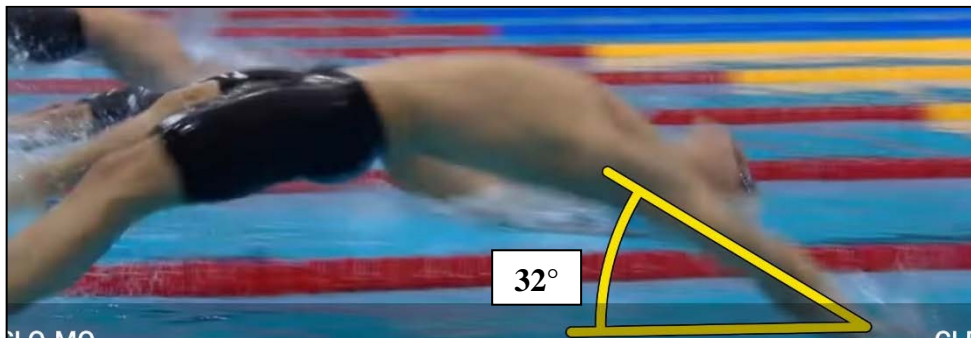


Рисунок 1 – Старт на спине без стартовой платформы, Олимпийские игры, Лондон 2012



Рисунок 2 – Старт на спине с платформы, Олимпийские Игры, Рио-де-Жанейро 2016

В результате анализа было выявлено, что скорость фазы отрыва рук от стартового поручня после подачи стартового сигнала существенно не отличается, но замечена тенденция к увеличению на 4,2 %. Длительность фазы отрыва ног от стенки бассейна у спортсменов, выполняющих с модифицированного блока, сократилось на 3,3 %. Время фазы полета после отталкивания от стенки относительно 2012 года также сократилось, и разность составила 11,8 %. Фаза входа в воду практически осталась по длительности без изменений. Достоверные изменения обнаружили в величине угла входа тела пловца в воду, которые составили в среднем 5 градусов. Относительно 5-метрового подводного отрезка старта анализ показал увеличение скорости продвижения на 3,5 % (Рисунок 2).

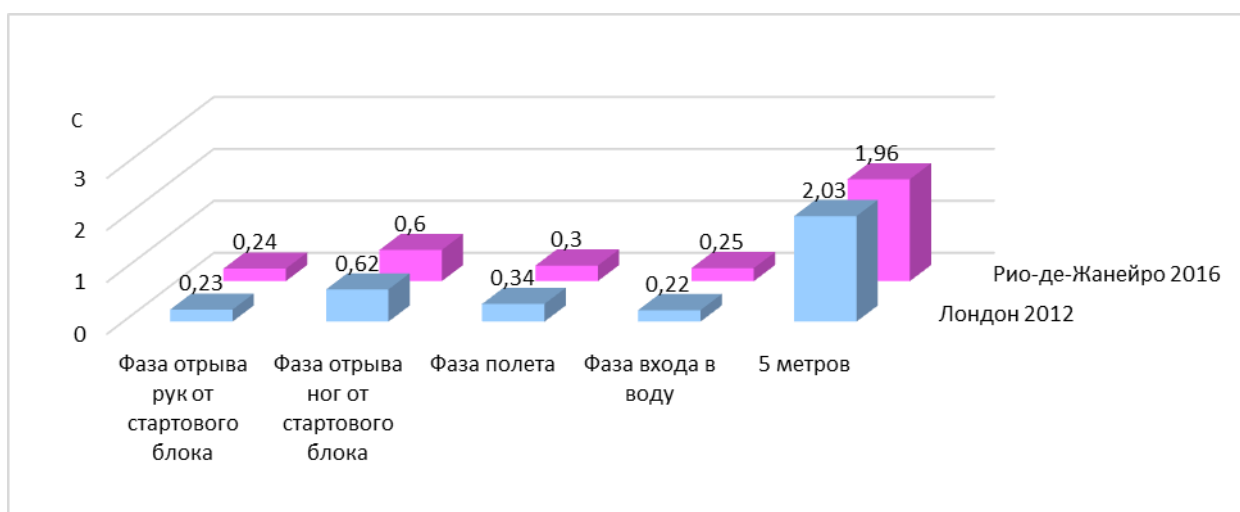


Рисунок 3 – Сравнение стартов на спине на Олимпийских играх, Лондон 2012 и Рио-де-Жанейро 2016

Кроме этого, после проведения анализа видеоматериала с Чемпионата мира в 2019 года в Гванджу, а именно изначальных стартовых позиций, т.е. положений тела пловца к моменту стартового сигнала, было обнаружено несколько их разновидностей. В общей сложности спортсмены принимали одно из трех положений. Первое положение характеризовалось увеличением угла сгиба коленного сустава, развернутыми плечами и высоко поднятой головой. Второе характеризуется тем, что спортсмены прижимают таз непосредственно к пяткам. Третьи избрали вариант от противоположного к первому: голова опущена, плечи сжаты.

Вероятно, выбор техники выполнения старта связан с модельными характеристиками самого пловца, его морфологическими и физическими качествами, уровнем подготовленности, что дает повод для проведения дальнейших, более детальных исследований в этом направлении, что дает возможность для изучения этой темы в дальнейшем.

Выводы. С введением платформы в проведение соревнований в дисциплинах кролем на спине в технике выполнения старта происходят изменения: увеличилась скорость преодоления фаз полета и подводного скольжения, а также увеличился угол входа тела пловца в воду. Кроме этого, данная модернизация стартового блока расширила возможности индивидуального подхода в исполнении, что позволило выделить три основных вида стартового положения.

Список литературы

1. Платонов, В. Н. Спортивное плавание: путь к успеху. Книга 1 / В. Н. Платонов. – Москва : Советский спорт, 2012. – 480 с.
2. de Jesus, K. The backstroke swimming start: State of the art / de Jesus, K., Fernandes, R., Vilas-Boas, J. P., & Sanders, R. // *Journal of Human Kinetics*. – 2014. – 42. – pp. 27–40.
3. Hohmann, A. Biomechanical analysis of the backstroke start technique in swimming / Hohmann, A., Fehr, U., Kirsten, R., & Krueger, T. // *E-Journal Bewegung Und Training*, 2008. – pp. 28–33.
4. Seifert, L. Different profiles of the aerial start phase in front crawl / Seifert, L., Vantorre, J., Lemaitre, F., Chollet, D., Toussaint, H. M., & Vilas-Boas, J.-P. // *Journal of Strength and Conditioning Research*. -2010. – 24(2). – pp. 507–516.
5. Takeda, T. Effect of inclination and position of new swimming starting block's back plate on track-start performance / Takeda, T., Takagi, H., & Tsubakimoto, S. // *Sports Biomechanics*. – 2012. – 11(3). – pp. 370–381.

ФОРМИРОВАНИЕ МОРАЛЬНО-ВОЛЕВЫХ КАЧЕСТВ СПОРТСМЕНОВ В ВОЗРАСТЕ 7-8 ЛЕТ В СИНХРОННОМ ПЛАВАНИИ

*Тарабрина Р.Р., студент 81115гр.
Басин Д.И., ст. преподаватель
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия*

Актуальность. На современном этапе развития спорта в различных странах мира все большую популярность среди молодежи приобретают водные виды спорта. Синхронное плавание представляет собой водный вид спорта, связанный с выполнением в воде различных фигур под музыку. Синхронное плавание является весьма требовательным видом спорта – помимо того, что спортсменки испытывают серьезные физические нагрузки, им нужно обладать не только выносливостью, но и гибкостью, изяществом, отточенным мастерством и исключительным контролем дыхания. Динамичный, ациклический вид спорта, характеризующийся сложно координационной техникой [1]. Совершенствование подготовки синхронисток на сегодняшний день – многогранная и многоплановая задача, включающая в себя ряд направлений, в числе которых оптимизация морально-волевой подготовки. Наличие, выраженность, способность к проявлению спортсменами волевых качеств, в сочетании с высокой морально-нравственной воспитанностью играют, зачастую, решающую роль в достижении победы. Особую актуальность данная проблема приобретает на тренировочном этапе.

Цель исследования – раскрыть структуру и содержание, а также характерные особенности морально-волевых качеств, методов их формирования и развития у спортсменов 7-8 лет в синхронном плавании и их влияние на тренировочный процесс.

Преодоление трудностей в соревновательной и тренировочной деятельности является морально-волевыми качествами спортсмена. Морально-волевые качества делятся на две группы, различные по своей сущности и характеристикам: это нравственные и волевые качества. Проявление волевых качеств определяется не только стремлением к успеху, но и врожденными особенностями нервной системы: силы – слабости, подвижности – инертности, уравновешенности – неуравновешенности нервных процессов. Модель поведения человека определяется сочетанием не только волевых, но и нравственных качеств личности: дисциплинированность, принципиальность, организованность и другие. Их называют морально-волевыми качествами личности. В. А. Иванников классифицирует морально-волевые качества на три группы: целеустремленность, самообладание, мужество.

Все перечисленные морально-волевые качества являются обобщающими характеристиками волевого поведения, трудно разграничить проявления волевых и нравственных качеств. Волевые качества и степень их сформированности имеют огромное значение для тренировочного процесса, так как они напрямую влияют на такие аспекты, как качество выполнения тренировочных заданий, упражнений и элементов; продолжительность периода наиболее эффективного выполнения задания, увеличение периода «работы на пределе»; повышение уровня физической подготовленности спортсмена исходя из вышеописанных аспектов; повышение вовлеченности спортсмена в процесс тренировки, укрепление личностной мотивации и осознанности своих целей и задач как в процессе каждой из тренировок, так и в процессе всего подготовительного периода.

Наиболее важным и значимым периодом в процессе формирования морально-волевых качеств принято считать возраст 7 – 8 лет, так как в первом и втором классах школьники совершают волевые действия главным образом по указанию взрослых, в том числе тренера, но уже в возрасте девяти лет они приобретают способность совершать волевые акты в соответствии с собственными мотивами. Ребенок может проявить настойчивость в тренировочной деятельности. Постепенно формируется выдержка, т. е. способность сдерживать свои чувства, ослабевает импульсивность как черта личности. Однако в младших

классах школьники проявляют волевою активность лишь для того, чтобы быть хорошими исполнителями воли других, прежде всего для того, чтобы заслужить расположение к себе взрослых, в том числе и тренера. Нельзя не отметить и высокое проявление уже в 3-м классе такого волевого качества, как решительность, которая в определенной мере может быть связана с все еще достаточно высокой импульсивностью этих школьников.

Синхронное плавание как вид спорта имеет ряд присущих ему особенностей, которые наиболее ярким образом проявляются во время тренировочного процесса. Эти особенности обусловлены сложностью и разнообразностью подготовки спортсменов, которая включает в себя подготовку на суше, включающую в себя: ОФП, СФП, хореографию, танцы, акробатика, просчет программ на суше; подготовка на воде, которая включает в себя спортивное плавание, специальные плавательные упражнения (гребки в проплыве, эгбите и его разновидности в проплыве, «балетная» и вариации и другие элементы и упражнения), отработку обязательной программы (фигуры) и произвольной программы (произвольные: соло, дуэт, микст, группы, комби; технические: соло, дуэт, микст дуэт, группы).

Результаты исследования и их обсуждение. Морально-волевые качества, проявленные во время тренировок положительным образом, влияют на такие составляющие тренировки, как:

- ОФП и СФП на суше, позволяя выполнять максимальное количество повторений в силовых упражнениях и сохранение правильности техники выполнения, несмотря на трудность, болевые ощущения, физическую усталость;
- хореография, позволяя выполнять разнообразные монотонные упражнения и элементы, прорабатывая каждое повторение;
- акробатика, позволяя выполнять сложные и в разной степени опасные упражнения, каждый раз решаясь на их выполнение, осознавая риски и возможные негативные последствия в виде травм;
- просчет программ на суше, выполняя который спортсмены должны максимально внимательно, сконцентрировано и старательно отрепетировать программу;
- плавательная подготовка, требующая от спортсменов высокой скорости выполнения упражнений, правильности техники, задержки дыхания;
- специальные плавательные упражнения, влияя на качество высоты, скорость и правильность техники выполнения упражнения;
- отработку обязательной программы, влияя на высоту, задержку дыхания, качественное выполнение;
- отработку произвольных программ, требуя от спортсмена собранности во время выполнения, высокой концентрации и терпеливости.

Модернизация современного образовательного процесса предполагает создание такого учебно-воспитательного поля, которое целенаправленно ориентирует личность на самоопределение, саморегуляцию, саморазвитие, чтобы полноценно проявить себя в дальнейшей жизнедеятельности, в том числе при решении основной установки для спортсмена – достижении высокого спортивного результата, а в массовом спорте саморегуляция поведения даст возможность подростку избежать влияния таких социальных явлений, как юношеский алкоголизм, наркомания, токсикомания и др.

Выполнение задач тренировок, совершенствование физической и технической подготовленности, соблюдение постоянного режима способствует воспитанию волевых качеств спортсменов. Одним из компонентов нравственного воспитания юных спортсменов является формирование у них волевых качеств.

Одним из сложных психических явлений считается воля. Это психическая деятельность человека при управлении своими действиями, мыслями, переживаниями, телом для достижения сознательно поставленной цели при преодолении различных трудностей во имя тех или иных побуждений.

В процессе волевых проявлений формируются инициативность и самостоятельность, решительность и смелость, выдержка и самообладание. Все эти качества взаимосвязаны, но

главным, ведущим является целеустремленность, которая в значительной мере определяет уровень воспитания и проявления других качеств. Волевые качества при рациональном педагогическом руководстве становятся постоянными чертами личности. Это позволяет юным спортсменам проявлять их в трудовой, учебной, общественной и других видах деятельности; развивать волевые качества у них необходимо планомерно, с учетом возраста и пола занимающихся, их физических и психических возможностей.

Каждое волевое качество служит человеку при столкновении с препятствиями определенного характера. В зависимости от этих центральных роль в структуре волевых качеств представителей разных видов спорта играют разные волевые качества. Они формируются через систему тренировочных заданий различной степени сложности, которые направлены на саморегуляцию, саморазвитие, самореализацию личностных задатков, возможностей, способностей и проявления всего этого в высоких спортивных и личностных достижениях.

Особое место занимает система воспитания у юных спортсменов умения саморегуляции поведения, которая характеризуется:

- целесообразностью;
- наличием структурных и функциональных компонентов;
- целостностью;
- динамичностью;
- взаимодействием с внешней средой.

Выводы. Формирование и развитие морально-волевых качеств является одним из важных аспектов работы тренера и положительно влияет на эффективность и результативность тренировочного процесса в целом. Согласно мнению признанных психологов, педагогов и тренеров именно высокоразвитые морально-волевые качества, личная мотивированность, самоотдача, дисциплинированность и осознанное отношение спортсменов к тренировочному процессу как в купе, так и в частности к его составляющим, играет решающую роль в достижении высоких спортивных результатов.

Список литературы

1. Максимова, М. Н. Теория и методика синхронного плавания : учебник. – 2-е изд., испр. и доп./ М. Н. Максимова. – Москва : Спорт, 2017. – 304 с.

РАЗВИТИЕ ВЫНОСЛИВОСТИ СИНХРОНИСТОК 13-15 ЛЕТ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПЛАВАТЕЛЬНЫХ ЛАСТ

*Филиппова Е.О., студент 71114 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – ст. преподаватель Лех Я.А.*

Актуальность. Синхронное плавание – один из самых грациозных и элегантных видов водного спорта [1]. Однако, несмотря на кажущуюся легкость, он является сложно координированным видом спорта. Для того чтобы справиться с большим объемом серьезных физических нагрузок, спортсменкам нужно обладать высоким уровнем развития выносливости, гибкости, координации, отточенным мастерством и исключительным контролем дыхания.

Необходимо тщательным образом планировать всю тренировочную работу, уделяя достаточно времени на развитие общей и особенно специальной выносливости, подбирать в процессе тренировки такие упражнения и средства, которые имеют разносторонний характер [2]. На наш взгляд, одним из таких средств может являться плавание в ластах. Ласты помогают плыть быстрее [1]. Плавание в ластах позволяет улучшить положение тела в воде, увеличить силу ног, гибкость суставов, способствует улучшению физической подготовленности [3, 4, 5].

Цель исследования – разработать и проверить эффективность методики развития выносливости синхронисток 13-15 лет по средствам плавания в ластах.

Результаты исследования и их обсуждение. Исследование проводилось на базе УСК «ДВВС» г. Казани. В исследовании приняли участие синхронистки возрастной категории 13 – 15 лет в количестве человек. Спортсменки были разделены на две однородные группы контрольную и экспериментальную. Для определения уровня развития выносливости нами были проведены следующие тесты: «12-минутное плавание» (тест Купера), «Интегральное плавание 200 м», «Плавание 800 м в/с» и «проныр».

Анализ показателей развития выносливости синхронисток 13-15 лет на начало эксперимента позволил нам разработать методику развития выносливости с использованием плавательной подготовки в ластах. Методика развития выносливости с использованием плавательной подготовки в ластах предусматривала решение следующих задач:

- повышение уровня развития общей выносливости синхронисток;
- развитие силовых возможностей нижних конечностей спортсменок ЭГ;
- совершенствование функциональных возможностей дыхательной и сердечно-сосудистой системы спортсменок ЭГ.

Плавательная подготовка в ластах в экспериментальной группе проводилась 3 раза в неделю по 45 минут в конце основной части тренировочного занятия. Нами были использованы следующие упражнения для плавательной подготовки в ластах:

1. Плавание на ногах кролем в ластах с доской в руках.
2. Плавание на ногах дельфином в ластах с доской в руках.
3. Плавание на ногах кролем в ластах без доски с вытянутыми руками.
4. Плавание на ногах дельфином в ластах без доски с вытянутыми руками.
5. Плавание кролем на груди в ластах.
6. Плавание кролем на спине в ластах.
7. Плавание баттерфляем в ластах.
8. Плавание на спине на ногах кролем в ластах.
9. Плавание на спине на ногах дельфином в ластах.
10. Плавание на руках кролем на груди, доска между ног в ластах.
11. Проныривание в ластах, ноги работают дельфином.
12. Проныривание в ластах, ноги работают кролем.
13. Плавание на месте «волна» дельфином в ластах.

14. Плавание комплексом с использованием ласт.

Выполнение упражнений плавательной подготовки в ластах осуществлялось в 1-3 зонах интенсивности с учетом дозировки упражнений:

1 зона – аэробная восстановительная, при ЧСС 50-70% от максимальной. В этой зоне проплывали дистанции от 800 и более м.

2 зона – аэробная развивающая, при ЧСС 70-80% от максимальной. В этой зоне проплывали средние дистанции от 400 до 800 м.

3 зона – смешанная, анаэробно-аэробная, при ЧСС 80-90% от максимальной (максимальное ЧСС рассчитывалось по формуле: 220-возраст). В этой зоне проплывали дистанции от 200 до 400 м.

Плавательная подготовка в ластах рассчитана на 3 месяца занятий подготовительного периода подготовки синхронисток.

В тестовых упражнениях по плавательной подготовке наблюдается положительный прирост. Так в 12-ти минутном тесте Купера прирост составил – 3,2% , при интегральном плавании 200м прирост составил – 2%, на дистанции 800м в/ст прирост – 1,9%, улучшения при проныривании составили – 1,6%.

Выводы. Анализ литературных источников и имеющихся данных по теме научной статьи показал, что в подготовительном периоде одним из важных условий в занятиях с синхронистками является повышение уровня плавательной подготовленности, а также развития выносливости у синхронисток. Необходимо тщательным образом планировать всю тренировочную работу, уделяя достаточно времени на развитие общей и особенно специальной выносливости, подбирать в процессе тренировки такие упражнения и средства, которые имеют разносторонний характер и будут способствовать повышению развития выносливости.

В целях повышения уровня развития выносливости синхронисток 13-15 лет мы рекомендуем использовать упражнения из плавательной подготовки в ластах. Плавание в ластах рекомендуется применять 3 раза в неделю, в конце основной части занятия. Выполнять упражнения следует в малой и небольшой зонах интенсивности. Плавательную подготовку в ластах рекомендуется использовать в подготовительный период в качестве средства общей физической подготовки.

Список литературы

1. Максимова, М. Н. Синхронное плавание : примерная программа спортивной подготовки для ДЮСШ, СДЮШОР / М. Н. Максимова. Москва : Советский спорт, 2007. – 197 с.

2. Лех, Я. А. Характеристика акробатических элементов в произвольных групповых программах синхронного плавания / Я. А. Лех, К. Р. Улумбекова // Актуальные проблемы теории и практики физической культуры, спорта и туризма : материалы VII Всероссийская научно-практическая конференция молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов с международным участием ; под общ. ред. Ф. Р. Зотовой. – Казань : ПовГАФКСиТ, 2019. – Том 3. – С. 63-65.

3. Корбут, В. М. Плавание : программа и учебное пособие для ДЮСШ, СДЮШОР / В. М. Корбут, А. Н. Ливицкий. – Лидер Пресс, 2007. – 126 с.

4. Филиппова, Е. О. Методические аспекты обучения пловцов скоростному плаванию в ластах / Е. О. Филиппова, Я. А. Лех // Актуальные проблемы теории и практики физической культуры, спорта и туризма : материалы VII Всероссийская научно-практическая конференция молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов с международным участием/под общ. ред. Ф.Р. Зотовой. – Казань : ПовГАФКСиТ, 2019. – Том 3. – С. 93-95.

5. Холодов, Ж. К. Теория и методика физического воспитания и спорта : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Ж. К. Холодов, В. С. Кузнецов. – Москва : Академия, 2004. – С. 157-158.

ИССЛЕДОВАНИЕ ГИБКОСТИ СИНХРОНИСТОК 11-12 ЛЕТ

*Хасбиева Д.Д., студент 71114 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Золотова Е.А.*

Актуальность. Синхронное плавание – водный вид спорта, связанный с выполнением в воде различных фигур под музыку. Синхронное плавание – один из самых утонченных и элегантных среди всех видов спорта. Однако, несмотря на кажущуюся легкость, он является весьма требовательным – помимо того, что спортсменки испытывают серьезные физические нагрузки, им нужно обладать не только выносливостью, но и гибкостью, изяществом, отточенным мастерством и исключительным контролем дыхания [3].

В синхронном плавании в последнее время предъявляются высокие требования к выполнению отдельных элементов. Для многих из них необходим высокий уровень развития гибкости. Возрастающая конкуренция на мировом уровне предполагает, что первенство будет сохраняться за теми спортсменками, которые будут обладать высоким уровнем развития гибкости и смогут активно сочетать ее с другими физическими качествами. Поэтому требуется еще более качественный подход специальной подготовке синхронисток, основывающийся на принципах индивидуализации и опережающего развития в постоянно изменяющихся условиях, в которых они функционируют [1].

Синхронное плавание требует от спортсменок широчайшего спектра умений – горизонтально и вертикально перемещаться в воде, на груди, на спине и на боку; соединять различные виды передвижений и перемещений в единую композицию; иметь хореографическую и акробатическую подготовку, что, несомненно, требует хорошо развитой гибкости.

В связи с этим актуальным является исследование гибкости синхронисток 11-12 лет с целью дальнейшей разработки методики развития гибкости, а также ее качественной реализации в соревновательной деятельности.

Цель исследования – исследование гибкости синхронисток 11 – 12 лет.

Результаты исследования и их обсуждение.

Исследование проводилось на базе ГБУ РСШОР по водным видам спорта «Акватика» с сентября 2019 г. по март 2020 г. В нем приняли участие синхронистки 11-12 лет, занимающиеся в группе Т(СС) 3 года обучения в количестве 20 человек. Были сформированы две группы – экспериментальная (ЭГ) и контрольная (КГ) по 10 человек в каждой.

Для изучения уровня развития гибкости синхронисток 11-12 лет нами были использованы следующие тесты:

Подвижность в плечевом суставе (выкрут). Испытуемый, взявшись за концы гимнастической палки (веревки), выполняет выкрут прямых рук назад. Подвижность плечевого сустава оценивают по расстоянию между кистями рук при выкруте: чем меньше расстояние, тем выше гибкость этого сустава, и наоборот. Кроме того, наименьшее расстояние между кистями рук сравнивается с шириной плечевого пояса испытуемого. Активное отведение прямых рук вверх из положения лежа на груди, руки вперед. Измеряется наибольшее расстояние от пола до кончиков пальцев.

Подвижность позвоночного столба (наклон вперед). Определяется по степени наклона туловища вперед. Испытуемый в положении стоя на скамейке (или сидя на полу) наклоняется вперед до предела, не сгибая ног в коленях. Гибкость позвоночника оценивают с помощью линейки или ленты по расстоянию в сантиметрах от нулевой отметки до третьего пальца руки. Если при этом пальцы не достают до нулевой отметки, то измеренное расстояние обозначается знаком «минус» (-), а если опускаются ниже нулевой отметки – знаком «плюс» (+).

Подвижность в тазобедренном суставе (шпагат продольный, шпагат поперечный). Испытуемый старается как можно шире развести ноги: 1) в стороны и 2) вперед-назад с опорой на руки. Уровень подвижности в данном суставе оценивают по расстоянию от пола до таза (копчика) в см: чем меньше расстояние, тем выше уровень гибкости, и наоборот.

Подвижность позвоночного столба (мост). Выполняется мост из положения стоя. Измеряется расстояние в см от пяток до кончиков пальцев рук испытуемого. Чем меньше результат, тем лучше.

Подвижность в голеностопных суставах (сгибание стопы). Тест применяется для оценки подвижности голеностопного сустава. Оборудование: гимнастическая скамейка, рулетка. Испытуемый садится на гимнастическую скамейку, ноги вместе, стопы параллельно стене. Испытуемый разгибает ногу в голеностопном суставе (тянет носки на себя). В этот момент точкой фиксируется положение большого пальца и измеряется расстояние в см. от большого пальца до стены. Затем испытуемый сгибает ногу в голеностопном суставе (вытягивает носки), измеряется расстояние в см. от пола до большого пальца. То же самое необходимо повторить со второй ногой [2].

Результаты тестирования уровня развития гибкости в начале исследования синхронисток представлены в Таблице 1.

Таблица 1 – Показатели развития гибкости синхронисток 11-12 лет контрольной и экспериментальной групп до эксперимента

Статистические показатели	Выкрут, см	Наклон вперед, см	Шпагат продольный, см	Шпагат поперечный, см	Мост, см	Сгибание стопы, см	Разгибание стопы, см
Экспериментальная группа							
X	17,3	18,7	9,3	11,5	2,6	9,5	5,8
Sx	0,5	2,3	0,6	2,9	2,1	0,4	1,9
Контрольная группа							
X	18,1	20,6	8,9	10,2	3,7	10,6	6,2
Sx	0,5	0,3	0,3	0,5	0,7	1,3	2,1
tp	1,4	1,8	1,7	1,2	1,5	1,3	1,6
t _{кр}	2,2						

Анализ результатов исследования развития гибкости у синхронисток 11-12 лет ЭГ и КГ в начале исследования не выявил достоверных различий между группами ($p > 0,05$).

У девочек ЭГ подвижность выше в плечевом суставе (тест «Выкрут»), позвоночном столбе (тест «Мост») и голеностопном суставе (тест «Разгибание стопы»), чем у девочек КГ. У синхронисток КГ показатели подвижности в суставах выше, чем у девочек ЭГ в таких тестах, как «Наклон вперед», «Шпагат продольный и поперечный» и «Сгибание стопы».

Выводы. Синхронное плавание – один из самых утонченных и элегантных среди всех видов спорта. Однако, несмотря на кажущуюся легкость, спортсменки испытывают серьезные физические нагрузки, им нужно обладать не только выносливостью, но и гибкостью, изяществом, отточенным мастерством и исключительным контролем дыхания. Эффективность спортивной подготовки связана с важным свойством опорно-двигательного аппарата способности к мышечной релаксации – гибкостью. В профессиональной физической подготовке и спорте гибкость необходима для выполнения движений с большой и предельной амплитудой.

Изучение показателей гибкости синхронисток ЭГ и КГ на начальном этапе исследования показало, что у девочек ЭГ подвижность выше в плечевом суставе (тест

«Выкрут»), позвоночном столбе (тест «Мост») и голеностопном суставе (тест «Разгибание стопы»), чем у девочек КГ. У синхронисток КГ показатели подвижности в суставах выше, чем у девочек ЭГ в таких тестах, как «Наклон вперед», «Шпагат продольный и поперечный» и «Сгибание стопы».

Анализ результатов исследования развития гибкости у синхронисток 11-12 лет ЭГ и КГ на начало эксперимента не выявил достоверных различий между группами ($p > 0,05$).

Список литературы

1. Зациорский, В. М. Физические качества спортсмена : основы теории и методики воспитания / В. М. Зациорский. – Москва : Советский спорт, 2009. – 200 с.
2. Лях, В. И. Комплексная программа физического воспитания для учащихся 1-11 классов / В. И. Лях, А. А. Зданевич. – Москва : Просвещение. – 2012. – 171 с.
3. Максимова, М. Н. Теория и методика синхронного плавания : учебник / М. Н. Максимова. – 2-е изд. – Москва : Спорт-Человек, 2017. – 304 с. // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/97512>.

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЫСТУПЛЕНИЯ ЖЕНСКОГО ДУЭТА ОТ СМЕШАННОГО ДУЭТА В СИНХРОННОМ ПЛАВАНИИ

*Шкретов В.К., студент 71114 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – ст. преподаватель Лех Я.А.*

Актуальность. В настоящее время смешанные дуэты физиологически отличаются от дуэтов, и особенно отличаются в художественном смысле. Сложноэволюционный процесс новой формы плавания мужчины и женщины должен отличаться в постановках. К сожалению, мы часто видим схожую хореографию дуэтов и смешанных дуэтов, или даже видим практику разучивания смешанными дуэтами (старую) программу дуэтов без распределения ролей партнера и партнерши [3]. От этого зрители и судьи видят не правильный контакт, то есть неправильное взаимодействие в паре, не раскрытый образ [2].

Проблема исследования заключается в неправильной постановке образа в смешанном дуэте и в дуэте, что ведет к искажению сюжетной линии программы.

Дуэт – исполнение танцевальных партий двумя танцовщиками, во время которых раскрываются личные отношения главных действующих лиц, их чувства, мысли, наполненные сюжетным звеном, являющимся главным замыслом спектакля. В дуэте происходит общение, но не на обычном языке, а на языке хореографии: посредством движений, поз, жестов, мимики [1]. Общее содержание всей постановки определяется именно через отношения исполнителей друг к другу в дуэтом танце. В синхронном плавании в большинстве случаев идет наложение программы дуэта на смешанный дуэт, это ведет к тому, что язык хореографии мужской и женской партии теряется, и зритель видит лишь только отработанные движения. Отличительной чертой дуэта, прежде всего, является эстетика движений, красота, плавность, мягкость, а также резкость и четкость исполнения. Смешанный дуэт чаще всего показывает взаимодействие между мужчиной и женщиной, отражает сильные стороны каждого из партнеров: природную силу мужчины и грацию женщины.

Современная тенденция развития дуэта в синхронном плавании зависит, конечно же, от количества новых пришедших спортсменов, а именно, чем больше кадров, тем сильнее популяризация данной дисциплины [2].

Цель исследования. Определить отличительные особенности в постановке программ для дуэта и смешанного дуэтов.

Результаты исследования и их обсуждение. Построение произвольной программы для дуэта предусматривает, как правило, большое количество элементов на гибкость (использование шпагатов, прогибов в спине и т.д.). В силу своей физиологии девушки имеют более мягкие связки и суставы, что позволяет им выполнять движения с большей амплитудой и выполнять сложные связки с многообразием движений [3].

Смешанные дуэты можно насытить большим количеством силовых элементов (выбросов), так как мужчины в целом сильнее [2]. Еще одной отличительной чертой является добавления чувств в номер. К примеру, сыграть на публику любовь, страсть, ревность и даже ненависть. Таким образом, смешанный дуэт более похож на дуэтный танец, это понятие сложное и многообразное, а изучение поддержки в таком смешанном дуэте можно сравнить с дуэтным танцем на суше и поиском новых технических приемов. Со времен возникновения смешанных пар до сегодняшнего дня дуэты в своей технической стороне проделали огромный путь от простых поддержек и легких технических элементов до включения в номера акробатических элементов и сложных комбинаций в контакте, что значительно усложняет программу. В смешанных парах, на мой взгляд, нужно требовать от исполнителей одухотворенности, эмоциональной работы в паре, полноценного выражения эмоциональной окраски движений, поз. В дуэте нужно тщательно скрывать технику поддержки и приемы

захватов от зрителя и судей. Они не должны видеть напряжения исполнителей, так как это мешает ему «читать» содержание диалога, сочиненного автором программы.

Таблица 1 – Количество связок и поддержек в произвольной программе у сильнейших смешанных дуэтов на Чемпионате Мира (2017, 2019 гг.)

Страна	Чемпионат мира	
	2017г	2019г
	Кол-во связок/поддержек	Кол-во связок/поддержек
Италия	6/5	8/6
Япония	4/6	7/6
Россия	6/7	7/6

Таблица 2 – Количество связок и поддержек в произвольной программе у сильнейших женских дуэтов на Чемпионате Мира (2017, 2019 гг.)

Страна	Чемпионат мира	
	2017г	2019г
	Кол-во связок/поддержек	Кол-во связок/поддержек
Украина	9/3	10/3
Китай	10/3	10/3
Россия	10/3	11/3

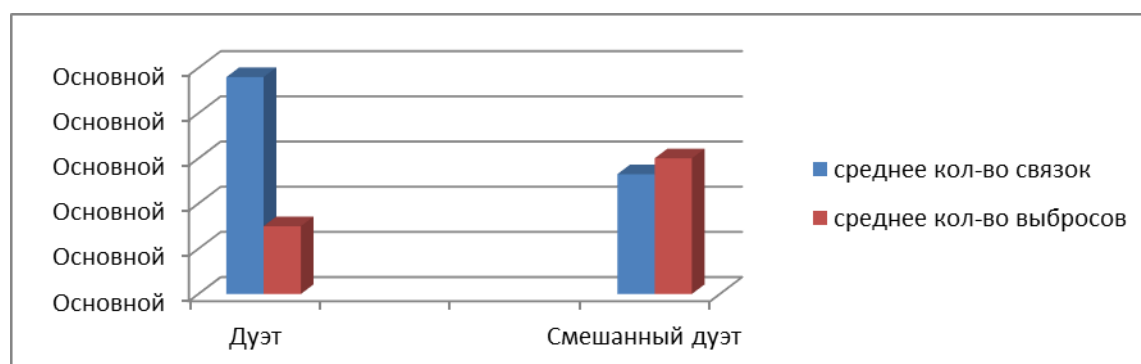


Рисунок 1 – Среднее значение связок/выбросов в произвольных программах сильнейших дуэтов/смешанных дуэтов на Чемпионате мира (2017, 2019 гг.)

Из предоставленных таблиц видно, что в смешанных дуэтах в силу своих физиологических данных преобладает большое количество поддержек, чем связок. В дуэтах идет же наоборот преобладание связок, чем поддержек. Стоит отметить, что дуэты отличаются более четкие и резкими связками.

Выводы. На основе просмотренных видеоматериалов можно сделать выводы, что смешанные дуэты в силу своих физиологических возможностей могут модифицировать и показать более сложные акробатические элементы в поддержках, так как сила толчка у мужчин значительно больше. Дуэты отличаются многообразием и сложностью связок, их длительностью и разнообразием.

Список литературы

1. Золотова, Е. А. Особенности развития гибкости у синхронисток / Е. А. Золотова, В. Н. Золотов, Н. Н. Мугаллимова // Современные проблемы и перспективы развития системы подготовки спортивного резерва в преддверии XXXI Олимпийских игр в Рио-де-Жанейро материалы всероссийской научно-практической конференции. – Казань, 2015. – С. 540.
2. Jennifer Gray. Coaching synchronized swimming figure transitions / Jennifer Gray // Standart Studio Unit Н. Воуп. – 1993. – Р. 264.
3. Лех, Я. А. Характеристика акробатических элементов в произвольных групповых программах синхронного плавания / Я. А. Лех, К. Р. Улумбекова // Актуальные проблемы теории и практики физической культуры, спорта и туризма : материалы VII Всероссийская научно-практическая конференция молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов с международным участием ; под общ. ред. Ф.Р. Зотовой. – Казань : ПовГАФКСИТ, 2019. – том 3. – С. 63-65.

Секция 13

ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ
АСПЕКТЫ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

ТЕХНОЛОГИЯ МАСШТАБИРОВАНИЯ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ УСЛУГИ

*Бакирова А.Л., студент 7215 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – д.п.н., профессор Голубева Г.Н.*

Актуальность. Вопрос расширения географии предоставления физкультурных услуг рано или поздно встает перед каждым успешным руководителем физкультурно-спортивной организации. К его решению стоит подходить комплексным подходом, взвесив ситуацию на рынке и предугадав возможные риски.

Филипенко Н.В. утверждает, что масштабированием можно назвать процесс, который подразумевает оптимизацию всех процессов параллельно с общим ростом организации. В этом процессе всегда важно провести мероприятия по каждому направлению работы и выработать эффективную систему коммуникаций, как во внешней среде, так и во внутреннем взаимодействии членов организации [2]. Соответственно, данный процесс требует еще и поиск самых различных средств управления, которые бы позволяли выполнять рутинные задачи быстрее и экономичнее.

Цель исследования: выявить особенности технологии масштабирования физкультурно-спортивной услуги.

Результаты исследования и их обсуждение. Сферу физической культуры и спорта можно рассматривать, с двух ракурсов. В социальном плане, как конкретная сфера жизни общества, включающая в себя различного рода деятельности (физкультурно-оздоровительную, учебно-тренировочную, соревновательную и т.д.), а также как деятельность, обеспечивающую (финансирование, управление, развитие МТБ, переподготовку и подготовку профессиональных кадров). Во-вторых, с экономической точки зрения, как отрасль по оказанию населению различного рода услуг. Эта деятельность осуществляется предприятиями, учреждениями, физкультурно-спортивными организациями различных форм собственности и ведомственных принадлежностей, а также частными лицами.

В сфере физической культуры и спорта существует множество организаций, у каждой из них свои права и обязанности, цели и виды деятельности. ФСО являются важнейшим субъектом рыночных отношений в отрасли физической культуры и спорта. Их продуктом являются – физкультурно-спортивные услуги.

Услуги физической культуры и спорта предоставляются населению на основе Федерального закона «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 04.12.2007 г. № 329-ФЗ [1].

Физкультурно-спортивные услуги стоит рассматривать в системе. Филипенко Н.В. [2] выделяет: сферу бюджетных (бесплатных) услуг, сферу льготных услуг, сферу платных услуг.

Услуги можно рассмотреть и по их содержанию:

- проведение занятий по физической культуре и спорту;
- проведение спортивно-зрелищных мероприятий;
- организацию и проведение учебно-тренировочного процесса;
- предоставление физкультурно-оздоровительных и спортивных сооружений населению;
- информационно-консультативные и образовательные услуги;
- прочие физкультурно-спортивные услуги.

Как было выше упомянуто, услуги, предоставляемые физкультурно-спортивной организацией нужно рассматривать именно в комплексном формате, так как услуги можно разделить также по: формам предоставления, разнонаправленности, по способу оплаты, по

присутствию клиента в момент оказания услуги, по мотивам приобретения клиентом той или иной услуги.

В жизненном цикле любой физкультурно-спортивной организации может наступить момент расширения (роста) организации. И в этот момент происходит процесс масштабирования.

Мы считаем, что при масштабировании этом возможны два варианта:

- расширение уже имеющейся услуги;
- создание новых подразделений физкультурно-спортивных организаций, которые работают по тому же принципу, что и базовое.

Прежде, чем запустить процесс масштабирования важно определить верный промежуток времени, когда этап жизненного цикла организации это позволяет.

По мнению Н.В. Филипенко, первым признаком того, что необходимо расширить географию деятельности, – это стабильный (от 5% в неделю) прирост клиентской аудитории [2]. Соответственно, если пренебречь этим «сигналом», то могут возникнуть следующие проблемы:

1. Недостаток физкультурно-спортивных услуг;
2. Дефицит персонала (нехватка человеческого ресурса на ЦА);
3. Недостаток инфраструктуры (материально-технической базы).

Можно выделить основные шаги (этапы) в данном процессе:

1. Постановка цели (для чего необходим процесс масштабирования для ФСО);
2. Провести SWOT-анализ;
3. Найти оптимальную методику масштабирования для ФСО с учетом всех факторов и рисков;
4. Собрать команду специалистов, которые будут заниматься процессом расширения, чтобы не останавливать текущий процесс
5. Разработать план масштабирования
6. Реализовать стратегию на практике;
7. Оценить эффективность мероприятий по масштабированию при помощи анализа ключевых показателей.

После проведение интервьюирования с руководителем некоммерческой физкультурно-спортивной организации, можно выделить самые распространенные варианты для расширения:

- a) Расширение спектра услуг
- b) Открытие филиалов
- c) Освоить новые ниши рынка
- d) Франчайзинг – продажа прав партнерам-франчайзи на открытие предприятий – аналогов франчайзера. Хорошую масштабируемость показывают физкультурно-спортивные организации с безупречно отлаженной работой.
- e) Аутсорсинг маркетинговых мероприятий и реализации продукции – заказы обрабатывает головной офис, а продажи осуществляются партнерами.

У каждого из этих способов масштабирования есть соответствующие плюсы и минусы. При выборе стоит всегда оценить преимущества и недостатка, так как каждый способ индивидуален для физкультурно-спортивной организации.

Так как примеру, по опросу руководителей ФСО на сегодняшний день преимущественно популярным способом является франчайзинг. Среди его плюсов можно выделить: Экономия времени (продавая франшизу, есть шанс поднять крупную сеть за год и даже менее), экономия средств. Правильно упакованная франшиза снижает финансовую нагрузку. Так как все расходы переходят на партнеров, конечно же, стабильная прибыль. Франчайзи платят владельцу ежемесячную плату – паушальный взнос.

Теперь рассмотрим недостатки: для запуска услуга физкультурно-спортивной организации должна быть яркой и узнаваемой, прибыль не принадлежит полностью владельцу, санкции делятся поровну.

На втором месте по популярности способа – филиалы. Плюсами данного способа можно выделить: полный контроль над ситуацией (филиалы можно открывать и закрывать в любом месте, в любое время), вся прибыль идет в центр (в отличие от франчайзи, которые забирают прибыль себе, все деньги пойдут владельцу, он сам будет распределять ресурсы между отделениями).

Из недостатков данного способа можно выделить: огромные затраты (так как за это отвечает только головной отдел ФСО).

Развитие услуг физкультурно-спортивной организации – это задача, которая является непрерывной работой не только для руководителя, но и для всей команды. Если к процессу масштабирования подключить специалистов, которые знают, как своевременно и правильно запустить, сделать его слаженным и эффективным, результат не заставит себя ждать.

Выводы. В ходе исследования мы выделили несколько систем физкультурно-спортивных услуг, определили этапы процесса масштабирования, рассмотрели 5 способов процесса масштабирования, а также определили их достоинства и недостатки.

Список литературы

1. Федеральный закон от 04.12.2007 N 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» // Консультант Плюс : справочно-правовая система : офиц. сайт. – URL: <http://www.consultant.ru/>
2. Филипенко, Н. В. Маркетинг физкультурно-спортивных и спортивно-зрелищных услуг : учебник / Н. В. Филипенко, 2018. – 213 с. – URL: <https://www.labyrinth.ru/books/227190/>.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФЕДЕРАЦИЙ ФЕХТОВАНИЯ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

*Бармина К.В., магистрант 9411М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – д.п.н., профессор Пьянзин А.И.*

Актуальность исследования. В настоящее время становится актуальным вопрос развития фехтования в регионах Приволжского федерального округа. Местные органы власти заинтересованы в результатах спортсменов, однако многие федерации фехтования зависят от финансирования и политики региональных Министерств спорта, что влияет и на спортивные показатели и общий престиж. В связи с этим необходимо проследить взаимосвязь основных показателей спортивной деятельности федераций фехтования ПФО и оценить существующую ситуацию в регионах.

Целью исследования является анализ показателей спортивной деятельности федераций фехтования Приволжского федерального округа и определение их взаимосвязи между собой.

Результаты исследования и их обсуждение. На данный момент проанализированы и сравнены данные результатов выступления спортсменов регионов Приволжского федерального округа за 2019 год с данными по финансовым вложениям в развитие вида спорта в данные регионы в этот же год и количеством спортсменов, входящих в 32 лучших спортсмена каждого вида оружия, представлено на Рисунке 1.

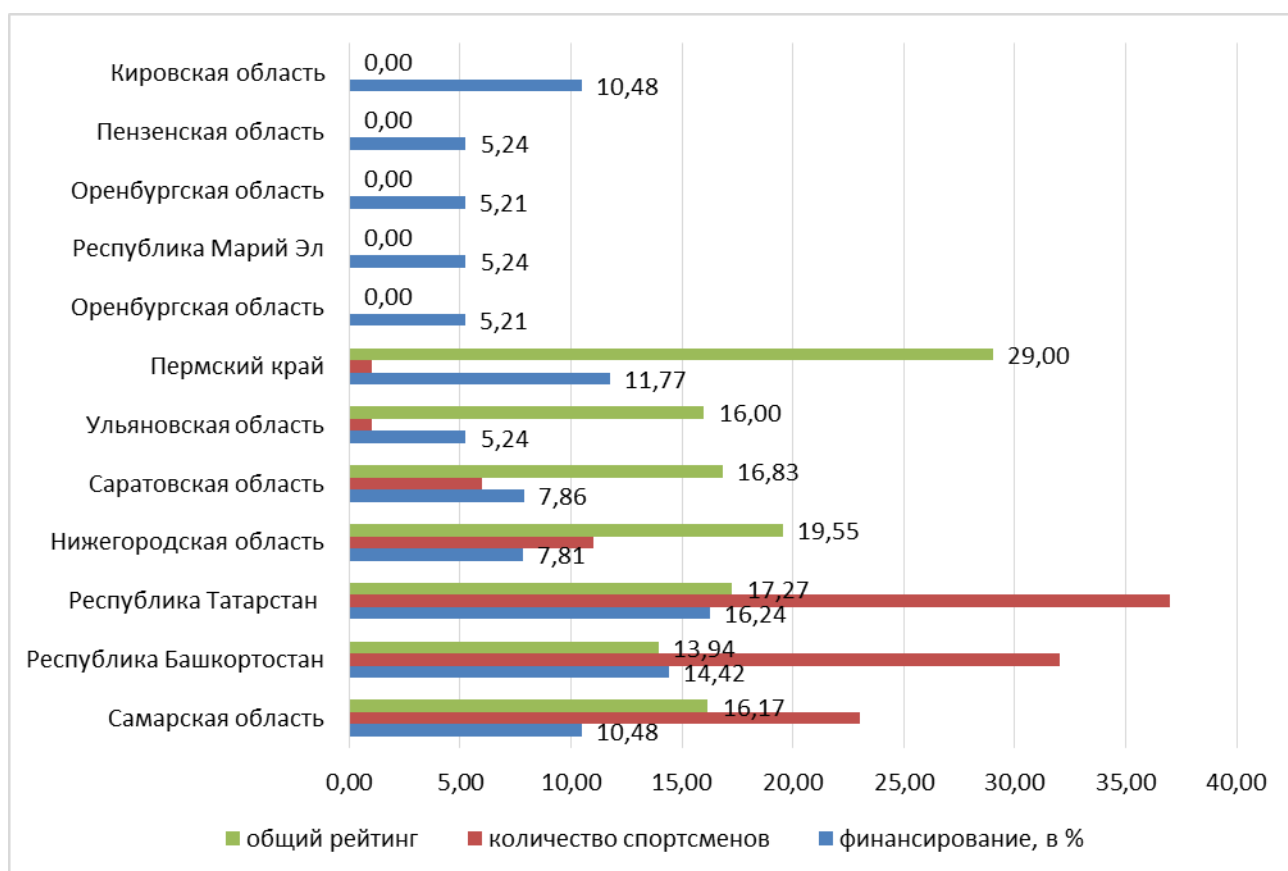


Рисунок 1 – Результаты показателей спортивной деятельности по регионам ПФО

На основе этих данных была проведена корреляция по трем признакам: финансовым вложениям в регион, количеством спортсменов, которые входят в лучшие 32 спортсмена по России, и общим рейтингом спортсменов ПФО, представлено в Таблице 1.

Таблица 1 – Взаимосвязь показателей финансирования, рейтинга и количества спортсменов

№	y_i	z_i	$y_i - y_{cp}$	$z_i - z_{cp}$	$(y_i - y_{cp})^2$	$(z_i - z_{cp})^2$	$\frac{(y_i - y_{cp})^*}{(z_i - z_{cp})}$
Самарская область	23	16,17	4,7	-2,6	21,78	6,86	-12,22
Республика Башкортостан	32	13,94	13,7	-4,9	186,78	23,58	-66,36
Республика Татарстан	37	17,27	18,7	-1,5	348,44	2,32	-28,43
Нижегородская область	11	19,55	-7,3	0,8	53,78	0,57	-5,51
Саратовская область	6	16,83	-12,3	-2,0	152,11	3,84	24,17
Пермский край	1	29,00	-17,3	10,2	300,44	104,17	-176,91
Всего	110	112,760471					
Средние	18,3	18,79		Всего	1063,33	141,34	-265,28

$r_{yz} =$	-0,68	r_{xy} крит (0,05) = 0,754	R_{xyz}	0,92			
$r_{xy} =$	0,76						
$r_{xz} =$	-0,13				$r_{xy,z}$	0,93	$r_{xz,y}$

Значение полученного коэффициента ассоциации показывает, что между финансированием региона ПФО и количеством спортсменов, которые входят в 32 лучших спортсмена в рейтинг России, проявляется сильная положительная связь. Другие коэффициенты ассоциации носят отрицательную связь.

По результатам зависимостей трех показателей можно сделать вывод, что от финансирования региона во многом зависит и общий рейтинг регионов в Таблице РФ и количество спортсменов, входящих в рейтинг лучших 32 спортсменов РФ по всем видам оружия. Также, если количество спортсменов считать постоянным, то финансирование существенно влияет на общий рейтинг, однако, если финансирование считать постоянной, то количество спортсменов не существенно зависит от общего рейтинга.

Выводы. На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что финансовая нестабильность в федерациях фехтования регионов ПФО значительно оказывает влияние как на результаты, так и на общее количество спортсменов в общем рейтинге РФ, и позволяет части регионам быть в лидирующих позициях. Данные показатели необходимы для оптимизации работы федераций фехтования ПФО и Минспорта регионов. Также можно предложить партнерское взаимодействие в развитии фехтования в регионах Приволжского федерального округа.

Партнерское взаимодействие государства, спортивных организаций и бизнеса может помочь создать смешанные каналы финансирования российского спорта, сохранив при этом интересы каждого из участников этого партнерства [1].

Список литературы

1. Лаврова, О. В. Тенденции развития спорта в России / О.В. Лаврова // Научные исследования. – 2016. – № 8 (9). – С.7-9.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ДЕПАРТАМЕНТЕ ОРГАНИЗАЦИИ, ПРОВОДЯЩЕЙ СПОРТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Благова Н.О., студент 7215 гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.с.н., доцент Фахретдинова А.Б.*

Актуальность. Важность в проведении спортивных мероприятий заключается в оказании влияния на развитие региона по таким показателям, как улучшение имиджа, сохранение культурно-исторических традиций и увеличение туристской привлекательности региона. Организация и проведение спортивных мероприятий активизирует целый комплекс деятельности организаций, осуществляющих подготовку и проведение – торговлю, транспорт, средства размещения, предприятия питания, производство спортивной атрибутики и т.д. [2]. Проведение спортивных мероприятий также может стать катализатором развития спортивного туризма, способным привлечь туристов и посетителей к новым направлениям [3]

Формирование в городе Казани образа спортивной столицы началось еще в 2008 году с победы в заявочной компании на проведение Всемирной летней Универсиады 2013 года. Победа стала толчком к развитию спортивной инфраструктуры города, которая в дальнейшем позволяет использовать ее для проведения соревнований и мероприятий, не только российского, но международного и мирового уровней. Одним из основных организаторов выступает АНО «Дирекция спортивных и социальных проектов». Но на данный момент множество спортивных мероприятий проходят на ненадлежащем уровне.

Цель исследования: разработать критерии для оценки эффективности деятельности департамента АНО «Дирекция спортивных и социальных проектов» при проведении спортивных мероприятий.

Результаты исследования и их обсуждение. Автономная некоммерческая организация «Исполнительная дирекция XXVII Всемирной летней универсиады 2013 года в г. Казани» была создана в 14 августа 2009 г. Основными целями организации являются – реализация мероприятий по внедрению Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «ГТО» и подготовка и проведение официальных международных спортивных, социальных, культурных, образовательных мероприятий. Извлечение прибыли не является целью организации, так как она не является коммерческой организацией. Основная деятельность АНО «Дирекция спортивных и социальных проектов» направлена на реализацию планов подготовки и проведения мероприятий, создание и внедрение информационных систем управления мероприятиями, организация и проведение мероприятий разных уровней, связанных с развитием физической культуры и спорта, популяризации ЗОЖ, социальных проектов, развития образования, культуры и т.д. [1].

Проведенный нами анализ отчетных документов показал, что на счету Дирекции по количеству проведенных мероприятий с момента основания числится более 300 мероприятий, в которых приняли участие в общей сумме более 1 миллиона человек. Только за 2019 год Дирекция осуществила подготовку и проведение 16 мероприятий, 11 из которых – международного уровня. В настоящий момент ведется работа над не менее крупным проектом 2022 года – Всемирные зимние игры Специальной, в котором по предварительным данным примут участие 106 стран мира.

На основании проведенного нами анализа деятельности и опроса участников в период организации и проведения спортивных мероприятий, проведенных Дирекцией, нами были созданы критерии оценки эффективности проведенного мероприятия.

Опрос участников Спартакиады специальной зимней олимпиады 2021 года показал нам, что к основным направлениям, на которые необходимо обратить внимание при оценке эффективности проведенного мероприятия, относятся: транспортировка, размещение, питание, безопасность, инфраструктура и оснащенность спортивных объектов.

Разработанные нами критерии представлены в виде анкеты и будут использоваться для анализа сервисов департамента предоставляющих свои услуги на проведенном мероприятии. Разработанные критерии объединены в четыре группы:

• Сервис

СЕРВИС	Баллы
А.Трансфер	
○ Предоставление трансфера для спортсменов по приезду и отъезду;	1
○ Предоставление выделенных стоек регистрации по приезду и отъезду в аэропорту;	1,5
○ Предоставление багажных бирок, наклеек для выделения одежды/багажа спортсменов, делегаций.	1,5
Б.Транспорт	
○ Удобство и согласование транспорта с расписанием соревнований;	1
○ Качество транспорта:	
○ Новизна	1,5
○ Чистота	1,5
○ Вежливость водителя	1,5
В.Питание	
○ Удобство и согласование графика питания с расписанием спортсменов, судей;	1
○ Наличие рационов и ассортимента питания;	1
○ Рациональность питания с точки зрения <u>нутрициологии</u> и диетологии;	2
○ Учет вкусовых предпочтений и кухни спортсменов, тренеров и т.д.	1,5
Г.Размещение	
○ <u>Категорийность</u> мест размещения по международному уровню звезд	1,5
○ Наличие инфраструктуры места размещения:	
○ Тренажерный зал	1
○ Бассейн	1
○ Сауна	1
○ Массажный кабинет	1

Рисунок 1 – Группа 1 «сервис»

• Спортивная инфраструктура

СПОРТИВНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА	
● Оснащенность объекта:	
○ Парковка	1
○ Парковка и оборудованный вход для МГН	1,5
○ Открытая, крытая тренировочная и соревновательная зона	1
○ Тренажерный зал	1
○ Бассейн	1
○ Зона отдыха	1,5
○ Медицинский кабинет	1
○ Раздевалки	1
○ Камера хранения	1
○ Универсальность спортивного объекта (способность переоборудования);	1,5
● Наличие навигации на объект	
○ Навигационные стойки на территории объекта	1
○ <u>Навигационный</u> вывески внутри объекта	1,5
○ Наличие навигационных волонтеров	1

Рисунок 2 – Группа 2 «спортивная инфраструктура»

• Информационное сопровождение

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ	
<ul style="list-style-type: none"> • Наличие информационных стоек <ul style="list-style-type: none"> ○ В отелях ○ На спортивных объектах ○ В зонах парковки и зрительских местах 	1 1 1
<ul style="list-style-type: none"> ○ Наличие горячей линии по вопросам спортивного мероприятия 	1,5
<ul style="list-style-type: none"> ○ Наличие буклетов и раздаточного материала с информацией о соревнованиях, видах программы и ежедневного расписания 	1
<ul style="list-style-type: none"> ○ Наличие сайта с необходимой информацией о мероприятии 	1,5
<ul style="list-style-type: none"> ○ Ведение аккаунта в социальных сетях спортивного мероприятия. 	1,5

Рисунок 3 – Группа 3 «информационное сопровождение»

• Безопасность

БЕЗОПАСНОСТЬ	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Наличие аккредитаций и пропускного режима на спортивном объекте 	1
<ul style="list-style-type: none"> ○ Наличие персонала, в том числе стюардов на входной группе, на территории объекта и т.д. 	1
<ul style="list-style-type: none"> ○ Электронная пропускная система (база данных) 	2

Рисунок 4 – Группа 4 «Безопасность»

Каждый из критериев имеет свою балльную оценку и пункты. Первая группа «Сервис» позволяет получить максимально 19,5 баллов и включает следующие пункты:

- Трансфер;
- Транспорт;
- Питание;
- Размещение.

Вторая группа «Спортивная инфраструктура», за которую можно получить максимально 15 баллов, включает пункты:

- Оснащенность объекта;
- Универсальность объекта;
- Навигация на объекте.

Третья группа «Информационное сопровождение» – максимальное количество баллов 8,5, включает пункты:

- Наличие стоек навигации;
- Ведение социальных сетей, сайта, наличие горячей линии;
- Наличие буклетов.

Четвертая группа «Безопасность» – максимальное количество баллов 4 балла, включает пункты:

- Наличие аккредитаций и пропускная система;
- Наличие электронной системы пропусков.

Выводы. Основная деятельность АНО «Дирекция спортивных и социальных проектов» – организация и проведение мероприятий разных уровней, связанных с развитием физической культуры и спорта и т.д.

Разработанные нами критерии включают в себя 4 группы, характеризующие основные сервисы, оказываемые участникам и гостям спортивных мероприятий, которые позволяют оценить эффективность проведенного мероприятия.

Список литературы

1. Алексеев, С. В. Спортивный менеджмент. Регулирование организации и проведения физкультурных и спортивных мероприятий : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Менеджмент организации», «Юриспруденция» и «Физическая культура и спорт» / С. В. Алексеев ; под. ред. Крашенинникова. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА : Закон и право, 2014. – 687 с.

2. АНО «Дирекция спортивных и социальных проектов». Официальный сайт АНО «Дирекция спортивных и социальных проектов». – URL: <https://dspkazan.com/directorate/about-directorate/> (дата обращения: 03.01.2021).

3. Осипов, В. С. Система государственного управления и возникновение дисфункциональных тенденций / В. С. Осипов // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2016. – № 2. – С. 4-12.

КРАУДСОРСИНГ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ВОВЛЕЧЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Бурганова А.Р., аспирант

Центр перспективных экономических исследований

Академии наук Республики Татарстан,

Поволжский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма

Научный руководитель – д.э.н., профессор Сафиуллин М.Р.,

проректор по вопросам экономического и стратегического развития,

Казанский (Приволжский) федеральный университет,

директор Центра перспективных экономических исследований

Академии наук Республики Татарстан

Актуальность. Стремительное развитие сети Интернет, многочисленных социальных сетей и платформ, изменение способов взаимодействия между индивидами стало предпосылкой к возникновению нового инструмента цифрового общества под названием «краудсорсинг». Сам термин «краудсорсинг» (от crowd – «толпа» и sourcing – «использование ресурсов») был введен в оборот Дж. Хау в июне 2006 года, после чего получил дальнейшее развитие в работах зарубежных и российских авторов. Краудсорсинг – один из ярчайших примеров того, как разнородная по составу «толпа» (люди, представляющие разные национальности, имеющие разное мышление, образование, уровень жизни и т.д.) находят удивительные решения проблем, которые могли оказаться непосильными даже для научных умов благодаря «силе разнообразия» и массовости предлагаемых идей.

Нам в свою очередь, представляется важным рассмотреть возможности применения краудсорсинга в социальных проектах для популяризации и пропаганды не только занятий физической культурой и спортом, но и непосредственного участия населения в создании и продвижении наиболее удачных инициатив.

В ближайшие годы планируется сокращение расходов на «физическую культуру и спорт», так в 2021 году они могут составить 65,3 млрд рублей (что меньше предыдущего года на 20%), в 2022 году – 63,8 млрд рублей, в 2023 году – 53,9 млрд рублей. Из них: на спорт высших достижений проект бюджета предусматривает расходы в 34,9 млрд рублей в 2021 году, 36,6 млрд рублей – в 2022 году, 34,6 млрд рублей – в 2023 году, на массовый спорт предполагается выделить 25 млрд рублей в 2021 году, 22,2 млрд рублей – в 2022 году, 14,2 млрд рублей – в 2023 году, на развитие физической культуры заложено 3,9 млрд рублей в 2021 году, 3,8 млрд рублей – в 2022 году, 3,9 млрд рублей – в 2023 году [3]. Таким образом, в связи со снижением расходов бюджета на «физическую культуру и спорт» при этом выполнении Указа Президента России об увеличении до 70% доли граждан систематически занимающихся физической культурой и спортом, представляется необходимым поиск новых источников финансирования, а также сбор и изучение информации о потребностях, затрагивающих большую часть населения для максимально рационального расходования имеющихся средств.

Цель исследования: изучить возможности применения краудсорсинга в физической культуре и спорте для повышения информированности и «вовлеченности населения» в решении вопросов, связанных с физической культурой и спортом, увеличения числа занимающихся.

Результаты исследования и их обсуждение. Краудсорсинг, работающий на принципах «массового сотрудничества» и «коллективного разума» для достижения общих целей, нашел свое применение и доказал свою эффективность в самых разных направлениях и областях [3], мы, в свою очередь, продолжаем исследовать данный «феномен» в целом и его применения в социальных проектах и в физической культуре и спорте в частности [1,2].

Рассмотрим один из эталонных примеров применения краудсорсинга в российской практике. Правительство Москвы на специальной платформе регулярно проводит краудсорсинговые проекты по самым различным направлениям и тематикам, каждый из которых привлекает большое количество участников (в среднем около 12 тыс. участников). Так в ноябре 2019 года проект «Город спорта» за 10 дней привлек 17759 участников, которые предложили 2372 идеи, направленные на улучшение городских возможностей для занятий физической культурой, были озвучены проблемы и предложены разнообразные варианты их решения. После завершения этапа приема заявок жители проголосовали за наиболее интересные и востребованные идеи, которые после были приняты для реализации муниципальными властями. Таким образом, на основании данного примера мы хотели бы обозначить основные этапы «краудсорсингового проекта», которые можно представить следующим образом:

- 1) инициатор запускает проект с предельно-понятным и интересным описанием, обозначая точные сроки его проведения, основные цели и задачи;
- 2) равнодушные участники добровольно принимают решение об участии в проекте, предлагают собственные идеи или поддерживают решения других граждан;
- 3) по завершению установленного срока экспертная команда анализирует полученные результаты и составляет список наиболее актуальных инициатив, за которые после вновь предлагается проголосовать для выявления «идей-победителей»;
- 4) наиболее востребованные большинством гражданам предложения принимаются к реализации.

Таким образом, в полной мере реализуется не только принцип «электронной демократии», но и обеспечивается возможность всестороннего подхода, создаваемого разнородной вовлеченной «толпой».

Краудсорсинг имеет множество проявлений в современном менеджменте. Так, «коллективный разум» может не только генерировать уникальные идеи, когда население платит своим «временным ресурсом», но и готово «голосовать рублем» («краудфандинг»). Явление «краудфандинга» или народного финансирования (множество мелких доноров) и востребованность подобных платформ в российской действительности мы рассмотрели с помощью основных российских краудфандинговых платформ (Planeta.ru и Boomstarter), на основании которых сможем сделать вывод: применяется ли подобная практика в проектах, связанных с физической культурой или пока остается редким явлением.

На текущий момент на краудфандинговой платформе Planeta.ru в разделе «спорт» найдено 27 проектов, которые можно было бы разделить на следующие основные категории: 1) участие или проведение соревнований и сборов (26%), 2) развитие навыков или обучение (15%), 3) строительство спортивных площадок или объектов (22%), 4) оборудование и инвентарь (31%), 5) бизнес-проект (3%), 6) реабилитация (3%). На платформе Boomstarter мы видим несколько иное распределение по категориям, где из 16 проектов: 1) создание клуба или секции (25%), 2) бизнес-проекты (38%), 3) инвентарь и оборудование (25%), 4) проведение сборов (6%), 5) строительство спортивного объекта (6%).

Краудсорсинг, таким образом, позволяет не только «создавать», «совместно финансировать», подтверждая актуальность «экономики совместного потребления», но также позволяет бизнес-проектам в социальной сфере на первоначальном этапе проверить потенциальный спрос на товар или услугу, убедиться в актуальности и в случае таковой получить народное финансирование на проект (либо убедиться в необходимости изменения бизнес-идеи в связи с не востребованностью).

Таким образом, обобщая основные данные двух рассматриваемых платформ, мы видим, что на Boomstarter представлено больше бизнес-проектов, в то время как потребность в покупке оборудования и инвентаря, а также организации секций или участия в соревнованиях представлены на обеих платформах большинством проектов. Также представляется важным обратить внимание на тот факт, что количество проектов в разделе «спорт» сопоставимо с категориями «здоровье», превосходит категории «образование», «туризм», но при этом почти в 3 раза уступают категориям «технологии», «общество»,

«бизнес». Разумеется, это лишь первое приближение, однако с помощью подобных платформ становится возможным оценить, что по-настоящему актуально для населения в данный момент времени, выявлять «проблемные места».

Подобные платформы обладают мобильностью, которой на текущий момент не всегда хватает ведомственным организациям: за беспрецедентно короткое время на платформе можно создать проект, в котором отразится запрос конкретного гражданина или группы людей с призывом откликнуться.

Выводы: несмотря на то, что ежегодно в бюджете закладывается значительная сумма на «физическую культуру и спорт» все еще остаются «непокрытыми» определенные потребности граждан в физической культуре. В этой связи набирающий популярность механизм финансирования и соучастия вовлеченных граждан в поддержку идей представляется крайне актуальным не только для удовлетворения «нишевых» потребностей и интересов граждан, связанных с занятиями физической культурой и спортом, но и для отслеживания государством наиболее «насущных» проблем «на местах».

Соучастие населения – важный индикатор востребованности этих направлений, в дальнейшем обеспечивающий высокую загрузку, эффективное использование как созданных спортивных активов, так и государственных средств. К тому же государство может сэкономить средства за счет краудсорсинга более экономных решений с одной стороны, а с другой стороны – узнать, какие первоочередные потребности сформировались у населения конкретной местности [1, 2].

Мы считаем, что с развитием Интернета и социальных сетей потенциал краудсорсинга очень велик. Возможно, в будущем это станет моделью государственно-частного партнерства в социальной сфере. Краудсорсинг позволит сформировать у населения понимания, чем занимаются государственные органы, формирующие политику в области спорта.

В завершении хотелось бы отметить, что дальнейшее «движение» без использования таких инструментов как краудсорсинг, будет трудновыполнимо.

Список литературы

1. Бурганова А. Р. Краудсорсинг как инструмент привлечения ресурсов в государственные социальные проекты (на примере массового спорта). Электронный экономический вестник № 3. – 2020. – С. 62-72.
2. Сафиуллин М. Р., Бурганова А. Р. Стейкхолдеры социального краудсорсингового проекта (на примере спорта) и их ожидания. Электронный экономический вестник № 4. – 2020. – С. 37-46.
3. Информационное агентство ТАСС [Электронный ресурс] // Бюджет на физическую культуру и спорт в 2021-2023 годах. – <https://tass.ru/sport/9592849> (дата обращения: 20.03.2021).
4. Краудфандинговая интернет-платформа Planeta.ru. Категория «спорт» [Электронный ресурс] // Крауд-проекты на Planeta.ru. – URL: <https://planeta.ru/search/projects?category=SPORT> (дата обращения: 20.03.2021).
5. Краудфандинговая интернет-платформа Boomstarter. Категория «спорт». [Электронный ресурс] // Boomstarter. – URL: <https://boomstarter.ru/discover/categories/sports> (дата обращения: 20.03.2021).

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ В СОВРЕМЕННЫХ КИТАЙСКИХ ШКОЛАХ

Ванюйчжоу Чан, аспирант

Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма, г. Москва, Россия

Научный руководитель – к.п.н., доцент Титова Г.С.

Актуальность. С непрерывным углублением реформы образования в Китае произошли значительные изменения в управлении физическим воспитанием. Как отмечает Чжан Сюэянь, «в настоящее время Китай активно продвигает качественное образование, и люди начинают уделять больше внимания физическому воспитанию» [3]. Однако из-за ограничений, связанных с традиционным тестовым обучением, физическое воспитание и другие предметы относительно отстают, особенно проблематичным является управление обучением физической культуре.

В связи с активным продвижением спортивной реформы постепенно формируются новые концепции обучения спорту. Раньше из-за ограничений, связанных с обучением, ориентированным на экзамены, физическое воспитание в средней школе относительно отставало от других предметов, а учащиеся и родители не уделяли особого внимания физическому воспитанию. В соответствии с требованиями новой реформы учебной программы школы должны внедрять всестороннее качественное образование, поэтому статус физического воспитания в средней школе внезапно повысился. Для учителей физического воспитания качество обучения по-прежнему зависит от комплексных факторов, таких как физическая работоспособность и физическая подготовка учащихся, в то время как эффект обучения зависит от того, может ли учитель физического воспитания хорошо управлять обучением.

Основой современного обучения физической культуре в школах стала концепция «Солнечный спорт», использование которой позволяет повысить уровень физической подготовки учеников. Используются метод наблюдения, а также метод экспертного опроса учителей физической культуры китайских средних школ. На их основе были сформулированы текущие проблемы в управлении обучением физическому воспитанию в средних школах Китая и предложены мероприятия по их оптимизации.

Цель исследования. Цель исследования заключается в поиске решения проблем управления физической культурой в школах Китая. Это в свою очередь требует выполнения ряда задач, в частности оценки современного состояния и тенденций развития школьного физкультурного образования в Китае, описания концепции развития физкультурного обучения «Солнечный спорт», наблюдения реализации данной концепции на практике в школах Северо-Восточных провинций страны.

Результаты исследования и их обсуждение. В результате анализа научной литературы и наблюдения, были выявлены следующие проблемы в управлении физической культурой в современных китайских школах.

Во-первых, недостаточное внимание к управлению физическим воспитанием. В настоящее время некоторые неполные средние школы часто игнорируют физическое воспитание в структуре учебной программы и сосредотачивают большую часть своей энергии на преподавании только основных предметов. Порой занятия по физической культуре и вовсе отменяются и заменяются математикой, английским или другими предметами. В средней школе в неделю проводится всего 3 часа занятий физической культурой, в то время как английским языком – 10 часов, географией – 8 часов. Тем самым, отмечается явная нехватка занятий по физической культуре.

Во-вторых, неясность целей управления обучением. Ведущую роль в процессе управления физической культурой играют учителя физического воспитания. Они должны обладать определенными навыками педагогического менеджмента, чтобы способствовать

достижению целей обучения, непрерывно повышая уровень преподавания. Однако, как отмечает Чжан Сюэянь, «в настоящее время некоторые учителя физкультуры в средней школе не придают значения ориентированности на личность, что не позволяет им использовать передовое управленческое мышление в профессиональной деятельности» [3]. Следовательно, в управлении обучением физическому воспитанию есть проблемы, связанные с разрывом между теорией и практикой. Мы провели опрос учителей средних школ и учителей физической культуры и выявили, что всего уровень индивидуализации педагогических подходов (доля преподавателей, использующих индивидуальный подход) составляет 42%, среди преподавателей физической культуры данный уровень составил всего 5%.

В-третьих, одной из проблем в управлении физической культурой в современных китайских школах является отсутствие знаний о процессе управления у учителей физкультуры.

В связи с постоянным развитием учебных программ учителя изучают современные концепции преподавания, но на практике управлении по-прежнему используются простые и грубые методы. Это не только не приводит к достижению хороших результатов в управлении, но также вызывает напряженность в отношениях между учителями и учениками. Пэн Фан и др. отмечают, что неправильное поведение учителей по управлению физической культурой включает плохой преподавательский тон, преподавание в форме приказов, недостаточное внимание к вопросам учеников и иногда потеря контроля над своими эмоциями [2].

В результате анализа научной литературы и наблюдения, была сформирована анкета, ответить на вопросы которой было предложено экспертам – педагогам физической культуры. В опросе участие приняло 10 экспертов. Были заданы вопросы, с целью подтвердить существование проблем в управлении физической культурой в школах, а также предложено сформулировать рекомендации по совершенствованию.

По итогам опроса выявлено следующее (Рисунок 1).

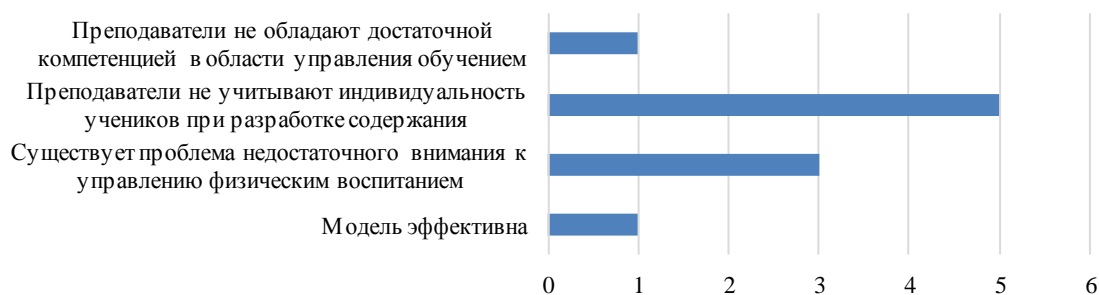


Рисунок 1 – Мнение экспертов относительно существующей модели управления физической культурой в китайских школах

Состояние отсталости, как отмечают эксперты, отражается в том, что некоторые учителя физкультуры младших классов средней школы придерживаются сильных традиционных концепций и не полностью осознали требования новой реформы учебной программы. Поэтому в фактическом учебном процессе они по-прежнему принимают традиционный метод управления. Некоторые учителя физкультуры в младших классах средней школы часто обращают внимание только на объяснение знаний физической теории при обучении физическому воспитанию, что предназначена для физических способностей учащихся. При этом крайне часто пренебрегают воспитанием знаний о физическом воспитании. Это не только влияет на эффект физического воспитания, но и приносит множество неудобств для всестороннего развития моральных, интеллектуальных, физических и художественных способностей учащихся.

Исходя из имеющихся проблем, а также учитывая предложения по совершенствованию системы управления, предложенные экспертами в ходе опроса, были разработаны следующие направления развития в управлении физической культурой в китайских школах.

Во-первых, необходимо повышать осознание важности физического воспитания в школах. Это можно достичь, следуя философии физического воспитания «Солнечный спорт» (*Янгуань Тиюй*) [1]. Основываясь на данной философии преподавания физического воспитания, необходимо сформулировать соответствующие цели обучения, чтобы повысить энтузиазм учащихся и улучшить отношение учителей к обучению. В то же время соответствующие требования концепции должны строго соблюдаться в процессе физического воспитания для разработки целевого плана физических упражнений. Школы и учителя должны организовать встречи учителей физического воспитания для проведения дискуссий по вопросам физического воспитания в соответствии с существующими требованиями. В процессе обсуждения школа будет уделять больше внимания управлению физическим воспитанием, что будет лучше способствовать открытию занятий по физическому воспитанию.

Во-вторых, требуется оптимизация моделей управления физическим воспитанием. В традиционном процессе физического воспитания большинство учителей – это классные учителя, которые имеют общие представления о спорте и физической подготовке. С другой стороны, на занятиях физкультурой ученики привыкли прислушиваться к мнению и предложениям учителей и редко проявляют собственную инициативу. Этот режим обучения не только снижает интерес учащихся к урокам физического воспитания, но и влияет на эффект от занятий в классе. Необходимо полностью оптимизировать существующие методы обучения и модели управления обучением на основе требований новой реформы учебной программы. Важно сформулировать целевые программы обучения, основанные на различных физических качествах учащихся, стараясь использовать индивидуальный подход к ученикам.

И, наконец, учителя должны придерживаться современной концепции управления обучением физической культуре, которая основана на следующих элементах. Перед занятием учитель должен хорошо понять индивидуальные различия учеников, разделив их на однородные группы по развитию физических способностей. Также необходимо выявить интересы и увлечения школьников, на основе чего разрабатывать содержание преподавания, интересные учебные мероприятия и попытаться создать непринужденную и приятную атмосферу обучения, что соответствует требованиям реализации концепции «Солнечный спорт» в школьных учебных заведениях Китая.

Выводы. Подводя итог исследованию, хотелось бы отметить, что управлению физическим воспитанием в школах необходимо уделять достаточно внимания. Гармоничное развитие управления физическим воспитанием в школе и внедрение концепции «Солнечный спорт» неотделимо от совместных усилий учителей физического воспитания и собственно руководства школ. В то же время необходимо улучшить понимание учащимися аспектов концепции «Солнечный спорт» и применить их к процессу фактического обучения физическому воспитанию, заложив хорошую основу для непрерывного его развития в школах.

Список литературы

1. Li, Yin. On the Harmonious Development of Middle School Physical Education Teaching Management and Sunshine Physical Education / Li, Yin // Slam Dunk. – 2019. – No. 10. – P. 124-125 (на китайском языке).
2. Liu, Qin. Research on the Classroom Management Strategies of Physical Education Teachers in Primary and Secondary Schools / Liu Qin, Peng Fang, Yi Juan // Teaching and Management. – 2018. – No. 2. – P. 66-67 (на китайском языке).
3. Zhang, Xueyan. Analysis of the Current Situation and Countermeasures of Physical Education Teaching Management in Middle Schools / Zhang Xueyan // Teaching Method Innovation and Practice. – 2020. – No. 3 (1). – P. 140-141 (на китайском языке).

РАЗВИТИЕ ШОРТ-ТРЕКА В РЕГИОНАХ РОССИИ

*Васильева А.А., студент 7215 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.ист.н. Закиров Т.Р.*

Актуальность. Шорт-трек является молодым Олимпийским видом спорта, который набирает популярность в нашем мире. Он один из самых медалеемким видом спорта на Олимпийских играх, в котором разыгрывается более 10 комплектов медалей. Одна из главных проблем этого вида спорта, что не все регионы его культивируют, хотя шорт-трек не требует большого материально-технического обеспечения.

Современное развитие спорта высших достижений во многом опирается на качество предоставляемых услуг физкультурно-спортивной организацией (ФСО). Спортивная школа – специализированное учебно-воспитательное учреждение, осуществляющая подготовку спортивного резерва. Эффективность деятельности спортивной школы включает в себя оснащенную материально-техническую базу, соответствующая Федеральному стандарту подготовки, тренерский состав и многое другое для подготовки членов сборной команды страны.

Цель исследования: выявить приоритетные регионы развития шорт-трека в России.

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

Результаты исследования и их обсуждение. Тренировочный процесс обеспечивают такие ФСО, как спортивные школы, центры спортивной подготовки, федерации по виду спорта. Спортивная школа – специализированное учебно-воспитательное учреждение, осуществляющую подготовку спортивного резерва. Центр спортивной подготовки – специализированное учреждение, осуществляющую спортивную подготовку сборных команд регионов и РФ, обеспечивает отбор спортсменов высокого класса. Федерация по виду спорта – общественная организация, осуществляющая популяризацию и развития вида спорта.

Исходя из Приказа № 28 Министерства спорта РФ от 19 января 2018 «Об утверждении федерального стандарта спортивной подготовки по виду спорта «конькобежный спорт (шорт-трек)» мы выделили следующие условия, которые необходимы для развития шорт-трека:

1. Материально-техническая база, которая включает в себя: наличие ледовой дорожки для шорт-трека, тренировочного спортивного зала, тренажерного зала, раздевалок и душевых, медицинского пункта. Обеспечение оборудованием и спортивным инвентарем, спортивной экипировкой;
2. Кадровый состав, имеющий профильное среднее или высшее образование;
3. Программа для достижения результатов спорта высших достижений.

Сравним рисунок 1 и рисунок 2, где показаны результаты выступления шорт-трекистов на соревнованиях всероссийского уровня «финала IX Зимней спартакиады учащихся (юношеской) России 2019 года по шорт-треку» и «финала X Зимней спартакиады учащихся (юношеской) России 2020 года по шорт-треку» (10 лучших команд).

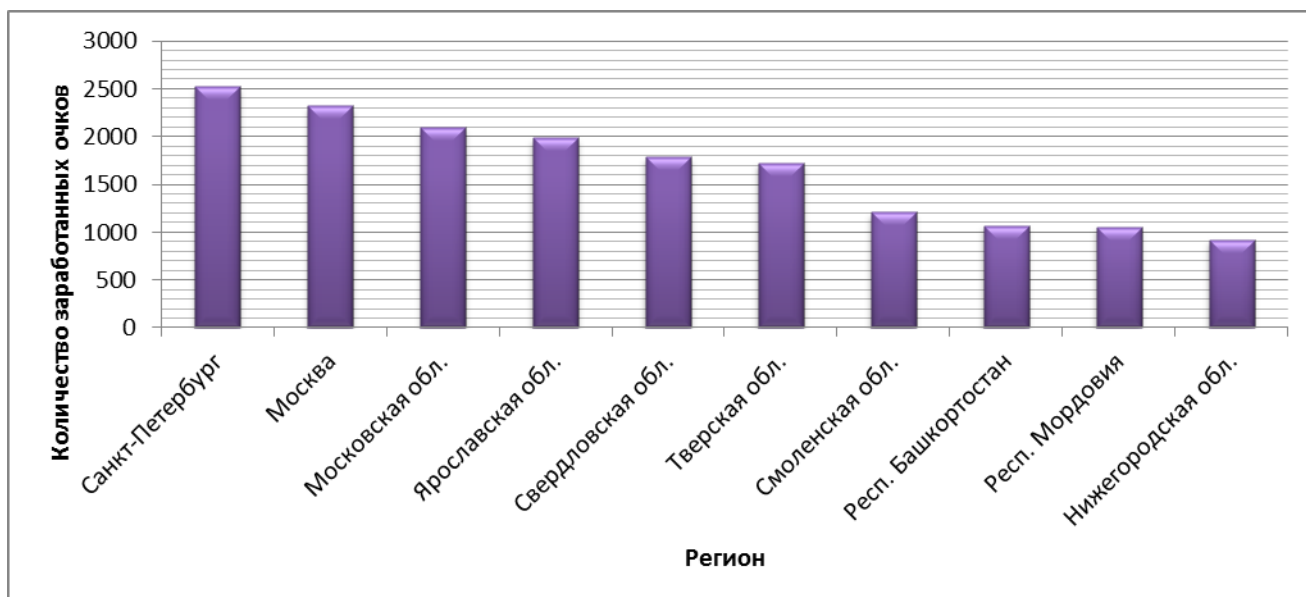


Рисунок 2. Общекомандный зачет на финале IX Зимней спартакиады учащихся (юношеской) России 2019 года по конькобежному спорту

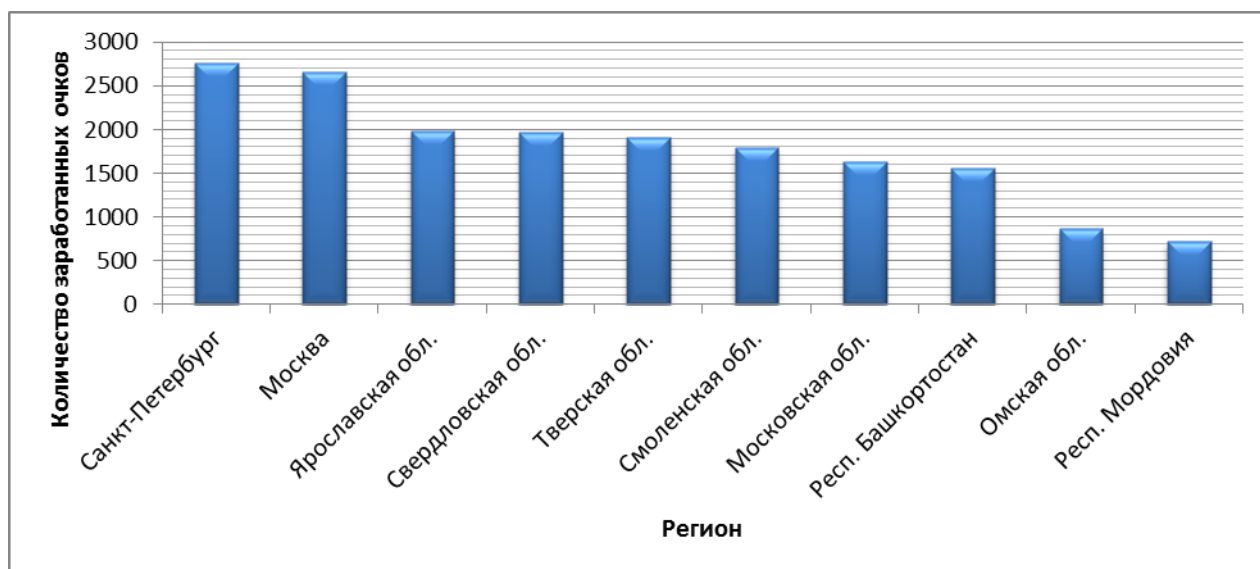


Рисунок 3. Общекомандный зачет на финале X Зимней спартакиады учащихся (юношеской) России 2020 года по шорт-треку

Таким образом, мы выделили приоритетные регионы развития шорт-трека в РФ. Город Москва, Московская область, город Санкт-Петербург, Ярославская область и Свердловская область являются первенствующими среди представленных регионов. Мы предположили, что там созданы благоприятные условия, которые включают в себя материально-техническую базу, кадровый состав и т.п. для подготовки спортсменов высокого уровня, которые входят в состав сборной команды субъекта РФ и страны.

Выводы. В результате данной работы мы определили приоритетные регионы для развития шорт-трека. Исходя из сравнительного анализа выступления общекомандного зачета юношей и девушек IX и X Зимней спартакиады учащихся из года в год лидирующие места одни и те же регионы. Следуя из этого можно сделать вывод, что в этих регионах созданы благоприятные условия для развития шорт-трека.

Список литературы

1. Приказ Министерства спорта РФ от 19 января 2018 № 28 «Об утверждении федерального стандарта спортивной подготовки по виду спорта «конькобежный спорт (шорт-трек)».

МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ КОННО-СПОРТИВНОГО КОМПЛЕКСА

*Гаврилова А.А., студент 20215м гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.соц.н., доцент Хураמיшина А.З.*

Актуальность данной статьи обусловлена развитием сферы физической культуры и спорта, требующей также и развития сферы продвижения для ее популяризации и выстраивания положительного имиджа спортивных организаций.

Конный спорт, как и любая другая спортивная ячейка нашего общества, нуждается в развитии. На данный момент освещение и продвижение в массы находится на недостаточном уровне, учитывая развитость данного спорта в РФ. В конно-спортивных клубах зачастую отсутствует специалист, который бы занимался продвижением услуг комплекса и т.д. Но, в первую очередь, в конных клубах отсутствует просто менеджер, который бы координировал работу в данном направлении.

Целью нашей статьи являлось получение актуальных данных о нынешних тенденциях, связанных с организационно-управленческими функциями менеджера в сфере продвижения услуг конно-спортивного комплекса в Интернете.

Результаты исследования и их обсуждение. Продвижение – это мероприятия, направленные на информирование покупателей о товарах (услугах) [1]. Грамотное и эффективное продвижение включает в себя все аспекты: рекламу, формирование общественного мнения, PR в социальных сетях и т.д.

Средства продвижения в Интернете:

- Интернет-портал (сайт) КСК
- Электронная версия специализированного журнала/газеты КСК
- Социальные сети и другие площадки (Вконтакте, Instagram, Facebook, YouTube и т.д.)

В условиях жесткой конкуренции качественное предоставление услуг является основной функцией конно-спортивного комплекса, следовательно, маркетинг доминирует над другими сферами и должен разрабатываться в первую очередь. Однако, большинство конных клубов придерживаются политики «тренер ведет страницу клуба и этого достаточно». К сожалению, это не так. Тренеру приходится совмещать в себе роль тренера, менеджера, маркетолога, SMM-специалиста и т.д., хотя в грамотном организационно-управленческом аспекте это подразумевает обязательное разделение обязанностей по определенным специалистам.

Чтобы конный спорт мог в полной мере выполнять свою миссию, необходима его активная популяризация, грамотное продвижение видов спорта, спортивных брендов, их соответствующая государственная, спонсорская и рекламно-информационная поддержка. Но, в первую очередь, конному клубу необходим грамотный менеджер, который сможет выстроить и наладить работу подразделений, в том числе по продвижению услуг. Более того, руководителю/менеджеру в сфере физической культуры и спорта должны быть присущи некоторые особенные черты стиля управления [2].

Для решения цели исследования мы определили содержание методов продвижения конно-спортивного комплекса, для исследования применили опросный метод, разработали анкету. Всего участие в опросе, состоящего из девяти позиций и проведенного с использованием Google форм, приняли 39 человек (менеджеры различных конных клубов по всей России), и были получены следующие результаты [3].

В ответах на вопрос о необходимости в конно-спортивном клубе менеджера мы наблюдаем лидирующее мнение, что конно-спортивному комплексу необходим менеджер по продвижению, и промежуточным является вариант «Только, если комплекс очень большой» (Рисунок 1). Также важно отметить, что ни один из респондентов не выбрал вариант «Нет».



Рисунок 1 – Результаты ответов на вопрос о необходимости менеджера в конно-спортивном клубе

Результаты ответов на вопрос о компетентности в выбранной сфере показывают также позитивную тенденцию, хоть и имеет большее количество ответов со значением «Нет» по сравнению с предыдущим вопросом (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Результаты ответов на вопрос о компетентности в выбранной сфере



Рисунок 3 – Результаты ответов на вопрос об использовании интернет-площадок

По мнениям опрошенных экспертов, стратегию продвижения они бы разрабатывали преимущественно на интернет-площадке Инстаграм (84,6%) и Вконтакте (66,7%) (рисунок 3). Немало респондентов выбрали вариант «Телеграм» (51,3%) и наименьшее количество голосов у вариантов «YouTube» (46,2%) и «Тик ток» (5,2%). Лидирующие позиции в использовании социальных сетей все также занимает Инстаграм и Вконтакте.

Выводы. При помощи разработки и публикации открытого опроса для менеджеров конно-спортивных комплексов со всей территории РФ нам удалось получить актуальные данные о нынешних тенденциях, связанных с организационно-управленческими аспектами менеджера в сфере продвижения услуг КСК.

По итогам публичного анкетирования мы выявили следующую тенденцию. Лидирующим мнением является то, что конно-спортивному комплексу необходим менеджер по продвижению, он должен быть компетентен в данной сфере, а также уметь продвигать услуги КСК на наиболее популярных интернет-площадках Инстаграм и Вконтакте. Также большинство респондентов хорошо понимают свои обязанности и возможности делегирования, а также необходимость сотрудничества с профессионалами из разных сфер услуг (фото, реклама и т.д.).

Список литературы

1. Мастерман, Гай Стратегический менеджмент спортивных мероприятий / Гай Мастерман ; пер. с англ. Н.И. Беловинцевой. – Москва : Издательство «Национальное образование», 2015.
2. Хурамшина, А. З. Характеристики эффективного стиля управления в сфере физической культуры, спорта и молодежной политики: результаты эмпирического исследования / А. З. Хурамшина, А. А. Агалтдинова, Б. И. Хурамшин // Вестник экономики, права и социологии. – 2019. – № 3. – С. 153-157. – URL: <http://www.vestnykeps.ru/0319/0319.htm> (дата обращения: 17.03.2021).
3. Менеджер в сфере продвижения услуг конно-спортивного комплекса в Интернете / А. А. Гаврилова. – 2021. // Гугл-форма [опрос]. – URL: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScsnYJ_QmI5rGvhpun05PN5-nV_CmguUoq0i-Ey67xXTaMsvw/viewform (дата обращения: 17.03.2021).

ИМИДЖ СПОРТСМЕНА: ЗНАЧЕНИЕ И ОСНОВЫ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ

*Перепелицына С.А., студент
Волгоградская государственная академия
физической культуры, г. Волгоград, Россия
Научный руководитель – к.п.н. Горбачева В.В.*

Жизнь человека – это что-то интересное и удивительное. Мы постоянно общаемся, развиваемся, занимаемся какой-либо деятельностью, но мы отличаемся друг от друга тем, что у каждого из нас есть свое призвание, авторитет... Пока мы живем – используем любую возможность, чтобы стать лучше.

И для того, чтобы уметь располагать к себе окружающих нас людей, существует такая наука, которая называется имиджелогия. Имиджелогия – это относительно молодая наука, в которой рассматриваются такие вопросы как создание и изменение имиджа, т.е. умение производить всегда именно то впечатление, которое вы планировали. Таким образом, основные знания инструментария имиджелогии могут пригодиться в любой сфере жизнедеятельности человека. Для сферы спорта это становится особенно актуальным.

В современном спорте становится очевидным факт, что имидж спортсмена в значительной степени влияет на отношение со стороны аудитории и становится одним из тех факторов, которые определяют его материальное благосостояние.

Центральным понятием в имиджелогии, является, конечно, имидж.

Актуальность проблемы имиджа в сфере спорта на сегодняшний день один из самых важных факторов. Формирование положительного имиджа представляет из себя сложный, длительный процесс, требующий обширных знаний, творческих возможностей и стратегического мышления от участников его формирования.

Имидж является представлением некоего публичного «Я» человека. Во многих ситуациях видение себя не совсем соответствует реальности. Подчас имидж спортсмена формируется таким образом, чтобы утрировать некоторые качества и показать их в лучшем свете, нежели это есть на самом деле. Это обусловлено тем, что имидж позволяет спортсмену получить дополнительное расположение в обществе, особенно это становится актуальным после завершения спортивной карьеры.

Проблема формирования положительного имиджа спортсмена является многоаспектной и требующей пристального внимания специалистов сферы связей с общественностью. Сильный эффект может внести резонанс в спортивных достижениях. Например, победа на Олимпийских играх, но в менее популярном и зрелищном виде спорта может быть воспринята прохладнее и менее заметна для общественности, чем итоги более популярных стартов.

Имидж спортсмена складывается из его опыта, профессионализма, квалификации, достижений, взаимоотношений в спорта и обществе. Эти факторы всегда вызывали и будут вызывать интерес общественности по отношению к спортсмену, показанные им рекордные результаты становятся всеобщим достоянием.

В формировании имиджа спортсмена велика роль резонансности его побед. К примеру, чемпион Олимпийских игр, скажем так, в малопопулярном виде спорта будет меньше известен, чем спортсмен занявший, может и не первое место, но в популярном виде спорта.

В качестве примера рассмотрим легкую атлетику, как одну из наиболее зрелищных видов спорта. Наибольший интерес со стороны зрителей вызывают спортсмены, которые просто попали в финал, а в марафонском беге все далеко не так. Даже победитель известен очень малому кругу зрителей.

Однако, несмотря на все это, имидж спортсмена основывается на его достижениях, напрямую зависит от его спортивных результатов. При этом необходимо учитывать огромное влияние спортивной и неспортивной прессы. Чем известнее спортсмен, тем больше внимания уделяют ему СМИ, тем тяжелее ему поддерживать свой имидж. Известный

спортсмен с высоким имиджем – это человек, на которого хотели бы быть похожи молодые спортсмены, на которого они равняются, которого ставят в пример, можно сказать он является кумиром.

Имидж спортсмена во многом определяется вниманием со стороны средств массовой информации и зрителей. Бывают случаи, когда имя спортсмена, достигшего очень высоких результатов, часто мелькает на страницах газет, журналов и экранов телевизоров. Но стоит ему только раз оступиться, «сбавить обороты», как он тут же превращается в антигероя, а популярность среди поклонников резко падает.

Однако стоит отметить, что не всегда спортсмен, добившийся более высоких результатов, становится любимцем СМИ и зрителей, но все равно, в конечном счете, имидж спортсмена зависит от достигнутых им результатов. Чем выше результаты, тем выше его рейтинг, тем больше внимания оказывает ему общество, тем популярнее становится его имидж.

Начиная со второй половины XX столетия, главной проблемой в спорте стало применение спортсменами запрещенных фармакологических препаратов, иными словами, – допингов. Выявив, что применение данных препаратов негативно сказывается на здоровье спортсменов, сначала МОК, а затем и международные федерации по видам спорта развернули активную антидопинговую деятельность. У мировой общественности сложилось неодобрительное отношение к использованию допингов в спорте и к спортсменам, прибегающим к этим средствам в своей подготовке.

Одной из немаловажных проблем является поведение спортсмена на состязаниях (общение с соперниками, судьями и зрителями) и в околосоревновательной деятельности (взаимодействие с журналистами, общение на пресс-конференциях). Длительное пристальное внимание со стороны средств масс-медиа может негативно отразиться на мироощущении и самовосприятии спортсмена. Нередко могут возникать спорные ситуации, порой перерастающие в конфликт.

Спортсмен, имеющий положительную репутацию и пользующийся популярностью у болельщиков и представителей СМИ, могут вести себя некорректно с окружением. Чаще всего это встречается у молодых атлетов, которые за довольно маленький промежуток времени смогли добиться высоких результатов в спорте, стать чемпионами и т.д., но в то же время не сформировались как личность, не определились в своих взглядах и целях в жизни.

Список литературы

1. Борисенко, Е. Г. Роль психологической подготовки спортсменов в предсоревновательный период / Е. Г. Борисенко, Т. Ф. Колчина, С. А. Тенеряднов // Физическое воспитание и спортивная тренировка. – 2018. – №2 (24). – С. 37-44.
2. Горбачева, В. В. Технология дифференцированной профессионально-прикладной физической подготовки студентов – спортивных менеджеров / В. В. Горбачева. – ФГБОУ ВО «ВГАФК». – Волгоград, 2016. – 175 с.
3. Сырбу, А. С. Медиакультура профессиональных спортсменов влияет на формирование их личного имиджа в информационном пространстве / А. С. Сырбу // Вопросы культурологии. – 2020. – № 1. – С. 16-23.

АНАЛИЗ МОТИВАЦИОННЫХ СИСТЕМ В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТИЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Городецкий Р.И., студент 2 курса

Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма, г. Москва, Россия

Объедкова Л.П., ст. преподаватель

Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма, г. Москва, Россия

С переходом на рыночные отношения вопрос мотивации сотрудников встал на новый уровень. Успешность компании напрямую зависит от эффективности деятельности сотрудников, а значит от мотивации их к работе, и в первую очередь от организации мотивации.

Мотивация – это процесс, который инициирует, направляет и поддерживает целенаправленное поведение. Это то, что заставляет действовать, будь то получение стакана воды, чтобы уменьшить жажду, или чтение книги, чтобы получить знания. Мотивация относится не только к факторам, которые активизируют поведение; она также включает факторы, которые направляют и поддерживают эти целенаправленные действия (хотя такие мотивы редко наблюдаются непосредственно).

Мотивация-это то, что заряжает энергией, поддерживает и контролирует поведение. Таким образом, становится понятно, почему она играет важную роль на рабочем месте. Но эмпирическое измерение этой роли – совсем другое дело. Трудно уловить стремление работника в количественных показателях, чтобы установить, в какой степени более высокая мотивация ответственна за более высокую производительность.[5] Однако широко признается, что мотивированные сотрудники создают более высокую ценность и приводят к более значительным уровням достижений. Таким образом, управление мотивацией является важнейшим элементом успеха в любом бизнесе; с повышением производительности организация может достичь более высокого уровня выпуска своего продукта.

Исследования показали, что мотивированные сотрудники:

1. Всегда ищут «лучший» способ выполнения задачи.
2. Будут более ориентированы на качество.
3. Их работа выполняется с более высокой производительностью и эффективностью.

Таким образом, мотивированные сотрудники будут сохранять высокий уровень инноваций, производя более качественный продукт. Здесь нет обратной стороны, то есть альтернативные издержки мотивации сотрудников по существу равны нулю, если предположить, что это не требует дополнительного капитала для обучения менеджеров.

Оплата труда часто достаточна, чтобы заставить сотрудников работать на организацию, но не всегда достаточна, чтобы заставить их полностью реализовать свой потенциал.

Теория Фредерика Херцберга обращает внимание, что часто зарплата достаточна для того, чтобы избежать неудовлетворенности, но ее недостаточно, чтобы побудить сотрудников повысить свою производительность и достижения. [4] Фактически, производительность труда работников, мотивация которых исходит исключительно из заработной платы и премий, имеет тенденцию со временем снижаться. Постоянное получение премий, работниками начинает восприниматься, как часть их заработной платы. Чтобы увеличить эффективность и качество работы сотрудников, менеджеры должны обратиться к пониманию и реагированию на внутренние и внешние мотивы заинтересованности людей. Внешние мотивы включают рабочую среду (например, тесная кабина против просторного открытого офиса); внутренние мотивы включают мысли и эмоции (например, скука при выполнении одной и той же задачи, которая превратила работу в рутину и напротив, волнение при получении широкого спектра типов различных проектов).

С управленческой точки зрения очень немногие идеи имеют большее значение, чем динамичное развитие правил мотивации. Понимание того, что движет сотрудниками к эффективности и самореализации, лежит в основе ответственности любого менеджера. Мотивация на рабочем месте в первую очередь связана с повышением внимания к сотрудникам, часто через преследование положительных стимулов и избегание негативных [3].

Работник должен направить свое внимание на какую-то задачу, создать необходимые усилия для ее выполнения и продолжать работать над ней, несмотря на возможные отвлекающие факторы. Различные теории пытались выявить факторы, способствующие эффективной мотивации сотрудников, большинство из которых легко разделить на четыре широкие категории:

- теории, ориентированные на потребности;
- теории, ориентированные на познание;
- поведенческие теории;
- теории, ориентированные на работу.

Бюрократическая организационная структура, названная Максом Вебером рациональной, характеризуется: высокой степенью разделения труда, развитой иерархией управления, цепью команд, наличием многочисленных правил и норм поведения персонала, а также подбора персонала по их деловым и профессиональным качествам. Однако, бюрократический тип структуры не способствует росту потенциала людей, каждый из которых используют только ту часть своих способностей, которые непосредственно требуются для выполняемой работы, а это снижает мотивацию к труду. Рассматривая гостиницу, которая имеет бюрократический тип управления, можно увидеть: основная мотивация на этом предприятии – премирование. В данной организации премирование имеет следующий характер: начисление за выполнение своих прямых обязанностей. Из этого следуют следующие минусы:

- субъективная оценка;
- получение премии фактически за выполнение своих обязанностей, прописанных в договоре;
- размер изменяется не за счет развития, а уменьшается при недоработке.

Такой стиль не увеличивает мотивацию работников.

В результате основные проблемы – это непродуктивная система премирования и структура управления. Конечно, есть выход – изменение системы премирования, реструктуризация и реорганизация труда для повышения удовлетворенности трудом. Например, ротация, горизонтальное увеличение обязанностей путем комбинирования различных, но взаимосвязанных работ, изменение структуры управления (введение должности менеджер по персоналу).

Рассматривая одно из предприятий туристической индустрии, оказывающее туроператорские услуги было отмечено, что организация структуры предприятия относится к линейно – функциональному типу, Так как структуры подобного рода идеально устроены для решения циклических задач. Тип управления: демократический.

Мотивационная сфера на этом предприятии разделена на внутреннюю и внешнюю:

1. «Внутренняя» вознаграждение работник получает от работы, ощущая значимость своего труда.
2. «Внешняя» вознаграждение – это продвижение по службе, премии.

В данной организации существует «социальный пакет», представленный в следующих пунктах:

- обучение своих кадров, курсы повышения квалификации;
- оплата и предоставление служебного транспорта;
- премии за сверхурочную работу, проявление инициативности;
- корпоративные скидки.

Как отмечают владельцы, одним из мотивирующих факторов является высокая оплата труда. Но есть и недостатки:

- отсутствие публичной похвалы – нематериальной мотивации;
- плохой климат в коллективе.

В результате основная проблема – это минимальное количество нематериальных поощрений.

Варианты, которые можно предложить:

- проведение тренингов на улучшение климата в коллективе;
- организация работы направленной на взаимодействие между работниками;
- увеличение нематериальных поощрений, например, публичная похвала, введение позиции «работник месяца».

Таким образом, на основе полученных данных, посредством сравнительного анализа двух компаний в сфере туристического бизнеса были выделены основные ошибки и разработаны рекомендации по их устранению в мотивационной структуре этих организаций.

В первой организации – основной проблемой является непродуктивная система премирования, которая не направлена на развитие гостиницы и повышение мотивации к труду. Для нее рекомендации: поощрение за сверхурочную работу, реструктуризации и реорганизация.

Вторая организация – туристическое предприятие. Здесь главная ошибка: избытие материальных поощрений и отсутствие нематериальных.

Рекомендацией по улучшению микроклимата, например, является проведение тренингов, общее досуговое время препровождение.

Проведя сравнение, можно увидеть, что главной проблемой в этих двух компаниях и подавляющим большинством других в России является неразвитость мотивационных структуру организации, которая проявляется в их упрощение и доведение только до материальной мотивации.

Список литературы

1. Аллин, О. Н. Кадры для эффективного бизнеса. Подбор и мотивация персонала / О.Н. Аллин, Н.И. Сальникова. – Москва : Генезис, 2020. – 248 с.
2. Быстров, С. А. Туризм. Макроэкономика и микроэкономика (+ CD-ROM) / С. А. Быстров, М. Г. Воронцова. – Москва : Герда, 2017. – 464 с.
3. Варенов, А. В. Мотивация персонала: игра или работа. Что мы делаем в рабочее время на рабочем месте? / А. В. Варенов. – Москва : Речь, 2020. – 157 с.
4. Херцберг Ф. Мотивация к работе / Ф. Херцберг, Б. Моснер, Блох Снидерман Б. – Москва : Издательство «Вершина», 2007 г. – 240 с.
5. Орлова, Е. В. Мотивация персонала. Денежная и иная (проблемы документального оформления, учета, налогообложения) / Е. В. Орлова. – Москва : Библиотечка «Российской Газеты», 2020. – 176 с.

ВИДЫ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

*Другова Д.Ю., студент 7215 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Савосина М.Н.*

Актуальность. В настоящее время в нашей стране проводится большое количество физкультурно-спортивных мероприятий. Организация и проведение спортивных событий требует больших финансовых затрат, поэтому практически не одно мероприятие не обходится без поддержки партнеров. С этой точки зрения спортивная индустрия – не что иное, как площадка для инвестирования.

Цель исследования – изучить виды партнерских отношений в сфере физической культуры и спорта.

Результаты исследования и их обсуждение. Многие организации осознают, что партнерские отношения являются ценным способом выхода на новые рынки, а также удержания существующей клиентской базы. Сотрудничество может увеличить продажи, изменить отношение, повысить осведомленность и построить новые и поддерживать существующие отношения с клиентами. Партнерство является важным инструментом маркетинговой коммуникации, который стремится обеспечить благоприятную рекламу для компании и / или ее брендов в рамках определенной целевой аудитории посредством поддержки деятельности, не связанной напрямую с обычным бизнесом компании[3].

Существуют различные виды партнерских отношений:

1. Титульный спонсор. В первую очередь статус предполагает значительный вклад компании в организацию мероприятия. Зачастую титульное партнерство подразумевает интеграцию спонсора в название мероприятия. Примером титульного спонсорства в рамках наших проектов может послужить Всероссийские соревнования по плаванию Mad Wave Challenge[4].

Партнерские отношения позволяют решать разноплановые задачи, стоящие перед организацией:

- повышение узнаваемости компании и предоставляемых ею услуг;
- изменение / упрочнение имиджа компании;
- налаживание и укрепление деловых отношений с партнерами и властными органами;
- укрепление лояльности к бренду;
- позиционирование бренда в рамках целевой аудитории (молодежь, семьи, женщины, любители риска и экстрима);
- демонстрация функциональных характеристик бренда/продукта;
- повышение доли рынка;

Что касается физкультурно-спортивной организации, спортсмена, то они получают следующую выгоду:

- частное финансирование;
- товары, производимые спонсорами и используемые спортсменами;
- услуги: транспорт, консультации в области управления, экономики, финансов, права;
- непосредственно производимую спонсором рекламу вида спорта, спортсменов, клуба, федерации [2].

2. Генеральный спонсор – владелец одного из самых больших спонсорских пакетов. В случае отсутствия титульного спонсора предполагается покрытие более 50% спонсорского фонда компанией. Взамен спонсор получает обширную пресс-поддержку.

3. **Официальный спонсор** выкупает порядка четверти спонсорского фонда. Обычно официальному спонсору присваивается категория партнерства («официальный страховой партнер мероприятия», «официальный перевозчик мероприятия»).

4. **Технический спонсор** частично или полностью покрывает технические расходы в рамках организации мероприятия.

5. **Спонсор-участник** – обладатель небольшого спонсорского пакета, размер которого обычно не превышает десяти процентов от общего фонда.

6. **Информационные партнеры** выполняют задачи по анонсированию и освещению мероприятия в информационном пространстве [4].

7. **Бартерные партнеры** делают вклад в организацию мероприятия не денежными инвестициями, а предоставляя товары или услуги по согласованию с организаторами [5].

8. **Меценат** – лицо, оказывающее финансовую помощь из личных средств на добровольной и безвозмездной основе [1].

В ходе нашего исследования нами были опрошены 15 организаций, являющиеся потенциальными партнерами. Результаты анкетирования представлены на Рисунках 1-3.

На первый вопрос «Сотрудничали ли Вы с физкультурно-спортивной организацией?» были получены следующие ответы (Рисунок 1).

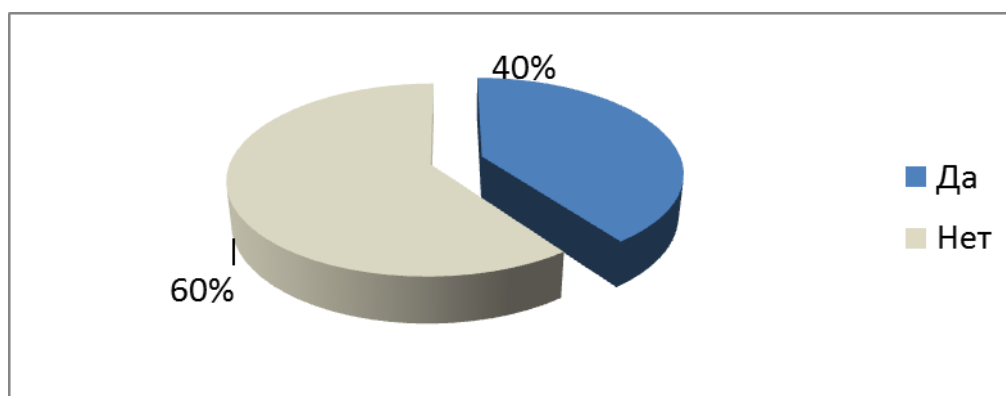


Рисунок 1 – Результаты ответов на вопрос «Сотрудничали ли Вы с физкультурно-спортивной организацией?»

На вопрос «Что для Вас является наиболее значимым при формировании партнерских отношений?» были получены следующие результаты (Рисунок 2).

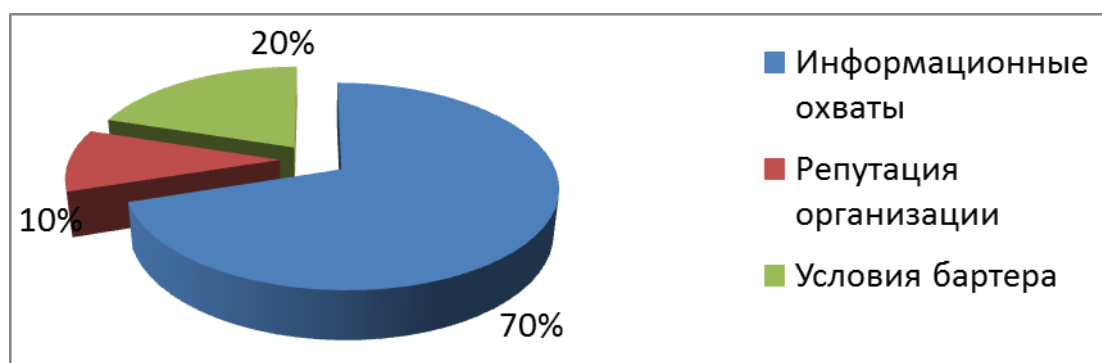


Рисунок 2 – Результаты ответов на вопрос «Что для Вас является наиболее значимым при формировании партнерских отношений?»

На третий вопрос «Какой результат Вы в первую очередь желаете достигнуть от сотрудничества?» были получены следующие результаты (Рисунок 3).

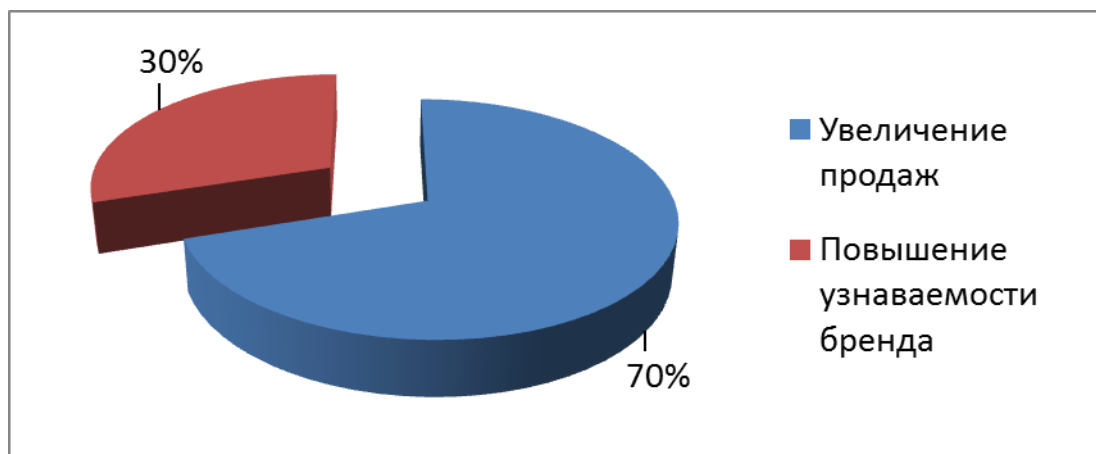


Рисунок 3 – Результаты ответов на вопрос «Какой результат Вы в первую очередь желаете достигнуть от сотрудничества?»

Выводы. В результате проведенного нами исследования мы выявили 8 разновидностей партнерских отношений и их особенности, а также в ходе анкетирования мы опросили потенциальных партнеров и выделили наиболее значимые для них факторы при формировании можно сделать вывод, что в настоящее время спорт является партнерских отношений. По результатам анкетирования также можно сказать, что спорт является площадкой для инвестиций и у компаний-спонсоров есть достаточно причин, чтобы использовать ее для поддержания имиджа компании, формирования лояльной к своей продукции аудитории, а также продвижения своего бренда и увеличения продаж.

Список литературы

1. Фонова, Н. Маркетинг партнерских отношений в спорте и образовании / Н. Фонова. – Москва : LAP Lambert Academic Publishing, 2012. – 180 с.
2. Кузин, В. В. Спонсорство в спорте / В. В. Кузин, М. Е.Кутепов. – Москва : Воениздат, 1994. – 216 с.
3. Киреева, И. Р. Финансовые аспекты проведения международных спортивных соревнований / И. Р. Киреева // Теория и практика физической культуры. – 2015. – № 4. – С. 52-55.
4. Алексеев, С. В. Спортивный маркетинг. Правовое регулирование: учебник для студентов вузов / С. В. Алексеев ; под ред. П. В. Крашенинникова. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА : Закон и право, 2017. – 647 с.
5. Еншин, М. М. Спортивный менеджмент и маркетинг : учеб.-метод. комплекс для студентов спец. «Физическая культура» / М. М. Еншин, В. Ю. Дятлов. – Новополюцк : ПГУ, 2008. – 252 с.

ПРИМЕНЕНИЕ CRM-СИСТЕМ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНЫХ ШКОЛ

*Дуткина Л.Р., студент 7215 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – д.э.н., доцент Хайруллин Р.К.*

Актуальность. Глобальной тенденцией современного мира является широкое применение инновационных технологий, в том числе в физкультурно-спортивных организациях. Благодаря систематизации данных возникают условия для более качественного трудового процесса на фоне постоянно увеличивающихся информационных потоков. Одной из задач Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года является совершенствование процесса сбора, анализа и управления данными, увеличение эффективности и скорости принятия управленческих решений с использованием цифровых технологий [1].

Цель исследования: выявить особенности применения CRM-систем для автоматизации системы обработки данных спортивной школы.

Результаты исследования и их обсуждение. Инновационный процесс в сфере физической культуры и спорта заключается в создании, распространении новых технологических и управленческих решений, имеющих в качестве результата оказание услуг в сфере физической культуры и спорта [2]. Одним из таких решений может быть применение CRM-систем в деятельности спортивных школ. На данный момент системы управления взаимоотношениями с клиентами широко используются в коммерческих организациях для повышения уровня продаж и оптимизации процессов обслуживания.

Многие физкультурно-спортивные организации для сбора, анализа и управления данными используют таблицы Excel, либо Excel в режиме онлайн. CRM-системы пока не распространены среди школ, осуществляющих подготовку спортивного резерва, так как их цели отличны от целей коммерческих организаций. Однако изменение внутренних параметров первоначальной системы позволяет адаптировать ее под новые задачи. В результате сравнительного анализа были выявлены особенности применения данных средств автоматизации системы обработки данных (Таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительный анализ средств автоматизации системы обработки данных

Параметры	Таблица Excel	Таблица Excel online	CRM-система
Хранение информации	Компьютер пользователя	Облачное хранилище	Сервер компании-разработчика/ клиента
Одновременная работа в системе нескольких специалистов	-	+	+
Разграничение прав доступа для пользователей	-	Ограничено	+
Хранение истории взаимодействия с клиентами	-	-	+
Контроль деятельности и получение уведомлений	-	-	+
Автоматизированная подготовка документов	-	-	+
Стоимость	0	0	Зависит от условий

При работе в таблицах Excel информация хранится на компьютере пользователя. Данный способ не является безопасным, при выходе техники из строя все данные могут быть потеряны. Облачное хранение информации более надежно, так как контролируется доступ пользователей, сохраняется история событий и существует возможность восстановить данные в случае их утери. Серверы компании-разработчика или клиента также безопасны, но приобретение собственного сервера требует довольно крупных финансовых затрат и дополнительного обслуживания. Одновременная работа нескольких специалистов с данными возможна в режиме онлайн или в CRM-системе. Разграничение прав доступа для пользователей в онлайн-таблицах Excel возможно только в рамках функций просмотра, комментирования и редактирования файла в целом. CRM-система позволяет определять соответствующие разрешения для каждого сотрудника.

Хранение истории взаимодействия с клиентами в таблицах Excel возможно, но не оптимально, так как потребует множество дополнительных ячеек или вкладок с неструктурированной информацией. Это может усложнить работу с поиском данных. CRM-система хранит сведения в удобном формате, позволяет отслеживать текущий этап взаимодействия с клиентами. Помимо этого возможны контроль актуальности прикрепленных файлов, уведомление пользователей об их отсутствии либо истечении срока действия, автоматизированная подготовка типовых документов и отчетов. Преимуществом таблиц Excel является отсутствие платы за использование, при этом стоимость CRM-систем зависит от наполненности различными опциями и может варьироваться довольно в широком диапазоне.

В Таблице 2 представлен SWOT-анализ применения CRM-систем в деятельности спортивных школ. Помимо вышеупомянутых достоинств можно выделить единую базу данных, быстрый поиск необходимой информации, контроль наполняемости групп, загруженности спортивных объектов, составление расписания, учет спортивных результатов занимающихся, оперативное отслеживание статистики аспектов деятельности спортивной школы. Функционирование данной системы требует оплаты ежемесячного обслуживания и обеспечение доступа в Интернет в случае использовании сервера компании-разработчика либо крупные финансовые затраты на установку собственного сервера.

Таблица 2 – SWOT-анализ применения CRM-систем в деятельности спортивных школ

Внутренняя среда	
Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Единая база данных. 2. Быстрый поиск необходимой информации. 3. Контроль наполняемости групп, расписания и загруженности спортивных объектов. 4. Учет результатов участия в соревнованиях. 5. Одновременная работа в системе нескольких специалистов с соответствующим набором прав. 6. Централизованное хранение документов и контроль сроков их актуальности. 7. Оперативное отслеживание статистических данных. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ежемесячная оплата обслуживания. 2. Необходимость доступа в Интернет.
Внешняя среда	
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Автоматизированное заполнение отчетов (1-ФК, 5-ФК). 2. Генерирование шаблонных документов. 3. Присвоение спортивных разрядов и судейских категорий. 4. Подача заявок на прием в спортивную школу. 5. Интеграция с другими автоматизированными информационными системами. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низкий уровень компьютерной грамотности персонала. 2. Выполнение двойной работы.

Использование CRM-систем предполагает возможность автоматизированного заполнения отчетов по форме 5-ФК и 1-ФК, электронной подачи заявки в спортивную школу. В случае интеграции с другими автоматизированными информационными системами органов исполнительной власти в сфере физической культуры и спорта есть вероятность удаленного присвоения спортивных разрядов и судейских категорий.

Среди угроз можно рассмотреть низкий уровень компьютерной грамотности сотрудников организации и выполнение ими двойной работы на первых этапах внедрения. Поэтому важно уделить внимание обучению персонала грамотной работе с автоматизированными системами обработки данных.

Выводы. CRM-система является современным средством автоматизации системы обработки данных. На основании проведения сравнительного анализа и SWOT-анализа были определены следующие особенности ее применения в деятельности спортивной школы:

- централизованное хранение сведений, документов, контроль сроков их актуальности;
- одновременная работа в системе нескольких специалистов с соответствующим набором прав;
- контроль наполняемости групп, загруженности спортивных объектов, составление расписания;
- учет спортивных результатов занимающихся;
- оперативное отслеживание статистики.

Список литературы

1. Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года // Министерство спорта Российской Федерации : официальный сайт. – 2021. – URL: <https://minsport.gov.ru/2020/docs/new%20files/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%B8%202030/%D0%A0%D0%B0%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5,%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F.pdf> (дата обращения: 25.03.21).
2. Хайруллин, Р. К. Инновационная политика и особенности ее реализации в сфере физической культуры и спорта / Р. К. Хайруллин // Инновационное развитие экономики. – 2017. – № 6 (42). – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_32474394_51331612.pdf (дата обращения: 25.03.2021).

К ВОПРОСУ О ДИСКРИМИНАЦИОННЫХ ПРОЯВЛЕНИЯХ НА МАТЧАХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ФУТБОЛЬНЫХ КЛУБОВ

Ершов И.А., студент 8215з гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.с.н., доцент Фахретдинова А.Б.*

Актуальность. Сегодня по всему миру проходят больше миллиона футбольных спортивных соревнований разного уровня, профессиональные и любительские, на стадионе и во дворе, мужские и женские. На подобных мероприятиях проявляется весь спектр человеческих эмоций и действий, в том числе негативных. Эти эмоции нередко перерастают в инциденты дискриминационного характера, которые оказывают влияние на ход игры, на клуб, а также на спортсменов.

В футболе, как в самом популярном и массовом виде спорта, вопрос дискриминации стоит особенно остро. Инциденты на почве расизма и ксенофобии отрицательно влияют на психическую составляющую, физические кондиции игроков, могут привести к массовым беспорядкам.

Цель исследования. Определить отношение спортсменов и болельщиков к дискриминационным практикам в футболе.

Результаты исследования и их обсуждение. На стадионах всех футбольных конфедераций можно услышать часто повторяющиеся и наиболее распространенные дискриминационные выражения и действия. Большая их часть направлена против национальных и этнических меньшинств, ЛГБТ и женщин. Использование футбольными фанатами звуков или жестов, имитирующих обезьян, предложение или швыряние в сторону чернокожих игроков бананами, являются проявлением расизма, направленными на дегуманизацию жертвы и подразумевающими ее неполноценность.

В докладе, подготовленном сетью FARE (Футбол против расизма в Европе) и центром «Сова», приведена статистика по расистским и ультраправым проявлениям в российском футболе за год (май 2014 – май 2015 г.) (Таблица 1).

Таблица 1 – Расистские и ультраправые проявления в российском футболе май 2014 – май 2015 г. по типам действия и типам дискриминации [3]

По типам действия	
Баннеры и иные визуальные изображения	82
Дискриминационные «кричалки», уханье	10
Дискриминационные оскорбления со стороны руководства	2
Нападения	1
Итого:	95
По типам дискриминации	
Ультраправая и неонацистская символика	78
Антикавказские проявления	5
Выступления против темнокожих	10
Выступления против геев	1
Сексистские выступления	1
Итого:	95

Проанализировав данные из открытых источников (статьи спортивных интернет-блогов Sports.ru, «РИА Новости», доклады европейской сети организаций против дискриминации в футболе и обществе «FARE»), мы определили, что на играх футбольного клуба «Зенит» (г. Санкт-Петербург) за последние годы было три крупных скандала на почве расизма:

- Матч «Зенит» – «Суперфунд» (2004) – квалификация Кубка УЕФА. В австрийском Пашинге «Зенит» проигрывал 1:2 местному «Суперфунд», на поле прорвался фанат из

России. На нем было две надписи: «В цветах «Зенита» нет черного» и английский вариант *There is no black in the colours of Zenit*» [2];

- Матч «Зенит» – «Мордовия» (2014). Игрок «Зенита» Халк обвинил главного арбитра встречи Алексея Матюнина в расизме, поскольку тот сказал спортсмену: «Мне не нравишься ты и не нравятся черные» [1];

- Матч «Зенит» – «Краснодар» (2019). В главном матче 4-го тура «Зенит» – «Краснодар» (1:1) фанаты «Зенита» вывесили небольшой баннер «Спасибо руководству за верность традициям». Этими словами некоторые фанаты выразили недовольство, что в клуб приобрели афроамериканца [4].

Чтобы понять, как к дискриминационным практикам в футболе относятся спортсмены и болельщики, нами была разработана анкета. В опросе приняли участие 43 респондента (из них 20 спортсменов и тренеров, 23 футбольных болельщика).

На вопрос о факторах, влияющих на распространенность дискриминации в спорте, 40% респондентов указали, что существует «узконаправленный взгляд населения на иммиграцию спортсменов из других стран в российский спорт». 30% опрошенных отметили «коррупционность отдельных лиц, влияющих на развитие спорта в стране», 25% – «влияние политики на спортивную сферу» и 5% заявили, что причина в самих спортсменах, которые «оправдывают свои слабые выступления и результаты “дискриминацией”».

60% опрошенных нами респондентов сталкивались на футбольных матчах с выкриками дискриминирующего характера (Рисунок 1).

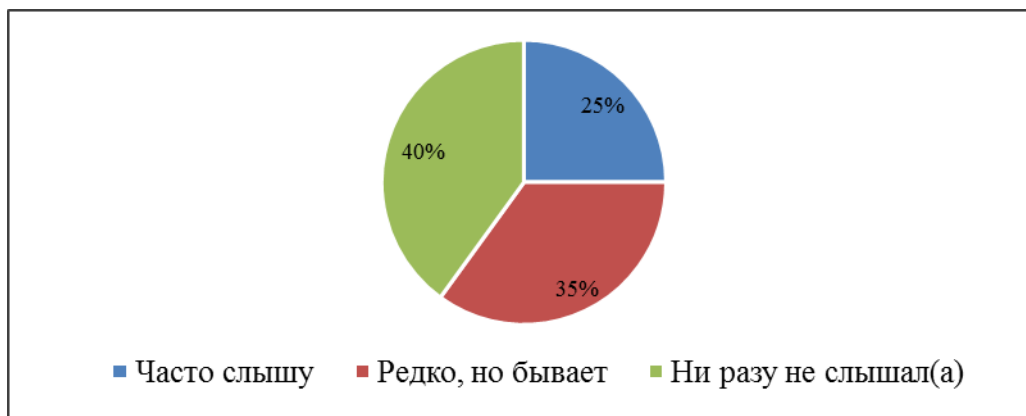


Рисунок 1 – Распределение ответов на вопрос о выкриках дискриминирующего характера на футбольных матчах, в %

Далее оценивались предпринимаемые государством меры противодействия дискриминации в российском спорте. 45% респондентов дали отрицательную оценку, 10% – положительную, а еще 45% вообще не следят за ситуацией по этому вопросу (Рисунок 2).



На вопрос о том, что может помочь при борьбе с дискриминацией в спорте 65% респондентов ответили, что «только командная работа на всех этапах борьбы с дискриминацией», 20% предпочли «оставить все как есть, само решится», 15% отметили, что главное финансирование, «деньги решат любые вопросы» (Рисунок 3.).

Рисунок 3 – Распределение ответов на вопрос о том, что может помочь при борьбе с дискриминацией в спорте, в %



Выводы. Проведенный нами опрос спортсменов, тренеров и болельщиков показал, что проблема дискриминации в спорте решается только тогда, когда каждое звено команды, которая борется с инцидентами дискриминационного характера, будет по-настоящему хотеть изменить мир. 65% респондентов указали, что только командная работа на всех этапах борьбы с дискриминацией сможет сделать спорт лучше! Чем качественнее организована работа внутри клуба по этому направлению, тем выше будет результат и гораздо меньше лишней агрессии со стороны людей на спортивных мероприятиях.

Список литературы

1. Инциденты дискриминационного характера с участием игроков Зенита // Интернет газета: Российский стадион. – Москва : официальный сайт. – URL: <https://stadium.ru/news/01-12-2014-halk-obvinil-arbitra-matcha-mordovieya-zenit-v-rasizme> (дата обращения: 27.10.2020).
2. Кораблев, В. Проявление расизма на матче Зенит – Суперфунд. – Текст: электронный / В. Кораблев // Интернет газета : Российский стадион. – Москва : официальный сайт. – URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/bluewhitenavy/2337893.html> (дата обращения: 27.10.2020).
3. Медленный прогресс // Случаи дискриминации в российском футболе 2014/15 официальный сайт. – URL: <https://stop-hate-coalition.org/sites/default/files/files/medlennyu-progress-diskriminaciya-futbol.pdf> (дата обращения 05.03.2021).
4. Яременко, С. Дискриминация на игрока «Зенита» Малкома / С. Яременко // Интернет газета : Российский стадион. – Москва : официальный сайт. – URL: <https://rsport.ria.ru/20190805/1557170511.html> (дата обращения: 27.10.2020).

ПОТРЕБНОСТЬ В ПОВЫШЕНИИ УРОВНЯ ОБРАЗОВАНИЯ СПОРТСМЕНОВ В СФЕРЕ АНТИДОПИНГОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

*Каримова К.И., студент 7215 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Савосина М.Н.*

Актуальность: актуальность данной темы обусловлена тем, что низкий уровень образования в сфере антидопингового обеспечения у спортсменов, приводит в последующем к нарушению спортсменами антидопинговых правил, что подрывает основы спорта.

Цель: главной целью анкетирования является, изучение потребности спортсменов, в повышении уровня образования в сфере антидопингового обеспечения, чтобы в дальнейшем использовать эти данные для разработки программы, направленной на изучение спортсменами антидопинговых основ в спорте, с использованием приемов геймификации.

Метод исследования: анкетирование.

В период с 15 января по 15 марта 2021 года, нами было проведено онлайн-анкетирование, основной целью которого, было выявить потребность спортсменов, в повышении уровня образования в сфере антидопингового обеспечения. Среди опрошенных спортсменов, были представители спортивных школ некоторых городов Республики Татарстан, таким образом, у нас получилось 183 ответа. Первый вопрос заключался в прохождении антидопингового обучения (Рисунок 1).

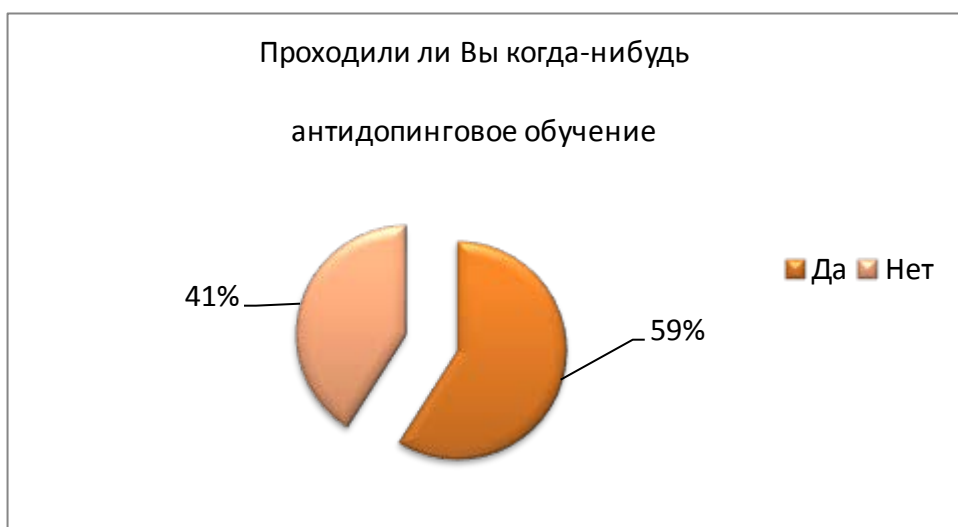


Рисунок 1 – Антидопинговое обучение

На вышеуказанной диаграмме, мы можем увидеть, что в процентном соотношении 59/41, пришлось на долю положительных ответов, что является не очень хорошим показателем, так как почти половина спортсменов никогда не проходила антидопинговое обучение.

Во втором вопросе мы решили узнать, насколько часто проходит антидопинговое обучение у спортсменов (Рисунок 2).

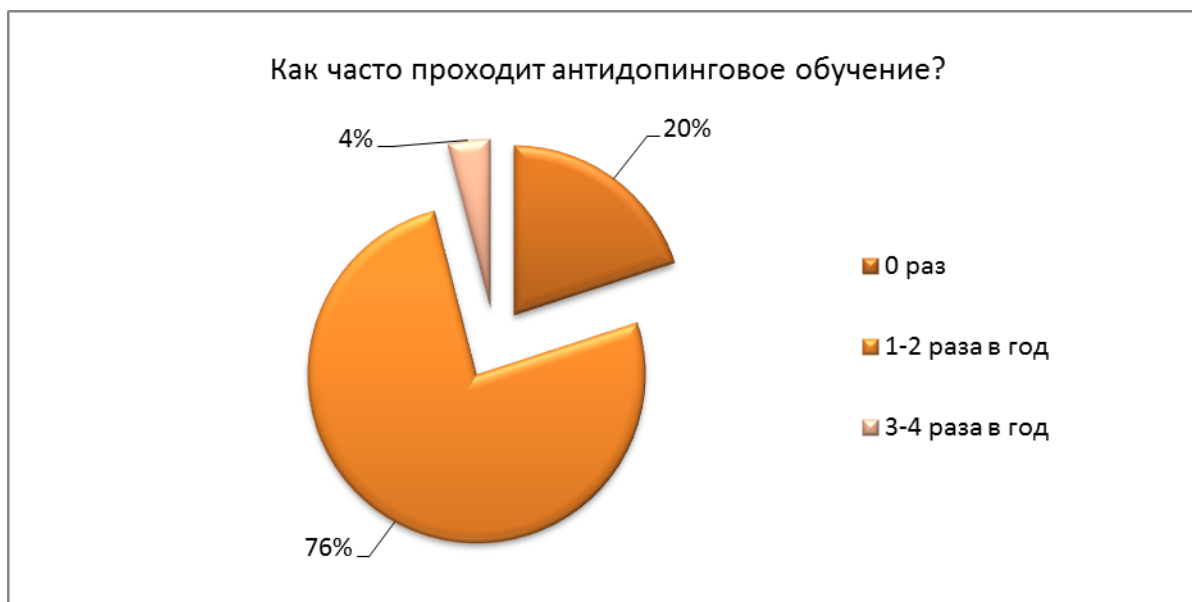


Рисунок 2 – Частота обучения

На данной диаграмме мы можем увидеть, что антидопинговое обучение проходит 1-2 раза в год, обучение чаще всего проходит во внесоревновательный период, во время проведения тренировочных сборов, и соревновательный период, во время участия в спортивных соревнованиях.

В следующем вопросе, мы узнали у респондентов, в каком формате проходило их обучение (Рисунок 3).

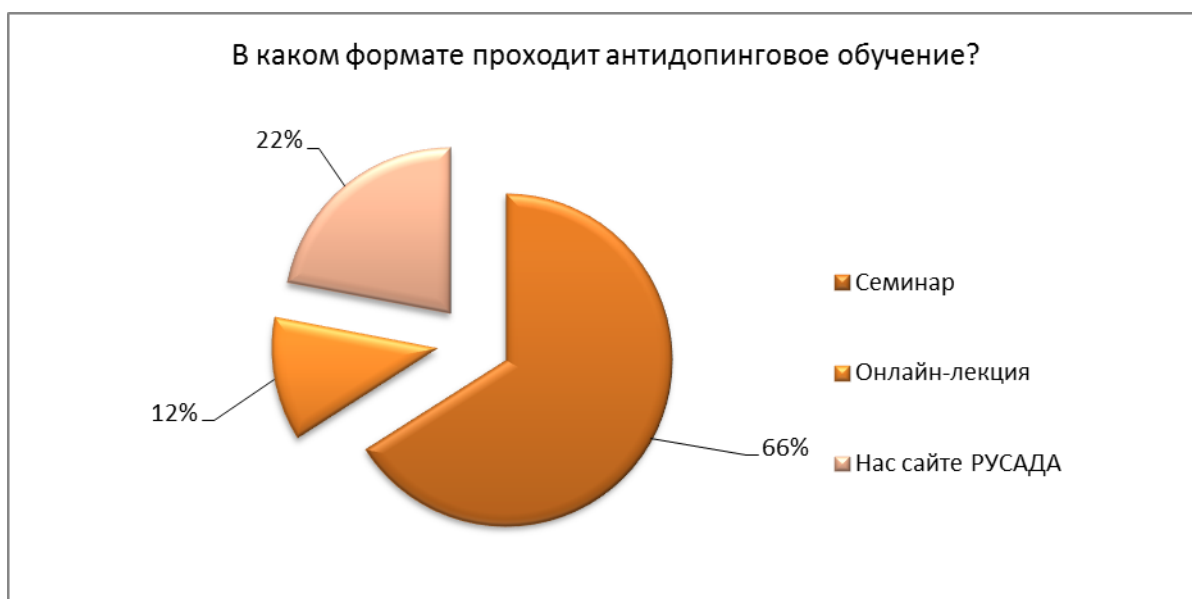


Рисунок 3 – Формат обучения

Исходя из опроса, можно заметить, что чаще всего обучение у спортсменов проходило в виде семинара. Семинар является эффективным методом, для предоставления информации, так как во время проведения семинара происходит углубленное изучение определенного раздела, а так же закрепление материала за счет коммуникации с лектором и другими спортсменами.

Заключительный вопрос, на который отвечали спортсмены, был связан со способами получения новой информации (Рисунок 4).



Рисунок 4 – Изучение новой информации

На данной диаграмме, мы видим, что 88% ответили, что им было бы интересно изучать данную тему в игровой форме, что в дальнейшем станет основой для разработки программы направленной на повышения уровня образования спортсменов в сфере антидопингового обеспечения.

Результаты исследования и их обсуждение. В результате анкетирования нами была проанализирована потребность спортсменов, в повышении уровня образования в сфере антидопингового обеспечения. Мы выявили, что только у 59% респондентов проходили антидопинговые семинары или онлайн-лекции, что является очень маленьким показателем для данных спортивных школ.

Выводы: с помощью анкетирования, мы выявили, что спортсмены положительно настроены на повышение уровня своих знаний в сфере антидопингового обеспечения. Опираясь на полученные данные, в дальнейшем, нами будет разработана программа, направленная на повышение уровня образования спортсменов в сфере антидопингового обеспечения.

Список литературы

1. Савосина, М. Н. Нормативность как признак управляемости системы / М. Н. Савосина // В сборнике: Проблемы и инновации спортивного менеджмента в России Материалы I-ой Всероссийской научно-практической конференции. Кафедра спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма Поволжской государственной академии физической культуры, спорта и туризма, 2015. – С. 109-111.

ВЛИЯНИЕ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА НА ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ

Краснова А.А., студент 7215 гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – д.э.н., доцент Хайруллин Р.К.*

Актуальность. В условиях рыночной экономики сегодня активно развиваются все сферы общества. Социальная сторона является приоритетной как для государства, так и жителей в целом. Объекты социального и спортивного назначения приобретают особую социально-экономическую значимость. Вопрос оздоровления общества и поддержания физической работоспособности граждан является одной из приоритетных задач государства. Продиктовано временем, использование не только основных устоявшихся принципов управления, но и внедрение в них инновационных подходов. Это будет способствовать решению социальных задач государства, спортивному объекту позволит привлечь больше потенциальных клиентов, которые в свою очередь смогут улучшить свое здоровье и физическую форму.

Цель исследования. Определить влияние контент-маркетинговой деятельности на привлечение клиентов в спортивных объектах Поволжского государственного университета физической культуры, спорта и туризма (Далее Университет).

Оздоровление и повышение общей физической работоспособности общества, для государства, всегда остается в приоритете задач. Решение возлагается на спортивные объекты самых разных классификаций.

Современный мир диктует свои условия, в рамках которых осуществляется управление спортивными объектами. Придерживаясь лишь традиционных устоявшихся принципов управления уже недостаточно. Для максимальной эффективности, в том числе получения большей прибыли, необходимо использовать нестандартные подходы.

В статье будет рассмотрен контент-маркетинг спортивных объектов и его влияние на привлечение клиентов.

Согласно Федеральному закону «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 4.12.2007г. № 329-ФЗ: «спортивное сооружение – инженерно-строительный объект, созданный для проведения физкультурных мероприятий и (или) спортивных мероприятий и имеющий пространственно-территориальные границы» [1].

Согласно Приказу Минспорта России от 25.09.2020 №718, существует 10 видов классификаций спортивных сооружений. Рассмотрим подробнее один из основных.

По характеру использования и специфике назначения объекта:

1. Спортивно-зрелищное сооружение (стадионы, Дворцы спорта, универсальные площадки, велодромы, автомотодромы, лыжные и горнолыжные стадионы и другие спортивные сооружения, имеющие трибуны, скамейки, стулья, места для стояния);

2. Учебно-тренировочные сооружения. К учебно-тренировочным сооружениям относятся спортивные базы общеобразовательных организаций, образовательных организаций высшего образования и специального образования и тренировочные центры подготовки спортсменов;

3. Физкультурно-оздоровительные сооружения – сооружения, предназначенные для проведения физкультурно-оздоровительных работ и активного отдыха населения;

4. Учебно-спортивные, предназначенные для проведения учебных и тренировочных занятий (спортивные базы учебных заведений, центры подготовки);

5. Демонстрационные, рассчитанные на проведение соревнований с привлечением зрителей (спортивные сооружения, имеющие места для зрителей);

6. Для активного отдыха населения (отдельные с/с, базы отдыха);

7. Специальные (для занятий с детьми, для лечебно-оздоровительных целей) [2].

Управление такими объектами является сложным процессом, подходы и методы постоянно модернизируются. Один из способов – внедрение современных информационных систем управления (инновационный процесс).

Сфера физической культуры и спорта очень обширна. Одна и та же услуга предоставляется разным группам населения, с различной физической и психологической подготовкой. И что важно, каждый преследует свои цели. От повышения уровня физической подготовки до выстраивания профессиональной спортивной карьеры. В этом и есть сложность инновационного подхода в управлении.

На сегодняшний день, одной из сильнейших платформ управления при помощи информационных способов является интернет.

Современный интернет – это постоянно меняющаяся инновационная среда. Времена постепенного накопления данных и однонаправленного движения информационных потоков ушли в прошлое. Сейчас эти потоки движутся во всех направлениях, попадая к пользователям в различных форматах и при помощи разных платформ и устройств [4].

Все это привело к массовому распространению. Обмен информацией и доступ к ней, стал общедоступным. Информационные потоки достигли колоссального уровня.

Впервые, контент-маркетинг (интернет-маркетинг) упоминается в начале 90-х годов. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет – на сегодняшний день являются важной составляющей всей рекламной деятельности организации. Зарождение подвида прямой рекламы превратилось со временем в отдельный вид маркетинга.

Контент-маркетинг стал комплексной деятельностью, совокупность множества сфер. Но, не стоит забывать, о том, что развитие цифровой сферы очень динамично. Необходимо мгновенно отслеживать происходящие изменения и менять концепцию в процессе. Использование множества маркетинговых каналов, поможет выстроить с потенциальным клиентом более качественную связь.

Интернет-маркетинг использует те стратегии маркетинга, в результате деятельности которых, мы получим прямой отклик. А это значит, что маркетинг может быть ориентирован и краткосрочен.

Высокая эффективность в предоставлении и моментальном усвоении информации в Интернете, значительно увеличивает взаимосвязь потенциального клиента и организации.

С помощью контент-маркетинга, можно оценить эффективность организации на текущий момент, а также спрогнозировать результативность на ближайшее будущее.

Результаты исследования и их обсуждение. В нашем исследовании объектом изучения и моделирования выступает система спортивных объектов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Поволжского государственного университета физической культуры, спорта и туризма». В Таблице 1 представлены основные инструменты контент-маркетинга, применяемые на спортивных объектах Университета.

Таблица 1 – Характеристика используемого ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСиТ» инструментария маркетинга в коммерциализации услуг инновационного характера [3]

Инструмент контент-маркетинга (интернет-маркетинга)	Особенность	Пример
Реклама	Таргетированная реклама. К ней относится любая текстовая, мультимедийная информация, демонстрирующаяся в Сети. Контекстная реклама. Реклама, всплывающая по типу запроса в его контексте Плюс в том,	Первые два вида рекламы могут быть размещены в социальных сетях, где находится наибольшее количество пользователей Сети Интернет. Лендинг – вариант

	что она является целевой. Лендинг («захват лидов») – это одностраничный сайт, лаконичная форма предоставления информации.	предоставления информации в сжатой форме (виды занятий, время, тренеры).
SEO или поисковая оптимизация	Комплекс мер, направленных на оптимизацию сайта и поднятия его позиций в поисковых система на определенные запросы. Это поможет увеличить сетевой трафик, количество клиентов.	В код сайта встраивается счетчик трафика, который позволяет высчитывать информацию о запросах пользователей в сети Интернет. Другими словами путь от поисковой системы к вам на сайт.
Медийные рекламные площадки	Масс-медиа идеальная платформа для размещения информации об услугах, продуктах. Плюс, использования такого инструмента, заключается в большом охвате аудитории. Данный вид рекламы может стать отличной площадкой для продвижения малоизвестного бренда.	Реклама по ТВ (короткие информативные ролики), билборды.
Неоднократные продажи	Рекламные слоганы насыщены предложения повторных покупок.	Продление абонеента ниже по стоимости, чем первичное приобретение.

На Рисунке 1 изображена схема взаимосвязанных объектов общей концепции системной динамики.

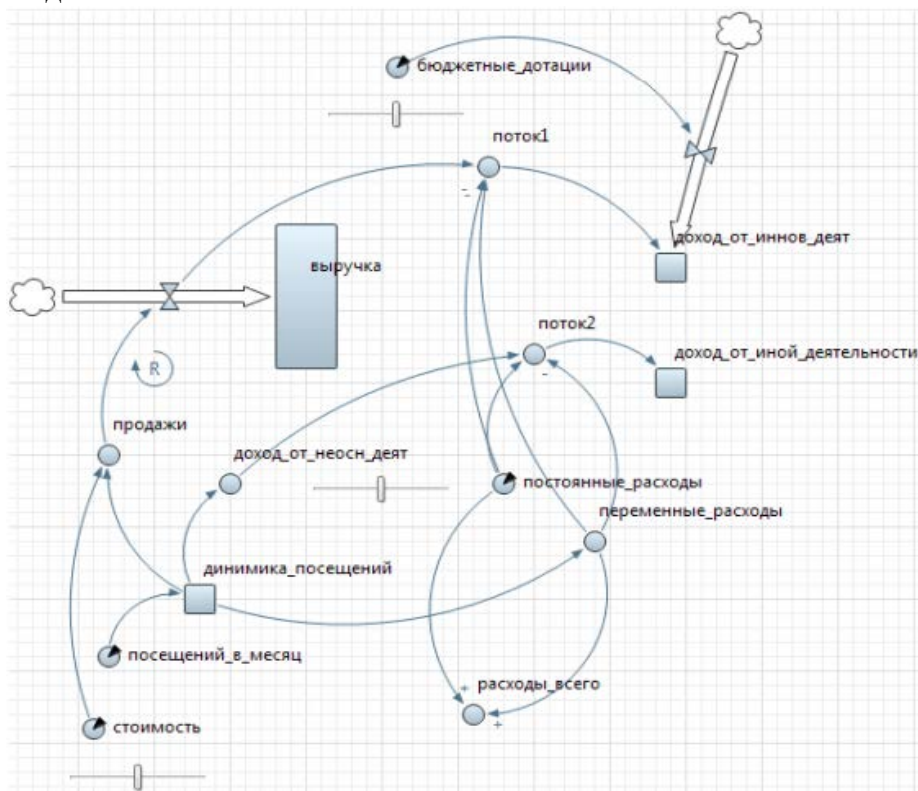


Рисунок 1 – Обобщенная системно-динамическая модель финансовой деятельности ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСиТ» [3]

Системно-динамическая модель содержит в себе большое количество элементов, взаимосвязанных между собой. В данном исследовании нас интересует доходная часть.

Движение финансов доходной составляющей происходит по двум типам. Первый тип – реализация основного вида деятельности организации. Второй тип – иная деятельность. Что характеризуется коммерческой составляющей доходной части.

Выводы. В ходе исследования, нами были выявлены основные составляющие контент-маркетинга, которые уже применяются на объектах Университета. На сегодняшний день, существует большое количество инновационных способов управления спортивными сооружениями. Необходимо постоянно отслеживать появление и применение новых элементов интернет-маркетинга. Когда меняется потенциальный или уже существующий клиент, важно вовремя уловить эти изменения и продолжить гармонично идти с ним в ногу со временем.

Также, изучив системно-динамическую модель финансовой деятельности Университета, а именно доходную составляющую, мы определили два типа потоков. Основная часть доходов на спортивных объектах Университета поступает от выполнения государственного заказа (бюджетная составляющая). Второй поток дохода поступает от предпринимательской деятельности (оказание услуг физическим лицам). А вот третий поток может возникнуть лишь в том случае, когда спортивный объект внедряет инновационные подходы в управлении, составляющей которых является и контент-маркетинг. Тогда этот поток может оказаться существенным звеном в доходной части бюджета. Таким образом, мы доказываем особую значимость деятельности направленную на развитие и применение инновационных способов в управлении спортивными объектами.

Список литературы

1. Федеральный закон № 329-ФЗ от 4.12.2007 г. Принят Государственной Думой 16 нояб. 2007г. // Документы – 2007. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/ (дата обращения: 09.03.2021).
2. Об утверждении Методических рекомендаций по организации физкультурно-спортивной работы по месту жительства, отдыха и трудовой деятельности граждан в организациях различных форм собственности : приказ М-ва спорта Рос. Федерации от 25 сентября 2020 г. №718 // Документы. – 2020. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_369182/ (дата обращения: 09.03.2021).
3. Хайруллин, Р. К. Развитие инновационного потенциала региональных кластеров физической культуры и спорта на базе спортивных объектов федерального назначения : дис. канд./д-ра эконом. наук. ФГБОУ ВО «ПовГАФКСиТ». – Казань, 2019.
4. Одден Ли Продающий контент. Как связать контент-маркетинг, SEO и социальные сети в единую систему: дел. лит./ Одден Ли ; переведено Иващенко В., 2004. – 360 с. – URL: <https://monster-book.com> (дата обращения: 26.02.2021).
5. Интернет-маркетинг : учебное пособие / И. В. Успенский. – Санкт-Петербург : СПГУЭиФ, 2008. – 260 с. – URL: <http://www.aup.ru> (дата обращения: 26.03.2021).

АНАЛИЗ МНЕНИЯ СТУДЕНТОВ О НЕОБХОДИМОСТИ СОЗДАНИЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО КУРСА ДЛЯ ПОДГОТОВКИ СУДЕЙ В БАДМИНТОНЕ

*Леонтьева Е.Е., студент 20215м гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.и.н., доцент Закиров Т.Р.*

Актуальность. В настоящее время в Республике Татарстан идет активное развитие такого вида спорта, как бадминтон. Бадминтон – олимпийский вид спорта, где игроки располагаются на противоположных сторонах площадки, разделенной сеткой. Главная задача игроков перекинуть волан через сетку, чтобы он приземлялся на площадку соперника. Сам вид спорта бадминтон появился в XIX веке. Бадминтон является одним из наиболее популярных видов спорта в мире [4].

По данным мировой статистики, бадминтоном занимается каждый 50-й человек в мире. Бадминтон даже входит в программу подготовки космонавтов. За счет большой подвижности и высокой интенсивности игры, оказывает высокое воздействие на развитие силы, быстроты, выносливости, гибкости и ловкости. Со временем, занимающийся, также приобретает широкий круг двигательных навыков [1, 3].

По бадминтону в Республике Татарстан проходит очень много соревнований. Для качественной организации соревнований необходимы квалифицированные судьи. Специального курса по подготовке судей по бадминтону нет. На данный момент судьями в республике являются студенты Поволжской государственной академии физической культуры, спорта и туризма, которые учатся на отделении спорта по специальности тренер по бадминтону. Многие студенты академии не обладают такой информацией, которой должны обладать специализированные судьи. Поэтому возникают проблемы в судействе игр по бадминтону [2].

В республике Татарстан готовить судей по бадминтону начали перед Универсиадой 2013. Активное развитие бадминтона началось в 2010 – 2011 году, когда началась подготовка к международным студенческим играм. В настоящее время популярность бадминтона возросла в несколько раз. Соревнования стали проводить по всей Республике Татарстан. Поэтому вопрос о создании специализированного курса по подготовке судей в бадминтоне является актуальным [2].

Наиболее подходящими участниками специализированного курса по подготовке судей по бадминтону являются студенты Поволжской государственной академии физической культуры, спорта и туризма, которые учатся на отделении спорта по специальности тренер по бадминтону. Необходимо выяснить их мнение и взгляды по поводу создания курса по подготовке судей.

Цель работы: проведение анкетирования среди студентов Поволжской государственной академии физической культуры, спорта и туризма, обучающихся на направлении «Тренировка в избранном виде спорта», вид спорта бадминтон и анализ полученных результатов.

Результаты исследования и их анализ. Анкетирование проводилось среди студентов Поволжской государственной академии физической культуры, спорта и туризма, обучающихся на направлении «Тренировка в избранном виде спорта», вид спорта бадминтон, с 1 по 4 курс. Было проведено полужакрытое анкетирование.

Была разработана анкета полужакрытого типа, состоящая из 8 вопросов.

По результатам анкетирования мы получили следующие данные:

№	Вопрос	Полученные данные
1	«Какой стаж занятий бадминтоном вы имеете?»	<p>Bar chart showing the distribution of badminton experience:</p> <ul style="list-style-type: none"> Менее 5 лет: 44% Более 5 менее 8 лет: 46% Более 8 лет: 10%
2	«На каком уровне соревнований вы обычно выступаете?»	<p>Pie chart showing the level of competitions:</p> <ul style="list-style-type: none"> Всероссийский: 35%
3	«Приходилось ли вам осуществлять судейство игр?»	<p>Pie chart showing the experience of officiating matches:</p> <ul style="list-style-type: none"> Участвовали: 95% Не участвовали: 5%
4	«По какой причине вы осуществляли судейство игр?»	<p>Bar chart showing reasons for officiating matches:</p> <ul style="list-style-type: none"> Нехватка судей: 68% Получение опыта: 22% По заданию: 10%
5	«Сталкивались ли вы с проблемами при осуществлении судейства?»	<p>Pie chart showing problems during officiating:</p> <ul style="list-style-type: none"> Да: 79% Нет: 21%
6	«Какие на ваш взгляд самые основные проблемы судейской коллегии?»	«Отсутствие специальных курсов для подготовки судей по бадминтону»
7	«Считаете вы необходимым создание специализированного курса по подготовке судей?»	<p>Pie chart showing the need for a specialized course:</p> <ul style="list-style-type: none"> Да: 100%
8	«Готовы ли вы пройти курс по обучению и подготовке судей в бадминтоне?»	<p>Pie chart showing readiness to take a course:</p> <ul style="list-style-type: none"> Да: 96% Нет: 4%

В процессе изучения анализа полученных данных мы выявили существующие проблемы. Анализ полученных результатов выявил, что студентов обучающихся на направлении «Тренировка в избранном виде спорта», вид спорта бадминтон, очень часто привлекают к судейству игр. Многие сталкиваются с проблемами при осуществлении

судейства, связано это в основном с отсутствием у студентов определенных знаний по поводу судейства игр по бадминтону. Увидев проблему, ее можно решить. Все студенты считают необходимым создание специализированного курса для подготовки судей по бадминтону.

Выводы. В связи с активным развитием такого вида спорта как бадминтон видно, что не все сферы деятельности успевают развиваться в ногу со временем. За последние пять лет количество спортсменов и количество соревнований в Республике Татарстан выросло в два раза. В 2011 году на Чемпионате Республики Татарстан по бадминтону участвовало приблизительно 150 спортсменов, а в 2015 году – стало уже около 300 человек. Реорганизация в подготовке судей-секретарей началась только в 2015 году. Появилась специальная программа проведения соревнований по бадминтону «tournament». По данной программе в Республике Татарстан обучено очень мало специалистов, так как она имеет самостоятельный способ обучения. Создание специализированного курса для подготовки судей по бадминтону смогло бы привести в порядок организацию соревнований. Студенты получали бы актуальную и полезную информацию, необходимую для судейства. Соревнования по бадминтону вышли бы на новый уровень.

Список литературы

1. Бугаев, В. С. Обучение игре в бадминтон : учеб. пособие / В. С. Бугаев. – Сыктывкар, 2009. – 47 с.
2. Смирнов, Ю. Н. Бадминтон : учебник для вузов / Ю. Н. Смирнов. – 2-е изд., изм. и дополн. – Москва : Советский спорт, 2011. – 169 с.
3. Щербаков, А. В. Бадминтон – спортивная игра : учебно-методические пособия / А. В. Щербаков. – Москва : Советский спорт, 2010. – С.105-123.

ВАРИАНТЫ РАЗЛИЧНЫХ ПОДХОДОВ РАСЧЕТА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ВОЛОНТЕРСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ СПОРТИВНЫХ СОБЫТИЙ

Локалов А.С., студент 7215 гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель д.э.н., доцент Хайруллин Р. К.*

Актуальность. В настоящее время Россия продолжает принимать крупные культурные и спортивные проекты. Проведение чемпионата рабочих профессий WorldSkills, всемирной летней и зимней Универсиад, чемпионата мира по футболу 2018-го года поспособствовало укреплению традиций добровольчества в нашем обществе, послужило тенденцией развития волонтерства. Большую роль в сфере волонтерской добровольческой деятельности играет студенческая молодежь. Среди студенческой молодежи возникают и развиваются волонтерские отряды, организации и движения. Спортивный волонтер – человек, обладающий развитым рядом универсальных компетенций, которые имеют практическое значение, формируются при участии в крупных спортивных событиях. Экономический подход в исследовании волонтерства позволяет выявить экономические и политические перспективы, осуществлять оценку эффективности системы управления добровольческой деятельностью, рассматривать ее как ресурс социального развития. [1] Применение экономического подхода возможно при исследовании проблем трудовой занятости населения, развития и функционирования рынка волонтерского труда. Экономический эффект выражается через определение волонтерства как «одного из видов продуктивной деятельности, как труда, который добавляет ценность использованию товаров и услуг, чем повышает существенно свою рыночную стоимость». В связи с этим, организаторам необходимо знать, какую экономическую эффективность представляет собой волонтерское сопровождение спортивного события.

Цель исследования: определить экономическую эффективность волонтерского сопровождения спортивного события методом затрат и выгод.

Результаты исследования и их обсуждение. Выделены четыре категории персонала: руководители, специалисты, другие служащие и рабочие. Такое разделение необходимо для введения поправки на уровень квалификации в стоимостной оценке труда добровольцев.

Во время организации событий волонтеры исполняли следующие функции: координация участников (навигация по спортивному объекту, встреча и сопровождение участников к раздевалкам, разминочным/соревновательным зонам), организационная помощь секретариату соревнований, проведение станционных игр («Олимпийский патруль»). Определенный нами функционал можно отнести к категории «другие служащие».

по мнению экспертов МОТ, фактический уровень квалификации, требуемый для выполнения того спектра работ, в который вовлечены добровольцы, соответствует в каждой отдельной отрасли минимальным отраслевым требованиям к подготовке работников. Соответственно, в каждой соответствующей отрасли необходимо ориентироваться на данные уровня оплаты труда групп работников низкой квалификации. С учетом этого обстоятельства при экономической оценке труда добровольцев на макроуровне данные об оплате труда в отраслях социальной сферы следует использовать с коэффициентами от 0,5–0,6.

Согласно учебному пособию «Оценка экономической и социальной эффективности добровольческой деятельности: методические подходы и проблемы реализации», публикуемые на регулярной основе Росстатом данные в разрезе видов экономической деятельности не позволяют в стоимостной оценке труда добровольцев в полной мере учесть уровень квалификации этой категории трудовых ресурсов соответствующих отраслей, так как, к сожалению, не содержат информации о заработной плате по категориям персонала и профессиональным группам работников. [1] Однако, можно рассчитать приблизительную

эффективность волонтерского сопровождения мероприятий на событиях, опираясь на статистические данные. Согласно ОКВЭД 2 мы рассматриваем код 93.1, отражающий деятельность в области спорта.

Рассмотрим данные Росстата о среднемесячной номинальной начисленной заработной плате работников по полному кругу Организаций по видам экономической деятельности (в соответствии с ОКВЭД 2) в Российской Федерации с 2017 года рублей. Среднемесячная заработная плата работника по коду 93.1 ОКВЭД 2 в России равняется 48442 руб. Мы берем среднюю заработную плату, а не минимальную, потому что работа волонтера зачастую затрагивает сверх задач, возложенных на установленную должностную единицу, а сам доброволец добавляет ценность к использованию товаров или услуг. Однако при расчетах стоит учитывать понижающий коэффициент для учета более низкого уровня квалификации добровольцев по сравнению со средним по категории социальных работников (0,5к). Таким образом расчетная услуги волонтера составляет $48\,442 * 0,5 = 24\,221$ руб. В среднем в месяце 21 рабочий день, поэтому делаем соответствующий расчет, чтобы определить предполагаемую оплату за один рабочий день: $24\,221 / 22 = 1\,101$ руб. Рассчитаем экономическую эффективность волонтерского сопровождения спортивных мероприятий на примере 4-х крупных событий, прошедших в г. Казани в 2020-2021 г., где нами были сформированы команды волонтеров из числа студентов ФГБОУ ВО «Поволжская государственная Академия физической культуры, спорта и туризма». Всего участие в организации событий приняли 57 добровольцев.

Мотивационная программа волонтеров включала в себя получение благодарственных писем от федерации по виду спорта и брендированных футболок. Стоимость печати одного благодарственного письма (формат А4, плотная бумага) составила 30 руб. Стоимость одной футболки (шелкография, хлопок) составляла фиксированные 450 руб. Также, согласно кодексу волонтера, если смена добровольца превышает 4 часа, то он имеет право рассчитывать на горячее питание, которое и было организовано на каждом из перечисленных выше событий, за исключением мероприятия «Олимпийский патруль», где смена волонтеров составила 3 ч. Стоимость одного горячего обеда на базе дворца единоборств «АК БАРС» не превышала 300 руб. Оплата трансфера волонтеров, а именно услуги 20-ти местного микроавтобуса составляют 1150 руб. в час. Трансфер волонтеров к месту проведения (2 ч.) и обратно (2 ч.), стоимость трансфера в сутки составила $1\,150 * 2 \text{ часа} * 2 \text{ рейса} = 4\,600$ руб. Таким образом транспорт был организован на 3-х событиях (ЧМ по борьбе на поясах, «Олимпийский патруль» и ЧМ по сумо), на чемпионате и первенстве России по тхэквондо 2 дня волонтеры отправлялись бесплатно, благодаря поддержке ФГБОУ ВО «Поволжская ГАФКСиТ», остальные 2 дня трансфер происходил на такси и также был оплачен организаторами.

Экономическая эффективность методом затрат и выгод будет рассчитана по следующим формулам: $PЗЗ - НЗ = В$ и $AЗ / НЗ = ЭЭ$, где $PAЗ$ – ранее утвержденные затраты, $FЗ$ – фактические затраты, $OЭ$ – общая экономия.

Фактические затраты:

1. Чемпионат мира по борьбе на поясах в г. Казань (11-12.12.2020 г.). Команда волонтеров в составе 12 чел. Благодарственные письма: $12 * 30 = 360$ руб. Футболки: $12 * 450 = 5\,400$ руб. Горячее питание: $12 * 300 = 3\,600$ руб. * 2 дня = 7200 руб. Трансфер: $4\,600 * 2 \text{ дня} = 9\,200$ руб. Всего: 25 760 руб.

2. Всероссийский спортивно-образовательный проект Олимпийского комитета России «Олимпийский патруль». Команда волонтеров в составе 11 чел. Благодарственные письма: $11 * 30 = 330$ руб. Футболки: $11 * 450 = 4\,950$ руб. Трансфер: 4 600 руб. Всего: 9 880 руб.

3. Чемпионат мира по сумо в г. Казань (12-14.02.2021 г.). Команда волонтеров в составе 13 чел. Благодарственные письма. $13 * 30 = 390$ руб. Футболки: $13 * 450 = 5\,850$ руб. Горячее питание: $13 * 300 = 3\,900$ руб. * 3 дня = 11 700 руб. Трансфер: $4\,600 * 3 = 13\,800$ руб. Всего: 21 840 руб.

4. Чемпионат и первенство России по тхэквондо в г. Казань (25-28.02.2021 г.). Команда волонтеров в составе 21 чел. Благодарственные письма: $21 * 30 = 630$ руб. Футболки:

$21 \cdot 30 = 9\ 450$ руб. Горячее питание: $21 \cdot 300 = 3\ 600$ руб. * 4 дня = 14 400 руб. Трансфер: оплата услуг такси за 2 дня составила 4 000 руб. Всего: 28 280 руб.

Ранее запланированные затраты по планируемым сметам:

1. Чемпионат мира по борьбе на поясах в г. Казань (11-12.12.2020 г.).

12 чел * 1153 руб. * 2 дня + 3 600 руб. за питание = 31 272 руб.

2. Всероссийский спортивно-образовательный проект Олимпийского комитета России

«Олимпийский патруль».

11 чел. * 1153 = 12 653 руб.

3. Чемпионат мира по сумо в г. Казань (12-14.02.2021 г.).

13 чел. * 1153 руб. * 3 дня + 11 700 за питание = 56 667 руб.

4. Чемпионат и первенство России по тхэквондо в г. Казань (25-28.02.2021 г.).

21 чел. * 1153 руб. * 4 дня + 14 400 = 111 252 руб.

Расчет ОЭ (соответственно порядку событий):

1. ОЭ = $31\ 272 - 25\ 760 = 5\ 512$ руб.;

2. ОЭ = $12\ 653 - 9\ 880 = 2\ 773$ руб.;

3. ОЭ = $56\ 667 - 21\ 840 = 34\ 827$ руб.;

4. ОЭ = $111\ 252 - 28\ 280 = 82\ 972$ руб.

Выводы. Таким образом, каждое событие, отработанное командой волонтеров показало результат, который исключительно положительно сказался на управлении финансами в организации крупного спортивного события. На любое мероприятие составляются предварительные сметы, и, зачастую, случается так, что, с учетом экономического подхода, возникает экономия по ряду статей затрат. Также стоит учитывать, что, кроме конкретных численных показателей, волонтерская деятельность также дает большой социальный эффект, и благоприятно сказывается на атмосфере события. Сами же волонтеры совершенствуют собственные компетенции, позволяющие им брать большие зоны ответственности и развиваться как лично, так и организационно.

Список литературы

1. Оценка экономической и социальной эффективности добровольческой деятельности. Методические подходы и проблемы реализации : учебное пособие / В. Б. Беневоленский, А. В. Демьянова, Н. В. Иванова, И. В. Мерсиянова, З. А. Рыжикова, А. С. Туманова / Москва, Санкт-Петербург, 2018.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Матвеева Д.В., студент 1 курса 4 гр.

Сурков М.В., студент 4 курса 2 гр.

*Воронежский государственный институт
физической культуры, г. Воронеж, Россия*

Научный руководитель – к.п.н., доцент Холодов О.М.

Научный консультант – Ткаченко Я.В.

Актуальность проблемы физической культуры и спорта регулярно отмечает в своих выступлениях Президент Российской Федерации Владимир Путин. Он утверждает, что задача государства – привлечь как можно больше граждан к занятиям физической культурой и спортом, что в конечном итоге должно формировать и укреплять ценности здорового образа жизни. Это мнение разделяют многие современные ученые, в том числе В.В. Борисов, Л.Н. Бибик и другие [7, 10].

Цель исследования. Приходится констатировать, что было забыто правило – обучение и спортивная культура дополняют друг друга. Они напоминают две стороны одной медали. Если спортивное воспитание проводится в сочетании с учебной программой, то общая личность студента повышается в значительной степени. Качества лидерства, обмена, командного духа и толерантности изучаются в спорте.

Оценивая роль физической культуры и спорта в образовании в историческом контексте, стоит отметить тот факт, что с древнейших времен физическая культура была отражением практических потребностей человека и общества в целом. Люди нуждались в адекватной подготовке, и это особенно ярко проявляется в воспитании детей и молодежи [6].

Однако не менее важным аспектом физического воспитания является возможность обучения взрослого человека работе с помощью таких занятий. Прогресс нашего общества тесно связан с развитием образовательных систем и формированием образовательных программ. Учитывая этот фактор, можно смело говорить о физическом воспитании как об одном из основных явлений, способствующих формированию навыков и умений человека (двигательных, реактивных) [3].

Физическая культура – это элемент образовательной системы, используемый для достижения того же результата. Некоторые подходы к пониманию сущности образования требуют особого внимания к физическому воспитанию. Современные педагоги считают, что важно изменить отношение к предмету в общественном смысле. Люди в обществе редко осознают, насколько велико значение физического воспитания для отдельного человека и общества в целом. Одна из насущных проблем нашего времени – донести это знание до всех наших современников.

Анализ источниковой базы позволяет заключить, что, по мнению некоторых ученых, во многом роль физического воспитания в жизни образования станет яснее, если идея непрерывного образования в этой области воплотится в реальность [1, 2, 9, 11, 12]. Необходимы, как считают такие специалисты, программы воздействия на молодежь, которые позволили бы донести важность физического воспитания.

Оценивая роль физического воспитания в жизни человека, следует обратить внимание на необходимость гармоничного развития человеческого организма. Это достигается через физическое воспитание, через которое человек всесторонне развивается. Любому человеку нужна ловкость, сила, скорость, умение координировать движения. Важными качествами человека являются выносливость и способность к труду, закаленность и отличное здоровье [5].

Такое положительное воздействие оказывает на мышцы тела и другие внутренние системы. Регулярная активность мышечной ткани корректирует работу центральной нервной системы, активизирует работу дыхательной системы, создает условия для активного кровотока.

Результаты исследования. Оценивая роль физического воспитания в жизни человека, следует обратить внимание на необходимость гармоничного развития человеческого организма. Это достигается через физическое воспитание, через которое человек всесторонне развивается. Любому человеку нужна ловкость, сила, скорость, умение координировать движения. Важными качествами человека являются выносливость и способность к труду, закаленность и отличное здоровье.

Спортивная культура и спорт учит не только поддерживать физическую выносливость, но и привычку к послушанию, дисциплине, решимости побеждать, силе воли и т.д. Сила мышления, умственное развитие, профессиональная специализация происходят от физической культуры. Поэтому физическая культура и спорт наряду с образованием приводит к всестороннему развитию студентов [6].

В настоящее время система образования заставляет учеников уделять больше внимания своему интеллектуальному развитию и полностью отказывается от занятий спортом. Общий результат этого состоит в том, что развивающиеся группы выпускников и профессионалов имеют слабое и неполноценное телосложение. Учебная программа должна включать упражнения, досуг, упражнения и здоровье для полноценного развития студентов.

Физическая культура и спорт должны быть введены в школах, вузах и колледжах с полной готовностью заниматься. Это также оправдывает утверждение: «здоровый ум пребывает только в здоровом теле». Здоровое и сильное тело невозможно без спорта и физических нагрузок [4, 8].

Любой хороший человек в одной сфере жизни автоматически обретает уверенность в других. Так что если человек хорош в спорте, то из этого следует, что его уверенность распространится и на остальные моменты его жизни.

Выводы. Управление спортивным предпринимательством стало очень важным в наше время. С введением спорта в учебную программу управление им стало очень важным аспектом. Различные компании, такие, как IMG, Octagon, RCS Sports, помогают образовательным учреждениям управлять спортивными мероприятиями.

С появлением лиг для различных видов спорта, таких, как крикет, футбол, хоккей и кабадди в Индии, способность зарабатывать деньги для спортивных людей значительно возросла, а также облегчила им жизнь. Это также открыло новые возможности для получения средств к существованию для людей не только в Индии, но и во всем мире.

Спорт высвобождает эндорфины хорошего самочувствия, которые поднимают настроение. Хорошее настроение способствует хорошей работе в других областях, потому что есть спокойствие ума, которое позволяет создать большую концентрацию. Спорт действует как отличный выход для разочарований любого рода.

Список литературы

1. Буйлова, Л. А. Роль физической культуры и спорта в формировании профессионально-прикладных навыков / Л. А. Буйлова, А. В. Ежова // Медико-биологические и педагогические основы адаптации, спортивной деятельности и здорового образа жизни : сборник научных статей VII Всероссийской заочной научно-практической конференции с международным участием ; под. ред. Г.В. Бугаева, И.Е. Поповой. – Воронеж : Научная книга, 2018. – С. 468-475.
2. Гришина, Ю. И. Физическая культура студента : учебное пособие / Ю. И. Гришина. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2019. – 480 с.
3. Ежова, А. В. Педагогическое обеспечение эффективности процесса физического воспитания в вузе / А. В. Ежова, С. С. Артемьева, О. Н. Крюкова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Проблемы высшего образования. – 2017. – № 3. – С. 37-39.
4. Кун, Л. В. Всеобщая история физической культуры и спорта / Л. В. Кун. – Москва : Радуга, 2019. – 400 с.
5. Мельникова, Н. Ю. История физической культуры и спорта / Н. Ю. Мельникова. – Москва : Советский спорт, 2019. – 419 с.

6. Петров, П. К. Информационные технологии в физической культуре и спорте. Учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования / П. К. Петров. – Москва : Академия (Academia), 2019. – 170 с.
7. Сираковская, Я. В. Реализация цели в менеджменте, в физической культуре и спорте как путь к самоорганизации и самоуправлению личности студента / Я. В. Сираковская, А. В. Ежова // Современные аспекты подготовки и профессиональной деятельности спортивного менеджера : материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / Моск. гос. акад. физ. культуры ; под ред. А. В. Починкина, И. Л. Димитров. – Малаховка, 2018. – С. 96-98.
8. Ткаченко, Н. Н. Система физического образования П.Ф. Лесгафта / Н. Н. Ткаченко, И. Ю. Устинов, А. А. Караванов, О. М. Холодов // Всероссийская научно-практическая конференция «Физическая культура, спорт и здоровье в современном обществе». – Воронеж : ВГИФК, 2016. – С. 379-385.
9. Устинов, И. Ю. Здоровый образ жизни – важное направление воспитания студентов спортивного вуза / И. Ю. Устинов, А. А. Караванов, О. М. Холодов // VII Межрегиональная научно-практическая конференция с международным участием «Инновационные технологии в спорте и физическом воспитании подрастающего поколения». – Москва : ПИФКиС МГПУ, 2017. – С. 307-309.
10. Филоненко, Л. В. Историко-педагогическое исследование социального воспитания в отечественной системе допризывной подготовки в 1918-1928 годы / Л. В. Филоненко, Т. С. Просветова, А. М. Кубланов, О. М. Холодов. – Воронеж : Элист, 2019. – 200 с.
11. Холодов, О. М. Методика и организация самостоятельных занятий физическими упражнениями / О. М. Холодов, Т. А. Куликова, М. Ю. Соловьева, А. В. Переславцев // Всероссийская с международным участием научно-практическая конференция «Физическая культура, спорт и здоровье в современном обществе». – Воронеж : ВГИФК, 2018. – С. 362-369.
12. Швыдка, Н. С. Формирование ценностного отношения учащихся среднего школьного возраста к занятиям физической культурой средствами ИКТ / Н. С. Швыдка, Т. В. Скобликова // Культура физическая и здоровье. – 2019. – № 6 (42). – С. 32-34.

СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ КРЕАТИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

*Медведев Б.Ю., студент 2 курса
Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма, г. Москва, Россия*
*Объедкова Л.П., ст. преподаватель
Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма, г. Москва, Россия*

Аннотация: в статье автор определил понятие и описал особенности креативного образования. В XXI веке менеджеру недостаточно быть простым исполнителем. Современному менеджеру необходимо быть креативным, творческим управленцем. Таким специалистом менеджер может стать, получив соответствующее образование, и это не только задача высшего образования. Можно получать образование, повышая свою квалификацию, главное, чтобы менеджер был к этому мотивирован. **Ключевые слова:** креативное образование, особенности, менеджмент, мотивирующие факторы.

Доктор экономических наук Э.М. Коротков определил понятие «креативного образования» следующим образом: креативное образование есть образование, ориентированное на развитие творческих способностей человека, на закрепление в его профессиональном сознании установки на инновации, включающее анализ проблем и вариантов деятельности. Это образование, мотивирующее самостоятельное осмысление действительности, самопознание индивидуальности, превращения знаний в потенциал мышления и саморазвития [2].

Цель данного вида образования – утвердить и развить в человеке искусство управления. Оно учит смотреть на проблему с самых разных сторон и видеть множество альтернатив ее решения, чтобы выбрать наиболее подходящий вариант. Данным умением необходимо обладать каждому менеджеру, потому что именно оно позволяет быстро реагировать и находить наиболее выгодные решения в ходе сильной конкуренции, во время неожиданных изменений экономической ситуации в стране и других условий.

Главный фактор построения креативного образования – **проблема**. Соответственно, деятельность менеджера заключается в ее решении. Только в процессе решения, когда полученные знания применяются на практике, менеджер может полностью осознать их ценность.

Конкурентным преимуществом менеджера является уже не отдельная идея, а сама способность постоянно генерировать и внедрять идеи в жизнь. Ключ к конкурентоспособности менеджера – это непрерывное творческое развитие. Человечеству нужен новый тип мышления – креативный. Формирование человека креативного типа предполагает освоение им принципиально новой культуры мышления. В такой культуре акцент делается не столько на организацию и переработку знаний, сколько на их генерацию. Современному менеджеру недостаточно быть простым исполнителем, ему необходимо стать творцом, вдохновителем и инициатором.

Эту необходимость можно легко проследить на примере Японии, где менеджер учитель и наставник, а не начальник (как принято у нас), а, соответственно, люди, выполняющие его поручения – это последователи. Обычный исполнитель своих обязанностей не сможет вести за собой людей, в отличие от учителя и творца.

Таким творцом менеджер может стать в ходе креативного образования. На данный момент во многих странах, в том числе в России, институты и бизнес школы готовят студентов по программе креативного менеджмента.

Однако важно отметить, что креативное образование – задача не только высшего образования. Его содержание является общим для всех видов образования, не менее важное значение оно имеет в рамках второго высшего образования и повышения квалификации. В данном случае его особенность заключается в том, что профессионально сознание

формируется с помощью разрушения прошлых консервативных установок, а также прагматических навыков [1].

Креативное образование обладает своими особенностями.



Рисунок 1 – Особенности креативного образования

В первую очередь, это систематичное построение образовательного процесса. Только когда полученные в результате обучения знания и навыки становятся структурированными, когда они взаимно усиливают и дополняют друг друга и совместно направлены на то, чтобы развить креативный потенциал, а также найти и развить индивидуальные умения и способности, возникает потребность в творчестве.

Достаточно часто образование дает человеку знания, которые, несомненно, полезны. Однако одного лишь знания недостаточно, чтобы стать профессионалом в своем деле. Отрицательная сторона такого образования состоит в том, что оно не дает человеку возможность раскрыть и развить свои собственные, индивидуальные способности, а также отыскать свою индивидуальность. Когда обучение не способствует развитию в человеке его творческого потенциала, оно может нести даже негативный эффект [4].

Основа современного креативного образования – это **формирование потребности в творчестве** при практическом использовании знаний. Композиция знаний рождает и стимулирует творчество.

Методы получения знаний, используемые в ходе подобного образовательного процесса, направлены не на обычное получение и накопление знаний, а **на умелое творческое оперирование ими для решения конкретных проблем, а также на развитие собственного мышления.**

В отличие от традиционного образования, объектом являются не сами знания, а познания и изучения себя в ходе получения данных знаний. К сожалению, большинство учебников устарели и не соответствуют требованиям современного общества. На данный момент в методологии выделяется новый метод обучения – с помощью кейсов. Они учат мыслить практически, позволяют студентам приблизиться к реальным ситуациям, способствуют овладению инструментарием практического анализа.

Необходима достаточная фундаментальная подготовка.

Выведены следующие принципы фундаментального образования:

1. Оно не должно включать в себя исключительно теорию.
2. Должно обладать системным эффектом.

3. Стимулирует непрерывность получения образования.
4. Развивает умение предвидения, оценивать тенденции.
5. Как уже упоминалось ранее, данное образование является **проблемным**.
6. Оно должно быть **мотивировано**.

Мотивирующими факторами могут выступать: потребность развития, получение диплома, реализация индивидуальных умений, поиск собственной индивидуальности, профессиональные амбиции и т.д. Конечно, все эти факторы действуют в совокупности. Но так или иначе, в реальной действительности реальный человек всегда отдает чему-то предпочтение, какой-либо из этих факторов является приоритетным, доминантным, ярко выраженным.

Действием факторов мотивирования можно управлять в образовательных процессах, опираясь на них таким образом, который соответствует сути и содержанию креативного образования. Например, можно проводить обучение без выдачи диплома, проверять не знания, а тип профессионального мышления, оценивать не точку зрения, а ее аргументированность, поощрять не правильность выводов (решений), а их практическую эффективность [2].

Креативное образование является важнейшим условием и критерием качества подготовки современного менеджера. Ведь деятельность менеджера – это решение проблем, и только в процессе этой деятельности он использует знания и видит их необходимость и ценность.

Список литературы

1. Беляцкий, Н. П. Креативный менеджмент : учеб. пособие / Н. П. Беляцкий. – Минск, 2016. – 290 с.
2. Коротков, Э. М. Исследование систем управления: учебник и практикум для академического бакалавриата / Э. М. Коротков. – Москва : Издательство Юрайт, 2017. – 775 с.
3. Креативный менеджмент : учебник / А. А. Степанов [и др.].. – Москва : Дашков и К, 2019. – 252 с.
4. Шевырев, А. В. Креативный менеджмент : синергетический подход / А. В. Шевырев. – Белгород, ЛитКараВан, 2007. – 215 с.

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ДЕТСКОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ ФУТБОЛЬНОЙ ШКОЛЫ

*Назмиева Г.И., студент 9215М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.и.н., доцент Закиров Т.Р.*

Актуальность. Организации различных форм собственности в условиях научно – технического прогресса и информационного подъема обретают потребность в применении современного экономического инструментария, который будет способствовать успешному функционированию предприятия в условиях рыночных отношений. В таких обстоятельствах особо остро стоит вопрос использования маркетинга, как эффективного инструмента исследования рынка.

Цель исследования. Провести анализ маркетинговой деятельности детской коммерческой футбольной школы «Ступеньки к успеху».

Результаты исследования и их обсуждение. Маркетинг представляет собой универсальную систему управления организацией в рыночных условиях. Ф. Котлер трактует понятие «маркетинг» как социальный процесс, с помощью которого компании и индивидуумы обмениваются созданной ценностью с целью удовлетворения своих потребностей [2]. Другими словами, организации создают ценность (товары или услуги) для потребителей с целью получить взамен другую ценность – денежные средства. Благодаря этому между производителем и потребителем услуги создаются отношения обмена.

На сегодняшний день маркетинг является неотъемлемой частью управления в физкультурно – спортивных организациях различной направленности. Адаптация к современным конкурентным условиям, когда объем и разнообразие предоставляемых физкультурных и спортивных услуг увеличивается, актуальной становится необходимость поиска новых методов продвижения услуг. Д. Бич и С. Чедвик дают следующее определение спортивного маркетинга: «непрерывный поиск возможностей комплексного решения как непосредственных, так и косвенных задач потребителей спорта, работающих в спортивной сфере и других физических лиц и организаций, связанных со спортом, в условиях изменчивой и непредсказуемой среды, характерной для самого понятия «спорт» [1].

Основная цель деятельности коммерческих физкультурно – спортивных организаций – удовлетворять потребности людей и общества в занятиях физической культурой и спортом и получать при этом прибыль. Задача маркетинга в таком случае – определить, какие именно выгоды и в каких формах может создавать футбольная школа на основе своей миссии, ценностей, доступных ресурсов и имеющихся компетенций.

В детскую коммерческую футбольную школу «Ступеньки к успеху» ведется набор детей от трех лет. Такую школу относят к рынку образовательных услуг для дошкольников и школьников, к которому в последние годы наблюдается большой скачок интереса. Число детей в возрасте от трех до четырнадцати лет, проживающих в городе Казань, являются определяющим количеством потенциальных потребителей услуг футбольной школы «Ступеньки к успеху».

В виду высокого спроса на различные услуги в футбольной сфере необходимо определение целевых аудиторий. Данные действия обусловлены потребностью в эффективном позиционировании бренда на рынке и выстраивания результативных коммуникаций с целевой аудиторией.

Согласно сегментации рынка футбольных услуг можно выделить 2 целевые аудитории детской футбольной школы «Ступеньки к успеху».

Первая целевая аудитория – родители с детьми возрастом от 3 до 7 лет. Особенностью этой целевой аудитории является принятие решения родителями. Главными для выбора компании, которая будет оказывать услуги для детей, являются отзывы, репутация компании, безопасность для здоровья, материально-техническое обеспечение помещения и

удобность расположения, общее психологическое и физическое развитие ребенка, а также социализация ребенка в обществе.

Следующая целевая аудитория – юноши и девушки возрастом от 7 до 14 лет, проявляющие интерес к футболу. Данная целевая аудитория представляет собой более осознанных детей, для которых футбол является хобби. Особенность данной целевой аудитории – желание заниматься является личным выбором. Однако собственная платежеспособность отсутствует, это обуславливает необходимость одобрения выбора родителями. Ценностями при выборе школы является наличие друзей или знакомых в секции, игровой формат тренировок и авторитет тренера, стремление к общению, социализация и самовыражение.

Исходя из этого, можно выделить такие основные коммерческие свойства детской футбольной школы «Ступеньки к успеху», как:

1. Идея или замысел услуги (определяет цель, содержание и способы предоставления физкультурно – спортивных услуг в зависимости от потребностей потребителей);

2. Материально – техническое и кадровое обеспечение услуги (материально – техническая база физкультурно – спортивной организации, косметическое состояние и разнообразие тренировочных площадок, количество и качество спортивного инвентаря, профессионализм, компетенции, внешний вид, дисциплинированность тренеров и сотрудников футбольной школы);

3. Процессуальные характеристики (сам процесс тренировок: подбор, характер, последовательность, интенсивность нагрузки, контакты с тренером, разнообразие форм занятий и так далее);

4. Качество услуги (стандарты качества предоставляемых услуг по спортивной подготовке (Государственный образовательный стандарт, Федеральные стандарты спортивной подготовки по виду спорта и тому подобное), различные инструкции, положения, правила и так далее);

5. Цена (уровень цен, размеры скидок, затраты потребителя на время пользования услугами физкультурно – спортивной направленности);

6. Имидж и символические свойства физкультурно – спортивной организации (имидж, бренд футбольной школы, выделяющий ее среди конкурентов на рынке, а также символические свойства физкультурно – спортивной услуги, которые складываются по личным ощущениям потребителя (например, занятие детей спортом позволит родителям занимать более высокое положение в обществе, реализовать себя через детей и так далее);

7. Уровень сервиса (разнообразие и качество сопутствующих и дополнительных услуг) [3].

Вывод. Таким образом, можно сделать вывод, что задачей маркетинга в коммерческой детской футбольной школе «Ступеньки к успеху» является создание определенных условий необходимых различным группам людей для удовлетворения их потребностей. Маркетинг устанавливает контакт с потребителем, создает условия для комфортного сосуществования с клиентом, играет важную роль в продвижении бизнеса и миссии организации.

Список литературы

1. Бич, Дж. Маркетинг спорта / Дж. Бич, С. Чедвик ; пер. с англ. – 4-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2017. – 706 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – Москва : Вильямс, 2007. – 496 с.
3. Степанова, О. Н. Маркетинг и маркетинговые коммуникации в деятельности физкультурно-спортивных организаций : учебное пособие : в 2 частях / О. Н. Степанова. – Москва : Прометей, [б. г.]. – Часть 1 – 2012. – 224 с. // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/64267> (дата обращения: 25.03.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

ОРГАНИЗАЦИЯ УСТРОЙСТВА ЛЫЖНО-БИАТЛОННОГО КОМПЛЕКСА

*Нугманова А.И., студент 71105 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – доцент Каратаев О.Р.*

Аннотация. Биатлон в республике Татарстан продолжает развиваться. Имеется определенный спортивный результат работы над развитием биатлона в республике, но необходимой для проведения тренировочных мероприятий и соревнований базы нет. Соответственно возникла потребность в строительстве лыжно-биатлонного комплекса (далее ЛБК) в республике Татарстан. В данной статье будет представлен материал отражающий основные требования к организации строительных работ по устройству лыжной трассы и биатлонного стрельбища и ЛБК в целом. **Ключевые слова:** Лыжно-биатлонный комплекс, биатлон, лыжная трасса, лыжно-роллерная трасса, стрельбище.

Цель исследования. Обосновать основные требования к организации устройства лыжно-биатлонного комплекса и сравнить по некоторым параметрам уже возведенные в Российской Федерации лыжно-биатлонные трассы и стрельбища.

Результаты исследования и их обсуждение. Лыжная трасса – это равномерный круг с естественным рельефом местности, определенная правилами вида спорта и строительными нормами. Основные нормативно-правовые документы необходимые для строительства ЛБК следующие: 1) СНиП № 1567-76 Москва – 1978 г.; 2) ПРАВИЛА ВИДА СПОРТА БИАТЛОН от 9 января 2017 г. № 6, с изменениями, внесенными приказом Минспорта России от 1 февраля 2019 г. № 68; 3) ПРАВИЛА ВИДА СПОРТА «ЛЫЖНЫЕ ГОНКИ» от 01 ноября 2017 г. № 949; 4) Свод правил по проектированию и строительству открытых физкультурно-спортивных сооружений СП 31-115-2008 часть 3. Лыжные виды спорта.

Ниже коротко перечислены основные требования к организации работ по строительству ЛБК.

Уровень сложности трассы должен соответствовать уровню соревнований. Трасса должна быть проложена максимально естественным образом, чтобы избежать монотонности и иметь холмистую поверхность. Трасса гонки не должна иметь большое количество резких изменений направления или крутых подъемов. Участки спуска должны располагаться так, чтобы они могли обгонять друг друга и чтобы лыжники, имеющие разную скорость, могли одновременно проходить по трассе.

Требования соответствия обозначают границы, в пределах которых необходимо выбирать различные типы местности, распределение различных подъемов на участках трассы. Определены предельные параметры, за рамки которых не следует выходить. Поэтому хорошие трассы должны содержать все разновидности подъемов.

Мероприятия по соответствию лыжных трасс не должны проводиться таким образом, чтобы трасса минимально соответствовала требованиям.

Перед проектированием лыжных трасс необходимы консультации с землевладельцем и органами власти. Очень важно, чтобы к местности, где планируется обустройство трассы и стадиона, был законный доступ.

Кроме всего, нужно учесть влияние лыжных трасс на окружающую среду, необходимо бережно относиться к природным ресурсам и при проектировании, следует: 1) избегать избыточных вырезок деревьев и кустарников на возвышенностях, чтобы не создать опасность эрозии почвы; 2) обеспечивать естественный поток воды и дренаж; 3) использовать материалы и отделку, которые легко сочетаются с природной средой; 4) избегать построения мостов, если это возможно, т. к. они плохо влияют на природу и затрудняют дальнейшие изменения трассы, кроме того, они являются дорогостоящими; 5) восстанавливать лесные массивы местности перед и после проведения мероприятий.

На выбранных нами для сравнения лыжных комплексов и ЛБК в основном проводятся тренировочные мероприятия и соревнования сборной команды по биатлону республики

Татарстан. Сравнительная характеристика лыжно-роллерных трасс уже построенных в РФ спортивных комплексов представлена по мнению журнала «Лыжный спорт», а сравнение параметров стрельбищ представлены с учетом точки зрения тренеров по биатлону республики Татарстан.

Ниже перечислен список лыжных трасс, выбранных для сравнения в данной статье.

1) г. Екатеринбург, Учебно-спортивная база «Динамо». Особенное отличие трассы – это состав асфальта, который во время дождя позволяет лыжероллерам не уводить и не проскальзывать.

2) г. Семинский, горный перевал (республика Алтай учебно-тренировочный центр) «Семинский перевал». Оценка безопасности на 2, так как на трассе есть крутой выкат, на котором набирается большая скорость и далее эта скорость гасится двумя крутыми поворотами на 180°.

3) г. Златоуст, лыжный стадион «Булат».

4) г. Тюмень, областной центр зимних видов спорта «Жемчужина Сибири». Длина трассы примерно 15 км. Трасса имеет очень сложный рельеф, оборудованный контруклонами.

5) г. Уфа, спортивно-оздоровительный комплекс «Биатлон».

б) Республика Башкортостан, Абзаково, Горнолыжный курорт «Абзаково». Уникальность лыжно-роллерной трассы в том, что при ее строительстве в 2000 году в асфальт замешивалась уральская доломитовая крошка, дающая прочность и долговечность полотну.

7) Краснодарский край, ЛБК «Лаура». Одна из нескольких трасс, которая соответствует правилам и требованиям для проведения международных соревнований. Самая сложнейшая по рельефу трасса в РФ. Трасса предназначена для профессиональных спортсменов.

8) г. Зеленодольск, спортивный комплекс «Маяк». Лыжероллерная трасса, Построена в 1993 году, а в 2012 году отремонтирована. Трасса не отличается большой шириной, проложена по пересеченной местности.

9) г. Кирово-Чепецк, ЛБК «ПЕРЕКОП». На трассе есть различные срезки. Спуски оборудованы контруклонами и прямыми выкатами.

10) Пермский край г. Чайковский федеральный центр по зимним видам спорта «Снежинка». Особенность трассы – практически полное отсутствие равнинных участков, много виражей на 90° и 180°, обустроенных технически грамотными контруклонами.

11) г. Ижевск, «спортивно-оздоровительный лыжный комплекс имени Г.А. Кулаковой». Размеченная и освещенная трасса после реконструкции 2012 года стала шире до 6 метров по всей длине.

12) г. Ижевск, «республиканский стрелково-спортивный комплекс имени А.М. Демидова». Спуски с поворотами устроены с контруклонами. Важно отметить, что асфальтовое полотно обладает хорошим влагоиспаряющим свойством.

13) г. Саранск, «региональный лыжно-биатлонный комплекс». Описание данной трассы не из журнала. Протяженность трассы 4 км, спуски выполнены с контруклонами, а ширина трассы соответственно правилам 6 м. Комплекс оборудован 30 электронными стрелковыми установками. Рядом со стрельбищем установлено восьмистрочное электронное табло.

Таблица 1 – сравнительные характеристики лыжно-роллерных трасс

№ п/п	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Длина (км)	3	2,5	5,1	5	4	2,5	5	3	5	4,7	5,2	4	
Оценка	Рельеф	3	3	5	5	4	3	5	5	5	4	5	4
	Безопасность	4	2	3	3	3	4	1	3	4	3	3	3

По представленной выше таблице 1 можно определить, что трассы № 3, 4, 9, 10 и 11 по длине дистанции и рельефу лучше. Однако, трассы № 5 и 12 удачно подходят для биатлона.

Ниже причислен список биатлонных стрельбищ и далее представлена таблица 2, показывающая их сравнительные характеристик следующих:

1. г. Екатеринбург, Учебно-спортивная база «Динамо».
2. г. Тюмень, областной центр зимних видов спорта «Жемчужина Сибири» имеет два стрельбища нижнее и верхнее, но в данной статье будет описано основное нижнее стрельбище со стадионом.
3. г. Уфа, спортивно-оздоровительный комплекс «Биатлон».
4. Краснодарский край, ЛБК «Лаура».
5. г. Кирово-Чепецк, ЛБК «ПЕРЕКОП».
6. Пермский край г. Чайковский федеральный центр по зимним видам спорта «Снежинка».
7. г. Ижевск, Республиканский стрелково-спортивный комплекс имени А.М. Демидова.
8. г. Саранск, «региональный лыжно-биатлонный комплекс» имеет отличные характеристики, несмотря на то, что направление стрельбища не на север, а на юг, что часто при ясной погоде мешает просмотру стрельбы из-за ослепляется солнцем, расположение стрельбище на поле создает помехи приведении стрельбы из-за сильного продува порывами ветров.

Таблица 2 – сравнительные характеристики биатлонных стрельбищ

№ п/п	1	2	3	4	5	6	7	8
Количество мишенных установок	1	1	1	1	1	1	2	1
Тип мишенных установок	1	2	1	2	1	2	1	1
Оценка устройства стадиона с трибунами	3	4	5	5	5	4	5	5
Оценка штрафного круга и стрельбища	4	5	3	5	3	4	5	5

Где по типам мишенной установки 1 – это электронно-механический тип, а 2 – электронный, по количеству мишенных установок 1 – это 30 установок, 2 – 40 установок, оценка устройств стадиона вместе с трибунами и штрафного со стрельбищем по пятибалльной шкале.

По таблице 2 видно, что лучшим стрельбищем является №7 Ижевский «РССК им. А.М. Демидова» наличие 40 мишенных установок делает его практически уникальным.

Важно, что по правилам, лыжная трасса должна быть проложена по асфальту лыжероллерной трассы. Также необходимо учитывать следующие требования к организации устройства лыжных трасс: 1) лыжная и лыжно-роллерная трассы должны быть с должным рельефом; 2) безопасность трассы должна быть технически обдумана и корректно реализована, на поворотах должны быть обустроены контруклоны и виражи для из безопасного преодоления; 3) должно быть ограждение трассы по всему периметру для предотвращения выезда на трассу постороннего транспорта и входа людей и животных; 4) освещение, разметка, электронное табло, указатели направления и длинны дистанции являются неотъемлемой частью трассы, также, как и уход и чистка; 5) качественное асфальтовое покрытие; 6) перед началом трассы должна быть установлена читаемая табличка с основным сводом правил по технике безопасности на трассе, с указанием направления движения по трассе и с расписанием проведения тренировочных занятий и мероприятий; 7) также на ЛБК должны быть кроссовые круги для проведения соревнований по летним дисциплинам и имитационные круги для проведения тренировочных занятий, соответствующие правилам.

Выводы. Требуется соответственно правилам возводить ЛБК. По сравнительным характеристикам, построенных ЛБК можно определить параметры, являющиеся основными для более практичной эксплуатации лыжно-роллерных трасс и стрельбищ.

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОГО СТУДЕНЧЕСКОГО СПОРТИВНОГО СОЮЗА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

*Окулова С.В., студент 20215м гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – д.п.н., профессор Голубева Г.Н.*

Актуальность. В Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2030 года [3] одним из приоритетных направлений и области развития сферы физической культуры и спорта, является повышение роли физической культуры и спорта в системе образования.

Также на заседании Совета по развитию физической культуры, которое проходило 6 октября 2020, Министр науки и высшего образования Фальков Валерий Николаевич [1], акцентировал внимание на том, что важно выстроить систему преемственности разных видов спорта на всех этапах обучения. В университете у каждого студента должна быть возможность заниматься любимым видом спорта, выбор которого был сделан в школе или даже раньше – в дошкольном возрасте.

Из вышенаписанного становится ясно, что есть потребность эффективной деятельности физкультурно-спортивных обществ в студенческом спорте на региональном уровне, чтобы обеспечить хорошую, слаженную работу всей системы студенческого спорта в РФ [4].

Цель исследования – анализ деятельности Российского студенческого спортивного союза на региональном уровне.

Задачи исследования:

1. Изучить сайт Региональной общественной организации «Физкультурно-спортивное общество «Буревестник» Республики Татарстан;
2. Проанализировать виды программ и количественные показатели участия в Спартакиаде среди вузов РТ по итогам 2018-2019 и 2019-2020 учебных годов.

Результаты исследования и их обсуждение

1. Изучив сайт Региональной общественной организации «Физкультурно-спортивное общество «Буревестник» Республики Татарстан, раздел «Мероприятия», можно понять, что его деятельность имеет два направления – организация и проведение Спартакиады образовательных организаций высшего образования Республики Татарстан и организация и проведение Студенческих спортивных лиг Республики Татарстан [2]. Результаты Лиг идут в зачет Спартакиад, также у Лиг есть призовой фонд, в отличие от Спартакиад, по причине того, что у них отличается финансирование. В Лигах только популярные виды спорта. Студенческим спортом в плане проведения соревнований в средних специальных учебных заведениях занимается Министерство образования РФ.

2. Проанализировав виды программ и количественные показатели участия в Спартакиаде среди вузов РТ по итогам 2018-2019 и 2019-2020 учебных годов можно заметить, что некоторые виды программ, присутствующие в программе Спартакиады в 2018-2019 году отсутствуют в программе Спартакиады в 2019-2020 году. Всего сократили 5 видов программ. Нет данных по 4 видам программ. По 8 видам программ произошло увеличение количества участников, в то время как по 7 видам программ произошло уменьшение количества участников. Увеличение количества команд произошло по 7 видам программ, уменьшение – по 10.

Если брать в расчет только те виды программ, данные по которым есть в обоих учебных годах (их 17), а это – спортивное ориентирование бегом, легкоатлетический кросс, плавание, армспорт, бильярдный спорт, спортивная борьба, гиревой спорт, теннис, шахматы, самбо, бадминтон, лыжные гонки, настольный теннис, спортивное ориентирование на лыжах, фитнес-аэробика, бокс, спортивная борьба «Корэш», то выходит, что по данным видам программ в 2018-2019 учебном году было 2135 участников и 208 команд, а в 2019 –

2020 учебном году было 2006 участников и 212 команд. Количество участников сократилось на 129 человек, а количество команд увеличилось на 4.

Таблица 1 – Виды программ и количественные показатели участия в Спартакиаде среди вузов РТ по итогам 2018-2019 и 2019-2020 учебных годов

Виды программ	Кол-во участников				Кол-во команд			
	2018-2019 уч. год, (чел.)	2019-2020 уч. год, (чел.)	Разница с преды- дущим годом (чел.)	Разница с преды- дущим годом (%)	2018-2019 уч. год (чел.)	2019-2020 уч. год, (чел.)	Разница с пре- дыду- щим годом (чел.)	Разница с предыд- ущим годом (%)
1. Спортивное ориентирование бегом	107	86	- 21	-19,6	11	13	2	18,2
2. Легкоатлетический кросс	193	169	- 24	-12,4	13	14	1	7,7
3. Борьба на поясах	146	-	-	-	11	-	-	-
4. Кикбоксинг	96	-	-	-	12	-	-	-
5. Плавание	175	160	15	8,6	18	16	-2	-11,1
6. Армспорт	171	172	1	0,6	12	14	2	16,7
7. Бильярдный спорт	44	47	3	6,8	9	12	3	33,3
8. Спортивная борьба	157	148	- 9	-5,7	12	13	1	8,3
9. Гиревой спорт	51	53	2	3,9	12	10	-2	-16,7
10. Теннис	53	35	-18	-34,0	10	7	-3	-30,0
11. Шахматы	50	56	6	12,0	13	14	1	7,7
12. Самбо	160	143	-17	-10,6	14	11	-3	-21,4
13. Дзюдо	121	-	-	-	11	-	-	-
14. Бадминтон	113	115	2	1,8	14	11	-3	-21,4
15. Лыжные гонки	151	154	3	2,0	14	12	-2	-14,3
16. Настольный теннис	95	95	0	0	16	12	-4	-25,0
17. Спортивное ориентирование на лыжах	109	109	0	0	11	9	-2	-18,2
18. Фитнес-аэробика	307	240	-67	-21,8	8	25	17	212,5
19. Бокс	79	81	2	2,5	10	9	-1	-10,0
20. Мини-футбол мужчины	135	-	-	-	16	-	-	-
21. Мини-футбол женщины (вне зачета)	65	-	-	-	5	-	-	-
22. Спортивная борьба «Корэш»	120	143	23	19,2	11	10	-1	-9,1
23. Всестилевое карате	24	-	-	-	6	-	-	-
24. Тяжелая атлетика (вне зачета)	27	-	-	-	5	-	-	-
25. Легкая атлетика	322	-	-	-	11	-	-	-
26. Первомайская эстафета	225	-	-	-	14	-	-	-
Итого:	3296	2006			299	212		

Выводы

1. Изучен сайт Региональной общественной организации «Физкультурно-спортивное сообщество «Буревестник» Республики Татарстан, где стало понятно, что его деятельность имеет два направления – организация и проведение Спартакиады образовательных организаций высшего образования Республики Татарстан и организация и проведение Студенческих спортивных лиг Республики Татарстан;

2. Проанализировав виды программ и количественные показатели участия в Спартакиаде среди вузов РТ по итогам 2018-2019 и 2019-2020 учебных годов можно отметить:

- сокращение количества программ в 2019-2020 году на 5 программ;
- отсутствие данных по 4 видам программ;
- увеличение количества участников по 8 видам программ: армспорт на 0,6%; бильярдный спорт на 6,8%; гиревой спорт на 3,9%; шахматы на 12%; бадминтон на 1,8%; лыжные гонки на 2%; бокс на 2,5%; спортивная борьба «Корэш» на 19,2%;
- уменьшение – по 7 видам программ: спортивное ориентирование бегом на 19,6%; легкоатлетический кросс на 12,4%; плавание на 8,6%; спортивная борьба на 5,7%; теннис на 34%; самбо на 10,6%; фитнес-аэробика на 21,8%;
- увеличение количества команд произошло по 7 видам программ: спортивное ориентирование бегом на 18,2%; легкоатлетический кросс на 7,7%; армспорт на 16,7%; бильярдный спорт на 33,3%; спортивная борьба на 8,3%; шахматы на 7,7%; фитнес-аэробика на 212,5%;
- уменьшение – по 10: плавание на 11,1%; гиревой спорт на 16,7%; теннис на 30%; самбо на 21,4%; бадминтон на 21,4%; лыжные гонки на 14,3%; настольный теннис на 25%; спортивное ориентирование на лыжах на 18,2%; бокс на 10%; спортивная борьба «Корэш» на 9,1%;
- количество участников сократилось на 129 человек по видам программ, по которым есть данные в обоих учебных годах, что, скорее всего, вызвано ограничениями самоизоляции.

Список литературы

1. Заседание Совета по развитию физической культуры и спорта // Президент России. – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/64162> (дата обращения: 21.12.2020).
2. Региональная общественная организация «Физкультурно-спортивное сообщество «Буревестник» Республики Татарстан // Региональная молодежная общественная организация «Молодежное физкультурно-спортивное общество «Буревестник» РТ. – URL: <https://burevestnik.tatarstan.ru/> (дата обращения: 21.03.2021).
3. Стратегия развития физической культуры и спорта до 2030 года // Министерство спорта Российской Федерации. – URL: <https://minsport.gov.ru/activities/proekt-strategii-2030/> (дата обращения: 01.12.2020).
4. 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, 19-20 ноября 2020 года. – Казань : Поволжская ГАФКСиТ, 2020. – С 429 – 431.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ДЕТЕЙ К ЗАНЯТИЯМ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТОМ В РАМКАХ ВНЕУЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Романчева И.С., студент 9215М гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Султанова В.Р.*

Актуальность. На сегодняшний день сложно заинтересовать детей занятиями физической культуры в рамках любой внеучебной деятельности, после занятий в школе ребенок проводит время дома. Пропаганда здорового образа жизни и физической культуры набирает все большую популярность. Повышение уровня физического здоровья подрастающего поколения является одной из основных задач государственной политики Российской Федерации. В настоящее время отмечается значительное снижение двигательной активности школьников, связанное не только с большими учебными нагрузками, но и с длительным времяпровождением за компьютером и в социальных сетях на телефоне. Согласно Федеральному закону «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», спортивный клуб считается первичным организационным звеном физкультурно-спортивного движения, функционирование которого возможно на самодеятельной и профессиональной основе.

Цель исследования. Исследовать специфику привлечения детей к занятиям физической культуры.

Методы исследования:

1. Анализ научно-методической литературы.
2. Сравнительный анализ.
3. Моделирование.
4. Методы математической статистики.

Результаты исследования и их обсуждение. Физическая культура и спорт идут наравне со здравоохранением, образованием, культурой. Это одни из главных стратегических ресурсов, развивающие полноценное и осознанное здоровье населения и личности, которые зависят от социальной системы, также они активно воздействуют на разные стороны и сферы жизни общества.

Изучение мотивации обучающихся. Привлечение и заинтересованность к занятиям физической культуры невозможно без выявления побудительных мотивов личности. Было выделено четыре мотива:

- 1) самосовершенствование (для девочек-подростков – коррекция недостатков фигуры, для мальчиков-подростков – развитие силовых качеств);
- 2) самоутверждение (сравнение себя с ровесниками);
- 3) подражание (поступать как сверстник или старший друг);
- 4) приглашение (заниматься за компанию).

Еще мотивы занятий физической культурой и спортом подразделили на два типа: преобладание результативной или процессуальной мотивации. Если для среднего школьного возраста преобладает первый тип, то они будут ориентироваться на получение высоких результатов, хотя не всегда способны этого добиться по причинам субъективного характера [2, с. 582]. Если же преобладающим является второй тип, то у детей среднего школьного возраста будет мотивация к процессу занятия физической культурой и спортом, следовательно, они будут стремиться к участию в различных соревнованиях.

От усилий педагога, его целенаправленных задач зависит вовлеченность школьников к урокам и занятиям. Поэтому, безусловно, важно, чтобы учитель мог осуществлять рефлекссию.

Рефлексия – это способность давать качественную оценку своей профессиональной деятельности, но и совокупность других умений и навыков, образующих данную компетенцию:

- 1) отношение в целом к выбранной профессии;
- 2) убедительность действий;
- 3) выраженность позитивного отношения к обучающимся;
- 4) характер сотрудничества между учителем и его воспитанниками;
- 5) эмоциональность объяснения материала;
- 6) творческий подход к организации занятий [1].

Способность сформированность рефлексия является важным фактором, благодаря которому возможно изменить «отношение обучающихся к урокам физической культуры, и, как следствие, мотивацию и заинтересованность к занятиям».

Дифференцированный подход к обучающимся – это значит, что, например, в начале учебного года проводятся вводные задания (Тесты: измерение скорости, выносливость, сила, гибкость и т.д.) для всех обучающихся. Под конец первой четверти и последующих, организуются повторные задания. Но результаты и рост оценивается не по имеющимся нормативам, а по «точкам» индивидуальной траектории каждого обучающегося.

Иными словами, «контрольные нормативы нужно правильно дифференцировать, и они не должны быть определяющими в контроле успеваемости, который следует осуществлять исходя из способностей и возможностей двигательной активности обучающихся».

Хотелось бы отметить то, что немаловажную роль играют в восприятии обучающихся социальные сети. Не стоит отрицать того, что они оказывают влияние на обучающихся. Активная пропаганда здорового образа жизни набирает все больше и больше популярность. Звезды, блогеры и просто люди, которые транслируют ежедневные и систематичные тренировки и занятия физической культуры благоприятно сказываются на восприятии детей, наблюдая за таким контентом в социальных сетях ребенок мотивируется и тем самым вовлекается в процесс и изучение физической культуры и спорта.

Выводы. На основе вышеперечисленного становится ясным, что существуют разные позиции относительно создания организационно-педагогических условий привлечения детей среднего школьного возраста к занятиям физической культурой и спортом. Также они будут зависеть от особенностей конкретного учебного заведения, которое, тем не менее, должно учитывать и характер мотивации обучающихся, и умение учителя осуществлять рефлексия, и изменение подхода к нормативным требованиям.

Список литературы

1. Логутков, С. П. Рефлексивная культура педагога как фактор мотивации учащихся к занятиям физической культурой / С. П. Логутков // Психология и педагогика : современные методики и инновации, опыт практического применения. – Липецк, 2014. – С. 125-132.
2. Уколов, А. В. К вопросу о проблеме привлечения подростков старшего школьного возраста к занятиям физической культурой и спортом / А. В. Уколов, Т. Е. Жильцова // Молодой ученый. – 2014. – № 1(60). – С. 581 – 583.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУДЕЙСКОЙ КОЛЛЕГИИ ЧЕМПИОНАТА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН ПО ПЛАВАНИЮ

Садриев Р.А., студент 9215М гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия*

Научные руководители: к.п.н., доцент Евграфов И.Е.

к.п.н., доцент Золотов В.Н.

Казанский кооперативный институт (филиал)

АНОО ВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»

Председатель коллегии спортивных судей РОО

«Федерация плавания Республики Татарстан»

Актуальность. Как известно, в последнее время в г. Казань проводится огромное количество соревнований по плаванию различного статуса: от муниципальных до международных [3, 4]. Благодаря этому в Республике Татарстан и, в частности, в г. Казань ведется активная подготовка спортивных судей по плаванию различной квалификации, которые работают на самых крупных плавательных форумах как нашей страны, так и мира. Высокий профессионализм Татарстанских судей не вызывает сомнений ни у «Всероссийской федерации плавания», ни у Международной [4]. Однако, в настоящее время нет способов, позволивших бы оценивать и анализировать деятельность судей и эффективность проведения соревнования [2]. В связи с этим мы разработали критерии комплексной оценки эффективности деятельности судейской коллегии и планируем провести эту оценку на примере судейской коллегии Чемпионата Республики Татарстан по плаванию.

Цель исследования. Разработать критерии комплексной оценки эффективности деятельности судейской коллегии Чемпионата Республики Татарстан по плаванию.

Результаты исследования и их обсуждение. Для проведения комплексной оценки эффективности деятельности судейской коллегии Чемпионата Республики Татарстан по плаванию мы разработали две методики. Первая – так называемая «объективная». Нами были подготовлены критерии-замечания, которые могут влиять на работу как одного судьи, так и на всю судейскую коллегию. Результаты представлены в Таблице 1. Отметим, что судейская коллегия Чемпионата Республики Татарстан состоит из 37 человек [1].

Таблица 1 – Требования к оценке практики судейства по «объективным» критериям каждого отдельного судьи Чемпионата Республики Татарстан по плаванию

Перечень критериев-замечаний, выявленных в процессе судейства, влияющих на понижение оценок	Наименование оценок	Количество баллов на наименование оценок
Оперативное и безупречное разрешение сложных, внезапно возникших ситуаций при исполнении судейских обязанностей	«Отлично»	5
Исполнение стандартных судейских обязанностей без ошибок	«Хорошо»	4
Исполнение судейских обязанностей с некоторыми, не очень существенными замечаниями или ошибками, не повлекшими искажения результатов	«Удовлетворительно»	3
Неудовлетворительное исполнение судейских обязанностей связанное: – с опозданиями и нарушением графика подготовки и проведения соревнований; – с существенными судейскими ошибками, которые могли привести к искажению результатов соревнований	«Неудовлетворительно»	2

Далее мы определили минимальное и максимальное количество баллов, которое могут набрать все 37 членов судейской коллегии в сумме, а затем вывели процент и уровень эффективности. Результаты представлены в Таблице 2.

Таблица 2 – Шкала комплексной оценки деятельности судейской коллегии Чемпионата Республики Татарстан по плаванию на основе индивидуальной оценки каждого судьи по «объективным» критериям

Диапазон баллов	Наименование оценок	Количество баллов на наименование оценок	% эффект-ти	Уровень эффект-ти
165-185	«отлично»	5	92-100	очень высокий
149-164	«хорошо»	4	83-91	высокий
131-148	«удовлетворительно»	3	73-82	средний
74-130	«неудовлетворительно»	2	40-72	низкий

Вторая методика оценивания – «субъективная». Она обуславливается особыми критериями и построена на выявлении спорных, проблемных моментов в работе судейской коллегии. Некоторые из таких критериев, в силу своего объема, не полностью представлены в Таблице 3. Для каждого критерия составлена свою шкала оценивания. Всего было разработано 13 критериев.

Таблица 3 – «Субъективные» критерии комплексной оценки эффективности деятельности судейской коллегии Чемпионата Республики Татарстан по плаванию и их оценивание

Критерии оценки	Шкала оценивания	Количество баллов на пункт шкалы
1. Соответствие формулировки причины дисквалификации пунктам правил соревнований	- всегда	5
	- часто	4
	- иногда	3
	- никогда	2
2. Содействие спортсменам, представителям команд в решении проблем	- всегда	5
	- часто	4
	- иногда	3
	- никогда	2
7. Время принятия и оглашения официального решения (с момента финиширования всех спортсменов), с	- 0-10с	5
	- 10-20с	4
	- 20-45с	3
	- 45с и более	2
8. Соответствие «таймингу» соревнований, мин	- точное	5
	- +/- 1-3мин	4
	- +/- 3-7мин	3
	- +/- 7мин и более	2
10. Игнорирование явных нарушений	- всегда	2
	- часто	3
	- иногда	4
	- никогда	5
13. Пунктуальность судей	- во всех случаях	5
	- практически во всех случаях	4
	- не во всех случаях	3
	- никогда	2

Для данной методики так же была разработана шкала для определения итоговых баллов и процента общей эффективности судейской коллегии, которая представлена в Таблице 4.

Таблица 4 – Шкала комплексной оценки эффективности деятельности судейской коллегии Чемпионата Республики Татарстан по плаванию на основе «субъективных» критериев

Диапазон баллов	Наименование оценок	Количество баллов на наименование оценок	% эффект-ти	Уровень эффект-ти
60-65	«отлично»	5	92-100	очень высокий
54-59	«хорошо»	4	83-91	высокий
46-53	«удовлетворительно»	3	71-82	средний
26-45	«неудовлетворительно»	2	40-70	низкий

Для более точной и глубокой оценки мы разработали общую шкалу, представленную в таблице 5, для обеих методик, в которой предлагается сложить полученные по сумме двух способов оценки баллы и выявить суммарный уровень эффективности судейской коллегии Чемпионата Республики Татарстан по плаванию.

Таблица 5 – Итоговая шкала комплексной оценки эффективности деятельности судейской коллегии Чемпионата Республики Татарстан по плаванию на основе «объективной» и «субъективной» методик

Диапазон баллов	Наименование оценок	Уровень эффект-ти
10	«отлично»	очень высокий
9	«хорошо»	высокий
7-8	«удовлетворительно»	средний
4-6	«неудовлетворительно»	низкий

Выводы. Как видно, определение уровня качества проведенного соревнования – непростая задача, включающая множество факторов со стороны работы одних только судей. При разработке данных критериев мы стремились к тому, чтобы в процессе оценки затрагивалось как можно больше нюансов, тонкостей, проблем судейства соревнования. Это положительно влияет на точность и достоверность оценки, исключает однобокость. Данные критерии могут помочь не только в определении эффективности деятельности судейской коллегии, но и в формировании будущих составов судей соревнований по плаванию не только в Республике Татарстан, но и в других регионах страны.

Список литературы

1. Правила вида спорта «плавание» : [утверждены приказом Министерства спорта Российской Федерации от 17 августа 2018 г. № 728, с изменениями, внесенными приказом Минспорта России от 21 января 2019 г. № 37]. – Москва. – URL: http://www.russwimming.ru/sites/default/files/documents/2019/Pravila_plavanpl2019.pdf. (дата обращения: 27.03.2021).
2. Коричко, А. В. Организация и судейство соревнований в спортивном плавании / А. В. Коричко, А. В. Кислюк. – Москва : Нижневартовск : Изд-во Нижневарт. гуманитар. ун-та, 2008. – 100 с.
3. Смаркалов, В. С. Тенденции развития спортивной инфраструктуры в России / В. С. Смаркалов, Н. С. Кукин // Международная научно-практическая конференция. – 2017. – С. 189-191.
4. FINA & AQUATICS, A BIT OF HISTORY. Federation Internationale De Natation (FINA), 2021. – URL: <http://fina.org/content/fina-aquatics-bit-history>. (дата обращения: 26.03.2021).

ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ НА ПОПУЛЯРИЗАЦИЮ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

*Сапацкая К.М., магистрант НП-02-20 гр.
Российский государственный университет физической
культуры, спорта, молодежи и туризма, г. Москва, Россия
Научный руководитель – к.ист.н, доцент Александров Б.Ю.*

Актуальность. В XXI веке ряду государств удалось совершить весомый скачок в своем развитии и повлиять на общее положение дел населения всего земного шара. Одной из таких стран является Китайская Народная Республика (КНР). На данный момент Китай занимает лидирующие позиции в области экономики и является самой населенной страной на планете. Закрепив свои лидирующие позиции по многим ключевым направлениям, КНР выступает в качестве стратегического партнера как для всего мира, так в значительной степени и для России.

В Китае, как и в России, наиболее приоритетным направлением деятельности власти является Государственная молодежная политика. Более того, Государственная молодежная политика во многом определяет приоритетные направления развития страны, и одним из таких направлений является физическая культура и спорт. Вопрос создания фундамента для разностороннего развития личности на основе Государственной молодежной политики весьма актуален в КНР. Эффективная пропаганда физической культуры и спорта по средствам Государственной молодежной политики, являясь основным способом взаимодействия государства с молодежью, призвана обеспечить благополучную социализацию, всестороннее развитие и эффективную самореализацию молодежи.

Необходимость разработки исследования связана с тем, что проблематика развития физической культуры, спорта и студенческой молодежи является стратегически важными задачами, связанными с успешным международным сотрудничеством государства. На данном этапе развития Китай является лидером в области экономики и приоритетным партнером для сотрудничества с Россией. Наши страны связывают длительные взаимовыгодные отношения в области образования, что, безусловно, положительно сказывается на российском спорте и на российской студенческой молодежи.

Молодежь России – особая социально-демографическая группа, которая в будущем будет отвечать за международную политику нашей страны, а будущее развитие российского общества во многом будет определяться системой ценностей современной молодежи и, в том числе, системой ценностей молодежи Китая.

Все вышеизложенное определяет необходимость постановки ряда важных вопросов: как студенческая молодежь относится к занятиям спортом? Каковы мотивы занятий физической культурой и спортом?

Цель исследования: оценка эффективности программы популяризации физической культуры и спорта в Китае.

Результаты исследования и их обсуждение.

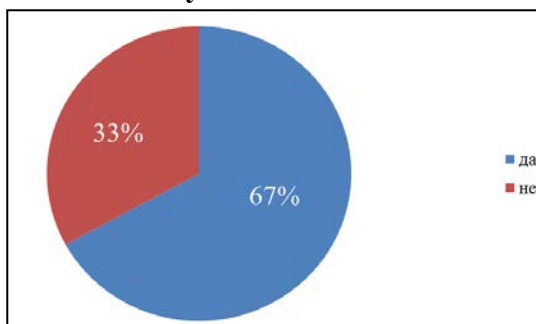


Рисунок 1 – Исследование отношения студенческой молодежи Китая к занятию спортом

По полученным данным можно заметить, что больше половины опрошенных (67%) занимаются физической культурой и спортом, 33% не занимаются.

Указанные данные связаны, прежде всего, с тем, что Китай является страной с одним из наиболее высоких показателем продолжительности жизни в мире (76 лет), в Гонконге – 84 года по данным на 2019 год. Таким образом, поддержание физической активности является важным аспектом жизни китайцев.



Рисунок 2 – Исследование отношения студенческой молодежи к мотивам не занятия физической культурой и спортом

На данный вопрос предлагалось ответить респондентам, выбравшим в предыдущем вопросе вариант ответа «нет». В данном вопросе можно было выбрать только один вариант ответа. По полученным данным мы видим, что более половины опрошенных выбрали варианты ответов «нехватка времени» (57,4%) и «отсутствие спортивных объектов на территории населенного пункта или вблизи с ним» (55,6%). 48,1% опрошенных не занимаются физической культурой и спортом из-за нехватки времени, 46,3% – из-за высокой стоимости абонементов и 24,1% из-за плохого состояния спортивных объектов и спортивного инвентаря.

Подобную картину можно объяснить тем, что из-за высокой конкуренции китайская молодежь, прежде всего, уделяет свое время учебе и дополнительным занятиям, а уже потом спорту. Для молодежи в Китае наибольшее значение имеет именно образование и последующее трудоустройство.

Выводы. В результате проведенного исследования была изучена и проанализирована научная, методическая литература по теме исследования.

В силу определенной ответственности, которая лежит на молодежи Китая, на спорт и физическую культуру ей уделяется значительно меньше времени, однако, результаты опроса показали, что лишь 33% опрошенных не занимаются физической культурой и спортом. Стоит отметить, что больше половины опрошенных (67%) поддерживают физическую активность и занимаются спортом.

Китай делает огромные успехи на мировой арене, позиционирует себя как одна из наиболее современных и технологичных стран [1]. Важным аспектом для поддержания данного статуса в будущем является воспитание кадрового резерва. Приоритетными направлениями деятельности являются образование, физическая культура и спорт [4]. Для продолжения эффективной работы в указанном направлении необходимо понимать степень заинтересованности молодежи в данном вопросе.

Список литературы

1. Доклад по осуществлению устойчивого развития: сб. науч. тр., Вып. 45 ; отв. ред. Правительство КНР. – Шанхай : Изд-во Люмэй, 2017. – 76 с.
2. Китай: от инвестиций – к инновациям / А. Н. Порунов // Экономика и бизнес : сб. науч. тр. – Москва : Изд-во «Просвещение», 2015. – 27 с.
3. Первомайский, В. И. Идеологии Мира : учебно-методическое пособие / В. И. Первомайский. – Москва : Нить, 2010. – 81 с.
4. Семенова, С. С. Образование в Китае: история и современность: учебное пособие / С. С. Семенова. – 5-е изд., стер. – Санкт-Петербург : Лань, 2006. – 65 с.

МАРКЕТИНГ ДЕТСКИХ КОММЕРЧЕСКИХ ФУТБОЛЬНЫХ ШКОЛ

*Ситдиков Б.Ф., студент 9215М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Султанова В.Р.*

Актуальность. После Чемпионата мира по футболу 2018 г. в России резко возросло число родителей, желающих отдать своего ребенка, «порабощенного гаджетами и компьютером», именно на секции по футболу. Этим решили воспользоваться предприниматели и в городах начали открываться новые детские футбольные школы. На данный момент уже образовалась большая конкуренция на этом рынке. Развитие рыночных отношений в России коренным образом изменило экономические условия функционирования детских спортивных школ. Эти условия характеризуются повышенной нестабильностью и нарастанием неопределенности внешней среды и усилением конкуренции на рынке спортивных услуг. Разработка качественной, комплексно обоснованной маркетинговой программы является одним из главных условий увеличения продаж, устойчивого и эффективного функционирования любого продукта.

Цель исследования – исследовать специфику маркетинга детских коммерческих футбольных школ.

Методы исследования:

1. Анализ научно-методической литературы.
2. Сравнительный анализ.
3. Моделирование.
4. Методы математической статистики.

Результаты исследования и их обсуждение. Спортивный маркетинг – это продвижение спорта в целом и продвижение товаров через спорт. В меньшей степени речь идет об использовании конкретной стратегии, в большей – о спорте, чтобы помочь маркетингу осуществить свои задачи. Это может быть особенно эффективно, когда проводятся крупные спортивные мероприятия, вызывающие всеобщий интерес. Для продвижения необходимой информации можно использовать различные информационные платформы, например, рекламные щиты, вывески внутри стадиона, телевизионная реклама, реклама в печатных средствах массовой информации и социальных сетях. Особенностью спортивного маркетинга является не использование базовой теории 4P, а использование семи компонентов стратегического Маркетинг-микса составленного из традиционных 4P и 3P сервиса – процесс, люди и физическое окружение (Рисунок 1). Эти 7P являются основой для построения маркетинговой стратегии в области спорта [1]. Основная цель деятельности коммерческих физкультурно-спортивных организаций – удовлетворять потребности людей и общества и получать при этом прибыль [2].

Для наглядности использования компонентов стратегического Маркетинг-микса 7»P», проанализируем маркетинговую работу коммерческой футбольной школы «AZ-Club» г. Казань. Во-первых, нужно иметь понимание, что из себя представляет эта футбольная школа.

«AZ-Club» предоставляет следующие услуги: группы занимаются по методике, соответствующей их возрастной категории, с акцентом на координацию, технику и дисциплину. Обязательное требование к тренерам – высшее физкультурное образование, футбольные достижения и опыт работы с детьми. На группу из 12 детей приходится не менее 2 тренеров, что обеспечивает безопасность и особое внимание к каждому ребенку. Филиалы в пяти районах города Казань и комфортное время тренировок вечером в будни и в выходные. Организация просмотров детей в ФК Rubin и ДЮСШ всех районов города. Также предоставление бесплатных билетов на домашние матчи Rubina. Цена абонемента 3000 руб./мес. Первая тренировка бесплатно.

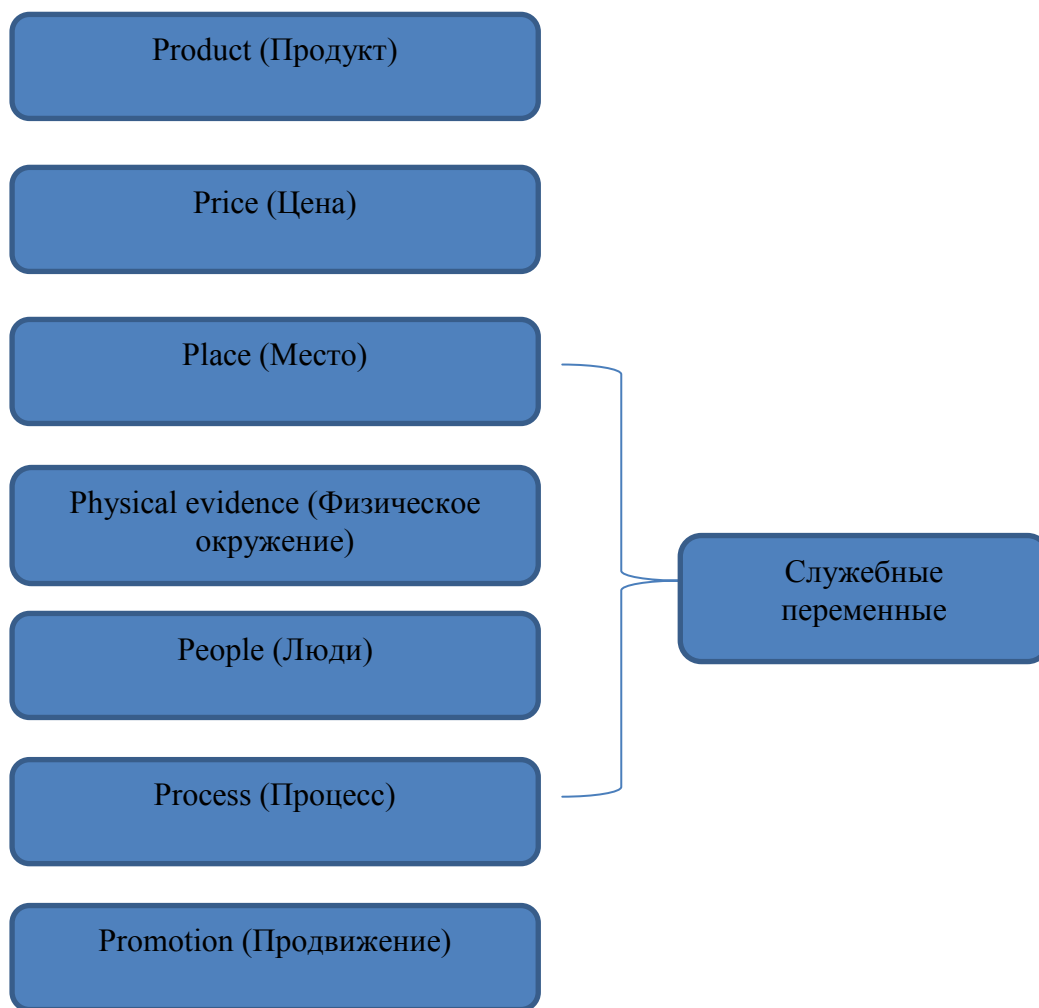


Рисунок 1 – Семь компонентов стратегического Маркетинг-микса в спорте

Ниже проанализируем маркетинг детской футбольной школы «AZ-Club» по каждому компоненту стратегического Маркетинг-микса:

- **Продукт** – подразумевает характеристики товара, которые обеспечивают преимущества для потребителя (включает в себя определение фактического продукта). В «AZ-Club» продуктом является тренировочные занятия для детей от 3 до 10 лет;

- **Цена** – подразумевает, что продукт обладает ценой в соответствии с ценностью для потребителя (в «AZ-Club» абонемент в месяц стоит 3000 рублей за 8 занятий – это одна из лучших цен в городе);

- **Место** – дистрибуция продукта в необходимом месте и в необходимое время для максимально удобной покупки (филиалы в пяти районах города Казань и комфортное время тренировок вечером в будни и в выходные);

- **Физическое окружение** – это визуальное и/или особенности продукта, такого как дизайн и удобство инфраструктуры (все места для тренировочных занятий оснащены просторными раздевалками и зонами ожидания для родителей);

- **Процесс** – отражает взаимосвязь маркетинга и операционной деятельности, и их влияние на предоставляемый сервис и его качество;

- **Люди** – ответственные за предоставление услуги, организацию мероприятия, они определяют качество в потребительском процессе (Обязательное требование к тренерам – высшее физкультурное образование, футбольные достижения и опыт работы с детьми);

- **Продвижение** – процесс коммуникации в рамках которого до потребителя доносится ценностное предложение, особенности продукта, выгоды для потребителя, конкурентные преимущества. Продвижение включает в себя ряд активностей, таких как реклама, персональные продажи, связи с общественностью, продажи, спонсорство, лицензирование,

email и digital маркетинг (проведение первых пробных занятий, реклама в детских садах, реклама в социальных сетях).

Вывод. Таким образом, спецификой маркетинга детских коммерческих футбольных школ (на примере детской футбольной школы «AZ-Club») является использование спортивного маркетинга в виде маркетинг-микса, который является мощным инструментом, успешно используемый не только для пропаганды профессионального, но и детского коммерческого спорта.

Список литературы

1. Алексеев, С. В. Маркетинговая среда физкультурно-спортивной организации / С. В. Алексеев, Т. В. Дивина, Н. Г. Саттаров // Спорт: экономика, право, управление. – 2018. – № 1. – С. 5-7.
2. Гореликов, В. А. Маркетинговые продукты в спорте как инструменты конкурентной борьбы в индустрии спорта / В. А. Гореликов, К. И. Братков // Современная конкуренция. – 2020. – Т. 14, № 4(80). – С. 25-39.

СОЗДАНИЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО КОНТЕНТА ДЛЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ СПОРТИВНОГО КЛУБА

Файзерахманов А.А., студент 7215 гр.

Поволжский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия

Научный руководитель – к.с.н., доцент Фахретдинова А.Б.

Актуальность. В современном мире общение между людьми все чаще происходит посредством интернета, социальных сетей. Специфика онлайн коммуникаций заключается в возможности человека вступать в контакт с другими людьми вне зависимости от его места нахождения. Такой вид взаимодействия всегда открыт и доступен, практически нет коммуникативных барьеров. Именно поэтому для спортивных организаций так важно наладить взаимодействие со своей целевой аудиторией в социальных сетях. Однако для удержания аудитории необходимо постоянно подпитывать ее интерес, что обуславливает необходимость создания привлекательного контента на веб-ресурсах организации.

Цель исследования: определить критерии наиболее привлекательного контента для подписчиков социальных сетей Академии ФК «Рубин».

Результаты исследования и их обсуждение. Процесс создания привлекательного контента социальных сетей тесно связан с изучением потребностей аудитории. Поэтому при создании привлекательного для аудитории контента следует придерживаться следующих требований:

- сжатая, интересная и информативная подача материала. Все, что публикуется в социальных сетях, должно быть ярким, так как «серость» в современном мире никто не воспринимает;

- стимулирование обсуждений;
- регулярное обновление информации;
- оптимальное количество постов в день;
- использование нестандартных интерактивных форматов [1].

Многообразие социальных сетей открывает поразительные возможности для продвижения любого бренда, в том числе спортивных клубов. Именно поэтому в структуре информационного обеспечения сферы физической культуры и спорта интернет и, прежде всего, социальные сети заняли одно из ведущих мест. Веб-страницы имеют большинство спортивных организаций.

Говоря об аудитории интернет-ресурса спортивного клуба, хочется отметить, что в социальных сетях коммуникации, как правило, направлены на болельщиков и спонсоров. Болельщики в разной степени «живут» своей командой, а значит, заинтересованы в максимальном объеме информации о клубе и всем, что происходит внутри и вокруг него. Фанаты в отличие от зрителей больше, чем просто потребители, а значит, им нужен больший объем и большее разнообразие информации, которую футбольный клуб может предоставить через социальные сети. В случае со спонсорами следует делать акцент на репутации спортивного клуба, это необходимо для убеждения спонсора в надежности и ответственности клуба, так как в дальнейшем его могут воспринимать как полноценного партнера [2].

Поэтому основу грамотной стратегии продвижения спортивной организации, должна составлять диверсификация контента. То есть, пресс-службе не следует сосредотачиваться только на информативных постах, которые доносят важную информацию о клубе, снимают вопросы или сомнения, возникающие в голове у ее аудитории, она должна достигать разнообразия контента путем использования сообщений развлекательного характера, которые помогут поддерживать интерес уже существующей аудитории и привлекать новую. Для достижения такого результата необходимо знать потребности аудитории и критерии наиболее привлекательного для нее контента [3].

Для выявления критериев привлекательного контента для аудитории Академии ФК «Рубин» в марте 2021 года было проведено анкетирование среди подписчиков Академии (опрошено 30 человек), результаты которого позволили разработать контент-план для последующей организации взаимодействия с аудиторией.

В ходе опроса было важно выявить временной промежуток наиболее удобный для просмотра контента аудиторией (Рисунок 1).

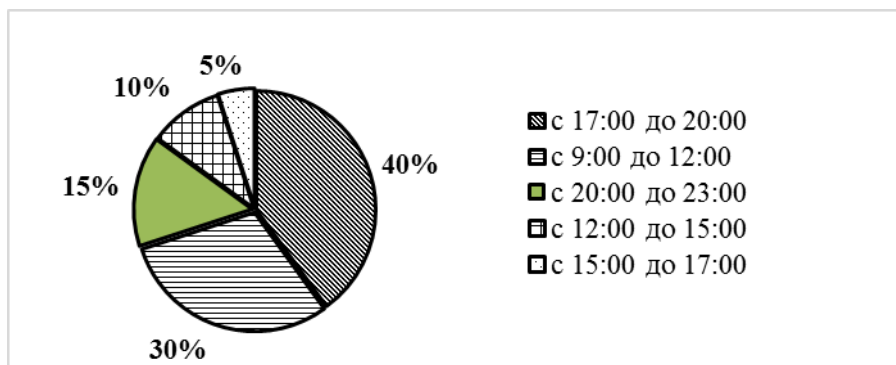


Рисунок 1 – Ответы респондентов на вопрос «Какое время публикаций контента вам подходит больше?», в %

Согласно результатам анкетирования, наиболее подходящим для публикации контента является время с 9:00 до 12:00 и с 17.00 до 20.00.

Далее определялась наиболее удобная для просмотра контента социальная сеть. Оказалось, что обе предложенные сети удобны (Рисунок 2).

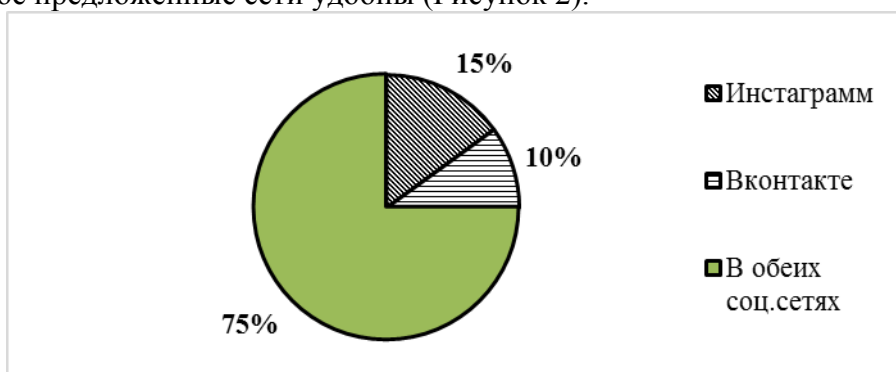


Рисунок 2 – Ответы респондентов на вопрос «В какой социальной сети вам удобнее просматривать контент: «ВКонтакте» или «Instagram»?», в %

Также был задан вопрос о привлекательности контента социальных сетей Академии ФК «Рубин» (Рисунок 3).

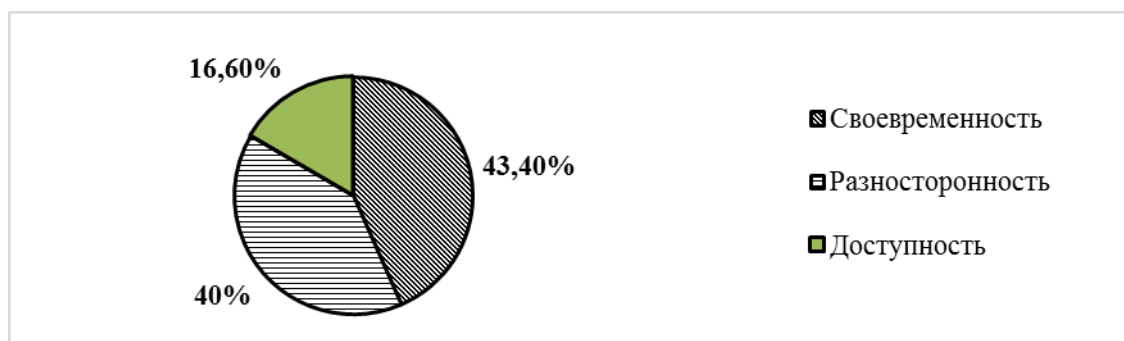


Рисунок 3 – Ответы респондентов на вопрос «Чем привлекает контент социальных сетей Академии ФК «Рубин»?», в %

Респонденты отметили, прежде всего, своевременность (43,4%) и разносторонность (40%) контента клуба.

Заключительный вопрос способствовал выявлению предпочтений аудитории в плане содержания контента (Рисунок 4).

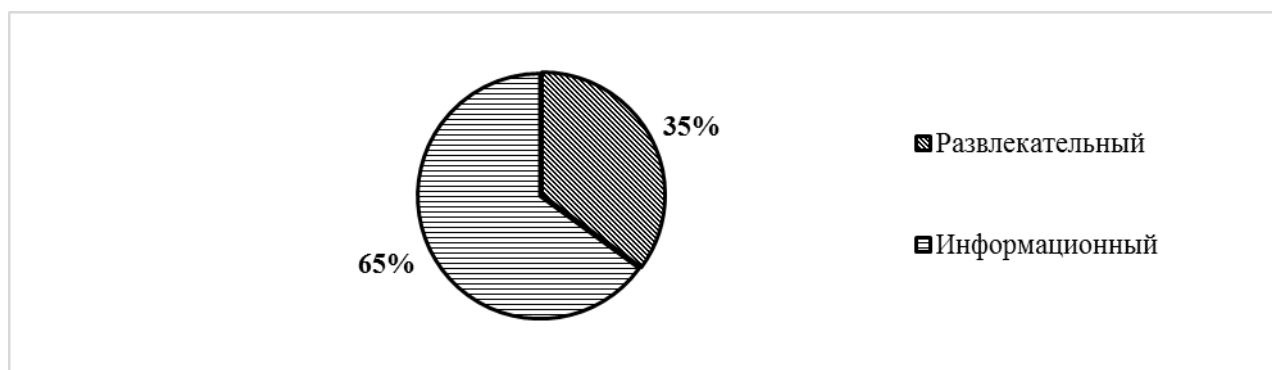


Рисунок 4 – Ответы респондентов на вопрос «Какой вид контента вы бы хотели видеть чаще?», в %

По результатам опроса большая часть респондентов (65%) хотела бы видеть информационный контент, и только 35% – развлекательный. Такое распределение мы, в первую очередь, связываем со спецификой аудитории социальных сетей Академии ФК «Рубин», в которую преимущественно входят родители обучающихся в Академии детей.

Таким образом, проведенное анкетирование позволило выявить потребности аудитории социальных сетей Академии ФК «Рубин», которые в дальнейшем были учтены при составлении контент-плана для обозначенной организации. Мы определили, что следует придерживаться следующих требований для создания привлекательного, то есть соответствующего потребностям целевой аудитории, контента:

- Время публикации контента с 9:00 до 12:00 и 17:00 до 20:00;
- Дублирование информации в социальных сетях «Вконтакте» и «Instagram»;
- Своевременность публикации контента (контент публикуется оперативно, пока информация еще не утратила своей актуальности), а также его разносторонность;
- Преобладание информационного контента над развлекательным.

Выводы. В результате проведенного нами исследования были выявлены требования к контенту в социальных сетях, определены критерии наиболее привлекательного контента для подписчиков социальных сетей Академии ФК «Рубин»: информативность контента, своевременность (актуальность) подачи и разносторонность (разнообразный по содержанию контент).

Список литературы

1. Бендина, Н. В. Маркетинг (конспект лекций) / Н. В. Бендина. – Москва : Приориздат, 2005. – 215 с.
2. Жестянных, Л. В. Современная концепция маркетинга услуг в сфере физической культуры и спорта / Л. В. Жестянных. – Санкт-Петербург, 2015. – 136 с.
3. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 214 с.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ИНДУСТРИИ СПОРТА

*Фаттахова А.Ф., выпускница МАОУ
«Средняя общеобразовательная школа №39
с углубленным изучением английского языка», г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., Зубкова Ю.О.*

Результаты исследования. В статье проанализированы тенденции развития спорта и рассмотрены существующие возможности предпринимательской деятельности такие, как коммерциализация отдельных спортивных федераций, лиг, клубов, которые имеют свой особый продукт и услуги, а также конкретных потребителей. В том числе раскрыта тема спортивного события, являющийся основным продуктом индустрии спорта, позволяющая зарабатывать организациям спорт-индустрии, организаторам и профессиональным спортсменам.

Цель исследования: анализ бизнес-планирования в сфере индустрии спорта.

Актуальность: данная тема очень актуальна, так как в последнее время спорт воспринимается как один из способов получения прибыли, а получение прибыли в спорте возможно лишь при правильном планировании своей предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: бизнес, индустрия спорта, коммерциализация, конкуренция, предпринимательство.

Введение. На сегодняшний день спорт давно уже выполняет не только социальной функции в обществе, но и является мощной индустрией и привлекательным бизнесом. Многие международные спортивные организации, в первую очередь профессиональные лиги и клубы, организаторы мировых спортивных соревнований, нацелены на коммерческую составляющую используя интерес зрителей, болельщиков, бизнес и СМИ выгодно продавая спортивные события, но при этом не всем удается выгодно получать прибыль. Так как при высоких доходах спортивных организаций не нужно забывать о том, что в индустрии спорта стремительно растут и расходы, особенно связанные с оплатой профессиональных спортсменов [3].

В последнее время мировой спорт поднялся на небывалый уровень коммерциализации международных спортивных организаций Международный олимпийский комитет (МОК), Международная федерация футбола (ФИФА) и Союз европейских футбольных ассоциаций (УЕФА), профессиональных лиг (футбол, хоккей, баскетбол) и ведущих профессиональных клубов, ставшими крупными коммерческими предприятиями, зарабатывающие на спортивных мероприятиях – это Олимпийские игры (летние и зимние), чемпионат мира по футболу, хоккею и многие другие [4].

Индустрия спорта представляет собой огромный рынок с разными игроками у каждого из которых есть свои интересы и возможности, где большинство занимается предпринимательством в процессе производства, продвижения спортивных событий и спортивно-оздоровительных услуг. Именно благодаря производителям спортивных событий и спортивно-оздоровительных услуг стал возможен серьезный прогресс коммерциализации в спорте.

Болельщики со зрителями покупают зрелище, т.е. разные спортивные события, где бизнес, вкладывая в спонсорство и рекламу, увеличивает свою целевую аудиторию потенциальных покупателей, а СМИ повышает рейтинг спортивных трансляций, зарабатывая на рекламе, где в конечном итоге спортивные события влияют на:

- популяризацию спорта, как в целом, так и в отдельных видах;
- увеличивает целевой аудитории;
- развивает коммерческую составляющую, увеличивая доходы спортивных организаций (федераций, лиг, клубов) и организаторов спортивных соревнований.

Считаем, что равновесие интересов основных производителей и потребителей индустрии спорта сбалансирован и самое главное его нужно поддерживать развивая конкуренцию, добиваясь хороших финансовых результатов. В этом заинтересованы как

спортивные организации, так и зрители, болельщики, бизнес и СМИ. Поэтому предпринимательство в индустрии спорта – это реальность!

Бизнес в индустрии спорта.

Некоторые специалисты по физической культуре отрицательно относились к коммерциализации отечественного спорта. Однако современное развитие спорта свидетельствует о необходимости развития рыночных отношений в области спортивно-оздоровительных услуг и особенно спорта высших достижений [5].

В мировой индустрии спорта, как и во всех других сферах деятельности, есть свои производители, продукты и потребители. Именно благодаря производителям спортивных событий и спортивно-оздоровительных услуг стал возможен подъем коммерциализации в спорте.

Коммерциализация спорта – это процесс привлечения предпринимательской деятельности в сферу спорта и использования спорта для получения прибыли.

На коммерциализацию видов спорта влияют следующие основные факторы:

1. География развития определенного вида спорта, которую можно увидеть по количеству вошедших национальных федераций в международные. Есть некоторые виды спорта, которые развиваясь не являются коммерческими и капитализируются лишь как телепродукт в рамках Чемпионатов Мира или Олимпийских Игр [1].

2. Массовость участников национального вида спорта – такие как игровые виды спорта где основными участниками и задающие динамику развития являются клубы, привлекая миллионы детей и людей в спортивные школы и клубы, увеличивая спрос на экипировочный бренд. Многое также зависит от работы Национальной Спортивной Федерации (НСФ), от того как выстроена система отношений с клубами, как гибко продумана система распределения полномочий и ответственности. Если клубы слабоваты, то и рынок проседает. Поэтому на развитие влияет количество клубов, их структура, а также массовость во всех возрастных категориях.

3. От количества потребителей зависит экономический результат как отдельного клуба, так и всей лиги. Стратегия лиг и клубов нацелена именно на массовость занятий.

Благодаря успешной коммерциализации индустрии спорта многие спортивные организации, профессиональные клубы и спортсмены стали больше зарабатывать на спортивных мероприятиях [2].

Таблица 1 – 10 самых высокооплачиваемых спортсменов 2020, рейтинг Forbes

Место	Спортсмен	Вид спорта	Доход, млн долларов
1	Роджер Федерер	теннисист	\$106
2	Криштиану Роналду	футболист	\$105
3	Лионель Месси	футболист	\$104
4	Неймар	футболист	\$95,5
5	Леброн Джеймс	баскетболист	\$88,2
6	Стефен Карри	баскетболист	\$74,4
7	Кевин Дюрант	баскетболист	\$63,9
8	Тайгер Вудс	гольфист	\$62,3
9	Кирк Казинс	американский футбол	\$60,5
10	Карсон Венц	американский футбол	\$59,1

Таблица 2 – 10 самых дорогих клубов мира 2020, рейтинг Forbes

Место	Клуб	Страна	Вид спорта	Стоимость, млрд долларов
1	«Даллас Ковбойс»	США	американский футбол	\$5,5
2	«Нью-Йорк Янкис»	США	бейсбол	\$5
3	«Нью-Йорк Никс»	США	баскетбол	\$4,6

4	«Лос-Анджелес Лэйкерс»	США	баскетбол	\$4,4
5	«Голден Стэйт Уорриорз»	США	баскетбол	\$4,3
6	«Реал Мадрид»	Испания	футбол	\$4,24
7	«Нью-Ингленд Пэтриотс»	США	американский футбол	\$4,1
8	«Барселона»	Испания	футбол	\$4,02
9	«Нью-Йорк Джайентс»	США	американский футбол	\$3,9
10	«Манчестер Юнайтед»	Великобритания	футбол	\$3,81

В то же время можно отметить, что у коммерциализации есть свои положительные и отрицательные стороны.

К основным плюсам коммерциализации спорта можно отнести:

- возросший уровень доходов международных спортивных федераций, профессиональных лиг и клубов. Например, это растущие доходы самых богатых спортивных организаций мира как Международный олимпийский комитет (МОК), Международная федерация футбола (ФИФА) и Союз европейских футбольных ассоциаций (УЕФА) [6]. Также можно констатировать, что самые крупные и влиятельные международные спортивные организации сегодня превратились в мощные и успешные мировые спортивные корпорации;
- возросшее количество спортивных организаций экономически независимых от бюджетных средств;
- возросшие заработки спортсменов как по профессиональным контрактам, так и имея доходы от коммерческой и рекламной деятельности.

К основным минусам коммерциализации спорта можно отнести:

- разделение определенных видов спорта на коммерческие и некоммерческие привело к неравным возможностям их развития;
- разделение профессиональных клубов на богатых и бедных повлияло на снижение уровня престижности и на спортивные результаты;
- финансовая составляющая победы привела к допинговым нарушениям среди спортсменов.

Выводы. На сегодняшний день развивается отдельная отрасль предпринимательской деятельности в области индустрии физической культуры и спорта. Открывается множество спортивных и физкультурных организаций, осуществляющие свою предпринимательскую деятельность, оказывая услуги в сфере фитнеса, олимпийских и неолимпийских видов спорта, в том числе активно идет развитие предпринимательства и в профессиональном спорте – это профессиональные клубы, лиги и федерации.

Среди видов туризма наибольшей популярностью набирает туризм по посещению спортивных и зрелищно-массовых мероприятий. Так, например, доля спортивного и событийного туризма возросла в последние годы по зимним видам спорта на 20%, а по летним видам – на 80%, о чем констатируют российские эксперты в области туризма [5].

В то же время нельзя не отметить развитие современной спортивной индустрии в сфере производства спортивной одежды, обуви, инвентаря, тренажеров и аксессуаров, а также бизнес на спортивных сооружениях, инновационных разработках, где новые технологии и опытно-конструкторские разработки внедрились в хозяйственную практику.

В целом можно сделать вывод, что спорт и экономика в современном обществе тесно связаны между собой.

Список литературы

1. Горшков, В. Е. Управление физической культурой и спортом в современных условиях: учебное пособие / В. Е. Горшков, В. А. Какюзин, А. В. Починкин. – Москва : МОГИФК, 2016. – 110 с.

2. Галкин, В. В. Экономика и управление физической культурой и спортом : учебное пособие / В. В. Галкин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2006. – 448 с.
3. Леднев, В. А. Предпринимательство в индустрии спорта: возможности, ожидания и результаты / В. А. Леднев, К. И. Братков // Современная конкуренция. – 2019. – №1 (73). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelstvo-v-industrii-sporta-vozmozhnosti-ozhidaniya-i-rezultaty> (дата обращения: 18.02.2021).
4. Рубин, Ю. Б. Управление собственным бизнесом / Ю. Б. Рубин. – Москва : Университет «Синергия», 2016. – 976 с. (Университетская серия) // ЭБС «Консультант студента» : [сайт]. – URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785425702203.html> (дата обращения: 18.02.2021). – Режим доступа : по подписке.
5. Фарберова, О. Е. Роль российского предпринимательства в индустрии спорта / О.Е. Фарберова // Культура физическая и здоровье. – 2012. – № 4. – С. 70-72 // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/291301> (дата обращения: 18.02.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.
6. Pedagogical Consulting Is An Extensive Strategy Of University Educational Process Modernization / S. Yushko, E. Khairullina, J. Torkunova, S. Matveeva, Y. Zubkova, V. Bogdanova, S. Vinogradova, L. Nikitina // Modern Journal of Language Teaching Methods. – Vol. 8, Issue 3. – March 2018. – pp. 326-336.

СОСТОЯНИЕ И ПОТРЕБНОСТЬ В РАЗГОВОРНОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ У МАГИСТРАНТОВ ПРОФИЛЯ «МЕНЕДЖМЕНТ В ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТЕ»

*Фатыхова Д.Ф., студент 20215м гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – д.п.н., профессор Голубева Г.Н.*

Актуальность. Спортивный менеджмент представляет собой организацию и управление в области физической культуры и спорта не только в пределах страны, но также на международном уровне. Для подготовки квалифицированных спортивных менеджеров высокого уровня, которые будут сотрудничать на международной арене, необходимо иметь знания не только на русском, но также и на иностранном языке.

Кроме того, владение иностранным языком является одним из ключевых компонентов успешной профессиональной деятельности современного конкурентоспособного специалиста для эффективного решения профессиональных задач в условиях динамично меняющихся реалий.

Цель исследования: оценить состояние и потребность в разговорном английском языке у магистрантов профиля менеджмент в физической культуре и спорте.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, анкетирование.

Результаты исследования и их обсуждение. По мнению Н.Г. Ершовой, Е.В. Дытко и Е.В. Павлюченковой [2]: подготовка специалиста в системе высшего образования направлена на формирование социально активной, творческой личности, обладающей профессиональной компетентностью, информационной культурой, гибким мышлением и иноязычной коммуникативной компетенцией.

В период развития и расширения международных контактов специалисту необходимо уметь быстро воспринимать и анализировать актуальную, достоверную информацию из различных источников, в том числе иноязычных источников, выявлять новые, важные сведения с целью их использования для решения конкретных профессиональных задач.

В соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта для вузов физической культуры целью курса иноязычного обучения является профессиональная подготовка через обучение иностранному языку. Знания и навыки, полученные в процессе изучения иностранного языка, способствует повышению качества профессиональной компетенции и общекультурного уровня студентов физической культуры [1].

Для оценки состояния и потребности в разговорном английском языке в ходе исследования нами было проведено анкетирование.

В анкетировании приняли участие магистранты Поволжского ГУФКСИТ, обучающиеся по профилю менеджмент в физической культуре и спорте, очного и заочного отделения.

На рисунке 1 представлены результаты ответов на вопрос «Оцените ваш уровень английского языка по 10-ти бальной шкале».

Из рисунка 1 видно, что 70% магистрантов оценивают свой уровень разговорного английского не выше, чем на 5 баллов. В свою очередь, это свидетельствует о том, что студенты не способны свободно применять английский язык на практике, а также в своей профессиональной деятельности. И только 30% опрошенных респондентов оценили свой уровень разговорного языка свыше 5, но ниже 9 баллов.

Результаты ответов на вопрос: «Хотели бы Вы дополнительно изучать английский язык в процессе подготовки?» представлены на Рисунке 2.

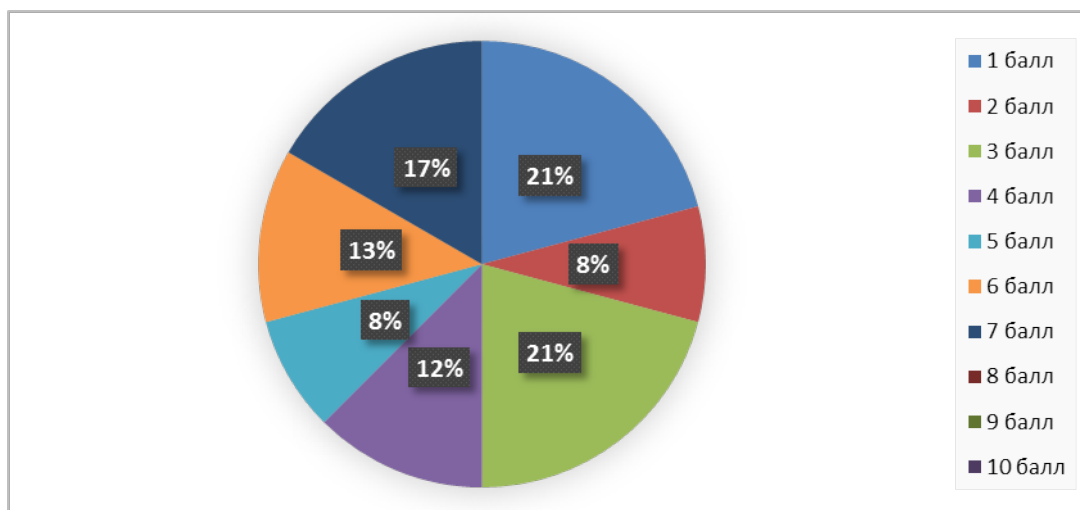


Рисунок 1 – Результаты ответов на вопрос
«Оцените ваш уровень разговорного английского языка по 10-ти бальной шкале»

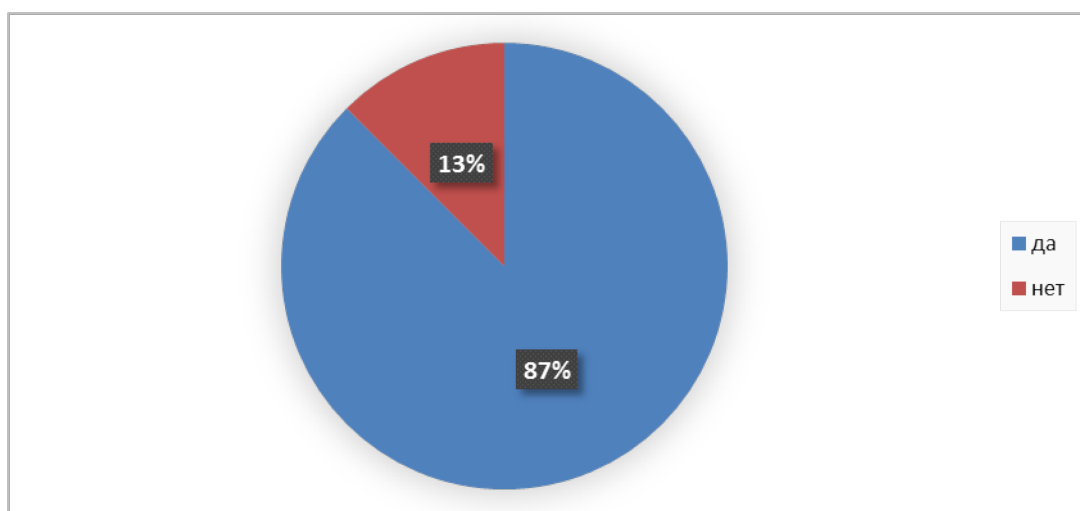


Рисунок 2 – Результаты ответов на вопрос
«Хотели бы Вы дополнительно изучать английский язык в процессе подготовки?»

Как видно из рисунка 2, 87% опрошенных респондентов предпочли бы дополнительно изучать английский язык для повышения уровня владения иностранным языком.

Выводы. Таким образом, на сегодняшний день большинство магистрантов профиля менеджмент в физической культуре и спорте не уверены в своем уровне владения разговорным английским языком, что в свою очередь проявляется в потребности изучения английского языка дополнительно.

Список литературы

1. Бганцева, И. В. Когнитивно-систематизирующее развитие иноязычной коммуникативной компетенции студентов нелингвистического вуза: монография / И. В. Бганцева. – Волгоград: ВГАФК, 2017. – 201 с. // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/158109> (дата обращения: 25.03.2021).
2. Ершова, Н. Г. Important Issues Of Adapted Physical Education: учебное пособие / Н. Г. Ершова, Е. В. Дытко, Н. А. Павлюченкова. – Великие Луки: ВЛГАФК, 2017. – 280 с. // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/151098> (дата обращения: 25.03.2021).

ПРОЕКТ ПО ОТКРЫТИЮ ДЕТСКОГО СПОРТИВНОГО КЛУБА «АЙС ТАЙМ», ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИЕ ФИЗКУЛЬТУРНО- СПОРТИВНЫЕ УСЛУГИ КАТАНИЯ НА СИНТЕТИЧЕСКОМ ЛЬДУ ДЛЯ ДЕТЕЙ С 3 ДО 14 ЛЕТ

*Хайруллин Р.Р., магистрант 9215М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Агеева Г.Ф.*

Актуальность. В период дошкольного возраста у ребенка закладываются основы здоровья, осуществляются наиболее интенсивный рост и развитие важнейших систем организма, закладывается база для всестороннего развития физических способностей. Именно в этом возрасте возникает первичная необходимость в систематическом занятии физической культуры и спортом, удовлетворить которую можно с помощью различных услуг в детских физкультурно-спортивных клубах [1].

Цель исследования: разработать и апробировать проект по открытию детского спортивного клуба «Айс тайм», предоставляющие физкультурно-спортивные услуги для детей с 3 до 14 лет.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, анализ интернет-ресурсов, моделирование, формирующий эксперимент.

Результаты исследования и их обсуждение. Для того чтобы запустить проект по открытию детского спортивного клуба нужно продумать и изобразить бизнес-план, в котором будут отражены цели деятельности, финансовые показатели, риски и стратегии реагирования на них в условиях рыночной экономики.

1. Резюме проекта

Цель нашего проекта – открытие детского спортивного клуба для реализации физкультурно-спортивной услуги катание на синтетическом льду в городе с населением более 1 миллиона человек. Основной источник дохода – оплата за посещение занятий. Дальнейшей ступенью проекта будет аренда помещения площадью 160 кв.м., расположенное в Приволжском районе города. Арендная плата составляет 110000 рублей/месяц. Первоначальный объем вложений в открытие детского развивающего центра – 1 744 400 рублей.

2. Описание услуги в ДСК

Таблица 1 – Описание услуги в детском спортивном клубе

Услуга	Возр. гр.	Основное
Первое обучение катанию	3-5 лет	Занятия, направленные на координацию и постановку на коньки, группировкой падения, остановкой движения.
Постановка техники катания для избранного вида спорта	5-7 лет	Комплексные программы, подобранные для фигуристов и хоккеистов, которые помогут овладеть техникой катания.
Обучение сложнокоординационными движениями на коньках	8-14 лет	Подготовка спортсменов к выполнению сложнокоординационных упражнений для уверенного катания.
Хоккейная тренировка	6-14 лет	Занятия, направленные на обучение техническим приемам владения клюшкой с использованием специализированных тренажеров.
Индивидуальное катание	3-14 лет	Предоставляется возможность более эффективного обучения катания с индивидуальной помощью тренерского состава.

Стоимость занятий зависит от самой услуги, если она актуальнее и уникальнее, тем дороже стоит ее посещение. Как правило, это связано с более высокими затратами на заработную плату тренерскому составу. Средняя стоимость 1 тренировочного занятия – 300 рублей. В клубе предусматривается действие абонементов на месяц (8-12 занятий, в зависимости от программы) [2].

3. Маркетинг детского спортивного клуба

При реализации данного проекта особую роль играет его продвижение на разных Интернет-платформах. От пиар-деятельности во многом зависит успех всей организации, следовательно, разделу по маркетингу нужно уделить большее значение, проработав мельчайшие детали.

В соответствии с расчетами, на продвижение клуба планируется затратить 36000 рублей.

Таблица 2 – Рекламный бюджет детского клуба

	Описание	Затраты
Регистрация веб-сайта	Веб-сайт должен отражать описание услуг и преимущества детского клуба, его миссию, цели и задачи, фото и видеоотчеты, стоимость услуг, отзывы, перечень используемых методик, преподавательский состав, контакты и адрес.	15 000
Рекламная информация	Планируется использовать рекламу в лифтах в общественных местах, поэтому данная статья расходов включает затраты на разработку макета объявления, печать рекламных материалов и аренду места на доске объявлений.	11 000
Печатная информация о клубе	Будут созданы буклеты и флаеры и направлены в целевые места (садики, школы, торговые центры).	7 000
Социальные сети	Регистрация и активность в социальных сетях ВКонтакте и Instagram, где будет размещена полезная информация о различных услугах клуба, акциях, мероприятиях, отзывах и т.д. На базе интернет-площадок планируется проведение конкурса, где основным призом является бесплатное посещение мастер-класса или месячный абонемент на посещение одной из программ клуба.	3 000
Итого:		36 000

4. Документы, регламентирующие деятельность детского спортивного клуба

Таблица 3 – Документы, регламентирующие деятельность детского спортивного клуба

1	Учредительные документы для ООО: устав, свидетельство о постановке на учет в налоговом органе (ИНН), лист записи реестра юридических лиц, выписка из реестра юридических лиц с актуальными кодами ОКВЭД. Учредительные документы для ИП: лист записи реестра ИП, выписка из реестра ИП с актуальными кодами ОКВЭД
2	Уведомление о начале деятельности в территориальный орган Роспотребнадзора
3	Лицензия на ведение образовательной деятельности
4	Договор аренды помещения
5	Санитарно-эпидемиологическое заключение с приложением перечня видов выполняемых работ и (или) оказываемых услуг, ассортиментного перечня реализуемой (изготавливаемой) продукции
6	Договоры на вывоз ТБО, на дератизацию, дезинфекцию или дезинсекцию.
7	Медицинские книжки сотрудников, документы, подтверждающие квалификацию.
8	Документы по пожарной безопасности: приказ об установлении противопожарного режима, инструкция о мерах пожарной безопасности, удостоверение о прохождении руководителем пожарно-технического минимума, журнал регистрации противопожарного инструктажа, план эвакуации при пожаре.

9	Программа производственного контроля, с обязательным уведомлением Роспотребнадзора.
10	Заявление о регистрации и техпаспорт контрольно-кассовой техники (ККТ), договор на техническое обслуживание и ремонт ККТ.
11	Договор на обработку фискальных данных.
12	Комплект документов для стенда с информацией о защите прав потребителей.
13	Журнал учета инструктажей по требованиям охраны труда и техники безопасности.
14	Пакет документов по результатам проведения специальной оценки условий труда.
15	Нормативная документация для детских спортивных секций.

5. Организационный план детского спортивного клуба

Таблица 4 – Штатное расписание и фонд оплаты труда детского спортивного клуба

	Должности	Оклад в руб.	Кол-во человек	Оплата труда в руб.
	Административный			
1.	Руководитель		1	12 000
2.	Администратор (посменный график)	22 000	2	44 000
	Производственный			
3.	Тренеры-инструктора	25 000	3	75 000
	Вспомогательный			
4.	Клининговый сервис (неполный день)	13 000	1	13 000
	Итого:			144 000
	Социальный отчисления, в том числе:			43 200 р.
	ПФР – 22%			31680 р.
	ФОСС – 2,9%			4176 р.
	ФОМС – 5,1%			7344 р.
	Итого с отчислениями:			187 200 р.

6. Финансовый план детского спортивного клуба

Финансовый план бизнес-проекта детского клуба включает все доходы и расходы, планирование составляет 5 лет.

Таблица 5 – Финансовые вложения в открытие детского спортивного клуба

	Наименование	Сумма, руб.
	Недвижимость	
1.	Аренда помещения свободного назначения	110 000р.
	Оборудование	
2.	Синтетический лед	700 000р.
	Спортивный инвентарь	100 000р.
	Борта для хоккейной площадке	380 000р.
	Освещение спортивных площадок	50 000р.
	Мебель	155 000р.
	Нематериальные активы	
3.	Стартовая рекламная компания	36 000р.
4.	Регистрация	4000р.
	Оборотные средства	
5.	Заработная плата персонала	187 200р.
6.	Расходные материалы	20 000р.
	Итого:	1 744 400р.

Основной объем капиталовложений в открытие детского спортивного клуба составит – 1 744 400 рублей. Инвестиционные издержки направлены на приобретение синтетического льда и оформление хоккейной коробки, мебели и оборудования, рекламное продвижение клуба, формирование фонда оборотных средств до выхода проекта на окупаемость [3].

7. Оценка эффективности

Время окупаемости в бизнес – проекта детского спортивного клуба при инвестициях в 1 744 400 рублей составляет 8 месяцев.

Ежемесячная выручка за месяц проекта при выходе на плановые объемы продаж составит 217 800р. Планируемый объем продаж ожидается на восьмой месяц работы. Объем чистой прибыли за первый год работы составит около 2,6 млн. руб.

8. Оценка рисков и планирование стратегии реагирования на них

Управление рисками состоит из 3 этапов: идентификация рисков, оценка рисков и планирование стратегии реагирования на риски. Следующим этапом управления рисками является этап оценки рисков, который подразумевает под собой качественный и количественный анализ причин и вероятности возникновения тех или иных рисков, а также влияния последствий на реализуемый проект [4].

Так, матрица рисков, полученная с помощью проведения количественного анализа рисков проекта по открытию детского спортивного клуба, позволит определить наиболее опасные события, которые могут привести к опасным последствиям.

Вывод. В результате исследования был разработан и апробирован проект по открытию детского спортивного клуба «Айс тайм», предоставляющие физкультурно-спортивные услуги для детей с 3 до 14 лет.

Список литературы

1. Агеева, Г. Ф. Стимулирование двигательной активности детей дошкольного возраста средствами физического воспитания : автореферат диссертации на соискание степени канд. пед. наук: 13.00.04 / Г. Ф. Агеева. – Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма. – Набережные Челны, 2013 – 25 с.
2. Аванесова, Г. А. Сервисная деятельность: учебное пособие для вузов / Г. А. Аванесова. – Москва : Аспект Пресс, 2014. – 318 с.
3. Тихомирова, А. В. Оценка эффективности управления производством / В. А. Тихомирова. – Москва : Экономика, 2014. – 104 с.
4. Хайдарова, А. А. Конкурентные стратегии фитнес-клубов и специфики их реализации / А. А. Хайдарова, Г. Ф. Агеева. // В сборнике: Актуальные вопросы современной науки и образования : материалы международной научно-практической конференции. Московский финансово-юридический университет МФЮА, Кировский филиал. – 2016. – С. 1024-1027.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ К ТРЕНИРОВОЧНЫМ ЗАНЯТИЯМ ПО АДАПТИВНОМУ СПОРТУ

*Хисамова А.И., магистрант 9215М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Агеева Г.Ф.*

Актуальность. На сегодняшний день мы можем наблюдать увеличение числа людей с ограниченными функциональными возможностями, численность которых, определяемая по международной методике подсчета, составляет в России около 15 млн. человек. Число детей и подростков среди них стремительно растет. Все это делает актуальным вопрос разработки конкретной социальной политики в отношении таких людей.

Социальная политика общества в отношении людей с ограниченными возможностями за два тысячелетия прошла сложный путь. Это путь ненависти и агрессии по отношению к ним, к терпимости, партнерству и их интеграции в общество, к признанию внутренней ценности человека, независимо от состояния здоровья и ответственности общества за обеспечение равных возможностей для этой категории населения.

Цель исследования: проанализировать мероприятия по привлечению лиц с ограниченными возможностями здоровья к тренировочным занятиям по адаптивному спорту в ГБУ «Республиканская спортивно-адаптивная школа» г. Казани.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, интервьюирование.

Результаты исследования. В ходе нашего исследования нами была проведена беседа с администрацией ГБУ «Республиканская спортивно-адаптивная школа».

Нами были выявлены следующие основные цели спортивной школы:

- привлечение как можно большее число инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья к регулярным занятиям физической культурой и спортом;
- предоставление нравственно-духовного, гражданственно-патриотического, воспитание волевого инвалидов и людей с ОВЗ;
- установление и создание креативных качества лиц с ОВЗ и инвалидов;
- организация и предоставление непереносимое условие для роста личностного, оздоровление организма, созидательная деятельность инвалидов и лиц с ОВЗ возрасте с 7 до 18 лет, в интересах учеников учебных заведений и подрастающее поколение до 30 лет;
- приготовление спортивного резерва и высокого класса спортсменов – принимавших участие в первенствах и чемпионатах России, в международных соревнованиях, в первенствах и чемпионатах мира, в Паралимпийских, в Сурдлимпийских играх и в Специальных Олимпиадах для спортсменов ЛИН, мастеров спорта и мастеров спорта международного класса;
- социальное приспособленчество лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов;
- создание общественного прогресса инвалидов, лиц с ОВЗ;
- проведение насыщенного времяпрепровождения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов;
- воздаяние необходимости инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в постоянных занятиях спортом и ФК;
- распределение занимающихся в средние учебные заведения, ВУЗы в целях последующего роста по избранному виду спорта и трудоустройство в области адаптивного спорта и физической культуры.

Действующие мероприятия по привлечению лиц с ограниченными возможностями здоровья к тренировочным занятиям по адаптивному спорту в Государственном бюджетном учреждении «Республиканская спортивно-адаптивная школа»:

- Сайт в портале электронного образования в Республике Татарстан (edu.tatar.ru) (Рис.1):

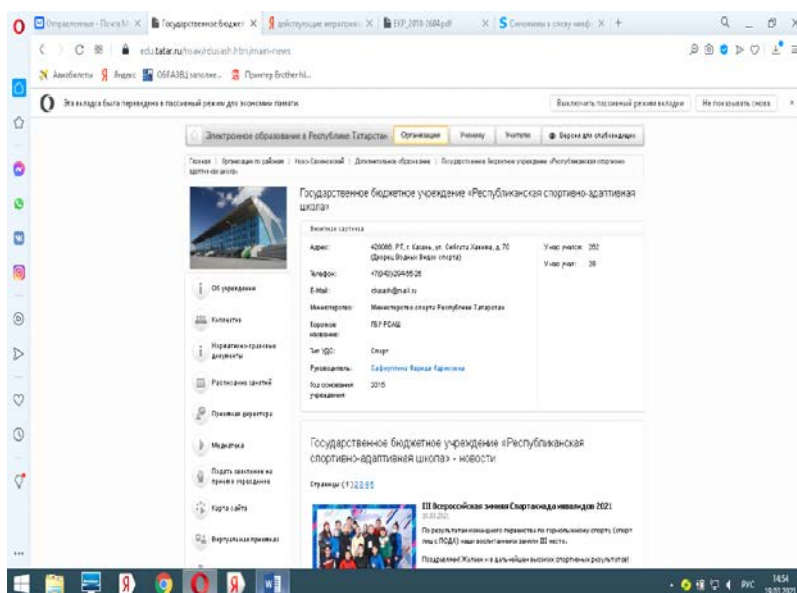


Рисунок 1 – Сайт ГБУ РСАШ в портале электронного образования в РТ

В edu.tatar.ru представлена полная информация о школе, представлены нормативно-правовые документы, законы, регламентирующие деятельность учреждения, информация о руководстве, тренерский состав, расписание занятий и сведения о физкультурно-спортивных мероприятиях.

2. Проведение дня открытых дверей.
3. Раздача буклетов (Рис.2):

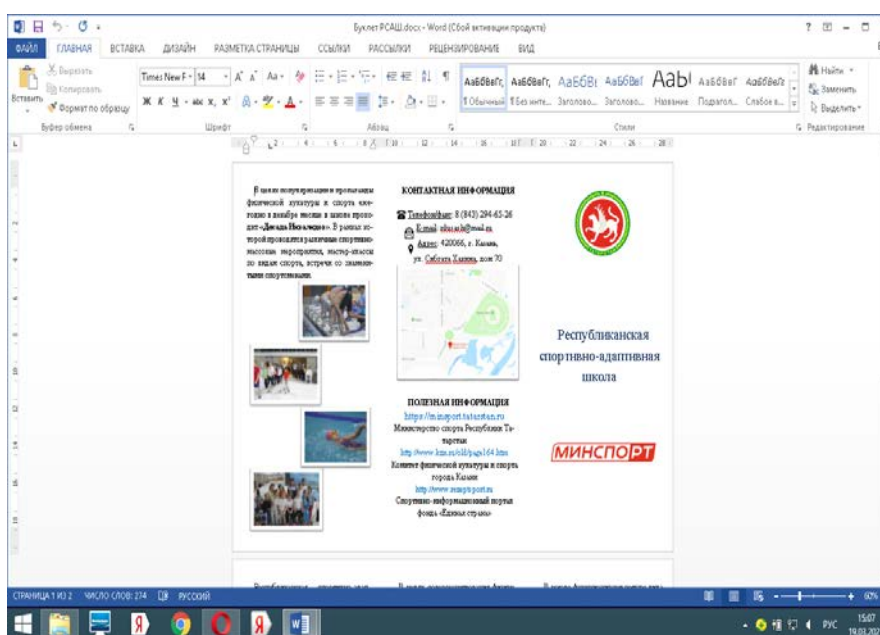


Рисунок 2 – Макет буклета ГБУ РСАШ

Выводы. Исходя из полученных нами результатов, можно сделать вывод, что в Государственном бюджетном учреждении «Республиканская спортивно-адаптивная школа» проводятся ряд мероприятий по привлечению лиц с ограниченными возможностями здоровья к тренировочным занятиям по адаптивному спорту, а именно, ведение сайта в портале электронного образования, проведение дня открытых дверей и распространение буклета в бумажном и электронном варианте.

Грамотно составленная рекламная кампания будет способствовать привлечению населения к тренировочным занятиям [1].

Список литературы

1. Чукашов, А. Н. Рекламные кампании как средство привлечения населения к спортивно-массовым мероприятиям / А. Н. Чукашев, Г. Ф. Агеева // В сборнике: Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма : материалы II-ой Всероссийской научно-практической конференции. Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма ; под редакцией Г. Н. Голубевой. – 2016. – С. 295-299.

ТЕХНОЛОГИЯ АДАПТАЦИИ СПОРТСМЕНОВ С ОВЗ В УЧЕБНО-ТРЕНИРОВОЧНОМ ПРОЦЕССЕ

Чернов А., студент 9215 гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Агеева Г.Ф.*

Актуальность. Согласно разработанной государством программе «Развитие физической культуры и спорта», количество людей-инвалидов к 2020 году должно вырасти на 20%. Это довольно неплохие перспективы для России, особенно если учесть, что в 2017 году данный показатель уже равнялся 14%, тогда как в 2012 году он едва доходил до 3,5%.

Основная цель привлечения инвалидов к регулярным занятиям физической культурой и спортом – восстановить утраченный контакт с окружающим миром, создать необходимые условия для воссоединения с обществом, участия в общественно полезном труде и реабилитации своего здоровья [2]. Кроме того, физическая культура и спорт помогают психическому и физическому совершенствованию этой категории населения, способствуя их социальной интеграции и физической реабилитации

Регулярные тренировки и достижение довольно высоких результатов помогают спортсменам с ОВЗ справляться с трудностями. Под их влиянием не только улучшается психическое и физическое состояние спортсменов с ОВЗ, но и развивается самодисциплина, самоуважение, дух соревнования и дружбы, качества, которые имеют существенное значение для объединения или разъединения спортсменов этой категории в обществе [1].

На основе использования как достижений, так и на основе отечественных разработок, также была сформирована целая система привлечения людей, имеющих ограниченные возможности здоровья, к полноценным занятиям физической культурой и спортом, которая включает в себя не только сеть реабилитационных центров, но и специальные спортивные секции, спортивные клубы, что создает необходимые условия для систематических занятий физической культурой и спортом этими людьми. Появление и развитие паралимпийских видов спорта в России стало большим толчком для развития в направлении поддержки и оказании помощи лиц с ограниченными возможностями здоровья. высокого уровня подготовки российских спортсменов.

Цель исследования: выявить проблемы адаптации спортсменов с ОВЗ в учебно-тренировочном процессе со здоровыми спортсменами и разработать технологию адаптации спортсменов с ОВЗ в учебно-тренировочном процессе.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, анализ документов, анкетирование, моделирование, констатирующий эксперимент.

Результаты исследования и их обсуждение. В настоящее время ни у кого не вызывает сомнения, что инвалиды, как отдельная общественная группа, должны контактировать с другими группами, т.е. не быть изолированными в обществе. Они должны принимать участие в общественной жизни (к слову, в мире насчитывается достаточно много политиков-инвалидов), им должна предоставляться работа, или же, в нашем случае, право занятием спортом.

В ходе исследования было проведено анкетирование, в котором приняли участие спортсмены с ОВЗ. Анкетирование проводилось с целью выявления проблем адаптации спортсменов с ОВЗ в учебно-тренировочном процессе со здоровыми спортсменами.

В анкетировании приняли участие 14 человек, из которых 12 человек составили студенты (17-25 лет), 2 – школьники (16-17 лет).

Результаты анкетирования показали следующие результаты:

- 1) 86% респондентов имеют III группу инвалидности, 7% – I и 7% – II;
- 2) причинами инвалидности являются – «слух» (у 86% респондентов), «зрение» (7%) и «ДЦП» (7%);

3) все респонденты занимаются спортом, а именно легкой атлетикой (92%) и голболом (8%);

4) 84% занимаются спортом более 5 лет, 8% – 1-2 года, 8% – 3-4 года;

5) все респонденты имеют разряды, а именно: ЗМС – 30%, МСМК – 15%, МС – 15%, КМС – 15%, 1 юношеский разряд – 15% и 2 взрослый разряд – 7%.

На вопрос «Как проходила или проходит ваша адаптация в новом для себя месте?» (Рисунок 1) большинство (77%) опрашиваемых ответили «неуверенно», 23% – «хорошо».

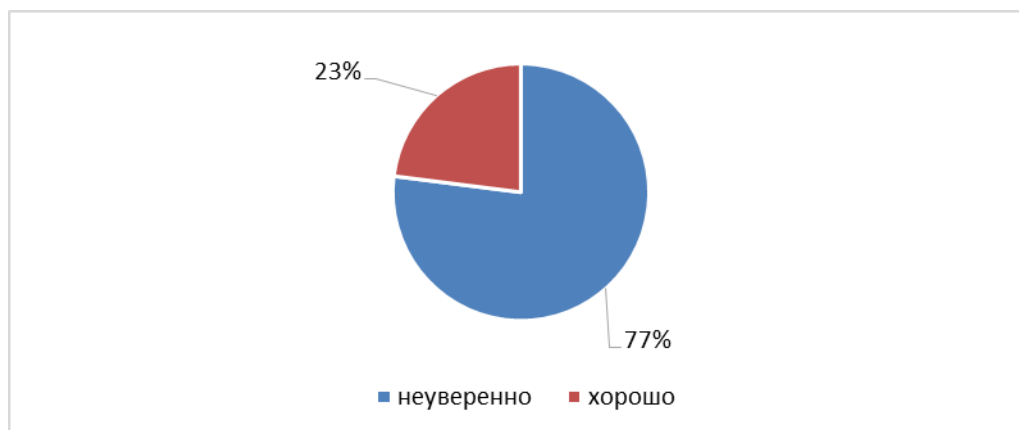


Рисунок 1 – Результаты ответов на вопрос «Как проходила или проходит ваша адаптация в новом для себя месте?»

На вопрос «С какими психологическими проблемами вы сталкивались или сталкиваетесь во время учебно-тренировочного процесса?» (Рисунок 2) большинство (69%) опрашиваемых ответили «неуверенно чувствую себя, испытываю панику, сильно переживаю», 31% – затруднились с ответом.

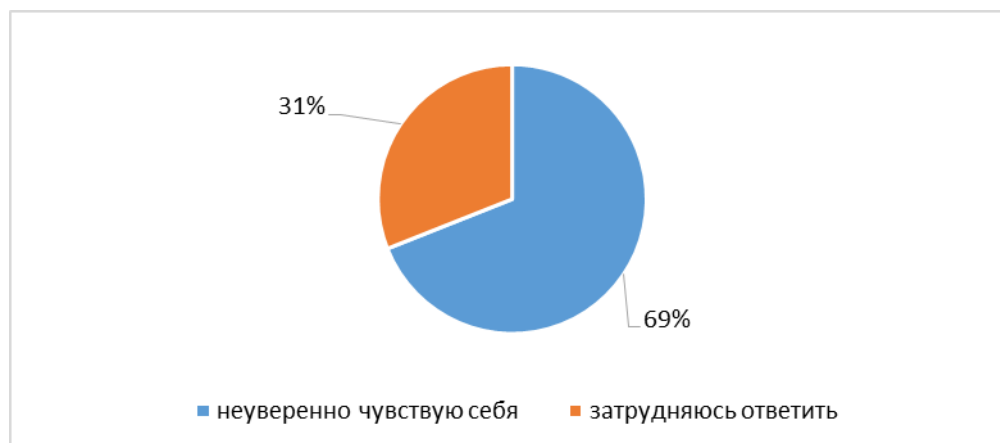


Рисунок 2 – Результаты ответов на вопрос «С какими психологическими проблемами вы сталкивались или сталкиваетесь во время учебно-тренировочного процесса?»

На вопрос «С какими психологическими проблемами вы сталкивались или сталкиваетесь во время учебно-тренировочного процесса?» (Рисунок 3) большинство (69%) опрашиваемых ответили «да, комфортно», 15% – «когда как», 8% – «чувствую себя некомфортно».

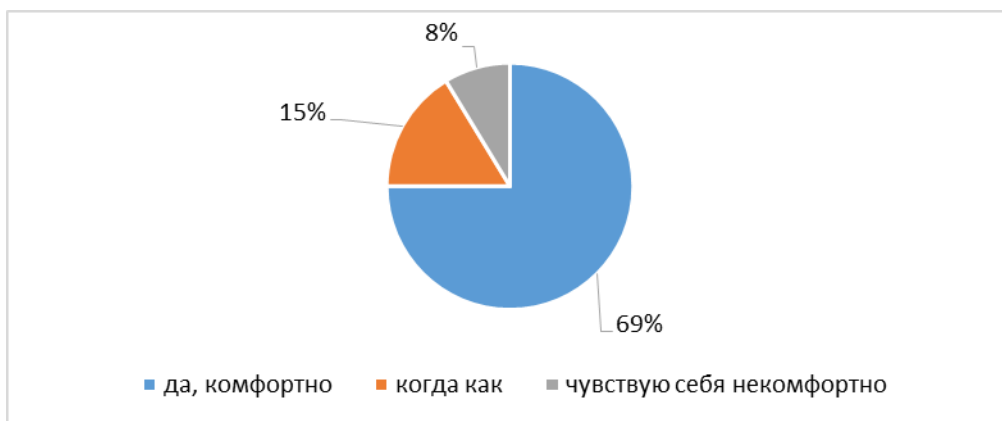


Рисунок 3 – Результаты ответов на вопрос «Комфортно ли вы себя ощущаете среди товарищей, знакомых на тренировке?»

На вопрос «Как вы считаете, почему спортсмены с ограниченными возможностями здоровья должны со всеми спортсменами тренироваться в одной группе?» респонденты ответили, что это их мотивирует для улучшения своего спортивного результата, они могут тренироваться наравне со всеми, это помогает социализации, для получения опыта друг у друга.

На вопрос «Получаете ли вы психолого-педагогическую помощь в условиях тренировки?» (Рисунок 4) 61% опрошиваемых ответили «да», 31% – «нет», 8% – «затрудняюсь ответить».

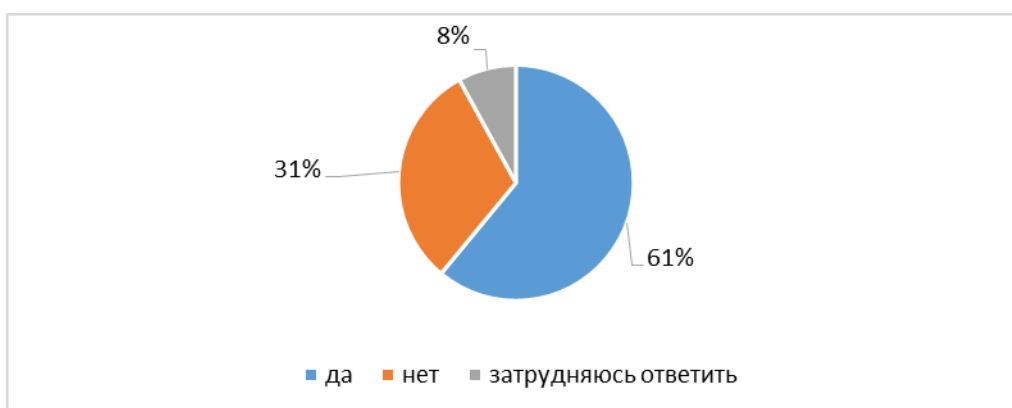


Рисунок 4 – Результаты ответов на вопрос «Получаете ли вы психолого-педагогическую помощь в условиях тренировки?»

На вопрос «От кого вы чаще всего получаете психолого-педагогическую помощь и поддержку на тренировке?» (Рисунок 5) 61% опрошиваемых ответили «от друзей, товарищей», 31% – «от тренера», 8% – «затрудняюсь ответить».

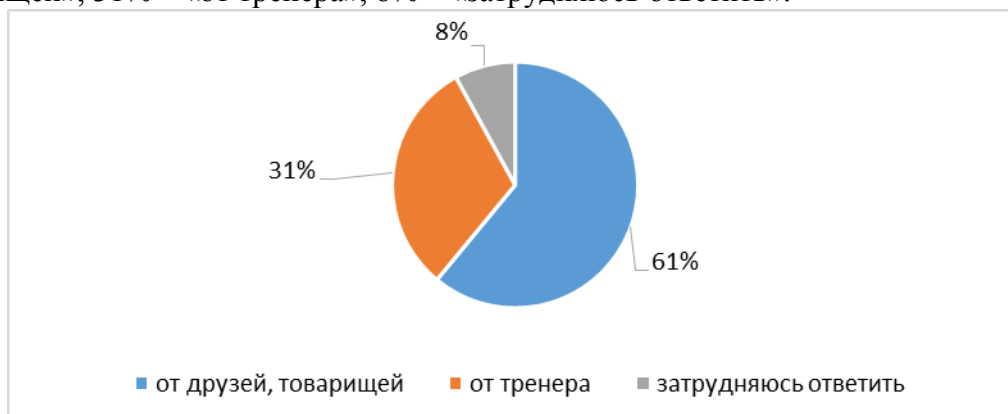


Рисунок 5 – Результаты ответов на вопрос «От кого вы чаще всего получаете психолого-педагогическую помощь и поддержку на тренировке?»

Таким образом, результаты анкетирования показали, что большинство спортсменов с ОВЗ сталкиваются с проблемами психологического характера в тренировочном процессе. Многие испытывают неуверенность, сильно переживают, испытывают панику и не всегда получают психологическую помощь от тренера или психолога. Поэтому процесс адаптации у многих проходит тяжело.

В связи с этим была разработана модель адаптации спортсменов с ОВЗ в учебно-тренировочном процессе.

Список литературы

1. Завражин, С. А. Адаптация детей с ограниченными возможностями / С. А. Завражин. – Москва : Академический проект, 2018. – 498 с.
2. Золотарева, Л. В. Формирование профессиональных компетенций молодых тренеров-преподавателей / Л. В. Золотарева, Г. Ф. Агеева // В сборнике: Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма : материалы II-ой Всероссийской научно-практической конференции. Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма : под редакцией Г.Н. Голубевой, 2016. – С. 139-141.

СПЕЦИФИКА ОНЛАЙН ОБУЧЕНИЯ В ФУТБОЛЕ

*Чернов А.Ю., студент 7215 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Савосина М.Н.*

Актуальность. Футбол, как и многие другие виды спорта, находится в динамическом развитии, возрастает потребность в качественных молодых футболистах. В том числе в качественно обученных вратарях. В России лишь малая доля футбольных спортивных школ имеет в своей структуре тренера вратарей.

Современные технологии позволяют сделать шаг в развитии тренировочного процесса. Благодаря онлайн школе, дети со всей России могут получать определенные задания и тренироваться самостоятельно или вместе с родителями.

Цель – определить специфику онлайн обучения в футболе.

Результаты исследования и их обсуждение. Формат онлайн обучения стал востребованным во всех сферах образовательного процесса, после объявления пандемии в 2020 г. Футбол не остался в стороне, и как только ввели первые карантинные меры, на просторах интернета стали появляться различные возможности для самостоятельных тренировок в домашних условиях. Тренировки в формате онлайн можно разделить на два способа:

1) видеозвонки с тренером через различные платформы. Таким образом, осуществляется фактически та же тренировка с тренером, который может что-то подсказать или исправить, с той лишь разницей, что люди могут находиться в сотни километрах друг от друга;

2) месячные, полугодовые и годовые пакеты с различными услугами, такие как: курс техники работы с мячом, улучшение физических показателей, развитие скоростных способностей, курс теоретической подготовленности по определенному игровому амплуа.

Самое главное в онлайн обучении – желание и стремление к чему-то новому. Огромную роль играет самоконтроль, так как тренер лишь закладывает некий информационный фундамент, а за качество выполнения поставленных задач отвечает сам занимающийся.

К преимуществам онлайн обучения относятся:

- возможность тренироваться и обучаться футбольным навыкам, детям из маленьких городов или деревень;
- ценовая категория становится доступнее для родителей обучающихся, за счет отсутствия в стоимости абонемента или разовых занятий арендой платы за игровое поле;
- тренироваться можно в любое удобное время для самих занимающихся;
- использование современных технологий обучения.

К недостаткам:

- отсутствие «живого» общения между тренером и занимающимся;
- необходимость постоянного доступа к сети Интернет;
- отсутствие возможности для командного взаимодействия (по сути, только индивидуальные тренировки).

Тем не менее на просторах интернета уже присутствуют различного рода площадки для обучения футболу онлайн. Рассмотрим их и выделим несколько аспектов, по которым можно выделить преимущества того или иного способа обучения [1].

Таблица 1 – Разновидности онлайн обучения в футболе

Название площадки	Вид обучения	Направленность обучения	Обратная связь	Стоимость обучения
TRAINING-LAB.RU	Онлайн курсы по футболу	Развитие физических, технических и тактических качеств	В виде комментариев к видеоурокам	250-10000 руб.
FOOTBALL&	Онлайн школа	Прививание интереса	Регулярные	1000-5000

PSYHOLOGY	по футболу и спортивной психологии	ребенка к футболу, приобретение уверенности, развитие техники, скорости и игрового мышления	вебинары	руб.
FINTGAME	Футбольные онлайн тренировки	Главная фишка тренировок – ведение мяча «в шаге»	Отправка заданий на проверку	1000-4500 руб.
Dokaball	Видео уроки по футболу	Развитие технических навыков футболиста	Отсутствует	бесплатно
АФМ «Спарта»	Футбольные онлайн тренировки	Развитие физической формы и футбольной техники	Онлайн занятия	500-2000 руб.
YouTube канал «Тренер вратарей»	Видео уроки для футбольных вратарей	Обучение вратарской технике, освещение всех вопросов, связанных с игрой вратаря	Отсутствует	бесплатно
YouTube канал «Футхакер»	Гайд в мире футбола и фристайла	Развитие технических навыков футболиста	Отсутствует	бесплатно
YouTube канал «Онлайн футбол»	Обучающие ролики	Развитие технических навыков футболиста	Отсутствует	бесплатно
Школа вратарей Руслана Нигматуллина	Онлайн школа вратарей	Обучение вратарской технике	Онлайн занятия	2000-10000 руб.

Таким образом, из таблицы четко видна одна зависимость – стоимость обучения в режиме онлайн, напрямую зависит от наличия обратной связи занимающегося с тренером. Так же, исходя из колонки «Направленность обучения» можно увидеть, что через онлайн платформы можно обучаться как технике обращения с мячом, так и улучшением физической формы, усвоением теоретической базы и освоением немаловажного фактора – психология.

Выводы. Результаты исследования показали, что в современном мире, с использованием технологий, есть возможность заниматься футболом в режиме онлайн. Конечно, это никогда не заменит полноценных тренировок с командой, ведь в этом есть главный смысл игры в футбол. Но онлайн обучение – это отличная возможность дополнительно улучшить свои физические и футбольные качества.

ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ В ФИТНЕС-КЛУБ ПРЕМИУМ-КЛАССА

*Шановалова Д.С., студент 20215М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.ист. н., доцент Закиров Т.Р.*

Актуальность темы. Фитнес-клубы играют одну из главных ролей на современном рынке спортивно-оздоровительных услуг в России. Степень привлекательности конкретного фитнес-клуба на рынке и его конкурентоспособность тесным образом связаны с тем, насколько он способен удовлетворить запросы сферы потребления. Рост числа новых игроков повышает конкуренцию, что требует от фитнес-клубов постоянного совершенствования деятельности и поиска новых методов, позволяющих им удерживать, контролировать и увеличивать свою долю рынка, а также привлекать новых клиентов.

Цель исследования: изучить средства привлечения и удержания клиентов, используемые в фитнес-клубе.

Результаты исследований и их обсуждение. Вопросы продвижения фитнес-услуг и привлечения клиентов на российском рынке активно рассматриваются в научных публикациях. Расширение клиентской базы и повышение процента удержанных клиентов имеют критически важное значение для увеличения прибыли компании.

Маркетинг, направленный на привлечение клиентов, выгоден компаниям, поскольку может немедленно обеспечить прирост выручки и увеличение численности клиентской базы. Мероприятия по привлечению клиентов также могут оказывать влияние на их лояльность.

Маркетинг фитнес-услуг строится на общей концепции маркетинга и включает анализ, планирование, реализацию и контроль проведения мероприятий, направленных на установление выгодных обменов с целевыми рынками для реализации целей фитнес-клуба.

Для создания стратегии, ориентированной на клиента, необходимы следующие условия:

- рассмотрение торговой сети как бизнеса услуг, где ключевым конкурентным преимуществом выступает высокое качество оказываемых услуг и продукции;
- в качестве основной цели бизнеса должно выступать создание ценности для клиента.

Основной целью маркетинговой деятельности фитнес-клуба является продажа абонеента, а ключевым условием увеличения прибыли – расширение воронки потенциальных клиентов.

Таким образом, основные задачи фитнес-клуба в аспекте привлечения клиентов – это эффективное удовлетворение спроса (экономический аспект) и интереса (социальный аспект) конкретных целевых групп. Менеджерам необходимо, опираясь на исследования аудитории, разрабатывать и применять более эффективную политику в области маркетинга, точно воздействуя на целевую аудиторию, так как на сегодняшний день это неотъемлемая часть коммерческого успеха фитнес-клуба.

Также стоит отметить, что легче удержать существующих клиентов, чем привлечь новых, а поддержание лояльности клиента приносит большую прибыль.

Стратегия удержания клиентов предоставляет намного больше возможностей компаниям, чем стратегия привлечения новых клиентов. Это может быть объяснено тем, что финансовые затраты на привлечение новых клиентов в пять, а порой и в десять раз превышают затраты на удержание уже существующих клиентов. Поэтому фитнес-клубам необходимо уделять особое внимание поддержанию удовлетворенности и лояльности клиентов.

Так как цель исследования состояла в изучении способов привлечения и удержания клиентов в фитнес-клубе «Luciano», то базой для исследования послужили фитнес-клубы премиум-класса, в частности «Luciano» г. Казань.

В ходе исследования было выявлено, что на территории г. Казань функционирует 4 фитнес-клуба премиум-класса.

Говоря о предпочтениях потребителей, стоит отметить, что одними из главных критериев при выборе фитнес-клуба являются его месторасположение, ценовая политика и комплекс предоставляемых услуг. Исходя из этого, мы изучили деятельность фитнес-клубов по данным критериям, выявили конкурентные преимущества исследуемого фитнес-клуба «Luciano» (Таблица 1).

Таблица 1 – Характеристика фитнес-клубов премиум-класса в г. Казань

	«Luciano»	«Terra Vita»	«Планета Фитнес»	Эстетик-Сити
Стоимость годовой карты	250 000 руб.	120 000 руб.	102 000 руб.	140 000 руб.
Стоимость разового посещения	8000 руб.	8000 руб.	2000 руб.	2500 руб.
Общая площадь	18000	Более 230	3200	450
Бассейн	Да	Да	Да	Нет
Парные и сауна	Включено	Включено	Включено	Включено
Групповые занятия	Включено	Включено	Включено	Включено
Принадлежность	Локальный	Локальный	Сетевой	Локальный
График работы	7:00-23:00	7:00-23:00	Пн-Сб: 7:00-00:00 Вс и выходные дни: 9:00-23:00	Пн-Пт: 8:00-22:00 Сб: 9:00-20:00 Вс: 9:00-19:00
Административный район	Вахитовский	Вахитовский	Ново-Савиновский	Советский

Привлечение и удержание клиентов возможно благодаря маркетинговым коммуникациям. Основными средствами маркетинговых коммуникаций являются каналы коммуникации, такие как: реклама, связи с общественностью, пропаганда, личные контакты и продажи, спонсорство, лоббирование, брендинг, комплексные формы коммуникации, а также маркетинг в социальных сетях.

С целью превращения потенциального клиента ФСО в реального за счет придания предлагаемым услугам дополнительных преимуществ используют инструменты стимулирования сбыта физкультурно-спортивных услуг. Нами были выявлены следующие инструменты: скидки с цены, testing, премии, «замораживание» физкультурно-спортивных услуг, бонусные покупки, вручение рекламных предметов, гарантия возврата денег, мероприятия событийного характера.

Нами был проведен анализ маркетинговой деятельности фитнес-клуба премиум-класса «Luciano».

Рассмотрим какими инструментами из выявленных пользуется фитнес-клуб премиум-класса «Luciano» (Таблица 2).

Таблица 2 – Инструменты стимулирования сбыта, используемые в «Luciano»

Инструменты стимулирования сбыта	Фитнес-клуб «Luciano»
Скидки с цены	Праздничные скидки (10% на абонемент для новых членов клуба)
Testing (пробное занятие)	Да, цена: 8000 руб.
Премии (дополнительные услуги, предлагаемые по сокращенной цене или бесплатно в качестве поощрения постоянным клиентам)	Отсутствует
«Замораживание» абонемента	Только при наличии абонемента Fitness Platinum

Бонусные покупки (например, 3 персональных занятия по цене 2, каждое 10-е персональное занятие со скидкой 30%)	Отсутствует
Вручение рекламных предметов (спортивные костюмы, шапочки, полотенца, сумки и т.д.)	Халаты, тапочки, сумки, буклеты
Гарантия возврата денег	Отсутствует
Мероприятия событийного характера	Отсутствует

Исходя из полученных данных можно сделать вывод, что в фитнес-клубе премиум-класса «Luciano» не используется и половина из выбранных инструментов по стимулированию сбыта.

С целью наиболее полной оценки ситуации мы изучили внешнюю и внутреннюю среду фитнес-клуба «Luciano» с помощью SWOT- анализа (Таблица 3).

Таблица 3 – SWOT-анализ ДФА «Чемпион»

	Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
Внутренняя среда	-квалифицированный тренерский штаб (высшее профессиональное образование); -территориальное расположение; -парковка; -широкий спектр предоставляемых услуг; -наличие детского фитнеса; -имидж и статус; -материально-техническая база высокого уровня	-недостаточно развитая рекламная кампания; -отсутствие персонального аккаунта в социальных сетях; -отсутствие событийных мероприятий
	Возможности (O)	Угрозы (T)
Внешняя среда	-расширение спектра предоставляемых услуг; -привлечение инвестиций и спонсоров; -создание персонализированного аккаунта в социальных сетях; -создание мобильного приложения для клиентов -создание информативной и привлекательной рассылки постоянным клиентам -создание образа «открытости» для клиентов	-усиление конкуренции со стороны фитнес-клубов премиум-класса, функционирующих в г.Казань; - вероятность снижения уровня доходов населения; - низкая потребительская активность

Проведя анализа сильных и слабых сторон, возможностей и угроз организации, мы нашли возможные пути решения проблем:

- разработка и внедрение новых услуг поможет нарастить преимущества перед конкурентами, а также повысить экономическую эффективность;
- проведение событийных мероприятий (соревнования, праздники, конкурсы и т.п.) будет способствовать созданию благоприятного имиджа организации, выстраиванию лояльных отношений с клиентом, а также будет выделять фитнес-клуб среди конкурентов;
- создание собственного мобильного приложения станет уникальным и инновационным инструментом по привлечению клиентов;
- создание персонального аккаунта в социальных сетях.

Выводы. Проведенное исследование позволило нам сделать выводы, что на территории г. Казань функционирует 4 фитнес-клуба премиум-класса. Нами были выявлены следующие инструменты по привлечению клиентов: скидки с цены, testing, премии, «замораживание» физкультурно-спортивных услуг, бонусные покупки, вручение рекламных предметов, гарантия возврата денег, мероприятия событийного характера. С целью наиболее полной оценки ситуации мы изучили внешнюю и внутреннюю среду фитнес-клуба «Luciano» с помощью SWOT-анализа и нашли возможные пути решения проблем.

Список литературы

1. Степанова, О. Н. Маркетинг в физкультурно-спортивной деятельности: учебное пособие / О. Н. Степанова. – Москва : МПГУ, 2012. – 480 с.
2. Торосян, Е. К. Управление взаимоотношениями с клиентами как часть маркетинговой стратегии компании / Е. К. Торосян // Петербургский экономический журнал. – 2016. – № 1. – С. 87-92.

МОДЕЛЬ КОММУНИКАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕДИА В СПОРТИВНОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Шестопалова И.А., студент 9215М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Агеева Г.Ф.*

Актуальность. В настоящее время, чтобы быть конкурентоспособной организацией, каждая спортивная федерация имеет официальные источники информации в интернет пространстве. Что бы быть узнаваемым и выживать среди постоянно конкурирующих видов спорта, данным организациям особо важно уметь использовать современные управленческие интернет-пространства, которые помимо всего смогут коммуницировать со СМИ. Актуальность данной темы обусловлена процессом формирования современного информационного общества, в становлении которого особую роль играют новые социальные медиа, создающие новую среду обитания, новые социальные ценности, новый образ жизни и новые принципы управления обществом. Создание качественного контента, продвижение собственной организации, привлечение целевой аудитории, формирования имиджа и популяризации вида спорта, на платформах самых известных площадок становится весьма актуальным.

Цель исследования: теоретически и практически обосновать технологию коммуникации на основе модели коммуникационного взаимодействия медиа в Федерации тенниса РТ.

Результаты исследования и их обсуждение. В ходе исследования были выявлены информационные площадки, на которых располагается РОО «ФТРТ» и проведен анализ статистики до внедрения нашей модели, помимо этого определены новые социальные и традиционные медиа. Работу которых можно улучшить, повысив статистику.

В нашей работе мы определили в рамках какого вида деятельности будет работа, а именно:

А) пропаганда и популяризация тенниса среди населения;

Б) осуществление издательской, информационной деятельности, учреждение СМИ, участие в теле – и радиопрограммах, связанные с деятельностью федерации.

Далее мы провели опрос, среди представителей различных СМИ РТ, где выявили наиболее актуальную медиа-площадку. Опрос показал, что наибольшей популярностью среди респондентов пользуется: а) инстаграм (46,6 %) б) официальный сайт (26,7%) и видеохостинги (20%).

Далее на основе опроса и изученной литературы мы создали модель коммуникационного взаимодействия медиа. (Рисунок 1).

ЕДИНОЕ КОММУНИКАЦИОННОЕ ПОЛЕ		
Повседневные - коммуникативные практики Социальные сети <ul style="list-style-type: none"> • Инстаграм • Вк • Фейсбук 	Регионально-общественно спортивные практики Официальный сайт <ul style="list-style-type: none"> • Ютуб-канал • Наружная и внутренняя реклама • Вещательные беседы • Почтовые рассылки 	Имиджево-коммуникативные практики <ul style="list-style-type: none"> • Радио • Тв • Коммерческие материалы • СМИ
СИСТЕМА СТАТУСОВ И РОЛЕЙ		
<ul style="list-style-type: none"> • Владельцы сообществ • Администраторы • Модераторы • Редакторы • Рекламодатель 	<ul style="list-style-type: none"> • Владелец сайта/канала • Редактор, редактор с ограниченными возможностями • Администраторы бесед <ul style="list-style-type: none"> • Менеджер 	<ul style="list-style-type: none"> • Видеооператоры • Фотографы • Представители СМИ • Менеджеры
ВИД КОНТЕНТА		
Группа основных коммуникаций: <ul style="list-style-type: none"> • Пользовательский • Вовлекающий • Развлекающий • Новостной 	Официально-деловые коммуникации: <ul style="list-style-type: none"> • Информационный • Новостной 	Официально-деловые коммуникации: <ul style="list-style-type: none"> • Информационный • Новостной
ФОРМАТ КОНТЕНТА		
<ul style="list-style-type: none"> • Текст • Изображение • Видео • Мультимедийный 	<ul style="list-style-type: none"> • Текст • Изображение • Видео • Мультимедийный • Печатная полиграфическая продукция 	<ul style="list-style-type: none"> • Мультимедийный
ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОГО ОДОБРЕНИЯ		
Статистика: <ul style="list-style-type: none"> • Просмотров • Пользователей • Комментариев, лайков 	Статистика: <ul style="list-style-type: none"> • Просмотров • Пользователей • Комментариев, лайков 	Статистика: <ul style="list-style-type: none"> • Просмотров • Взаимодействия с контентом • Отзывы

Рисунок 1 – Модель коммуникационного взаимодействия медиа

Предполагаемые этапы внедрения модели в РОО «ФТРТ»:

1. Создание площадки и информационного поля в Федерации РТ:
2. Подготовка площадок для массовых рассылок:
3. Оповещение, распространение информации – контента и получение обратной связи.

После апробирования модели в РОО «ФТРТ» были получены следующие результаты:

Информационная площадка	Статистика до внедрения модели	Статистика после внедрения модели
Официальный сайт https://www.tennis-tatar.ru/	10.000 просмотров за месяц	30.000
Социальная сеть инстаграм @kazantennis	1714 подписчиков «20.123» показов	3281 подписчик 40.000 показов
Социальная сеть ВКонтакте @kazantennis	2000 подписчиков	2906 подписчиков
Ютуб -канал	118 подписчиков 45.227 тысяч просмотров	593 подписчика 131 302 тысячи просмотра

Выводы: данная модель показала эффективность. Показатели статистики и общее число пользователей увеличилось после ее апробирования.

Список литературы

1. Багиев, Б. И. Пути улучшения организационно-управленческой деятельности в физкультурно-спортивной организации / Б. И. Багиев, Г. Ф. Агеева // Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма», 2017. – С. 21-23.
2. Крогерус, М. Коммуникация / М. Крогерус, Р. Чеппелер. – Москва : Олимп-Бизнес, 2019. – 192 С.
3. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. – Москва : Дашков и К, 2012. – 580 с.

РОЛЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДСЕДАТЕЛЕЙ ПОВОЛЖСКОЙ ГАФКСИТ

*Юматова М.М., студент 9215М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Евграфов И.Е.*

Актуальность. На современном этапе развития управления возрастает внимание к управлению эмоциями человека, как средству активизации его трудового потенциала. Доказано, что эмоции сотрудника могут оказывать как позитивное, так и негативное влияние на уровень его производительности на рабочем месте. Следовательно, для уменьшения и предупреждения деструктивных последствий изменения эмоционального состояния своих работников руководитель должен уметь эффективно влиять на эмоциональные реакции персонала, что, в свою очередь, требует обязательного понимания и управления собственными эмоциями.

Любая управленческая деятельность является областью достижений человеческих возможностей, которая характеризуется высоким уровнем требований к психике и физиологии. Развитие эмоционального интеллекта благоприятно сказывается на повышении уровня психологической подготовленности сотрудников, их успешной адаптации к быстро изменяющимся условиям жизни и работы.

Цель исследования: изучить влияние уровня эмоционального интеллекта председателей студенческих советов Поволжской ГАФКСИТ на эффективность их деятельности.

Результаты исследования и их обсуждение. В ходе реализации исследования нами были проведены два тестовых задания: тест (опросник) эмоционального интеллекта Люсина и диагностика «Эмоционального интеллекта» по методике Н. Холла.

Согласно результатам опросника Д.В. Люсина, межличностный эмоциональный интеллект развит у большинства председателей на очень высоком уровне (60%), что говорит о понимании и распознавании чужих эмоций и умение управлять ими. Внутриличностный эмоциональный интеллект у 40% развит на низком уровне, что говорит о трудности осознания собственных эмоций и умении управлять ими. Также у 40% опрошенных понимание и управление своими эмоциями развито на высоком уровне, то есть дается председателям легко, без каких-либо затруднений.

Согласно результатам диагностики «Эмоционального интеллекта» по методике Н. Холла, эмоциональная осведомленность у 80% председателей развита на высоком уровне. Также на высоком уровне у большинства опрошенных (60%) развито управление своими эмоциями. На высоком уровне у большинства опрошенных (60%) развиты самомотивация, эмпатия и управление эмоциями других. Это говорит о том, что большая часть председателей считает себя способными к сопереживанию, управлению собственным поведением и воздействием на эмоциональное состояние других людей.

Для определения взаимосвязи показателей эмоционального интеллекта и эффективности руководителей и председателей студенческих советов Поволжской ГАФКСИТ мы использовали коэффициент корреляции. Корреляционная взаимосвязь показателей эмоционального интеллекта по основным шкалам согласно тестированию и эффективности председателей студенческого совета представлена в Таблице 1.

Таблица 1 – Корреляционная связь эмоционального интеллекта и эффективности председателей Студенческого совета Поволжской ГАФКСиТ

Корреляционная связь	Значение	Сила корреляции
Корреляция межличностного ЭИ и эффективности председателей	0,71	Высокая
Корреляция внутриличностного ЭИ и эффективности председателей	0,67	Средняя
Корреляция понимания эмоций и эффективности председателей	0,76	Высокая
Корреляция управления эмоциями и эффективности председателей	0,71	Высокая

Согласно полученным результатам, корреляционная связь между внутриличностным эмоциональным интеллектом и эффективностью председателей имеет положительную среднюю силу. Межличностный эмоциональный интеллект, понимание эмоций, управление эмоциями, а также общий уровень эмоционального интеллекта имеют положительную высокую силу корреляции. Это значит, что увеличение (или уменьшение) значений одной переменной ведет к закономерному увеличению (или уменьшению) другой переменной.

Выводы. Таким образом, исходя из вышеизложенного можно сделать вывод, что у большинства председателей общий уровень эмоционального интеллекта развит на высоком и имеет тесную положительную связь с эффективностью работы председателей студенческих советов Поволжской ГАФКСиТ. Такая связь указывает на то, что увеличение (или уменьшение) значений одной переменной ведет к закономерному увеличению (или уменьшению) другой переменной.

Список литературы

1. Гоулман, Д. Эмоциональный интеллект. Почему он может значить больше, чем IQ / Дэниел Гоулман ; пер. с англ. А. П. Исаевой. – Москва : Манн, Иванов и Фербер. – 2013. – 123 с.
2. Иванова, Е. А. Развитие эмоционального интеллекта в процессе когнитивного развития взрослых в рамках концепции «Обучение всю жизнь» / Е. А. Иванова // Материалы XI Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум».
3. Киселева, Т. С. Эмоциональный интеллект как жизненный ресурс и его развитие у взрослых : дисс. ... канд. психологич. наук. / Т. С. Киселева. – Москва, 2014. – 223 с.
4. Мещерякова, И. Н. Формирование эмоционального интеллекта студентов-психологов в процессе обучения в вузе / И. Н. Мещерякова // Вестник ТГУ. – 2010. – № 1.
5. Полянова, Л. М. Использование моделей эмоционального интеллекта в оценке управленческой деятельности / Л. М. Полянова // Вестник РУДН. Серия «Социология». – 2014. – № 2. – С. 161-173.

Секция 14

РЕКРЕАЦИЯ
И СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ
ТУРИЗМ

ОЦЕНКА ТУРИСТСКО-ПРИРОДНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН ДЛЯ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ТРОПЫ

*Альмухаметов А.М., студент 7271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., ст. преподаватель Сморгчов В.Ю.*

Актуальность исследования обусловлена тем, что в настоящее время туристские тропы очень популярны во всем мире, по статистике Всемирной организации по туризму (UNWTO) в составе публикации «Барометр мирового туризма» выпускаемый три раза в год, показано, что посещение туристских троп в Европе с каждым годом растет на 5-7% а в странах Запада, а именно: США, Великобритания, Канада и Австралия, на 7-8%[1], их значимость с каждым годом возрастает и охватывает все больше и больше любителей пешего туризма, и становятся очень интересны и популярны для туристов в Республика Татарстан. Республика Татарстан, располагая большим количеством природных и историко-культурных объектов, является перспективной базой для разработки туристских троп, с активным способом их преодоления, но в самой республике туристских троп очень малое количество и большей популярностью обладают обычные туристские маршруты. Туристская тропа есть предмет и объект туристского интереса. Она всегда является завлекательной и несет определенную познавательную нагрузку.

Цель исследования: оценить туристско-природный потенциал Высокогорского района для создания туристской тропы.

Результаты исследования и их обсуждение. Нами было проведено исследования и выборка населенных пунктов и городов Республики Татарстан, которые можно связать в одну единую тропу.

В нашу туристскую тропу входят 24 населенных пункта: Высокая гора, Сосновка, Таныш, Ковали, Средняя Серда, Нижние аты, Средняя корса, Сорсабаш, Иштуган, Нырья, Байлянгар, Сосновка, Усть-Люга, Балдейка, Бемыж, Грахово, Мишкино, Камские поляны, Сорочьи горы, Именьково, Совхоз имени 25 октября, Сокуры, Малые, Алексеевское. Данные населенные пункты имеют возможности экстренного выхода, а также обладают своей историей, памятниками культуры и истории, что будет интересно и в экскурсионных целях [2].

Мы включили в состав 7 городов Республики Татарстан: Арск, Кукмор, Менделеевск, Елабуга, Нижнекамск, Чистополь, Казань, который являются точками старта и окончания локальных маршрутов, а также обладают большим туристско-рекреационным потенциалом для познавательного туризма и развлекательных занятий разной направленности.

Нами была проведена оценка туристско-рекреационного потенциала Республики Татарстан в создании на ее территории туристских троп и создана таблица с краткими характеристиками населенных пунктов, городов и местности по которой будет проходить наша тропа [3].

В качестве примера ниже представлена таблица, характеризующая рекреационные ресурсы Высокогорского района (Таблица 1).

Таблица 1 – Характеристика рекреационных ресурсов
Высокогорского района Республики Татарстан

Населенный пункт, город, местность	Наличие природных объектов	Возможность прокладывания тропы	Места для кемпинга	Географические особенности
Высокая Гора	1. Искусственный водоем на территории заказника «Чулпан»	Возможности для прокладывания очень обширны,	Мест для кемпинга очень много,	Большое количество водных объектов,

	2. Памятник природы – река Казанка 3. Голубые озера 4. Озеро Карасиное	имеются как дороги для транспорта так и большое количество троп для пешего туризма	особенно рядом с водоемами и полями	красивая природа, леса и поля
Средняя Серда	В окрестностях села выявлен археологический памятник – Среднесердинское селище (булгарский памятник дозолотоордынского и золотоордынского периодов)	В окрестности села и в самом селе есть пешеходные дороги, подходящие так же и для транспорта	Можно развернуть палаточный городок рядом с опушками лесов, красивая природа	Проходит река Красная, опушки лесов и поля

Высокогорский район расположен в северо-западной части Республики Татарстан. Он занимает выгодное экономико-географическое положение, находясь на дорогах, соединяющих юг и север, запад и восток республики. Климатические условия местности благоприятны для большинства видов туризма и рекреации. Рельеф территории представляет собой слабоволнистую равнину с пологими, покатыми и крутыми склонами со значительной эрозионной расчлененностью. На севере проходят долины рек Илеть и Ашит, а в южной части район рассечен долиной реки Казанка. Растительность представлена коренными хвойно-широколиственными лесами с елью и сосной и производными липовыми, березовыми и осиновыми насаждениями с видами, характерными для широколиственных лесов.

Заключение. Таким образом, оценив туристско-рекреационный потенциал Республики Татарстан для развития активных видов туризма с целью создания туристской тропы выявили наличие подходящих природных объектов, географических особенностей и населенных пунктов в Высокогорском районе, который обладают качествами, подходящими для нас, а именно: наличием памятниками культуры, истории и природы, подходящим ландшафтом, дорогами, местами для экстренного выхода.

Список литературы

1. Бикмурзина, В. Г. О некоторых аспектах развития туризма в республике Татарстан / В. Г. Бикмурзина // В сборнике: Включение молодежи во всемирный процесс сохранения и развития культурного наследия человечества : материалы Международной научно-практической конференции ; сост.: Р. М. Валеев, В. Р. Алиакберова ; науч. ред. Р. Р. Юсупов, Р. М. Валеев. – 2012. – С. 103-109.
2. Зиганшин, И. И. Потенциал развития доступного туризма на особо охраняемых природных территориях Республики Татарстан / И. И. Зиганшин, Д. В. Иванов // Российский журнал прикладной экологии. – 2016. – № 2. – С. 42-47.
3. Колесова, Ю. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие / Ю. А. Колесова. – Москва : КУРС: ИНФРА-М. – 2014. – С. 3-6.

РЕКРЕАЦИОННОЕ МЕРОПРИЯТИЕ С ЭЛЕМЕНТАМИ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА ДЛЯ СТУДЕНТОВ В ЭКОПАРКЕ «ДУБРАВА»

*Андрюкова Е.П., студент 7271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.б.н., зав. кафедрой Набиуллин Р.Р.*

Актуальность рекреационной деятельности выражается в популяризации спортивного и оздоровительного туризма, а также организации и проведении различных мероприятий на территории лесов, парков и скверов. Рекреация также воздействует на физическое и психоэмоциональное состояние человека, способствует благоприятному развитию всех слоев населения. В Казани созданы отличные условия для проведения подобных мероприятий, например, в экопарке «Дубрава». Организация и проведение рекреационного мероприятия для студентов с элементами спортивного туризма позволит повысить уровень спортивного мастерства, увеличить число занимающихся данным видом спорта, сменить род и характер деятельности.

Цель исследования: выявить рекреационные ресурсы, необходимые для проведения мероприятия в условиях города и создать карту проводимого мероприятия.

Результаты исследования и их обсуждение. По статистике деятельности парков выяснилось, что в первой половине дня чаще всего их посещают пожилые люди, люди, активно занимающиеся спортом и взрослые с детьми дошкольного и младшего школьного возраста. Во второй половине дня в парки приходят молодые люди, желающие сменить обстановку после трудового рабочего дня, школьники и студенты, а также спортсмены-любители. Это подчеркивает значимость парков как средство восстановления и рекреационного отдыха [1].

Организация рекреационно-спортивных мероприятий подразумевает создание тематики, по которой в дальнейшем оно будет проведено. Необходимо предоставлять возможность участвовать в мероприятиях как взрослым, так и детям. Возможности парков, скверов и спортивных площадок Казани, а также бюджетный или бесплатный вариант аренды инвентаря позволяют проводить состязания с использованием базового туристского оборудования, такого как веревки, карабины, страховочная система, фонарь, палатка, туристский рюкзак, компас. С их помощью можно создать большую полосу препятствий разной сложности с элементами спортивного ориентирования для студентов-участников. Данный формат состязаний позволит оценить уровень физической подготовленности студентов и выявить преимущественно опытных спортсменов [3].

Одним из экопарков, предназначенных для занятия рекреационной деятельностью, является экопарк «Дубрава», находящийся в Приволжском районе города Казань. Данная местность позволяет проводить мероприятия благодаря наличию следующих факторов: удобное расположение вблизи Деревни Универсиады, транспортная доступность, большая огражденная территория, наличие открытых пространств. Ниже представлена таблица с основными рекреационными ресурсами для проведения мероприятия на примере данного экопарка (Таблица 1).

Таблица 1 – Рекреационные ресурсы,
необходимые для проведения мероприятия в условиях города

№	Рекреационные ресурсы экопарка «Дубрава»	Способы применения ресурсов
1	Рельеф	Равнинный рельеф позволяет человеку, не имеющему специальной физической подготовки, свободно чувствовать себя при прохождении дистанции. Рельеф с возвышенностями и небольшими перепадами высот позволяет оборудовать такие этапы, как подъем и спуск по склону; здесь повышается физическая нагрузка.
2	Территория, усаженная лесом	Прогулки и занятия спортом в хвойном или лиственном лесу способствуют укреплению иммунитета, снижению стресса, очищению легких. Этапы: переправа по веревке с перилами, маятник, паутина, навесная переправа.
3	Озелененная территория	Озелененная территория позволяет расположить на ней спортивные и туристские сооружения, проводить спортивные игры и состязания на свежем воздухе. Здесь можно заниматься укладкой рюкзака, установкой палатки и оказанием доврачебной помощи.
4	Растительный покров	Растения и деревья поглощают углекислый газ и обогащают воздух кислородом. Под покровом деревьев можно спрятаться во время летнего зноя.
5	Климатические ресурсы	В республике Татарстан преобладает теплый влажный континентальный климат, что позволяет населению больше времени проводить на свежем воздухе. Благодаря этому в условиях города в течение всего года проводятся мероприятия различного характера, в том числе рекреационного.

Вышеперечисленные факторы и рекреационные ресурсы могут способствовать организации спортивных и рекреационных мероприятий. Для этого была создана карта в программе «Osad-9» с испытаниями, которые предстоит пройти студентам (Рис. 2):



Рисунок 1 – Карта рекреационного мероприятия для студентов в экопарке «Дубрава»

В апреле 2021 года будет организовано и проведено мероприятие для студентов в условиях города с использованием рекреационных ресурсов экопарка, которое будет длиться от 3 до 5 часов в зависимости от количества участников. Участникам будет предложено пройти следующие испытания:

1. Надевание страховочной системы;
2. Движение по жердям и кочкам;
3. Прохождение «параллельных перил»;
4. Установка палатки;
5. Транспортировка пострадавшего;
6. Преодоление «паутины»;
7. Сборка туристского рюкзака;
8. Установка костра;
9. Вязка узлов;
10. Топографические знаки.

На карте (Рисунок 1) указаны 10 этапов, где студенты будут выполнять определенные задания и проходить испытания, применять умения и навыки, полученные во время теоретических и практических занятий по физической культуре или приобрести их, а также стать одной командой для достижения общего результата. Результаты будут способствовать более детальному изучению физических качеств, факторов воздействия на человека и улучшению показателей в целом [2].

Выводы. Проведение мероприятий такого характера позволит развить интерес к рекреационной деятельности у обучающихся разных направлений, сплотить участников, предоставить возможность обсудить спортивные проекты и поделиться опытом; таким образом можно будет повысить спрос на занятие спортивным туризмом и привлечь молодежь к ведению здорового образа жизни. Благодаря организации мероприятия для студентов различных высших учебных заведений, можно развивать тенденцию к проведению более масштабных рекреационных, а также спортивных мероприятий.

Список литературы

1. Зайцев, В. П. Рекреация: проблема, понятийная методология, воспитание и образование студентов / В. П. Зайцев, С. И. Крамской, В. Манучарян // Культура физическая и здоровье. – 2007. – № 2 (12). – С. 22-25.
2. Минхаиров, Ф. Ф. Турист на дистанции: В помощь начинающему тренеру / Ф. Ф. Минхаиров. – 2-е изд. – Казань : Школа, 2007. – 148 с.
3. Набиуллин, Р. Р. Педагогические аспекты туристских мероприятий в высшей образовательной организации в рамках выполнения нормативов ГТО / Р. Р. Набиуллин, И. Г. Хурамшин., И. В. Филиппов // Казанский педагогический журнал. – 2017. – № 6 (125). – С. 89-91.

ВЫЯВЛЕНИЕ НАСТОЙЧИВОСТИ КАК ЛИДЕРСКОГО КАЧЕСТВА У СТУДЕНТОВ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ СПОРТИВНЫМ ТУРИЗМОМ

Березный Е.Д., студент 7271 гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.б.н., доцент Набиуллин Р.Р.*

Актуальность: данная тема обусловлена тем, что такое качество, как настойчивость является неотъемлемой частью лидерства. Лидерство же необходимо для эффективной управленческой деятельности в области спортивно-оздоровительного туризма. Ведь управление тесно взаимосвязано с лидерством. Суть их взаимосвязи заключается в том, что лидерство является важным аспектом управления. Способность быть лидером является одним из ключевых условий для того, чтобы стать хорошим руководителем.

Одной из основных характеристик лидера как сознательного существа является эмоционально-волевая саморегуляция, которая осуществляется с помощью волевых свойств. Среди множества волевых свойств особенно выделяется настойчивость. Настойчивость – волевое качество личности, заключающееся в умении добиваться поставленной цели, преодолевая при этом внешние и внутренние препятствия.

Настойчивость важна для будущих руководителей, так как умение добиваться поставленной цели, несмотря на различного рода препятствия необходимо будущим руководителям в области спортивно-оздоровительный туризм, чтобы достичь успехов в своей жизнедеятельности.

Цель исследования: изучение лидерского потенциала у студентов и школьников средствами спортивного туризма и ориентирования.

В ходе изучения теоретических основ, у нас получилось раскрыть значимость лидера в спортивно-оздоровительном туризме. В результате изучения мы выявили характеристику лидерского потенциала, качества, составляющие основу лидерского потенциала и принципы развития лидерского потенциала.

Существует общие качества, служащие фундаментом для развития лидерского потенциала в спортивно-оздоровительном туризме, такие как настойчивость, организованность, самообладание, целеполагание и коммуникабельность.

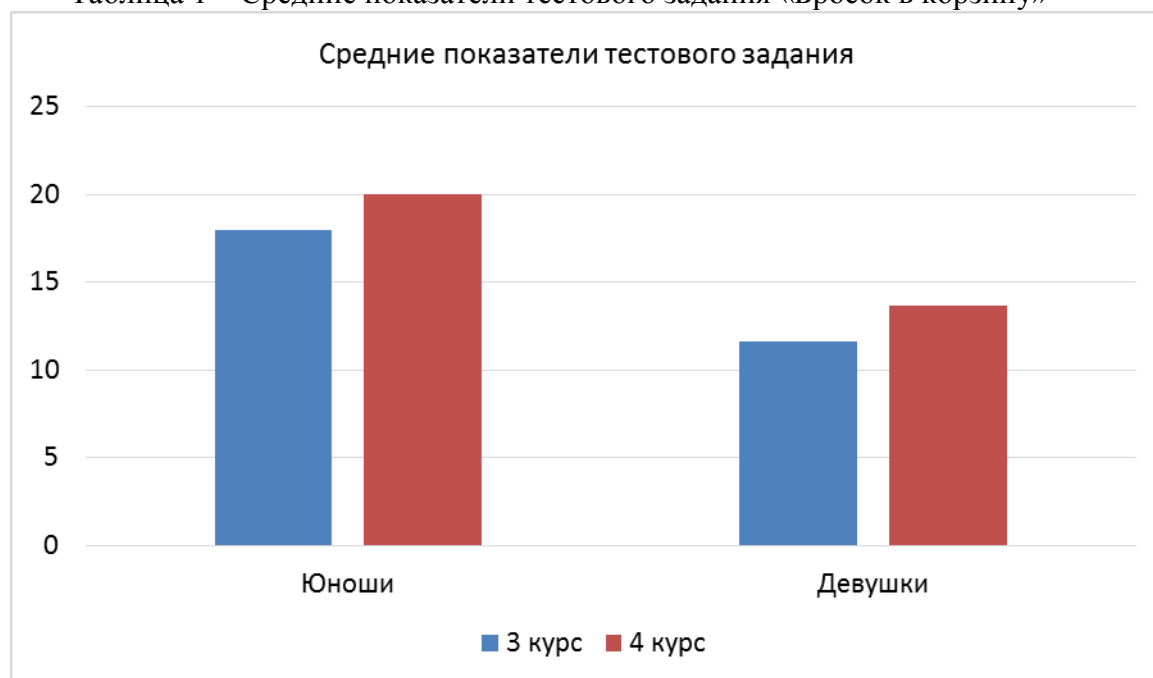
Хороший лидер должен обладать совокупностью этих качеств. Он должен объединять в себе жесткость и скромность, справедливость и уверенность. Если лидер будет обладать этими качествами, то за ним потянутся люди и у него будет много последователей, что так важно для лидера.

Таким образом, карьера руководителя в спортивно-оздоровительном туризме требует определенных лидерских качеств личности и профессионального умения взаимодействовать с подчиненными, знание и использование методов воздействия на коллектив. Управление коллективом – процесс творческий, потому что результатом управления является создание качественно новых материальных и духовных ценностей.

Бросок в корзину. Предлагается в течение 1 минуты бросать в корзину смятую бумажку. Цель попасть 20 раз. При этом по истечению времени эксперимент может быть завершен, даже если испытуемый не достиг 20 попаданий. Это тестовое задание позволяет определить потенциал для развития настойчивости. Это простое задание моделирует ситуацию, в которой человек может достичь цели благодаря упорству. Не случайно время на выполнение задания всего лишь одна минута. За короткий промежуток времени, вряд ли удастся полностью выполнить задание. Фактически оно считается выполненным по истечению минуты, но ведь результат остается недостижимым. И достигнуть цели в такой ситуации поможет лишь настойчивость. Человек, у которого высокий уровень настойчивости продолжит добиваться результата даже по истечению времени. Человек, у которого низкий уровень настойчивости, прекратит попытки после завершения времени.

Результаты исследования и их обсуждение. Лидерский потенциал студентов направления подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» выявляли на основе тестового задания «Бросок в корзину».

Таблица 1 – Средние показатели тестового задания «Бросок в корзину»



Выводы. Таким образом, средние показатели настойчивости у юношей как на 3 курсе, так и на 4 выше, чем у девушек. При этом, как показывает диаграмма, средние показатели как юношей, так и девушек показывают рост, в ходе учебной деятельности.

Карьера руководителя в спортивно-оздоровительном туризме требует хорошо развитого лидерского потенциала. Существует общие качества, служащие фундаментом для развития лидерского потенциала в спортивно-оздоровительном туризме, такие как настойчивость.

Список литературы

1. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции / Е.Л. Доценко. – Москва : ЧеРо. – 2011. – 344 с.
2. Друкер, П. Практика менеджмента / П. Друкер. – Москва : Иванов и Фербер. – 2014. – 416 с.
3. Набиуллин, Р. Р. Обще туристская подготовка студентов-бакалавров профиля «спортивно-оздоровительный туризм» / Р. Р. Набиуллин, И. В. Филиппов, С. В. Дерзаев, А. Ф. Шакирова // Наука о здоровье. – 2020. – № 4. – С. 1-22.
4. Журавлев, А. Л. Стиль руководства для управления социально-психологическим климатом производственного коллектива / А. Л. Журавлев. – Москва : Просвещение. – 2012. – 215 с.
5. Касьянов, С. Психологические тесты / С. Касьянов. – Москва : Эксмо. – 2011. – 608 с.

РЕКРЕАЦИОННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ С ВВЕДЕНИЕМ ЭЛЕМЕНТОВ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В САНАТОРИЯХ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

*Воложжанина А.В., студент 8271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.б.н., доцент Набиуллин Р.Р.*

Актуальность данной работы определена тем, что в последнее время в санаторных организациях прослеживается заметная тенденция к использованию новых форм по спортивному туризму.

В настоящий момент люди интересуются спортивным туризмом, а именно элементами спортивного туризма. Возможно, благодаря введению таких элементов в лечебные оздоровительные учреждения, они будут являться для людей «толчком» в их будущей профессиональной деятельности.

Использование различных элементов спортивного туризма помогут людям разобраться в этом направлении и попробовать что-то новое в другой спортивной деятельности. Можно заметить, что современные люди лучше усваивают новую информацию, которая была добыта и систематизирована ими самостоятельно в процессе обучения. Использование такого типа заданий способствует воспитанию и развитию качеств личности, которые помогут человеку в будущем.

Спортивный туризм это очень интересный вид спорта, который стал развиваться сравнительно недавно и обрел уже большой интерес общества.

Цель исследования: разработать рекреационные мероприятия с элементами туризма в санаторном оздоровлении РТ.

Результаты исследования и их обсуждение. В данной работе была выдвинута **гипотеза**, она предполагает, что при проведении рекреационных мероприятий с элементами спортивного туризма в санаторных учреждениях люди больше узнают про такой вид спорта, которым смогут заниматься, если у них появится желание после санаторного учреждения.

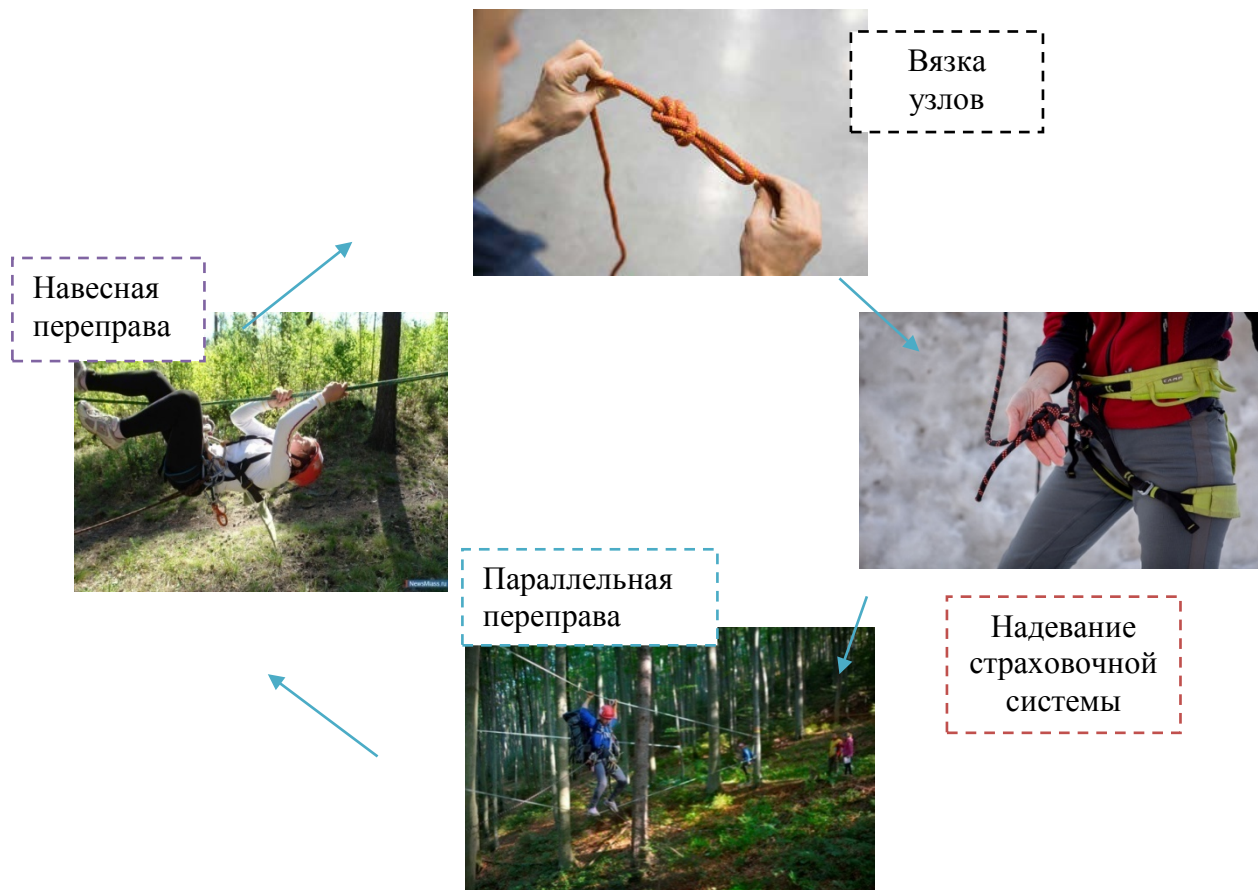
Данный вопрос предлагаю рассмотреть с нескольких сторон и придумать альтернативные варианты для его решения. Для начала нужно пояснить людям в санаторных учреждениях : «Что такое спортивный туризм?» «И для чего он нужен?» .

Далее возможен показ и объяснение элементов спортивного туризма, их возможные ошибки для предотвращения их.

Посмотрим, как это будет происходить поэтапно:

- I этап – рассказ и обучение о элементах спортивного туризма(небольшая разминка).
- II этап – прохождение различных этапов по спортивному туризму (так как люди не совсем понимают, что такое спортивный туризм, то лучше это все показать наглядно и объяснить для усвоения знаний).
- III этап – заключительная часть (растяжка).

Примерный алгоритм мероприятия:



На примере санатория можно рассмотреть такой как «Васильевский». Он находится недалеко от города Казани, у них обширный спектр услуг. Различный возраст отдыхающих, стабильные ценовые услуги. Данный санаторий хорошо подходит для проведения моего алгоритма мероприятия(показан выше).

Выводы. В анализе разработке по спортивному туризму я предлагаю ввести различные элементы, которые помогут людям понять данный вид спорта и возможности, которые могут пригодиться в жизненных ситуациях. Ведь именно в спортивном туризме широко используется способность человека усваивать знания и решать их помощью нестандартные выходов из ситуаций.

Список литературы

1. Анплеев, А. А. Технология разработки экскурсионной программы спортивно-познавательного туризма в Республике Татарстан / А. А. Анплеев. // Интернет-журнал «Туристско-рекреационный потенциал и особенности развития туризма». – 2010. – С. 35-41. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=34944411> (дата обращения 19.10.2020). – Режим доступа: для авториз.пользователей.
2. Аслаханов, С. М. О соотношении физической рекреации, физической культуры и общей рекреации / С. М. Аслаханов, М.А.Эльмурзаев. // Ученые записки Университета ИМ. П.Ф.Лесгафта. – 2017. – С. 19-23. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42462653> (дата обращения: 21.11.2020). – Режим доступа: для авториз.пользователей.
3. Набиуллин, Р. Р. Планирование дистанций по спортивному туризму в рамках выполнения норматива ГТО в Республике Татарстан / Р. Р. Набиуллин, С. В. Дерзаев // Сборник «Здоровье человека. здоровый образ жизни. здоровьесберегающие технологии». – С.203-209 (дата обращения: 03.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

ИНФОРМИРОВАННОСТЬ О СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ И СПОРТИВНОМ ОРИЕНТИРОВАНИИ ШКОЛЬНИКОВ

Галиев Р., студент 7271 гр.

Поволжский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия

Научный руководитель – к.п.н. Агеева Г.Ф.

Актуальность. Туризм является составной частью физического воспитания и призван решать специальные образовательные задачи и общепедагогические задачи по формированию личности школьника, то есть содействует морально-нравственному, трудовому, эстетическому, патриотическому воспитанию подрастающего поколения, бережному отношению к природе, стремлению к познанию, активной жизненной позиции [1, 4].

Туризм активно используется как средство активного отдыха, способствующее гармоническому развитию личности, укреплению здоровья, повышению культурного уровня человека [2, 3].

Цель исследования: выявить информированность о спортивно-оздоровительном туризме и спортивном ориентировании школьников г. Агрыз.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, анкетирование, констатирующий эксперимент.

Результаты исследования и их обсуждение. Для проведения исследования по изучению факторов, формирующих сведения об их знаниях, было решено провести анкетирование среди школьников 1-11 классов г. Агрыз.

Данный метод наиболее применим в данном случае, потому что он позволяет получить довольно обширную информацию без чрезмерных экономических, временных, организаторских и других видов затрат. Анкетирование также поможет нам раскрыть как количественную, так и качественную стороны нашей проблемы и сделать выводы по основным гипотезам исследования.

Было проведено анкетирование среди школьников 1-11 классов г. Агрыз. Общее количество респондентов составило 206 человек.

На вопрос, который был задан респондентам: «Знаете ли вы, что такое спортивно-оздоровительный туризм и спортивное ориентирование?», ответы были распределены следующим образом: 73% не знают, что доказывает высокий процент не знания детей об данном виде деятельности, 27% ответили «да, знаю» (Рисунок1).

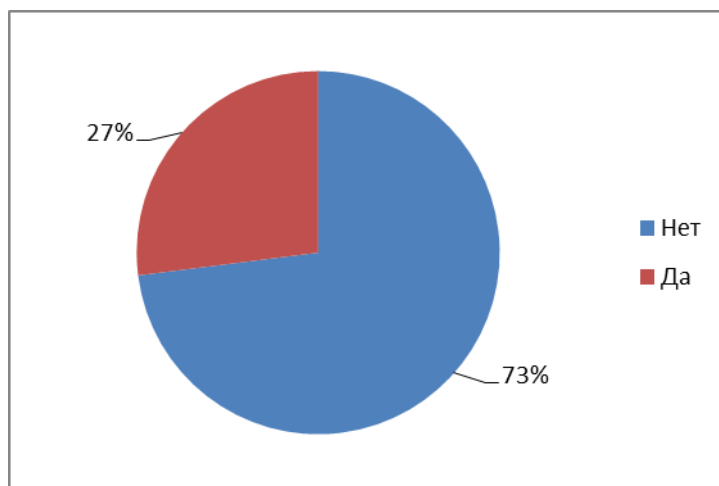


Рисунок 1 – Ответы на вопрос «Знаете ли вы, что такое спортивно-оздоровительный туризм и спортивное ориентирование?»

Другой вопрос, заданный для проверки данной гипотезы, звучал так: «Вязали ли Вы когда-нибудь туристические узлы?» (Рисунок 2). 78% никогда не вязали данные узлы, и всего лишь 22% когда-либо этим занимались.

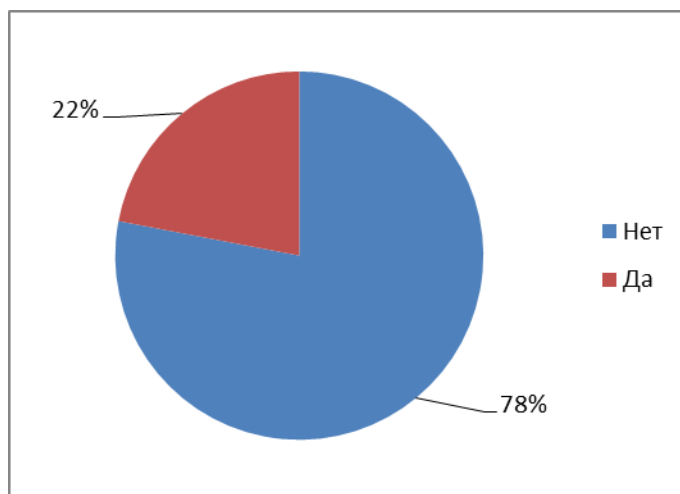


Рисунок 2 – Ответы на вопрос «Вязали ли вы когда-нибудь туристические узлы?»

На вопрос о том, хотели бы они заниматься спортивным туризмом и спортивным ориентированием, большая часть респондентов выбрала вариант «затрудняюсь ответить» (43%), остальные выбрали варианты «да» (39%) и «нет» (18%) (Рисунок 3).

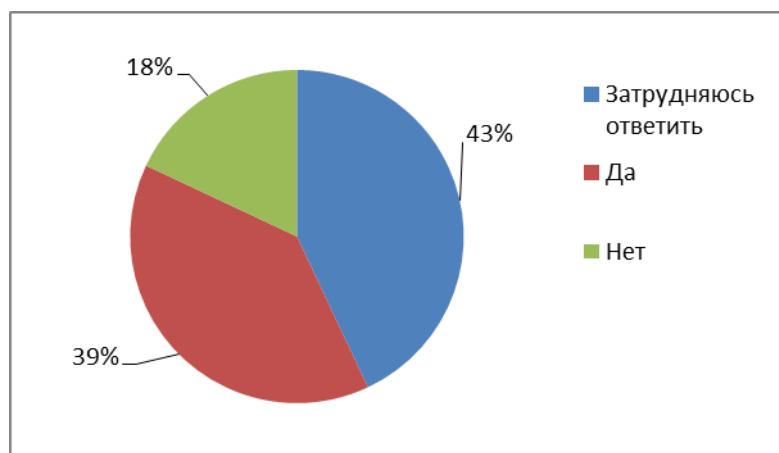


Рисунок 3 – Ответы на вопрос «Хотели ли вы заниматься спортивным туризмом и спортивным ориентированием?»

В данной работе существенным ограничением для анализа связей стало небольшое количество респондентов. Для дальнейших исследований следует увеличить количество респондентов и расширить ряд показателей.

Выводы. В соответствии с целью исследования, было изучено мнение учащихся школ г. Агрыз с 1 по 11 классы. Данное исследование показало, что отсутствие развития спортивно-оздоровительного туризма и спортивного ориентирования существенно сказывается на подрастающем поколении города.

Список литературы

1. Баранов, Ю. В. Спортивное ориентирование в моих воспоминаниях и восприятии / Ю. В. Баранов. – Казань : ООО «КПГ», 2013. – 335 с.
2. Грицак, Ю. П. Организация самостоятельного туризма. Учебное пособие для студентов специальности «туризм» / Ю. П. Грицак. – Харьков : Экограф, 2008. – 164 с.
3. Крайнов, И. В. Спортивный туризм: техническая подготовка в спортивном ориентировании: учебное пособие / И. В. Крайнов. – Омск : ОмГПУ, 2018. – 58 с.
4. Хубулова, З. А. Проектирование рекреационно-оздоровительного маршрута похода выходного дня / З. А. Хубулова, 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. Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма, 2017. – С. 74-76.

ПРОЕКТ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО МАРШРУТА ПО ОКРЕСТНОСТЯМ КАЗАНИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ 1 КУРСА НАПРАВЛЕНИЯ РиСОТ

*Гафиатуллина Ю.И., студент 8271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., ст.преподаватель Сморгков В.Ю.*

Актуальность. Спортивно-оздоровительный туризм динамично развивается, он оказывает положительное влияние на организм человека, способствует поддержанию здоровья и физической формы. В связи с этим увеличивается число, желающих заниматься спортивно-оздоровительным туризмом, в т.ч. из числа студентов. Окрестности г. Казань обладают богатым природным потенциалом, что способствует проектированию новых туристских маршрутов. Стоит отметить, что большую часть походов выходного дня и 1 категории сложности, которые в основном проводят по родному краю, составляют пешеходные походы.

Так как в Республике Татарстан наиболее востребован пешеходный вид спортивно-оздоровительного туризма, то разрабатываемой нами маршрут будет являться пешеходным.

Цель исследования: разработать спортивно-оздоровительный маршрут в окрестностях города Казани для студентов 1 курса направления РиСОТ.

Результаты исследования

Основные сведения о маршруте. Общая идея маршрута: пешеходный поход, приобретение и усовершенствование туристских навыков и умений

Продолжительность: 1 день. Категория сложности: без категории. Количество участников: 10 человек.

Нитка маршрута: ул. Деревня Универсиады, 35 – пос. Борисоглебское – пос. Щербаково – пос. Борисоглебское – ул. Деревня Универсиады, 35

Варианты приезда и отъезда:

а) приезд: из Казани на общественном транспорте, добраться до поселка Борисоглебское. Далее от поселка Борисоглебское пешком через лес добраться до поселка Щербаково и дойти до Голубых озер.

б) отъезд: от поселка Щербаково пройти пешком до поселка Борисоглебское тем же маршрутом. Затем сесть на автобус, пересесть на метро и добраться до Деревни Универсиады.

Схема пешеходного маршрута представлена на Рисунке 1.

Питание в походе предполагается двухразовое: обед и ужин. В процессе передвижения группы предусматриваются перекусы. При планировании питания группы исходим из расчета 800-1000 г в день.

Группа из 10 человек собирается у входа в Деревню Универсиады возле 14 КПП в 9:00 (время в пути 2 ч 10 мин). По прибытии в поселок Борисоглебское делаем остановку, чтобы перекусить. В 11:30 отправляемся в путь пешком до поселка Щербаково к Голубым озерам. Прибываем в поселок Щербаково ориентировочно в 13:00. Далее готовим обед, кушаем и гуляем вдоль озер. Далее следует развлекательная программа, игры и купание в озере до 15:30. Затем делаем перекус и собираем снаряжение. В 16:00 отправляемся пешком до поселка Борисоглебское. В 17:20 садимся на автобус и ориентировочно в 19:20 приезжаем в Казань. График движения на всем маршруте приведен в Таблице 1.

Таблица 1 – График движения маршрута

Участок	Время движения	Протяженность участка	Описание
Казань-Борисоглебское	2 ч 20 мин	23 км	автобус
Борисоглебское-Щербаково	1 ч 20 мин	5 км	пешком
Щербаково-Борисоглебское	1 ч 20 мин	5 км	пешком
Борисоглебское-Казань	2 ч 20 мин	23 км	автобус

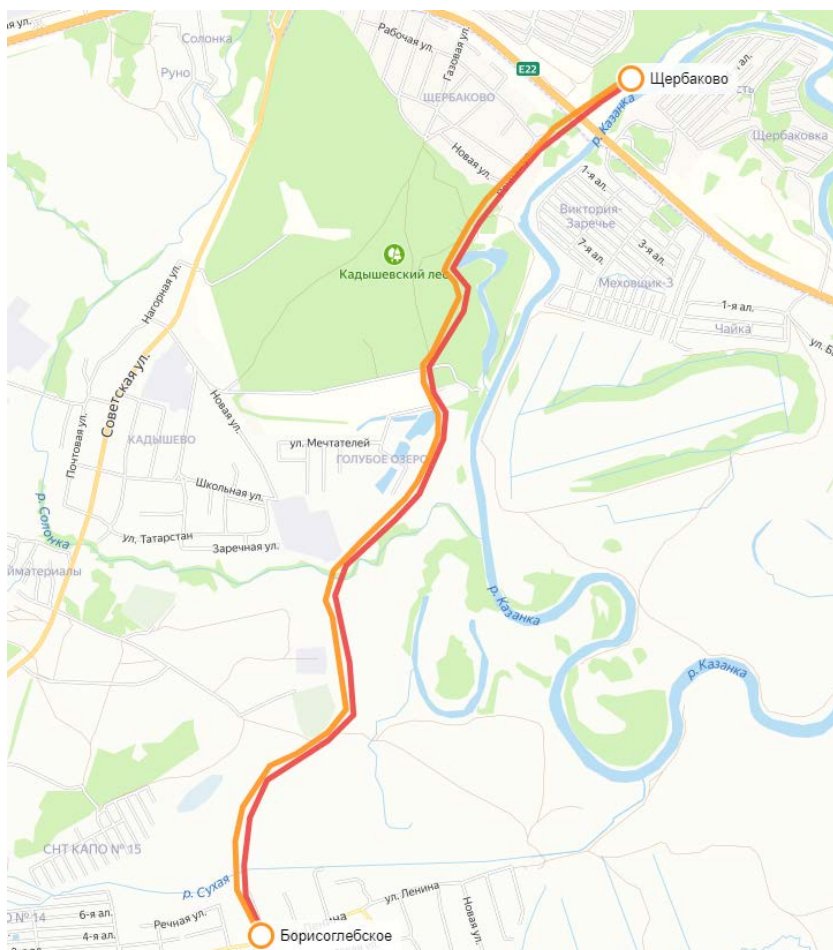


Рисунок 1 – Схема пешеходного маршрута пос. Борисоглебское – пос. Щербаково

В заключение хотелось бы сказать, что пешеходный вид спортивно-оздоровительного туризма сейчас становится очень популярным среди школьников и студентов. Его привлекательность и главная отличительная особенность в том, что он доступен и полезен практически любому здоровому человеку независимо от возраста и физического развития, предоставляет большую свободу в выборе маршрута в соответствии с эстетическими, познавательными и культурными потребностями участников путешествия [1]. Участие в пешеходных походах – это отличный способ отдохнуть от городской суеты и восстановить свое психическое и физиологическое здоровье.

Список литературы

1. Бунина, Е. В. Спортивный туризм / Е. В. Бунина // Проблемы и перспективы развития образования в России – Новосибирск. – 2014. – № 28. – С.106-107.

РОЛЬ ОБОРУДОВАНИЯ НА ДЕТСКИХ ПЛОЩАДКАХ В РАМКАХ ИЗУЧЕНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА

Дементьев М.Ю., студент 7271гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.б.н., доцент Набиуллин Р.Р.*

Актуальность. Сегодня только некоторые площадки могут похвастаться наличием подходящего оборудования для упражнений с элементами спортивного туризма. Актуальность темы выражается в том, что в формировании разносторонне развитой личности туриста-спортсмена активный и подвижный образ жизни закладывается с самого детства. Одним из немаловажных факторов, влияющих на развитие личности туриста, являются детские площадки. Они рассматриваются как одно из средств физического воспитания с малых лет развития. Различные подвижные игры на детских площадках оказывают оздоровительное воздействие на организм, способствуют развитию физических и умственных способностей, а это важно для каждого человека [3].

Целью данного исследования является изучение освоения элементов спортивного туризма на оборудованных детских площадках. Методика обучения основным видам движений на детских площадках, включающих многообразие двигательных действий, оказывает комплексное воздействие на совершенствование координационных и кондиционных способностей детей разных возрастов. На детской площадке дети упражняются на самых различных игровых оборудованных и тем самым развивают двигательные действия во время бега, прыжках, лазании, бросании, ловле, увертывании и т.д. [1].

Результаты исследования и их обсуждение. Главная задача детской площадки – мотивировать детей двигаться, так как в раннем возрасте важно научиться правильно использовать свои физические возможности. Отсутствие свежего воздуха и физических нагрузок могут отрицательно сказаться на здоровье ребенка. Нагрузки ребенок должен получать с детства, поэтому детская площадка является тем местом, где он может проводить время с пользой для здоровья.

Детские площадки разрабатываются так, чтобы ребенок мог с помощью игры физически развиваться. Каждый элемент игрового комплекса ориентирован на тренировку и развитие различных физических навыков. Например, вертикально расположенные сетки, стенки и канаты способствуют развитию физической силы и координации движений, раскачивающиеся конструкции развивают у него чувство равновесия, а качели помогают ребенку почувствовать чувство ритма. Кроме того, все те движения, которые ребенок совершает, играя на игровых комплексах, способствуют не только укреплению мышц и развитию физических навыков, но и стимулируют в организме обмен веществ, тренируют выносливость, а вместе со свежим воздухом, на котором постоянно находится ребенок, они способствуют его закаливанию [2].

Детские площадки в первую очередь должны быть безопасными. Если поблизости находится проезжая часть, площадка должна быть надежно огорожена. Все элементы должны быть прочные, крепкие, хорошо смонтированные. В ходе исследования было выявлено самое подходящее оборудование для выполнения элементов по спортивному туризму. Только лишь 40% из всех оборудованы нужными тренажерами.

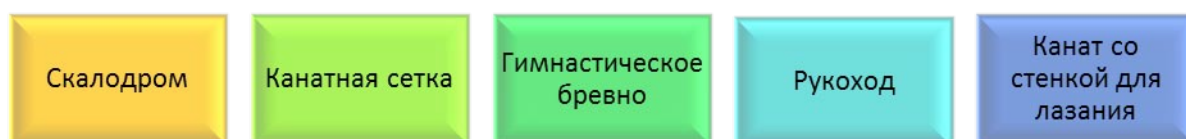


Рисунок 1 – Главные элементы детской площадки

В настоящее время оборудованные детские комплексы позволяют проводить время с пользой для здоровья и правильной организации досуга. Различные спортивные упражнения могут поднять эффективность посещения спортивных площадок и развитие спортивного туризма.

Исходя из результатов анализа детских площадок и учитывая физические способности и возрастные особенности детей, занимающихся на детских площадках, был создан комплекс физических упражнений для познавательного и развивающего времяпровождения. Упражнения построены на пяти различных оборудованиях с элементами спортивного туризма.

Комплекс включает в себя содержание таких упражнений, как подъем по канатной сетке, подъем по скалодрому, прохождение в одну сторону по рукоходу, проход в одну сторону по гимнастическому бревну и подъем по канату с опорой на стенку для лазания. Для дальнейшего усовершенствования данного комплекса упражнения становятся более тяжелыми, благодаря прохождению на время или меняя направление прохождения.

Таблица 1 – Базовый комплекс упражнений

Комплекс 1. Базовый	
1 Скалодром	Подъем
2 Рукоход	Прохождение в одном направлении
3 Канатная сетка	Подъем
4 Канат со стенкой для лазания	Подъем
5 Гимнастическое бревно	Прохождение в одном направлении

Таблица 2 – Усовершенствованный комплекс упражнений

Комплекс 2. Усовершенствованный	
1 Скалодром	Прохождение в различных направлениях (влево, вправо, вверх).
2 Рукоход	Прохождение вперед и назад
3 Канатная сетка	Прохождение в различных направлениях (влево, вправо, вверх)
4 Канат со стенкой для лазания	Подъем и спуск
5 Гимнастическое бревно	Прохождение вперед и назад

Таблица 3 – Профессиональный комплекс упражнений

Комплекс 3. Профессиональный	
1 Скалодром	Прохождение на время в одну сторону
2 Рукоход	Прохождение на время в одну сторону
3 Канатная сетка	Прохождение на время в одну сторону
4 Канат со стенкой для лазания	Подъем на время в одном направлении
5 Гимнастическое бревно	Прохождение на время в одну сторону

Разнообразие проведения таких комплексов только поспособствует мотивации в выполнении всех упражнений. Такие упражнения могут выполнять и родители, мотивируя ребенка повторять за ним.

Выводы. Таким образом, можно сказать о том, что современные детские площадки очень хорошо оборудованы для проведения любых спортивных мероприятий. Выполняя данный комплекс физических упражнений ребенок не просто физически будет развивать свои способности, но и проявит желание заниматься спортивным туризмом.

Список литературы

1. Старт в науке. – Москва, 2016 – <https://school-science.ru/7/16/40100> (дата обращения: 14.03.2021).
2. Набиуллин, Р. Р. Туристское многоборье (пешеходный и лыжный туризм): программа дополнительного образования / Р. Р. Набиуллин, И. Г. Хурамшин, Ф. Ф. Минхаиров // Программа дополнительного образования. – Казань : Отечество. – 2011. – 51 с.
3. Самсоненко, И. В. Особенности физической подготовки туристов / И. В. Самсоненко, Л. В. Зимин // Теоретические и практические проблемы физической культуры и спорта. – Благовещенск : – Благовещенский государственный педагогический университет. – 2017. – С. 94-98.

ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ В ПРОВЕДЕНИИ ДИСТАНЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫМ ТУРИЗМОМ СРЕДИ ДЕТЕЙ 10-11 ЛЕТ

*Дунаева А.Д., студент 8271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., ст. преподаватель Сморгачев В.Ю.*

Актуальность данной работы определена тем, что в связи с условиями сегодняшнего дня, а именно – пандемии, в педагогическом процессе увеличилась роль применения дистанционных технологий обучения. Спортивно-оздоровительному туризму невозможно обучить электронно в полной мере, однако некоторые теоретические и практические навыки можно закрепить, разработав правильный дидактический материал в качестве видеоуроков.

Цель исследования: проанализировать заинтересованность детей 10-11 лет в дистанционных занятиях спортивно-оздоровительным туризмом.

Результаты исследования и их обсуждение. Спортивно-оздоровительный туризм – это один из типов туризма, целью которого является спортивное совершенствование в преодолении естественных препятствий, т. е. совершенствование всего комплекса знаний, умений и навыков, необходимых для безопасного передвижения человека по пересеченной местности и преодоления сложного природного рельефа.

Спортивный туризм – вид спорта, в основе которого лежат соревнования на маршрутах (спортивный поход), включающих преодоление категорированных по трудности препятствий в природной среде (дорог и троп с различным покрытием и бездорожья, переправ, перевалов, вершин, порогов, каньонов, пещер, водных путей и т.п.), и на дистанциях, проложенных в природной среде и на искусственном рельефе [1].

Дистанционное обучение (ДО) – обучение, при котором все или большая часть учебных процедур осуществляется с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий при территориальной разобщенности преподавателя и студентов.

Дистанционное образование – образование, реализуемое посредством дистанционного обучения.

Учебно-воспитательный процесс (процесс обучения) характеризуется интерактивностью в организации, во взаимодействии учителя и ученика, а также учащихся между собой, имеет конкретную предметную область познания.

Следовательно, когда мы говорим о процессе дистанционного обучения, мы предполагаем наличие в этом процессе преподавателя и учащихся, их общение, общение учащихся между собой, а также наличие в системе учебника, необходимого комплекта средств обучения. Дистанционное образование (в понимании процесса) или обучение может быть базовым и дополнительным. В последнем случае мы можем говорить о дистанционной педагогической деятельности (организация дистанционных семинаров, конференций, работа с аспирантами, олимпиады, викторины, пр.). Дистанционная форма обучения как самостоятельную систему предполагает создание единого информационно-образовательного пространства, состоящего из всевозможных электронных источников информации (в том числе, сетевые): разнообразные базы данных, виртуальные библиотеки, электронные учебные пособия, консультационные службы, методические объединения, пр. [2].

Исследование проводилось посредством выявления наличия состояния интенции к дистанционным занятиям спортивно-оздоровительным туризмом среди детей в возрасте 10-11 лет. Выборка осуществлялась по принципу типового объекта, которым была МБОУ «Прогимназия № 10» г. Сарапул, УР. В ходе исследования был использован социологический метод опроса (анкетирование), в котором участвовало 20 учеников 3 «В» класса данной школы.

Анализ результатов ответов на вопрос: «Как Вы думаете, будут ли полезны дистанционные занятия по спортивно-оздоровительному туризму?» показал, что большинство (70%) опрошенных считают проведение дистанционных занятий спортивно-оздоровительным туризмом полезным.

Анализ результатов ответов на вопрос: «Посещали бы Вы дистанционные занятия по спортивно-оздоровительному туризму хотя бы два раза в неделю?» показал, что большинство (70%) опрошенных посещали бы дистанционные занятия по спортивно-оздоровительному туризму хотя бы два раза в неделю.

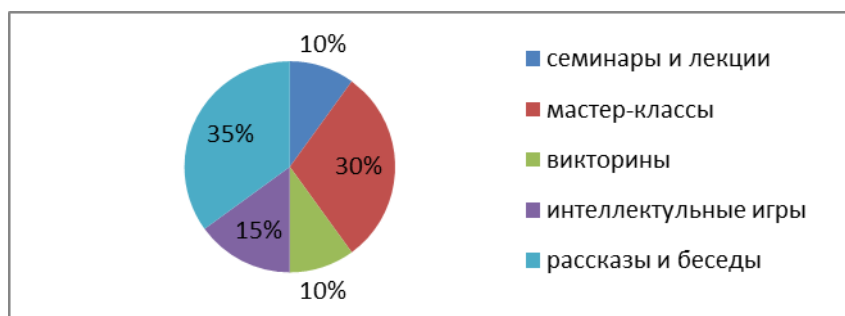


Рисунок 1 – Результаты ответов на вопрос «Какую форму занятий Вы бы выбрали в дистанционном обучении спортивно-оздоровительным туризмом?»

Диаграмма на Рисунке 1 демонстрирует нам, что большинство (35%) опрошенных выбрали рассказы и беседы как формы дистанционных занятий и 30% выбрали мастер-классы. Здесь важно указать несколько вариантов ответа.



Рисунок 2 – Результаты ответов на вопрос «Как Вы считаете, что из элементов спортивно-оздоровительного туризма будет более интересным для Вас?»

Диаграмма на Рисунке 2 показывает, что абсолютное большинство (80%) опрошенных – за укладку рюкзака, сборку и разборку палатки; больше половины (60%) – за вязку узлов и виды костров; почти половина (40%) – за разработку меню в поход, оказание медицинской помощи, ориентирование по компасу и топография. Здесь важно указать несколько вариантов ответа.

Выводы. Результаты анкетирования показали следующее:

- 1) большинство (70%) опрошиваемых считают проведение дистанционных занятий спортивно-оздоровительным туризмом полезным;
- 2) большинство (70%) опрошиваемых посетили бы дистанционные занятия по спортивно-оздоровительному туризму хотя бы два раза в неделю;
- 3) большинство (35%) опрошиваемых выбрали рассказы и беседы как формы дистанционных занятий и 30% – мастер-классы;
- 4) абсолютное большинство (80%) опрошиваемых – за укладку рюкзака, сборку и разборку палатки; больше половины (60%) – за вязку узлов и виды костров; почти половина (40%) – за разработку меню в поход, оказание медицинской помощи и ориентирование по компасу и топография.

Таким образом, проведение дистанционных занятий спортивно-оздоровительным туризмом среди учащихся начальных классов актуально. Дистанционные занятия должны проходить хотя бы 2 раза в неделю в форме бесед, рассказов и мастер-классов на основные темы спортивно-оздоровительного туризма.

Список литературы

1. Таймазова, В. А. Теория и методика спортивного туризма : учебник / В. А. Таймазова, Ю. Н. Федотова. – Москва : Советский спорт, 2014 – 424 с.
2. Безменов, А. А. Определение сущности понятия «Дистанционное обучение» / А. А. Безменов. – Научный поиск. – 2013. – № 2.1. – С. 63-65. – URL: https://www.elibrary.ru/query_results.asp (дата обращения: 02.04.2021). – Режим доступа: Научная Электронная библиотека eLIBRARY.RU.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТУРИСТСКИХ РАЙОНОВ УРАЛА ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ КАТЕГОРИЙНЫХ ПЕШИХ ПОХОДОВ

Загорская З.А., студент 227 гр.

*Уральский государственный университет
физической культуры, г. Челябинск, Россия*

Научный руководитель – ст. преподаватель Кутепова О.Е.

Актуальность. В связи с развитием внутреннего туризма на территории РФ возникает необходимость разработки актуальных туристических маршрутов, удовлетворяющих интересам различных категорий населения. Кроме того, популяризация здорового образа жизни формирует запрос на развитие активных видов туризма. На Урале имеется богатейшая база для развития туризма. Анализ туристических районов Урала позволит сформировать актуальные предложения для осуществления пеших походов разных категорий сложности.

Цель исследования: сравнить природно-климатические и географические районы Урала для определения возможности осуществления пеших категорированных походов.

Результаты исследования и их обсуждение. Возраст Уральских гор насчитывает порядка 600 млн. лет – за этот период горная система успела подняться и разрушиться. Этим обусловлено сложное строение рельефа Урала. Высота Уральских гор не превышает 1900 м, наивысшая точка г. Народная достигает высоты 1895 м. С учетом природно-климатических и геологических условий Урал подразделяют на пять районов: Полярный, Приполярный, Северный, Средний и Южный Урал [5].

Разнообразие природных объектов Урала предоставляет широкие возможности для развития разных видов туризма. Благодаря сравнительной доступности горных вершин на Урале наиболее популярен пешеходный туризм [1].

В данном исследовании мы будем говорить о туризме как о виде спорта. Согласно Правилам этого вида спорта, спортивный туризм определяется как «вид спорта, состоящий из двух групп спортивных дисциплин: группа дисциплин «Маршрут», соревнования по которым состоят в прохождении спортивных туристских маршрутов с преодолением категорированных препятствий в природной среде; группа дисциплин «Дистанция», соревнования по которым состоят в преодолении дистанций, проложенных в природной среде и на искусственном рельефе» [4]. Пешие и иные походы относят к группе дисциплин «маршрут», то есть совершенным походом считается успешное прохождение маршрута.

В зависимости от технической трудности препятствий, различных факторов природной среды в туристских маршрутах выделяют некатегорийные (1-й, 2-й, 3-й степени сложности – ст.с.) и категорийные (1-й, 2-й, 3-й, 4-й, 5-й и 6-й категории сложности – к.с.). Требования к продолжительности и протяженности туристских походов представлены в Таблице 1.

Таблица 1 – Продолжительность и протяженность туристских походов

Маршруты по видам туризма	Сложность маршрутов								
	1 ст.с.	2 ст.с.	3 ст.с.	1 к.с.	2 к.с.	3 к.с.	4 к.с.	5 к.с.	6 к.с.
	Продолжительность маршрута в днях (не менее)								
	3-4	4-6	6-8	6	8	10	13	16	20
Протяженность маршрута в км (не менее)									
Лыжные	30	50	75	100	140	180	210	240	270
Горные	25	40	60	100	120	140	150	160	160
Водные	25	40	60	150	160	170	180	190	190
Пешеходные	30	50	75	100	120	140	170	210	250
Велосипедные	50	80	120	300	400	500	600	700	800

Согласно Перечню классифицированных и эталонных туристских спортивных маршрутов и препятствий (Перечень), разработанному Федерацией спортивного туризма России (ФСТР), на Урале возможно совершение походов до 6-ой категории сложности (Приполярный Урал) [3]. В Перечне не приводятся маршруты 1 категории сложности, так как они характеризуются только параметрами протяженности и продолжительности, и их оценка доступна любой маршрутно-квалификационной комиссии.

В случае, если нитка маршрута отличается от эталонных маршрутов в Перечне, сложность похода можно определить с помощью Методики категорирования пешеходных походов, утвержденной ФСТР. Характеристиками пешеходного похода являются протяженность маршрута, продолжительность маршрута, баллы за локальные и протяженные препятствия, коэффициент труднопроходимости района, географический показатель маршрута и автономность похода. Некоторые характеристики носят постоянные величины. В Таблице 2 представлены географический показатель и коэффициент труднопроходимости для туристских районов Урала [2].

Таблица 2 – Постоянные величины характеристик для районов Урала

Наименование района	Коэффициент труднопроходимости	Географический показатель
Полярный Урал	0,50	9
Приполярный Урал	0,63	10
Северный Урал	0,50	7
Средний Урал	0,35	6
Южный Урал	0,38	6

В Перечне классифицированных и эталонных туристских спортивных маршрутов и препятствий все туристские районы подразделяются на группы. Приполярный, Северный и Южный Урал относятся к таежному среднегорью. Здесь имеется полный набор препятствий, характерных для пешеходного туризма: траверы, болота, осыпи, переправы, труднопроходимые леса. Полярный Урал относится к тундровым и лесотундровым районам. Для него характерны безлесная зона и неустойчивые погодные условия. Средний Урал относится к равнинным и слабопересеченным районам. Рассмотрим выделенные туристические районы более подробно.

Самый северный район Урала – *Полярный Урал* – один из наиболее сложных в туристском отношении районов, простирается с севера на юг от горы Константинов Камень к истокам реки Хулга. Болотная часть района не заселена, слабо изучена и реже, чем другие районы края, посещается туристами.

По характеру рельефа Полярный Урал делится на северную и южную части. Северную часть составляют горные массивы, непродолжительные хребты, разбитые долинами рек. Особенность северной части – глубокое расчленение массивов и хребтов поперечными долинами сквозного типа. Наиболее крупные хребты: Малый и Большой Пуйпудынский, Оче-Ныр, Борзова, Хаймейский, Енганэпэ. Южная часть представляет собой расчлененное долинами рек, ущельями и карами плато. Поперечные долины расчленили хребет на массивы Пай-Ер, Рай-Из и Войкар-Сыннинский [1]. Средние высоты хребтов составляют 800-1200 м, от крайней точки Константинов Камень (492 м) в южном направлении наблюдается набор высоты. Наивысшей точкой Полярного Урала является гора Пайер (1499 м).

В связи с суровостью безлесной горной тундры, исключительно сложными метеоусловиями, отсутствием охотничьих избушек походы на Полярный Урал оцениваются высокими категориями сложности: максимальная категория сложности летом – 5, в межсезонье – 5.

Самый высокий район Уральских гор – *Приполярный Урал* – протянулся от реки Хулги до горы Тельпосиз. Наивысшая точка – гора Народная (1895 м).

Характерная особенность рельефа Приполярного Урала – большая высота хребтов с альпийскими формами рельефа, асимметрия его склонов, глубокое расчленение сквозными поперечными долинами и ущельями, значительная высота перевалов. Наиболее высокие вершины: Народная, Колокольня, Манарага, Неройка, Карпинского – находятся в центре Приполярного Урала.

Климат резко континентальный, погодные условия могут быстро и резко меняться. Оптимальное время для поездок – июль, август. Горы окружают смешанные леса, местами тайга, альпийские и субальпийские луга с высокорослыми травами, в горах – суровая тундра [5]. Максимальная категория сложности летом – 6, в межсезонье – 6.

Северный Урал начинается от горы Тельпосизи, тянется на юг до горы Косьвинский Камень (1617 м), самой высокой в этой части Урала. В туристском отношении этот район легче и доступнее других районов: зима здесь теплее, меньше метелей, продолжительнее день, больше солнечных дней. По транспортным трассам можно быстро попасть к начальным и конечным пунктам маршрутов.

Уральский хребет идет строго с севера на юг параллельными хребтами то сужаясь, то расширяясь. В результате оледенений и выветривания хребты Северного Урала имеют плоские или округлые вершины с хорошо развитыми нагорными трассами. Склоны покрыты курумами. Ледников на Северном Урале нет, но часто встречаются лежащие на протяжении всего лета снежники. Северный Урал славится своими перевалами: Дятлова, Йовский Провал, Трапедия, Конжаковский, Катышерское плечо, Тылайское седло. Главные вершины Северного Урала – Конжаковский Камень (1569 м), Денежкин Камень (1492 м), Чистоп (1292 м), Кожим-Из (1195 м), Тельпосиз (1617 м) – расположены в стороне от водораздельного хребта [5]. Максимальная категория сложности летом – 3, в межсезонье – 4.

Самая низкая часть Уральских гор – *Средний Урал* – начинается от г. Осянка и заканчивается широтным участком р. Уфа. Западную часть района занимают Зауральская возвышенность и Уральские горы. Высота хребтов Среднего Урала не превышает 1000 м, наиболее высокие вершины – Средний Басег (994 м), Качканар (887 м), Старик-Камень (755 м), Шунут-камень (726 м). Восточная часть представлена равнинами, относящимися к Западно-Сибирской низменности. На юго-востоке Среднего Урала простирается Уфимское плато высотой 450-500 м, с многочисленными реками и растворимыми породами [1]. Ввиду небольших высот горных хребтов и отсутствия локальных и протяженных категорированных препятствий на Среднем Урале проводятся простые маршруты 1 к.с.

Замыкает горную цепь *Южный Урал*, расположенный между реками Уфа и Урал. Рельеф района сложный, что объясняется разной высотой хребтов юго-западного и меридионального направления, расчлененных глубокими продольными и поперечными понижениями и долинами. Наибольшая высота – 1640 м – гора Ямантау.

Главная ось системы – сдвинутый на восток хребет Уралтау протяженностью 500 км. Это водораздел между бассейнами рек Белой и Урал. Главная вершина хребта – гора Арвякрязь (1068 м). На западе расположены самые высокие хребты и горы: Большой Ямантау (1640 м), Большой Ирмель (1582 м), Малый Ямантау (1512 м), Малый Ирмель (1449 м), Большой Шелом (1427 м), Нургуш (1406 м), Поперечная (1389 м) [1]. Максимальная категория сложности для Южного Урала летом – 3, в межсезонье – 4.

Выводы. Благодаря многообразию природных зон и форм рельефа на Урале можно пройти маршрут любой категории сложности. Деятельность в сфере спортивного туризма можно начать с прохождения маршрутов в районах Среднего и затем Южного Урала, где наблюдаются более устойчивые и комфортные климатические условия, более развита транспортная доступность. Также в этом районе возможно отработать навыки для более сложных походов. Для более опытных спортсменов оптимален Северный Урал – альпийские пейзажи, снежники, категорированные перевалы и препятствия. Любители экстрима могут отправиться на Полярный и Приполярный Урал, где их ждут суровые климатические условия, труднейшие препятствия и автономность. Однако необходимо помнить про должный уровень подготовки для прохождения маршрутов каждой категории сложности.

Список литературы

1. Комплексная характеристика Урала. – URL: www.geographyofrussia.com/ural-4/.
2. Методика категорирования пешеходного похода (утв. решением Президиума ФСТР от 30 ноября 2016 г.). – URL: www.tssr.ru/.
3. Перечень классифицированных и эталонных туристских спортивных маршрутов и препятствий (утв. Президиумом ФСТР 28 марта 2008 г.). – URL: www.tssr.ru/.
4. Правила вида спорта «Спортивный туризм» (утв. приказом Минспорта России от 22 июля 2013 г. N 571). – URL: www.minsport.gov.ru/sport/high-sport/pravila-vidov-sporta/.
5. Урал : энциклопедия «Вокруг света». – URL: www.vokrugsveta.ru/encyclopedia/.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА: РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ОСОБЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ СИБИРИ И ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА)

*Киселева В.В., студент ТРнб-117
Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича
и Николая Григорьевича Столетовых, г. Владимир, Россия
Научный руководитель – к.и.н., доцент В.А.Черничкина*

Актуальность представленного исследования обуславливается тем, что экстремальный туризм является одним из самых перспективных видов современного туризма. С каждым годом появляется все больше мест для активного отдыха, объектами туристского интереса становятся не только природные места (объекты ООПТ), но и множество курортов, специально организованных. В данном виде туризма постоянно развиваются новые направления и появляются новые подвиды. Разнообразных подвидов экстремального туризма настолько велико, что абсолютно каждый человек, будь он новичком или профессионалом, сможет найти занятие для себя.

Главная задача данного исследования изучить особенности экстремального туризма, и выявить его целевого потребителя.

Согласно современным терминологическим подходам экстремальный туризм можно определить как подвид приключенческого туризма, который объединяет туристические поездки, которые связаны с активными способами передвижения и отдыха на природе, имеющие целью получение новых ощущений, впечатлений, улучшение туристом физической формы и достижение спортивных результатов [2]. Однако полного (объемного) определения в сфере экстремального туризма пока не существует. Есть отдельные аспектные позиции в терминологии: экстремальный туризм – один из видов активного отдыха, который в той или иной форме связан с риском [3].

В современных условиях определяются некоторые особенности в развитии экстремального туризма в России, которые связаны с видовым разнообразием туристических ресурсов, но при этом наблюдается недостаточно высокая степень организации инфраструктуры, требуемой для развития экстремального туризма.

Однако постепенно наблюдается склонность модернизации развития экстремального туризма в России: возрастает турпоток, заметно совершенствуется уровень сервиса, создаются и апробируются современные туристические маршруты. В России принят ГОСТ регулирующий спортивный и экстремальный туризм – ГОСТ Р 54601-2011. Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма. Общие положения. Данный ГОСТ регламентирует требования безопасности к туристским услугам, включающим активные виды передвижения и отдыха, формируемым туристскими организациями и индивидуальными предпринимателями [1].

Для изучения туристской привлекательности экстремальном туризме было проведено анкетирование среди потенциальных потребителей. Анкетирование проходило в контекстных группах сети Интернет в Телеграм и Инстаграм. Количество опрошенных составило 30 человек. По результатам анкетирования было выявлено, что 60% респондентов выезжают в туристические поездки один раз в год. Это складывается вследствие, того что для людей отдых не является первостепенной потребностью, и требует больших затрат. При рассмотрении материалов анкетирования, можно утверждать, что этот ответ преобладает в большинстве случаев у людей, которые не имеют маленьких детей, путешествуют гораздо чаще, чем те у кого они есть. Люди, у которых есть маленькие дети, путешествуют гораздо реже, не чаще одного раза в несколько лет.

По результатам анкетирования, наибольший процент составила группа людей, которая предпочитает пляжный вид отдыха. Наименьший процент составила группа людей, которые предпочитают религиозные туры.

Из числа опрошенных респондентов, экстремальный туризм занимает третье место, что весьма радует, ведь данное направление может быть охарактеризовано как новационное на туристском рынке России. Данный вариант ответа выбирали те люди, которые уже сталкивались с этим видом туризма в разной его степени. То есть, они либо уже приобретали экстремальные туры, либо пробовали себя на экстремальных экскурсиях, во время отдыха. Большинство респондентов, когда-либо пробовавших разные виды экстремального туризма, отметили, что не против попробовать и другие форматы данного туризма.

Отметим, что экстремальный туризм, как правило, развивается в связке со спортивными направлениями туристской деятельности. И в данном контексте объектами туристского интереса могут выступать экстремальные виды спорта. Приведем некоторые данные по количеству членов федераций, тех видов спорта [5], которые, как правило, наиболее ярко представлены в программах по экстремальному туризму (данные представлены с официальных сайтов спортивных федераций):

- Федерация альпинизма в России, 2476 человек;
- Федерация гребного слалома, более 1500 человек;
- Российская федерация горно-лыжного спорта, 1500 человек;
- Федерация водно-моторного спорта России, 1020 человек.

Представим ресурсную базу для развития экстремального и спортивного туризма, и здесь следует отметить, что в России довольно много мест и территорий, позволяющих развивать данные виды туризма на высоком уровне. Рассмотрим более подробно территории Сибири и Дальнего Востока, в качестве мест для развития экстремальных туров.

Сибирь характеризуется разнообразным спектром природных ресурсов, позволяющих выступать площадками для создания и апробации экстремально-спортивным туров (маршрутов) [6]. Изучив профильные туристические сайты, были выявлены, популярные направления: Западное побережье Байкала; Хребет Кодар; Плато Путорана; Горнолыжный курорт Шерегеш. Среди этих мест имеются, как нетронутые, первозданные, уединенные места, так и хорошо оборудованные места с развитой инфраструктурой.

Походы по Сибири имеют несколько сложностей и зависят выбранного вида спортивно-экстремального туризма. Здесь можно выделить следующие наиболее развитые направления – сплав по рекам Сибири дает возможность ощутить на себе всю мощь окружающей природы; дайвинг на озере Байкал, раскрывает все таинства этого озера; пешие маршруты по лесам и горным местностям Сибири, раскрывают всю специфику разнообразного ландшафта этой территории.

Если рассматривать территорию Дальнего Востока, в контексте развития экстремального туризма, то можно выявить, то в последние годы здесь динамично данный вид туризма.

По данным субъектов Дальневосточных Федеральных Округов, туристический поток в 2015 году составил 2,7 млн человек. Российские граждане 2,1 млн человек, и 600 тыс. зарубежных туристов. А в 2018 году Дальний Восток уже посетили 6,9 млн человек. Российские граждане 5 млн 920 тыс. человек, иностранные граждане 980 тыс. человек. По данным Росконгресса около 30% всех туристов приезжают на Дальний Восток с целью, заняться активными видами туризма [4].

Экстремальный туризм как приоритетное направление формируется в Хабаровском, Камчатском, Приморском краях, также в Республике Саха и на Чукотке. На Дальнем Востоке экстремальный туризм характеризуется видовым разнообразием: круглогодичный серфинг и дайвинг в Приморском крае, горный туризм и гонки эндуро на Камчатке, сплавы по рекам в Якутии и гонки на собачьих упряжках на Чукотке.

В заключение можем прийти к выводу о том, что современные условия диктуют расширение видового разнообразия туризма. Новые виды и подвиды туристской деятельности, наиболее востребованы у молодежи, которая постоянно требует инноваций во всех сферах. И здесь экстремальный туризм, как активный вид отдыха, является идеальным вариантом, для повышения туристских поездок среди молодого поколения. Такие территории как Сибирь и Дальний Восток обладают высоким потенциалом для развития и продвижения экстремального туризма с учетом новационных потребностей и современных реалий.

Список литературы

1. ГОСТ Р 54601-2011. Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма. Общие положения : национальный стандарт Российской Федерации : издание официальное : утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 8 декабря 2011 г. N – 735 с.
2. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 252 с.
3. Нарута, Я. С. Экстремальный туризм: определения, виды, технология организации экстремальных маршрутов / Я. С. Нарута, В. Б. Ноликов // Международный студенческий научный вестник. – 2016. – № 6. – URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=16761> (дата обращения: 21.03.2021).
4. Информационно-аналитическая система Росконгресс: – URL: <https://roscongress.org/materials/razvitie-turizma-na-dalnem-vostoke-obzor-rynka-i-klyuchevye-trendy-noyabr-2018-goda/> (дата обращения: 23.03.2021).
5. Реестры общероссийских и аккредитованных региональных спортивных федераций / Министерство Sports РФ. URL <https://minsport.gov.ru/sport/high-sport/gosudarstvennaya-akk/28743/> (дата обращения: 24.03.2021).
6. Сибтуризм: Справочно-информационный портал о туризме, достопримечательностях и местах отдыха в Сибирской части России : URL: <http://sibturizm.ru/index.php/o-nas/> (дата обращения: 24.03.2021).

ПОДГОТОВКА НАЧИНАЮЩИХ СПОРТСМЕНОВ ОРИЕНТИРОВЩИКОВ В ДЕТСКОМ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ЛАГЕРЕ

*Колесников В.В., студент 7271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Кудяшева А.Н.*

Актуальность. Актуальность исследования обусловлена тем, что на начинающем этапе подготовке спортсменов-ориентировщиков педагогу-тренеру необходимо выбрать наиболее рациональные способы обучения исходя из соображений безопасности и эффективности обучения на подготовительном этапе подготовки т.к. необходимо принимать во внимание психобиологические особенности организма в конкретном возрасте и определенной группы детей.

В ходе процесса обучения любого вида деятельности педагогу необходимо учитывать возрастные особенности воспитанников, с целью грамотного планирования процесса обучения и подготовки спортсменов-ориентировщиков [3].

В нашей работе были рассмотрены психобиологические и физические особенности детей 11-12 лет. Данный возраст является переходным периодом между младшим и подростковым возрастом, ребенок 11-ти лет скорее относится к раннему подростковому периоду развития, переходный возраст нужен для решения важных жизненных задач, в развитие личности и взросление ребенка. В этот период ребенок осваивает культурные и социальные ценности, от которых в дальнейшем зависят его главные жизненные выборы. В переходном происходит начало полового созревания. Из-за этих физических изменений, которые, возможно, еще не очень заметны, у ребенка происходят изменения в познавательной сфере: снижается скорость выполнения каких-либо заданий, ребенок чаще отвлекается, неадекватно реагирует на простые замечания. Иногда дети ведут себя вызывающе. Они раздраженные, с частыми сменами настроения. Учитывая особенности детской психики, тренер-педагог должен уметь положительно влиять и направлять воспитанника, сглаживать углы и развивать специальные навыки спортивной подготовки [2].

В 11 лет личность тренера выходит на более высокую ступень в иерархии ценностей ребенка. Во многом тренер является примером для подражания, и ребенок старается копировать не только профессиональные, но и личностные качества.

Личностные качества тренера ребенок чувствует подсознательно, и если тренер не доволен своей работой или не имеет тренерского призвания, то ребенок чувствует раздражение, но ввиду не достаточного понимания ситуации принимает это на свой счет, в итоге, ребенок считает, что тренер недоволен именно им.

Такой способ взаимоотношений не является продуктивным и зачастую может быть вредным, как для тренера, так и для ребенка, подрывая его уверенность в себе, и желание заниматься этим видом спорта.

Результаты многочисленных наблюдений, особенно в психологии, доказали, что существуют чувствительные периоды возрастного развития, когда обнаруживаются особо благоприятные временные зоны для самореализации ребенка, подростка, юноши (девушки) в тех или других направлениях жизнедеятельности, а затем действие таких внутренних условий постепенно или резко ослабевает.

С вступлением ребенка в новую возрастную фазу – подростковую существенно изменяется его социальное положение в школе, семье, на улице. Им изучаются новые дисциплины, в семье на него возлагают более сложные и ответственные обязанности, он уже не играет в «эти детские игры с малышами», а стремится прибиться к юношеской компании. То есть он уже не ребенок, но еще и не взрослый. Благодаря этому возникает благоприятная атмосфера для воздействия на его социально-возрастное самоопределение с целью поиска ответа на вопрос: «Кто он (она) и какова его мера ответственности перед самим собой и перед обществом?».

К подростковому возрасту у ребенка накапливается довольно большой объем самой разнообразной информации. Со вступлением в новую возрастную фазу он обучается выстраивать логические схемы, улавливать причинно-следственные связи. На этой основе количество полученных знаний переходит в новое качество, а вкупе с расширяющимся жизненным опытом у него возникает более высокий уровень самосознания, он обращает свой пристальный взор на внутренний мир и духовный облик других людей и на этой основе выстраивает устойчивый нравственный идеал. Таким образом, подростковый возраст сенситивен для формирования идеала. К сенситивным критериям роста показательней физических качеств в 11-12 лет относятся такие физические качества, как быстрота, координация, равновесие и скоростно-силовая выносливость [1].

В связи с тем, что 11 лет характеризуется рассеянным вниманием, обучение такому виду спорта, как спортивное ориентирование, как нельзя лучше подходит для данного возраста, так как в нем гармонично развиваются главные физические качества данного возраста, и разрешается проблема рассеянного внимания. Таким образом в ходе начальной подготовки основным вопросом является наиболее эффективный способ подготовки [4].

Результаты исследования и их обсуждение. Исследование проводилось в детском оздоровительном лагере Самарской области Электроник-дубрава в августе 2020-го года.

Первый этап исследования заключался в выявлении физической подготовленности участников. Было необходимо выполнить разделение на группы для выявления наиболее точного результата исследования, не зависящего от уровня физической подготовки. Таким образом, участники были разделены на 3 группы, так у первого места в команде были 9-ое и 6-ое место, так во 2-ой команде были 2-е, 5-е, 8-е места, в 3ой команде были 3-е, 4-е, 7-е места. Таким образом, участники исследования были разделены на равнозначные группы способные конкурировать друг с другом.

2-й этап исследования заключался в выборе способа подготовки группы. Так подготовка 1-й группы участников заключалась в теоретической подготовке участников, обучение основам работы с картой и техники движения на дистанции, в первой группе полностью отсутствовала практическая часть подготовки спортсменов. Во 2-й группе задача заключалась в обучении ориентированию в помещении. Особенность данного способа подготовки заключалась в минимуме теоретической информации, и главный акцент был направлен на поиски контрольных точек и быстроте их отметки. В 3-й группе особенностью исследования было то, что подготовка проходила в полевых условиях с минимумом теоретической информации, и главный акцент был на скорости поиске себя и объектов на карте. В таком режиме участники проработали 2 занятия, затем последовала контрольное исследование. В ходе работы нами были нарисованы карты детского лагеря и внутреннего помещения администрации.

Исходя из проведенного соревнования можно сделать вывод, что 2-й группа главной особенностью было ориентирование в помещении и акцент шел на быстрое принятие решения и быстрый поиск контрольных точек, в контрольном исследовании быстрая реакция на не слишком протяженной дистанции имело решающее научение, в то время как 1 и 3 команда искала скрытую контрольную точку. В итоге команда превзошла 3-ю и 1-ю команду более чем на минуту.

Заключение. Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод, что ориентирование в помещении является эффективным способом подготовки ориентировщиков, так как развивает скорость реакции.

Список литературы

1. Вологжанина, А. В. Рекреационные мероприятия с элементами спортивного туризма в санаторно-курортных комплексах Республики Татарстан / А. В. Вологжанина, Р. Р. Набиуллин // В сборнике: Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма : сборник статей VI-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 100-летию ТАССР ; под редакцией Г.Н. Голубевой, 2020. – С. 339-340.

2. Кузнецова, З. М. Корректирующее влияние комплексной программы, ориентированной на детей младшего школьного возраста, страдающих сколиозом 1 и 2 степени / З. М. Кузнецова, А. Н. Кудяшева // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. – 2007. – Т. 2. – № 3. – С. 6-10.

3. Тумаров, К. Б. Оздоровительная работа в загородном лагере на основе внедрения физкультурно-оздоровительных занятий с туристской направленностью / К. Б. Тумаров, Н. И. Романенко // Ученые записки им.П.Ф. Лесгафта. – 2020. – №2 (180). – С. 417-421.

4. Шипилина, С. А. Квест с элементами спортивного туризма как форма проведения урока по физической культуре для детей среднего школьного возраста / С. А. Шипилина, И. Е. Евграфов // В сборнике: Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма. Сборник статей VI-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 100-летию ТАССР ; под редакцией Г.Н. Голубевой, 2020. – С. 438-441.

ТЕХНИКО-ТАКТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СПОРТСМЕНОВ-ТУРИСТОВ НА ФОНЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОГО ПРЕОДОЛЕНИЯ ПРЕПЯТСТВИЙ В ПРИРОДНЫХ УСЛОВИЯХ

*Лисина К.С., студент 7271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.б.н, доцент Набиуллин Р.Р.*

Актуальность. Умственная деятельность имеет самое прямое отношение к мотивации спортсменов, к уровню форсированности их морально-волевых качеств, к процессу обучения и совершенствования техники и тактики в избранном виде спорта, развитию физических и ведущих двигательных-координационных качеств, что обусловлено содержанием и целями подготовки квалифицированных спортсменов, особенностями их личностного развития во взаимосвязи с другими компонентами спортивной подготовки, обеспечивающими достижение заданных параметров спортивного мастерства.

Спортивный туризм – это вид спорта, в основе которого лежат соревнования на маршрутах, включающих преодоление категорированных препятствий в природной среде (перевалов, вершин, порогов, каньонов, пещер и пр.), и на дистанциях, проложенных в природной среде и на искусственном рельефе.

Соревнования по спортивной дисциплине «дистанции» вида спорта спортивный туризм проводятся с целью выявления сильнейших спортсменов и повышения их технического и тактического мастерства. Целью соревнований является прохождение спортсменами без нарушения правил и в минимально возможное время спортивной дистанции, содержащей как естественные, так и искусственные препятствия, требующей их преодоления с использованием технических, физических и тактических приемов и способов. Прохождение спортивных дистанций осуществляется с использованием специального туристского снаряжения, облегчающего и ускоряющего передвижение, обеспечивающего безопасность и выполнение технических и тактических задач [1].

Уровень умственной деятельности является важным фактором подготовки спортсменов – туристов, так как для соревнований по спортивному туризму важны тактические навыки, умение быстро решить возникшую проблему при преодолении этапа.

Цель исследования: разработка проекта дистанции для изучения показателей умственной деятельности.

Задачи исследования:

1. Изучить особенности технико-тактической деятельности у спортсменов-туристов;
2. Разработать проект дистанции спортивного туризма для изучения характера умственной деятельности спортсменов-туристов;

Результаты исследования и их обсуждение. В подготовке спортсмена-туриста уделяют развитию таких психических качеств как память, мышление, внимание. Основными средствами в соревновательной деятельности по спортивному туризму является преодоление технических этапов. Техника и тактика спортивного туризма тесно связана с памятью, вниманием и мышлением спортсмена. Поэтому данное положение обуславливает проведение ряда практических занятий в спортивном полигоне, который должен быть специально оборудован. Соревнования – важная составная часть спортивной подготовки спортсменов-туристов.

Целью соревнований является прохождение спортсменами без нарушения Правил и в минимально возможное время спортивной дистанции, содержащей как естественные, так и искусственные препятствия, для преодоления которых требуется использовать технические приемы и способы.

Основными задачами соревнований являются отработка и совершенствование технических и тактических приемов при преодолении препятствий [3].

Для изучения характера умственной деятельности у спортсменов-туристов на фоне последовательного преодоления препятствий мы разработали проект дистанции, включающий в себя последовательность следующих этапов:

1. Этап 1. Навесная переправа.

На данном этапе важна техника натяжения перил навесной переправы. Существуют разные способы натяжения в зависимости от снаряжения, навыков и умений спортсмена быстро и четко выполнять сложные технические действия. Навесную переправу можно натянуть на жумары, что требует очень много различных действий и значительной затраты времени на дистанции, а можно натянуть просто удавкой вокруг опоры, что гораздо проще и быстрее сделать, но вероятность совершения ошибки (касание рельефа, запрещенного для движения) увеличивается, что влечет за собой еще большую потерю времени на дистанции.

Кроме того, потенциальную проблему представляет снятие перил навесной переправы, т.к. если участник забудет развязать узел, запутает концы веревок или неправильно организует перила навесной переправы, то в дальнейшем это приведет к перепроходу или снятию спортсмена с этапа.

2. Блок этапов 2-3. Подъем по перилам – Спуск по наклонной навесной переправе.

На данном этапе необходимо тактически правильно определить порядок работы с карабинами на ТО1 и со снятием перил для самостраховки.

3. Этап 4. Переправа по бревну методом «горизонтальный маятник».

Технико-тактические особенности этапа:

Данный этап можно работать множеством разных способов в зависимости от снаряжения, которое спортсмен берет с собой на дистанцию. На данном этапе очень важно уметь держать равновесие, опираясь на веревку, так же внимательно нужно следить за тем, чтобы конец перил был прикреплен к индивидуальной страховочной системе. Еще один немаловажный фактор – это расположение веревок на этапе относительно бревна и линии движения спортсмена. Часто бывает, что веревки цепляются за бревно и не дают спортсмену быстро и четко пройти этап.

4. Блок этапов 5-6. Подъем по перилам – Переправа по параллельным перилам.

Технико-тактические особенности этапа:

Особенности данного этапа заключаются в правильном и быстром натяжении перил. Так же, как и навесную переправу, параллельные перила можно тянуть 2 разными способами. Мы считаем, что на данном этапе в большинстве случаев натянуть перила на жумар легче, т.к. веревка для прохождения данного этапа не сдваивается и получается достаточно хорошо натянутой для дальнейшего прохождения. Главная особенность данного способа натяжения перил, это правильно и быстро продублировать жумар на перилах. Вторым способом является натяжение перил на узел карабинная удавка, в этом случае спортсмен должен обладать хорошей техникой прохождения параллельных перил, в том числе плохо натянутых.

5. Блок этапов 7-8. Подъем по перилам – Спуск по наклонной навесной переправе.

Технико-тактические особенности данного этапа заключаются в натяжении навесной переправы. Самый оптимальный вариант – это натянуть навесную переправу на узлы, без дополнительных устройств, потому что это крутонаклонная переправа и касание рельефа маловероятно. Данный этап считается технически сложным, т.к. здесь надо организовать не только перила навесной переправы, но и перила для самовыпуска, следовательно, надо четко распределить веревки по карабинам, и правильно прикрепить сдергивающую веревку.

Общими действиями для всех этапов являются следующие: при начале работы на этапе спортсмену рекомендуется выбрать нитку более удобную для работы на этапе, рядом с которой не работает другой спортсмен, правильно определить необходимое снаряжение для прохождения этапа, определить правильное задействование карабинов при организации перил, при снятии перил с этапа необходимо правильно выбрать направление для сброса конца веревки, так же при сборе веревок необходимо правильно распределить веревки для следующего этапа [1].

Спортсмены-туристы сами разрабатывают тактику для прохождения каждого этапа и

всей дистанции. Тактика прохождения этапов так же может отличаться в зависимости от длины и количества веревок, которые спортсмен берет с собой на дистанцию. Спортсмены, которые стремятся к хорошему результату, продумывают все до мелочей. Следовательно, при составлении тактики спортсмен должен адекватно оценивать уровень своей технической и физической подготовки [2].

Выводы

1. Изучив теоретические аспекты соревнований по спортивному туризму, мы пришли к выводу, что на соревнованиях 4 и 5 класса надо применять сложные тактические и технические приемы, это оказывает большое влияние на результат спортсмена и необходимо уделять больше внимания умственной деятельности спортсмена.

2. В ходе анализа технико-тактических особенностей этапов по дистанции нами выявлено, что спортсмены-туристы при составлении тактики прохождения последовательных этапов должны адекватно оценивать уровень своей технической и физической подготовленности, где, в том числе, выражается их характер умственной деятельности.

Список литературы

1. Мустафин, А. А. Проект дистанций по спортивному туризму в условиях открытого полигона / А. А. Мустафин, Р. Р. Набиуллин, Ф. Ф. Минхаиров // В сборнике: Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма (V Всероссийской научно-практической конференции). – Казань, 2019. – С. 291-293.

2. Набиуллин, Р. Р. Основные вопросы в подготовке туристов по направлению «дистанция» в спортивном туризме / Р. Р. Набиуллин // В сборнике: Проблемы и перспективы физического воспитания, спортивной тренировки и адаптивной физической культуры (Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. ФГБОУ ВО «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма»). – Казань, 2016. – С. 576-577.

3. Правила вида спорта «спортивный туризм». Спортивный туризм в Москве и России. – URL: http://www.tmmoscow.ru/norm_doc/reg_play/regplay2013.pdf (дата обращения: 20.03.2021).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЮМОРА В ПЕШЕХОДНОМ ТУРИЗМЕ

*Миронов А.А., студент 9271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.с.н., доцент Фахретдинова А.Б.*

Актуальность. При организации похода выходного дня следует учитывать стрессовые факторы физиологической (усталость) и психологической (стресс) природы человека, которые могут негативно сказаться на участниках туристской группы при прохождении маршрута. Для их преодоления, для объединения команды и сплочения общего духа туристской группы отлично подойдет юмор, вызывающий позитивные эмоции.

Цель исследования – проанализировать воздействие юмора на психоэмоциональное состояние туристской группы в условиях похода выходного дня.

Результаты исследования и их обсуждение. Юмор – то, что способствует возникновению чувства радости, формированию комфортного состояния. Хорошая шутка вызывает у людей улыбку, смех, позитивные эмоции, наполняет жизнь приятными воспоминаниями. Юмор помогает преодолевать большинство психических барьеров, ведет к налаживанию благоприятных взаимодействий. Исходя из специфики нынешнего мира, наполненного стрессом, агрессией, перегруженностью на работе и другими проблемами разного масштаба, наличие чувства юмора просто необходимо. Юмор, укрепляя социальные связи, играет огромную роль в жизни человечества, поскольку в сложных жизненных ситуациях помогает смотреть на происходящее по-иному, в позитивном ключе [2]. Благодаря юмору люди:

- слушают собеседника;
- лучше понимают друг друга;
- лучше обучаются;
- строят коммуникации;
- увеличивают свою долговременную память;
- добиваются групповой сплоченности;
- сглаживают статусные различия;
- рассеивают конфликты;
- строят доверительные взаимоотношения.

Обозначенные социальные функции юмора свойственны не всем его разновидностям. Следует различать конструктивный и деструктивный варианты юмора. В первую группу входят:

1) аффилиативный юмор (направленный на поддержку других) – выражается в использовании юмора как средства установления контакта, поддержания и укрепления межличностных отношений;

2) самоподдерживающий юмор (направленный на самого себя) – подразумевает использование юмора в качестве борьбы против стресса.

В группу деструктивного (разрушительного) юмора следует отнести:

1) агрессивный юмор (направленный на других) – предполагает целенаправленную или нецеленаправленную возможность задеть или обидеть другого человека, манипулировать им;

2) самоуничтожительный юмор (направленный на себя) – заключается в использовании юмора в качестве иронии над самим собой с целью достижения расположения у других людей, сочувствия [1].

Исходя из приведенной классификации, позитивный эффект несет юмор конструктивный. Именно данный тип юмора следует использовать в условиях похода выходного дня, где при прохождении маршрута распространенными проблемами являются:

- стресс – из-за пройденных или предстоящих нагрузок,
- агрессия – из-за накопленной усталости,
- конфликты как последствия агрессии.

Все перечисленное в совокупности отрицательно сказывается на эмоциональном состоянии туристской группы. В результате задача объединения в одну сплоченную команду совершенно незнакомых людей имеет определенную сложность, является важной организационной функцией. Для решения обозначенной проблемы отлично подойдет конструктивный юмор благодаря своим социальным функциям.

Так, например:

1. Если после того, как организовали бивак и, в целом, еще достаточно свободного времени, можно разделить группу на небольшие команды, каждой из которых дать задачу – придумать сценку КВН и организовать выступление. Тем самым получится наладить коммуникацию, объединить совершенно не связанных личными и профессиональными отношениями людей, людей разных возрастов, темпераментов и т.д. Это приведет к значительной прогрессии в благополучно-нарастающем положительном эмоциональном фоне туристской группы.

2. Выступление с заранее заготовленными миниатюрами также весьма плодотворно. От импровизации «заготовки» отличаются тем, что они заранее продуманы и отработаны, а значит будут значительно эффективней. Участникам группы будет интересно посмотреть на преобразование своих соратников, что также настроит группу на позитив, сформирует благоприятную коммуникативную среду, повысит доверие среди участников.

3. Выступление в жанре «Stand-up» (выступление спикера (комика) перед зрителями в комическом стиле). Для реализации подобного жанра не обязательно приглашать профессионального Stand-Up комика, в рамках похода выходного дня проверить себя может любой желающий. Ведь участники туристской группы будут рады послушать любого смельчака, который располагает энтузиазмом попробовать свои силы в подобном жанре. В такое выступление значительный вклад внесут зрители своей поддержкой и готовностью получить новые, возможно, неожиданные для них положительные эмоции. Тем самым получится настроить группу на взаимопомощь и взаимную поддержку, повысить ощущение командного духа, воодушевление коллектива. Отметим, что по результатам проведенного нами опроса, среди участников похода выходного дня (N=50 чел.) 72% (36 чел.) респондентов поддержали подобный жанр юмора. Опрошенные согласны с тем, что «Stand-up» отлично впишется в мероприятия развлекательной программы ПВД и благоприятно скажется на их эмоциональном состоянии.

Выводы. Юмор в походе благоприятно сказывается на эмоциональном настрое туристской группы. Благодаря своей вариативности юмор можно применять по-разному и в различных условиях, в том числе в условиях похода выходного дня. Юмор, несущий благоприятные социальные функции, следует включать в общий план программ ПВД, поскольку он эффективен в плане реализации стоящих перед организаторами походов задач.

Список литературы

1. Микляева, А. В. Психология детской субкультуры: учебно-методическое пособие / А. В. Микляева. – Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2018. – С. 121-122 // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/112757> (дата обращения: 01.03.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Шувалов, В. И. Метафора в лексической системе современного немецкого языка: монография / В. И. Шувалов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : МПГУ, 2019. – С.127-128. – ISBN 978-5-4263-0750-6. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/125130> (дата обращения: 01.03.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

ПРОГРАММА ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ВНЕШКОЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ С ЭЛЕМЕНТАМИ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА КАК СРЕДСТВО УЛУЧШЕНИЯ УРОВНЯ ЗДОРОВЬЯ И ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

*Петрова А.Д., студент 7271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н. Агеева Г.Ф.*

Актуальность. Известно, что необходимым условием нормального развития растущего организма является двигательная активность [1, 2]. Традиционное обучение, а именно применение типовых программ по физической культуре на уроке, не всегда оказывается достаточными для увеличения функциональных возможностей организма детей и эффективного развития основных двигательных качеств [4]. Использование элементов туризма пробуждает еще больше интерес к двигательной активности, является составной частью здравоохранения, средством духовного развития личности [3,5].

Цель исследования: оценить уровень здоровья и физической подготовленности детей младшего школьного возраста.

Результаты исследования и их обсуждение. Оценка уровня соматического (физического) здоровья проводилась согласно методике Г.Л. Апанасенко, учитывающей показатели физического развития, состояния дыхательной и сердечно-сосудистой систем в покое и в восстановительном периоде после дозированной физической нагрузки. Так, в ходе исследования было выявлено следующее:

- 1) показатели девочек не соответствуют норме и ниже нормы на 0,5 кг, показатели мальчиков превышают показатели нормы на 0,1 кг;
- 2) показатели девочек ниже нормы на 6 мл, показатели мальчиков ниже нормы на 50 мл;
- 3) показатели девочек не соответствуют норме на 2 уд/мин, а показатели мальчиков на 3 уд/мин;
- 4) показатели девочек не соответствуют норме на 1 мм.рт.ст., а показатели мальчиков превышают показатели нормы на 1 мм.рт.ст.;
- 5) показатели девочек ниже нормы на 1,45 кг, а показатели мальчиков ниже нормы на 1,75 кг.



Рисунок 1 – Распределение детей по уровням здоровья (по Г.Л. Апанасенко)

На Рисунке 1 мы видим, что количество баллов девочек равно 10, что соответствует показателю «средний» уровень здоровья, количество баллов мальчиков соответствует показателю «ниже среднего» уровню здоровья.

Результаты оценки физической подготовленности детей младшего школьного возраста показали следующее:

1) среднее значение по тесту «Бег на 30 м» у мальчиков показатель ниже нормы на 0,5 сек, а у девочек показатели отстают от нормы на 0,4 сек (Рисунок 2);

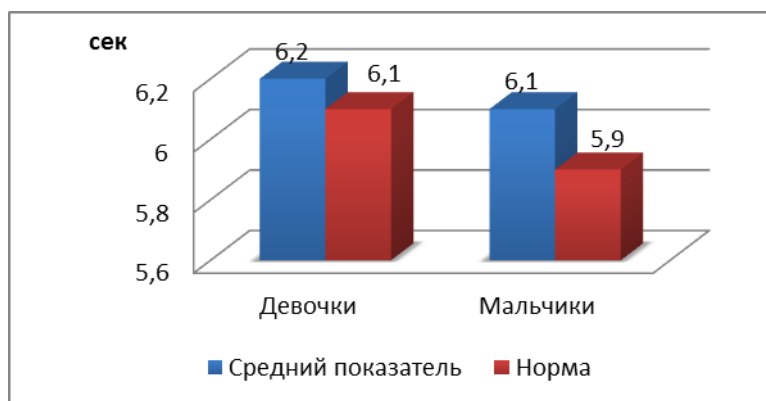


Рисунок 2 – Сравнение средних показателей по тесту «Бег на 30 м» девочек и мальчиков младшего школьного возраста с показателями нормы

2) показатели по тесту «Челночный бег 3x10 м» у мальчиков ниже нормы на 0,4 сек, а у девочек на 0,5 сек (Рисунок 3);

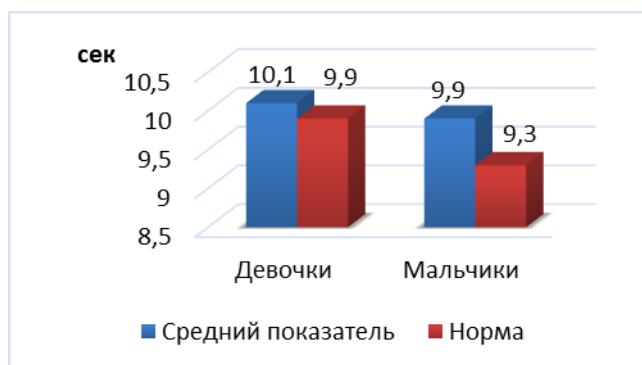


Рисунок 3 – Сравнение средних показателей по тесту «Челночный бег 3x10 м» девочек и мальчиков младшего школьного возраста с показателями нормы

3) по тесту «Прыжок в длину с места» у мальчиков показатель ниже нормы на 4 см, а у девочек – отстают от нормы на 8 см (Рисунок 4);

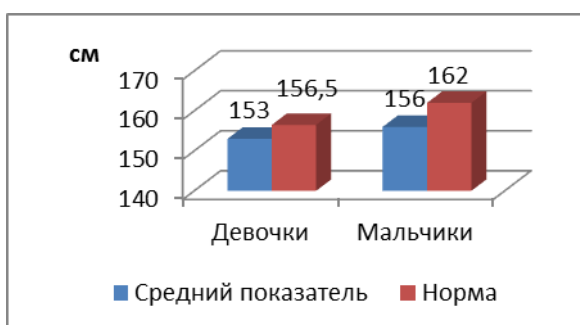


Рисунок 4 – Сравнение средних показателей по тесту «Прыжок в длину с места» девочек и мальчиков младшего школьного возраста с показателями нормы

4) среднее значение показателей по тесту «Наклон вперед из положения сидя» у мальчиков ниже нормы на 1,8 см, а у девочек – на 2,3 см;

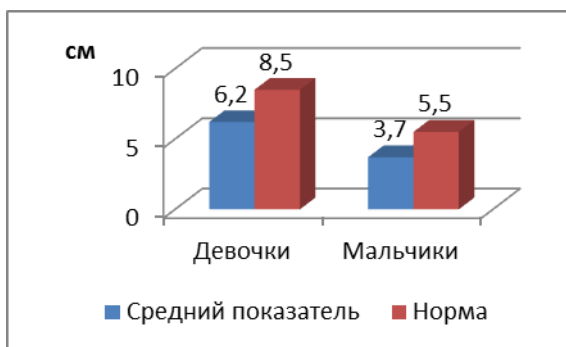


Рисунок 5 – Сравнение средних показателей по тесту «Наклон вперед из положения сидя» девочек и мальчиков младшего школьного возраста с показателями нормы

5) среднее значение по тесту «Подтягивание из виса лежа» у мальчиков показатель ниже нормы на 1 раз, а у девочек – в 2 раза (Рисунок 6);

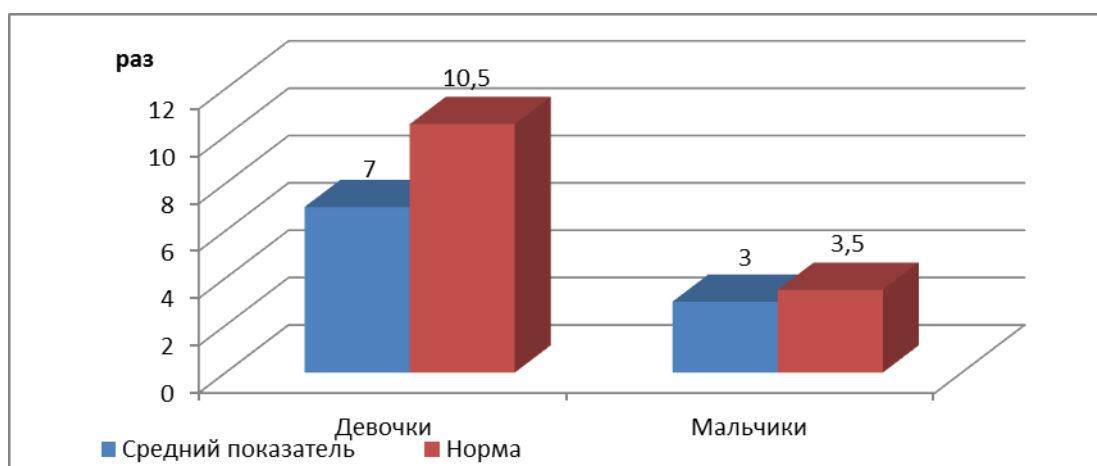


Рисунок 6 – Сравнение средних показателей по тесту «Подтягивание из виса лежа» девочек и мальчиков младшего школьного возраста с показателями нормы

6) среднее значение по тесту «6-минутный бег» у мальчиков показатель ниже нормы на 140 м, а у девочек ниже на 75 м (Рисунок 7).

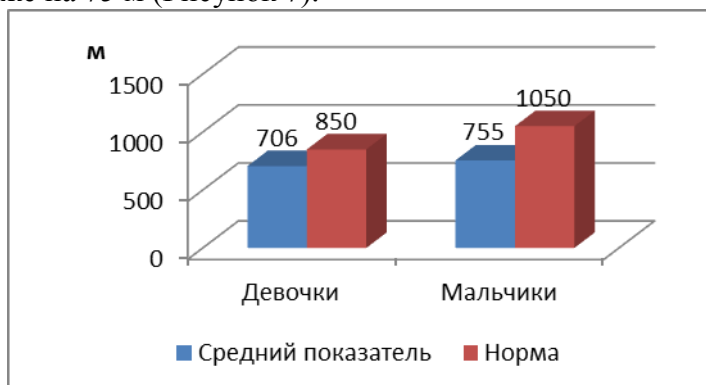


Рисунок 7 – Сравнение средних показателей по тесту «6-минутный бег» девочек и мальчиков младшего школьного возраста с показателями нормы

Подводя итог, следует отметить, что полученные в ходе эксперимента результаты дают основание утверждать, что показатели физического состояния детей ниже нормативного показателя во всех тестах.

В ходе полученных данных нами была разработана программа дополнительных внешкольных занятий с элементами спортивного туризма для детей младшего школьного возраста.

Целью программы является создание условий для воспитания здоровой, социально активной личности средствами физкультурно-спортивной деятельности с элементами туризма.

В программу включены не только мероприятия для организации и проведения спортивных и подвижных игр, но и элементы спортивного туризма. Учли анатомо-физиологические особенности младших школьников, так как скелет продолжает развиваться, мускулатура относительно слаба, быстрая психологическая утомляемость, особенно при однообразных действиях и быстрое восстановление биохимических процессов. Учитывая это, игра должна быть не слишком продолжительной, с кратковременным отдыхом и разнообразными движениями, и упражнениями для поставки опорно-двигательного и мышечно-связочного аппаратов.

Формы занятий перечислены, исходя из частоты занятий в неделю в соответствии с санитарно-эпидемиологическими нормами для данной возрастной категории.

Способы выявления результатов учебной деятельности: контрольные занятия по итогам освоения воспитанниками отдельных тем, тестирование по СП и ОФП, соревнования по спортивному туризму.

Учебно-тематический план программы включает перечень разделов программы, разделенных на темы, с указанием теоретических и практических часов, отведенных на каждый раздел и каждую тему.

Список литературы

1. Баранов, А. А. Состояние здоровья детей в Российской Федерации /А. А. Баранов/ Педиатрия. Журнал им. Г.Н. Сперанского. – 2012. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-zdorovya-detey-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 15.12.2019).
2. Батаева, С. С. Стадии подготовки и проведения спортивно-массового мероприятия / С. С. Батаева, Г. Ф. Агеева // В сборнике : Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма : материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 2017. – С. 26-28.
3. Белова, Л. В. Управление физическим состоянием детей среднего школьного возраста (14-15 лет) в рамках подготовки к сдаче нормативов ГТО / Л. В. Белова, Г. Ф. Агеева // В сборнике: Проблемы и инновации спортивного менеджмента в России. Материалы I-ой Всероссийской научно-практической конференции. Кафедра спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма Поволжской государственной академии физической культуры, спорта и туризма, 2015. – С. 21-24.
4. Кильдиярова, Р. Р. Основы формирования здоровья детей : учебник / Р. Р. Кильдиярова, В. И. Макарова, Ю. Ф. Лобанов. – Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2016. – 328 с.
5. Филатова, М. Н. Внеурочная деятельность как важный ресурс в достижении результатов социокультурного развития учащихся / М. Н. Филатова // Внешкольник : дополнительное образование и социальное воспитание детей и молодежи. – 2014. – № 2. – С. 20-23.

МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ СПОРТИВНОГО СУДЬИ ПО СПОРТИВНОМУ ТУРИЗМУ

Плаксина Д.С., студент 8271

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Евграфов И.Е.*

Актуальность. Спортивный туризм – вид спорта, имеющий целью спортивное совершенствование человека в преодолении естественных препятствий. Спортивный туризм исторически сложился в СССР. Спортивность туризма заключается в преодолении естественных препятствий, в применении различной тактики и техники преодоления препятствий.

Многие спортивные туристы также занимаются смежными видами спорта: спортивным ориентированием, скалолазанием, альпинизмом, рафтингом, лыжами и др. Спортивные туристы являются, в том числе, резервом для подготовки спасателей в природной среде.

Спортивный туризм, прежде всего, является командным видом спорта, в котором сильны традиции взаимопомощи и взаимовыручки, спортивной дисциплины, самосовершенствования и взаимной передачи знаний и опыта.

Занятие спортивным туризмом, как комплексным видом спорта, осуществляемым в сложной природной и общественной среде, требует от спортсмена разносторонних знаний, умений, опыта и хорошей подготовки.

Спортивное соревнование представляет собой особый воспитательный стимул развития и совершенствования качеств, способностей, умений и навыков, а также действует как информация обратной связи, показатель состояния и уровень целевой деятельности, степень готовности к ее выполнению. При этом соревнования не только подводят итог предшествовавшей подготовки спортсмена-туриста, но служат средством психического развития личности.

Любое спортивное соревнование проводится в соответствии с Правилами по виду спорта. Спортивный судья – неотъемлемое действующее лицо любых спортивных соревнований, основной задачей которого является обеспечение соблюдения правил соревнований всеми их участниками и объективное определение победителя.

Из-за отсутствия популярности у такого вида спорта, как спортивный туризм теряется приток новых кадров для осуществления подготовки спортивных кадров для судейства.

Овладение навыками среди студентов позволит быстро стать профессионалами своего дела.

Цель исследования: процесс обучения судьи по спортивному туризму.

Результаты исследования и их обсуждение. Судейство в спорте – одно из основных и обязательных элементов спортивного соревнований, без которого состязание может носить лишь характер развлечения. Непосредственное руководство проведением спортивных соревнований осуществляется судьями по спорту [1].

Инструкторская и судейская подготовка предусматривает, что у спортсмена есть определенный уровень подготовки. А занимаясь по ней, Вы расширите свои знания и умения по туристско-спортивной специализации в группе дисциплин «дистанция».

Занимаясь спортивным туризмом, Вы достигнете высоких спортивных достижений и результатов, сможете выполнять нормы на присвоение инструкторских и судейских категорий, а также спортивных разрядов и званий.

При подготовке спортивного судьи заложены цели:

- подготовка спортивных судей начальной квалификации (юный спортивный судья, спортивный судья III категории);
- способствовать совершенствованию системы предметных знаний по спортивному туризму;

- самостоятельная работа по организации командного прохождения технических этапов;

- самостоятельное планирование тактики прохождения спортивных маршрутов;
- обеспечить подготовку инструкторов спортивного туризма начального уровня.

В обучение развиваются такие качества, как:

- способствовать укреплению здоровья;
- содействовать развитию специальных физических качеств;
- развитие разнообразных практических навыков: самоорганизации и самоуправления;
- повышать накопление соревновательного опыта.

Воспитательные:

- воспитание волевых качеств: целеустремленности, настойчивости и инициативы, ответственности, товарищества и взаимовыручки;

- выработка организаторских навыков, умение вести себя в коллективе;

- самостоятельно принимать решения;

- социализация и индивидуализация личности, способной к саморазвитию и самовыражению посредством занятий спортивным туризмом.

В результате программы обучающиеся будут знать:

- основные сведения по подготовке и проведению туристских соревнований;
- правила соревнований по спортивному туризму, методика судейства и проведения;
- значение регулярности тренировок;
- тактические действия команды перед соревнованиями;

В результате подготовки обучающиеся будут уметь:

- уметь пользоваться и применять литературу;
- анализировать спортивные результаты;
- отрабатывать технические приемы спортивного туризма до автоматизма и стабилизации;
- работать на соревнованиях в качестве судьи, помощника секретаря, помощника начальника дистанции;
- работа с топографической и спортивной картой, компасом;
- расчет и подготовка туристского снаряжения для соревнований и походов.

Список литературы

1. Аксенов, В. Подготовка судей в спортивном туризме / В. Аксенов, В. Макаров. – Москва : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2015. – 176 с.
2. Востоков, И. Е. Главные концептуальные аспекты системы развития спортивного туризма в РФ / И. Е. Востоков. – Москва, 2008. – 27 с.
3. Константинов, Ю. С. Подготовка судей по спортивному туризму: учебно-методическое пособие / Ю. С. Константинов. – Москва : ФЦДЮТиК, 2008. – 292 с.
4. Правила вида спорта «спортивный туризм», утверждены приказом Минспорта России от 22 июля 2013 г., № 571.

ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ ШКОЛЬНИКОВ 7-8 КЛАССОВ В СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ

*Платонова Я.А., студент 8271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Евграфов И.Е.*

Актуальность данной работы определяется проблемой неосведомленности школьников о спортивном туризме, а занятия туризмом смогут положительно повлиять на развитие двигательных качеств и познавательную активность учащихся.

Цель исследования: определить степень заинтересованности школьников 7-8 классов в спортивно-оздоровительном туризме.

Результаты исследования и их обсуждение. Спортивно-оздоровительный туризм – это один из типов туризма, целью которого является спортивное совершенствование в преодолении естественных препятствий, т. е. совершенствование всего комплекса знаний, умений и навыков, необходимых для безопасного передвижения человека по пересеченной местности и преодоления сложного природного рельефа.

Спортивный туризм – вид спорта, в основе которого лежат соревнования на маршрутах (спортивный поход), включающих преодоление категорированных по трудности препятствий в природной среде (дорог и троп с различным покрытием и бездорожья, переправ, перевалов, вершин, порогов, каньонов, пещер, водных путей и т.п.), и на дистанциях, проложенных в природной среде и на искусственном рельефе [1].

Туризм дает возможность прочувствовать красоту окружающей природы и полюбить ее по-настоящему, не со слов очевидцев и не через театр природы со страниц литературных и художественных зарисовок. Отсюда не знакомыми, а пережитыми становятся общечеловеческие ценности: Родина, родные края, патриотизм, любовь, друг, коллектив. Именно поэтому, занимаясь спортивным туризмом, подростки начинают более нравственно относиться к окружающему миру.

Регулярные занятия туризмом оказывают положительное влияние на физическое развитие школьников, их физическую подготовленность, на функциональное состояние многих физических систем. Оказывают заметное влияние на улучшение физической подготовленности школьников.

Приобщение к занятиям туризмом в этом возрасте начинается с уроков краеведения, истории и природоведения, так же занятия физической культурой, в которых учителя используют элементы спортивного туризма.

Исследование проводилось среди детей в возрасте 13-14 лет. Выборка осуществлялась по принципу типового объекта, которым была МБОУ «Никольская СОШ» с. Никольское, РТ. В ходе исследования был использован социологический метод опроса (анкетирование), в котором участвовало 18 учеников 7-8 классов данной школы.

Анализ результатов ответов на вопрос: «Знаете ли Вы что такое спортивно-оздоровительный туризм» подавляющее большинство респондентов (56%) ответило да, 44% опрошенных ответило «нет».

Анализ результатов ответов на вопрос: Большинство из опрошенных респондентов ответило, что хотят принимать участие в спортивно-оздоровительных мероприятиях (94%) и всего 1 респондент (6%) не желает принимать участие.

Анализ результатов ответов на вопрос: «Хотели бы Вы заниматься спортивно-оздоровительным туризмом?» показал, что большинство (70%) опрошенных ответило «да» и 30% ответило «нет».



Рисунок 1 – Результаты ответов на вопрос «В рамках рекреационно-оздоровительных занятий интересны ли Вам будут туристские прогулки с элементами спортивного туризма?»

Диаграмма на Рисунке 1 демонстрирует, что большинство (39%) опрошенных выбрали сборку палатки, 36% выбрали вязку узлов, 21% переправы и 1 респонденту не интересно. Здесь важно указать несколько вариантов ответа.

Выводы. Результаты анкетирования показали следующее:

- 1) больше половины (56%) опрашиваемых знают, что такое спортивно-оздоровительный туризм;
- 2) абсолютное большинство (94%) опрашиваемых хотят принимать участие в спортивно-оздоровительных мероприятиях;
- 3) большинство (70%) опрашиваемых хотят заниматься спортивно-оздоровительным туризмом;
- 4) большинство (39%) опрашиваемых – за сборку палатки, (36%) – за вязку узлов; почти четверть (21%) – за переправы.

Таким образом, проведение занятий спортивно-оздоровительным туризмом среди школьников 7-8 классов актуально. У учащихся есть желание заниматься спортивно-оздоровительным туризмом.

Список литературы

1. Махов, С. И. Учет возрастных и индивидуальных особенностей школьников в туристско-краеведческой деятельности / С. И. Махов // Нижний Новгород. – 2009. – 157 с.
2. Таймазова, В. А. Теория и методика спортивного туризма : учебник / В. А. Таймазова, Ю. Н. Федотова. – Москва : Советский спорт, 2014 – 424 с.

САМОСТОЯТЕЛЬНЫЕ ЗАНЯТИЯ ФИЗИЧЕСКИМИ УПРАЖНЕНИЯМИ

*Попова Е.А., студент 3 курса
Российский государственный университет правосудия,
г. Воронеж, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Швачун О.А.*

Актуальность. В условиях современности самостоятельные физические упражнения помогают развить необходимые качества у студентов, которым показана ежедневная физическая нагрузка. В этой связи очень важно иметь представление о своих физиологических особенностях, о том, какая нагрузка необходима для того, чтобы поддерживать тонус. Особенно актуальной тема становится в период, когда физические нагрузки сокращены или сведены к минимуму, поэтому во избежание развития гиподинамии, необходимо поддерживать себя в форме и выполнять комплекс упражнений.

Цель исследования – рассмотрение проблемы, связанной с занятием дома физическими упражнениями, определение основных понятий о занятиях физической культурой.

Вообще, направления и организационные формы использования самостоятельных занятий зависят от возрастных и иных характеристик, в том числе здоровья, спортивной подготовки. Формы самостоятельных занятий физическими упражнениями и спортом определяются и целями, и задачами. Существует три формы самостоятельных занятий, среди которых утренняя гигиеническая гимнастика, дневные упражнения, самостоятельные тренировочные занятия [1].

Что касается утренней гигиенической гимнастики, то она подразумевает выполнение в утренние часы, после пробуждения. В комплекс входят упражнения на все группы мышц, упражнения на гибкость и дыхательные упражнения. При этом не рекомендуем выполнять упражнения, требующие большой выносливости (длительный бег до утомления), а также со значительными отягощениями. Полезными окажутся упражнения со скакалкой, эспандером и резиновым жгутом, а также с мячом. Нужно понимать, что физическую нагрузку необходимо увеличивать постепенно, а максимум должен приходиться на середину и на вторую половину комплекса. Как увеличение, так и уменьшение нагрузки должно быть волнообразным. Каждое упражнение следует начинать медленно и с небольшим диапазоном движений, постепенно увеличивая его до средних значений. Между серией из 2-3 упражнений (а для силовых – после каждого) выполняется расслабляющее упражнение или медленная пробежка. Утреннюю гигиену следует сочетать с самомассажем и закаливанием тела. Сразу после завершения комплекса утренней гимнастики рекомендуется проведение самомассажа мышц ног, туловища и рук (что составляет в среднем 5-7 минут) и проведение водных процедур с учетом правил и принципов закаливания.

Упражнения в течение учебного дня выполняются в перерывах между учебными занятиями или самостоятельными занятиями. Такие упражнения предотвращают появление переутомления, помогают долго сохранять высокую работоспособность без усталости. Выполнение физических упражнений в течение 10-15 минут через каждые 1-1,5 часа работы дает стимулирующий эффект.

Выполняйте упражнения в хорошо проветриваемом помещении. Очень полезно делать упражнения на свежем воздухе. Лучшее время для тренировок – днем, через 2-3 часа после обеда. Тренироваться можно в другое время, но не ранее, чем за 2 часа до еды или сна. Не рекомендуется тренироваться утром, сразу после сна натошак (в это время необходимо выполнять гигиеническую гимнастику). Тренировки должны быть полноценными, то есть способствовать развитию всех физических качеств, а также укреплять здоровье и повышать общую работоспособность тела. Специализированный характер занятий, то есть занятия выбранным вами видом спорта, разрешены только квалифицированным спортсменам.

Самые доступные и полезные средства физических упражнений – прогулки и бег на свежем воздухе и в лесопарке. Ходьба представляет собой естественную форму движений, в которой задействовано большинство мышц, связок и суставов. Пульс рассчитывается во время коротких остановок, во время ходьбы, а также сразу после окончания тренировки.

Через 8-10 минут после окончания тренировки (после отдыха) пульс должен вернуться к исходному уровню. При этом дистанцию и скорость ходьбы следует постепенно увеличивать. Бег является наиболее эффективным средством улучшения здоровья и физической формы. Существует множество средств для укрепления сердечно-сосудистой системы, и оздоровительный бег становится среди них все более актуальным. При систематических тренировках мужчины в будущем могут довести время непрерывного бега до 50-70 минут (что составляет 8-10 км) и более, женщины – до 40-50 минут (5-6 км) и более. Большое значение для улучшения здоровья имеют спорт и подвижные игры. Их отличает разнообразие физических нагрузок и положительных эмоций, они эффективно снимают чувство усталости, тонизируют нервную систему, улучшают эмоциональное состояние и повышают умственную и физическую работоспособность. [2].

Что касается питьевого режима, то здесь даже если наблюдается частичное истощение организма, то могут возникнуть серьезные проблемы. Но и избыток жидкости перегружает организм, выводит вещества, перегружает сердце и почки, способствует ожирению и увеличению потоотделения, а также приводит к истощению организма. Именно поэтому рациональное питание и питьевой режим – важное условие сохранения здоровья. Суточная потребность человека в воде составляет 2,5 литра, для работников физического труда и спортсменов – 3 литра и более. Следует учитывать, что всасывание и поступление воды в ткани организма происходит в течение 10-15 минут, поэтому при утолении жажды рекомендуется сначала прополоскать рот и горло, а затем выпить несколько глотков воды. Лучшим напитком, утоляющим жажду, является чай, а также квас, газированная и минеральная вода, томатный сок, настой шиповника, фруктовые и овощные отвары, молоко и кисломолочные продукты. В жаркую погоду рекомендуется есть больше овощей и фруктов. Вода, содержащаяся в них, медленно всасывается, что улучшает деятельность потовых желез. В случае ложной жажды достаточно прополоскать рот и горло холодной водой [3].

Приобщение студенческой молодежи к физической культуре является важным составляющим в формировании здорового образа жизни. Наряду с широким развитием и дальнейшим совершенствованием организованных форм занятий физической культурой решающее значение имеют самостоятельные физические упражнения. Самостоятельные занятия физкультурой должны основываться на главном принципе – сохранении и укреплении здоровья. То есть занятия должны соответствовать полу, возрасту, состоянию здоровья, роду занятий человека, а значит, и его общему уровню физической подготовки. Они не должны быть чрезмерными, нерегулярными. Основные занятия включают утреннюю гигиеническую гимнастику, упражнения в перерывах в течение дня и дневные тренировки в виде гигиенических, оздоровительных, тренировочных и других занятий. Для самостоятельных занятий особенно рекомендуются ходьба, бег, плавание, гимнастические упражнения. Все это позволит развить необходимые личностные и спортивные качества и избежать гиподинамии.

Список литературы

1. Ильинич, В. И. Физическая культура студента: Учебник / Под ред. В.И. Ильинича. – Москва : Гардарики, 2000. – 448 с.
2. Зайцева, И. П. Физическая культура для бакалавров: Критерии оценок : учебное пособие / И. П. Зайцева ; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. – Москва : ЯрГУ, 2013. – 196 с.
3. Гигиена физического воспитания и спорта: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Я. С. Вайнбаум, В. И. Коваль, Т. А. Родионова. – Москва : Издательский центр «Академия», 2002. – 240 с.
4. Барчуков, И. С. Физическая культура и физическая подготовка: Учебник / И. С. Барчуков и др. – Москва : Советский спорт, 2013. – 431 с.
5. Бишаева, А. А. Физическая культура: Учебник для учреждений нач. и сред. проф. образования / А. А. Бишаева. – Москва : ИЦ Академия, 2012. – 304 с.

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО И СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Самсонова К.В., студент 20-01 гр.

*Международный университет туризма и гостеприимства,
г. Туркестан, Казахстан*

Научный руководитель – м.п.н., ст.преподаватель Абдиева Г.И.

Актуальность. В современном мире туризм является сложным социально-культурным, экономическим и психологическим феноменом столетия. В последнее время в мире наблюдается огромный интерес туристов к лечебно-оздоровительному и спортивному туризму. Туризм оказывает огромное влияние на ключевые отрасли экономики, политики, логистики, строительство, на производство товаров, то есть выступает своеобразным стабилизатором экономического развития любого современного государства. Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании, активизации внешнеторгового экономического баланса, создании дополнительных рабочих мест и обеспечение занятости населения в целом. В свою очередь, на развитие туризма воздействуют различные факторы, такие, как: демографические, природно-географические, социально-экономические, культурно-исторические, религиозные и политико-правовые.

Результаты исследования и их обсуждение. История возникновения лечебно-оздоровительного и спортивного туризма уходит корнями в прошлое и существует с античных времен. Еще древние греки и римляне использовали целебные источники и места с благоприятным климатом для того, чтобы поправить свое физическое, а также психическое здоровье.

Одним из таких в период античности было святилище Асклепия в городах Эпидавр и Кос, в которых были комплексные гостиницы, бани, палестры (школы гимнастики и психологического релакса), источники минеральных вод. В Риме знаменитым был светский приморский курорт Байи. Даже природные факторы в лечебно-оздоровительном туризме носил целебные свойства не только для физического оздоровления, но и психологического улучшения состояния человека. Во все времена лечебно-оздоровительный и спортивный туризм был как вид экологического туризма, представляющий собой разновидность санаторно-курортного лечения и оздоровления человека с точки зрения технологии системного путешествия. И поэтому оздоровительный туризм относится к профилактике различных заболеваний человека и спектр его широкого отдыха.

Например, в XVIII веке Петр I лечился на заграничных курортах. Именно Петр I в свое время предложил идею широко развития лечебно-курортного дела и освоение источников минеральных вод в России. Во второй половине XIX века были обследованы лечебно-климатические местности в Сибири – Ямаровка и Дарасун, минеральные воды и грязи, минеральные источники Охотского моря, которое в 1868 году исследовал ученый Афанасий Бушуев [1].

В истории казахского народа широко использовалось лечение напитком кумыс и благоприятное психологическое воздействие климата, питание (кисломолочные продукты) на общее психическое состояние человека в любой возрастной категории (горы, широкие степи, просторы, воздух). Человек в казахской степи смог без ограничения насладиться чистым воздухом, природными красотами и занимался различными видами спорта. И все это приводило к правильному и гармоничному развитию, лечению, релаксу. Человек оздоравливался не только от физического недуга, но и смог решить свои эмоционально-психологические проблемы.

Лечебно-оздоровительный и спортивный туризм осуществляется с целью укрепления психофизического здоровья человека, который осуществляется пребыванием в санаторно-курортных учреждениях. Такие учреждения, как правило, располагаются в экологических чистых зонах, с правильным питанием и предлагают различные виды системного оздоровительного лечения человека в любое время.

На сегодня часто стали использовать понятие «рекреационный туризм», который охватывает все виды отдыха, как санаторно-курортное, оздоровительное лечение, спортивный туризм, любительский спорт. С 1960-х годов XX века было введено понятие «рекреационный туризм». Рекреационный туризм – это передвижение людей в свободное время в целях отдыха, необходимого для восстановления физических и душевных сил человека [2]. Именно в этот период сформировались крупные районы лечебно-оздоровительного отдыха: Кавказские Минеральные Воды, Марциальные Воды, черноморское побережье России, Абхазии, Грузии, горные курорты Кавказа, курорты Иссык-Куля, национальные парки Средней Азии и горы Казахстана.

Современный ритм жизни заставляет каждого человека быть активным и мобильным. На сегодняшний день во всем мире и в Казахстане стоит острая проблема психофизического здоровья населения. Быстрый ритм, эмоциональная загруженность не всегда позволяют расслабляться и негативно сказываются на общем психологическом самочувствии человека. Поэтому на сегодня лечебно-оздоровительный туризм (декреационный туризм), спортивный туризм позволяют устранить и ослабить воздействие на человека неблагоприятных факторов повседневной действительности (эмоциональной перегрузки, избыточного питания, эмоционального выгорания жителей мегаполисов).

Восстановлению физического (сердечно-сосудистые заболевания, заболевания опорно-двигательного аппарата, неврологические заболевания) и психического (тревога, склонность к резким перепадам настроения, повышенная возбудимость, вспышка гнева, паника) состояния организма помогут лечебно-оздоровительные мероприятия, которые способствуют общему укреплению организма человека.

Задачей такого лечебно-оздоровительного туризма (декреационный туризм) является психофизический полноценный отдых человека средствами туризма. Любое рекреационное туристское мероприятие имеет также и оздоровительную физическую и психологическую направленность, а процесс оздоровления проходит «сам по себе» в контексте пассивного или активного отдыха по выбору человека.

Природно-географическая территория (Алаколь, курортные зоны Боровое и Баянаул, побережье Каспийского моря, предгорья Заилийского и Джунгарского Алатау, курорт Шымбула, «Медео», Тургеньские водопады, озеро Иссык, река Чарын, Аксайское ущелье) Казахстана благоприятствуют развитию туризма во всех направлениях. Природные ресурсы, так же, как и географические, послужили первоначальной основой для развития туризма как доходной сферы для развития государства. Природные ресурсы имеют многочисленные функции, однако одной из важнейших является возможность использования в качестве средства восстановления физических и психологических сил человека.

Казахстан – прекрасное место не только для лечебно-оздоровительного туризма, но и спортивного туризма по таким направлениям, как горнолыжный туризм, альпинизм, водный туризм, конный туризм, велотуризм и многое другое. Особенностью здесь является активное использование лечебных природных ресурсов: горячих источников, лечебных грязей, целебного климата.

На сегодня в Казахстане практикуется кумысотерапия, использование минеральных вод, пантолечение. Лечебно-оздоровительные центры, оснащенные современным оборудованием, находятся с «природными базами». В таких центрах люди, могут поправить свое физическое здоровье, или просто отдохнуть и собраться с силами. Потому что природа Казахстана дает уникальные возможности и условия для занятия лечебно-оздоровительным или спортивным спортом, включая и экстремальные.

Горы Казахстана – это идеальная возможность для развития альпинизма и спортивного туризма. Всем известно, что Центральный Тянь-Шань является центром мирового альпинизма с наивысшей точкой Казахстана пиком Хан-Тенгри, гора считается одной из красивейших вершин Центрального Тянь-Шаня.

Выводы. Таким образом, в современном мире большой интерес привлекают лечебно-оздоровительный и спортивный туризм. В частности, в Казахстане лечебно-оздоровительным и спортивным туризмом интересуются те, кто желает восстановить свое

здоровье и психологически расслабиться, получить максимальное количество развлекательных мероприятий. На сегодня туристическая индустрия в Казахстане – одна из приоритетных развивающихся отраслей экономики, потому что Казахстан, обладая уникальными природными ресурсами и самобытной культурой кочевого народа, имеет огромный потенциал для развития лечебно-оздоровительного и спортивного туризма на международном уровне.

Список литературы

1. Таймазов, В. А. Теория и методика спортивного туризма / В. А. Таймазов, Ю. Н. Федотов. – Москва, 2014.
2. Сенин, В. С. Организация международного туризма / В. С. Сенин. – Москва, 1999.

УРОВЕНЬ ИНТЕРЕСА К РЕКРЕАЦИОННО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫМ ЗАНЯТИЯМ ШКОЛЬНИКОВ 6-Х КЛАССОВ

*Сибгатуллина М., студент 7271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н. Агеева Г.Ф.*

Актуальность. По мнению многих ученых, одним из путей осуществления данной проблемы является формирование рекреационной физической культуры у школьников, основу которой составляют разнообразные средства физической культуры и спорта, применяемые в свободное или специально отведенное время, что позволит исключить односторонность спортивного подхода в воспитании школьников, возродить массовую физическую культуру, укрепить здоровье, формировать нравственное поведение и ценностные ориентации, облегчающие их активное участие в общественной жизни [2,3].

Однако вопросы формирования рекреационной физической культуры у школьников в современной литературе отражены недостаточно, практические пути, средства и методы ее формирования не актуализированы, не выделены из массы других методов и методик [1].

Цель исследования: выявить уровень интереса к рекреационно-оздоровительным занятиям школьников 6-х классов.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, анкетирование, констатирующий эксперимент.

Результаты исследования и их обсуждение. В ходе исследования был проведен анализ дополнительных внешкольных занятий спортивно-оздоровительного характера.

В систему организации спортивно-оздоровительной работы лица входят такие мероприятия, как:

- 1) Предметные недели;
- 2) Конкурсы, экскурсии, олимпиады, конференции, деловые и ролевые игры;
- 3) Участие в поисково-исследовательских конференциях на уровне лица, города, республики;
- 4) Проектная деятельность;
- 5) Организация походов, экскурсий, «Дней здоровья», подвижных игр, «Веселых стартов», внутришкольных спортивных соревнований;
- 6) Проведение бесед по охране здоровья, профилактике травматизма и употреблению ПАВ, о здоровом образе жизни;
- 7) Применение на уроках игровых моментов, физкультминуток;
- 8) Участие в районных и городских спортивных соревнованиях;
- 9) Проведение тематических классных часов и бесед;
- 10) Организация работы школьного лагеря с дневным пребыванием детей спортивно-оздоровительной направленности в каникулярный период.

Виды внешкольных занятий спортивно-оздоровительного характера, предлагаемые Лицеом № 182 можно наблюдать в Таблице 1.

Таблица 1 – Виды внешкольных занятий спортивно-оздоровительного характера

Направление	Название занятия	Количество занимающихся
Спортивно-оздоровительное	Водное поло	15 человек
	Плавание	14 человек
	Волейбол	11 человек
	Спортивные танцы	8 человек
	Хоккей на траве	11 человек

Проведенное анкетирование среди школьников 6-х классов Лицея № 182, которое проводилось с целью выявления интереса к рекреации и оздоровительным упражнениям, показало следующее:

1) 70% опрошенных знают упражнения для улучшения самочувствия и восстановления, 30% – «нет»:

2) 80% сказали, что у них в семье существуют традиции совместного активного отдыха на природе:

3) 90% ходят на уроки физической культуры, 10% – нет;

4) 70% принимают участие в спортивных соревнованиях в школы, 30% – нет;

5) 50% делают физические упражнения в течение дня, 50% – нет;

6) 70% учеников хотят посещать туристическую секцию, если она откроется в школе.

Таким образом, в ходе анкетирования было выявлено, что в целом дети интересуются физической культурой и оздоровлением, а также выступают за класс в спортивных соревнованиях школы и большинство из них готовы посещать туристические кружки. Дети хотят ходить на подобные мероприятия, но на данный момент их нет.

Нами был разработан сценарий рекреационно-оздоровительного мероприятия для младших школьников «День туризма».

К участию в мероприятии будут привлечены учащиеся лицея № 182 в количестве 20 человек, из них 9 девочек, 11 мальчиков. Возраст участников варьируется от 10 до 12 лет.

Цель мероприятия – выявление заинтересованности и привлечение детей школьного возраста к занятиям рекреационно-оздоровительного характера.

Задачи:

- способствовать мотивации детей школьного возраста к рекреационным занятиям;
- способствовать формированию здорового образа жизни школьников;
- привлечь школьников к занятиям в секции оздоровительного характера.

Мероприятия рекреационно-оздоровительного характера, дети будут больше вовлечены в рекреационную деятельность, также дети будут всесторонне развиты, что способствует здоровому росту, мышлению, укреплению всех групп мышц. В последующем мероприятия будут проведены среди учеников 6-го класса в Лицее №182 Кировского района. Такого рода мероприятие способствует привлечению детей к открытию туристкой секции.

Список литературы

1. Золотарева, Л. В. Формирование профессиональных компетенций молодых тренеров-преподавателей / Л. В. Золотарева, Г. Ф. Агеева // В сборнике: Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма. Материалы II-ой Всероссийской научно-практической конференции. Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма ; под редакцией Г.Н. Голубевой. – 2016. – С. 139-141.

2. Макеева, В. С. Теория и методика физической рекреации. Основы оздоровительной физической культуры: учебное пособие / В. С. Макеева, З. С. Тинькова. – Орел : ФГБОУ ВПО «Государственный университет – УНПК», 2012. – 193с.

3. Трошинская, Э. Классификация рекреационных форм физической культуры / Э. Трошинская. – Москва : Физкультура и спорт. – 2011 – С. 98.

ПРОЕКТ СХЕМЫ ДИСТАНЦИИ ПО ФРИРОУПУ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКИХ СОРЕВНОВАНИЙ

*Сушилова Е.А., студент 8271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., ст. преп. Сморгачев В.Ю.*

Актуальность. В настоящее время набирают популярность веревочные городки, скай-парки и т.п. Фрироуп как инновационное, доступное и массовое направление физкультурной и спортивной деятельности также выливается в эту сферу как актуальное средство популяризации рекреационной деятельности молодежи.

Фрироуп – новый вид спорта, сформировавшийся в России, основанный на преодолении участниками специальных дистанций, состоящих из подвесных элементов. Правила просты: не коснуться земли от старта до финиша. Доступность оборудования, система обучения инструкторов, зрелищность и массовость, общедоступность, понятные правила, свобода творчества в создании дистанций – также преимущества фрироупа [1].

Конструкция этапов вешается над землей, но не высоко. В отличие от соревнований по альпинизму или туризму, где предусмотрена страховка, в фрироупе допускается падение или касание земли.

Безопасность участников обеспечивается несколькими факторами, такими как высота этапа, как правило, она не высокая, на протяжении всей дистанции на земной поверхности присутствует трава, снег, песок, вода или маты, если соревнования в помещении. Также это каски, перчатки и закрывающая тело одежда, на отдельных этапах это сопровождающая страховка [2].

Виды соревнований по фрироупу имеют несколько классификаций. Например, по способу определения результата: на время, по количеству баллов, по количеству пройденных элементов.

Таким образом, нельзя отрицать актуальность выбранной темы для исследования в направлении рекреации и спортивно-оздоровительного туризма.

Цель исследования: разработать и обосновать схему дистанции по фрироупу для проведения соревнований среди студентов направления подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм».

Результаты исследования и их обсуждение. Изучив правила, методические рекомендации по организации соревнований, мы разработали схему дистанции по фрироупу для студентов направления подготовки «РиСОТ» с учетом их уровня туристско-спортивной подготовки и уровня физического развития.

Общее описание дистанции:

Протяженность представленной дистанции: 45-50 м, количество этапов: 9.

Элементы, включенные в дистанцию:

1) Элемент «Низкая параллель» – относится к базовым элементам. Представляет собой две веревки, которые натянуты параллельно друг другу на безопасной при срыве высоте. Сложность от 2 до 3 баллов. Разница в расстоянии между верхней и нижней параллелями 50-70 см. Для студентов рекомендуемая длина этапа 4 метра, высота нижней параллели 45-50 см. В качестве натяжения использовать обычную туристскую веревку, на которой будет сложнее удерживать равновесие. Для натяжения также применять обычную туристскую веревку диаметром 10мм.

2) Элемент «Петли» – представляет собой 1 натянутую веревку, на которой с помощью нескольких узлов, провисая зигзагообразно, расположена другая веревка. Сложность от 3 до 4 баллов. Расстояние между узлами не менее 0,5 м. Длина этого этапа – 6м. На данной дистанции рекомендуем использовать высоту верхней веревки 2,5м.

3) Элемент «Велосипед» – относится к сложным элементам. Представляет собой две или три автомобильные покрышки, подвешенные в вертикальной плоскости на свободных

петлях. Сложность от 3 до 4 баллов. Длина этапа 5м. Для натяжения использовать туристскую веревку диаметром 10мм, на которой будет сложнее удерживать равновесие.

4) Элемент «Пасть дракона» – базовый элемент.

Две параллельные в вертикальной плоскости веревки, стянутые (с некоторым провисом) скользящими зигзагообразными «зубами». Расстояние между веревками не менее 3 м. Запрещено касание верхней веревки. «Зубы» – треугольники проходят строго попеременно с разных сторон. Сложность от 2 до 3 баллов. Для натяжения использовать туристскую веревку диаметром 10мм. Длина этапа 6 м.

5) Элемент «Андреевский крест» – базовый элемент.

Две пересекающиеся в вертикальной плоскости веревки натянутые с помощью полиспаста. Сложность от 3 до 4 баллов. Для студентов рекомендуемая длина этапа 5 метров, высота нижней параллели 45-50 см. Длина этапа 5-6м. В качестве натяжения использовать обычную туристскую веревку, на которой будет сложнее удерживать равновесие. Для натяжения также применять обычную туристскую веревку диаметром.

б) Элемент «Двойная Конфета».

Конфета – две параллельные друг другу жестко натянутые веревки (слэклайна), соединенные по середине (элемента) деревянной перекладиной, делящие элемент на две равные части. В свою очередь параллельные веревки в получившихся двух частях элемента соединяются карабинами. Таким образом, получается две «Бабочки», разделенные перекладиной. Элемент у опор – жесткая горизонтальная опора, по середине – качание. Длина этапа до 6,5-7м. Сложность от 3 до 4 баллов. Для студентов этот этап подходит по уровню сложности, а также хорошо подходит для тренировки координации.

7) Элемент «Качели» или «Свободная доска» – усложненный элемент.

Подвешенные к натянутой талрепом веревке на свободных петлях 3-4 коротких доски с небольшим интервалом. Высота верхней веревки от 3м для исключения возможности опоры на него. Высота качелей может меняться. Сопровождающая страховка со спины. Длина доски 45-50м. Длина этапа 4 м. Сложность от 4 до 5 баллов.

8) Элемент «Горизонтальный маятник» – базовый элемент.

Жестко закрепленная горизонтальная веревка, натянутая с помощью полиспаста, и горизонтальный маятник для поддержания равновесия. Сопровождающая страховка осуществляется со спины. Сложность от 2 до 3 баллов. Длина этапа 4 метра. Элемент отлично подходит для студентов, так как является средством отработки туристских навыков.

9) Элемент «Бабочка» – базовый элемент.

Две параллельные в вертикальной плоскости веревки, натянутые с помощью полиспаста, стянутые на середине и закрепленные карабином. Сложность от 2 до 3 баллов. Для студентов рекомендуемая длина этапа 5 метров, высота крепления нижней параллели 50 см от земли. Для натяжения используется туристская веревка диаметром 10мм.

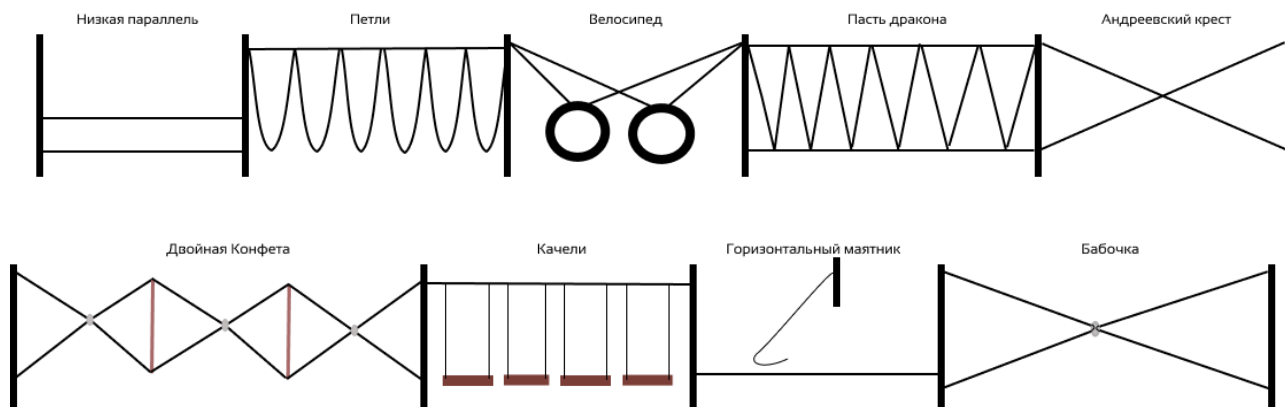


Рисунок 1 – Схема элементов дистанции

Необходимое материально-техническое оснащение:

170 метров веревки диаметром 10 мм (каждая веревка по 20м), 4шт карабинов, 40 м слэक्лайн, оградительная лента, 2 покрышки, 4 доски шириной 20см и длиной 45-50см, полиспаст, талреп.

На данной дистанции предпочтителен способ определения результата по количеству баллов. Предполагаема территория для проведения соревнования парк «Дубрава», форма дистанции круговая.

Вывод. Разработанная схема дистанции подходит как методическое пособие для организации и проведения соревнований по фрироупу среди студентов направления подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм».

Список литературы

1. Захарова, Е. Ю. Новая социальная и педагогическая технология – фрироуп / Е. Ю. Захарова, Н. А. Константинова // Вестник научных конференций. – 2017. – №1-3(17). – С. 37-39. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28391053> (дата обращения: 23.02.2021). – Режим доступа: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.
2. Божева, И. Правила соревнований по фрироупу / И. Божева, В. Горбачев, Д. Сергеев, Е. Павлов, Н. Коняхина, М. Баранов. – Авторское агентство «Новые социальные и педагогические технологии». – Омск, 2020. – 24 с.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ РАЗВИТИЯ ГОРНОЛЫЖНЫХ ЦЕНТРОВ (КУРОРТОВ) СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

*Тарасов Д.В., студент, ТРпб-117
Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича
и Николая Григорьевича Столетовых, г. Владимир, Россия
Научный руководитель – к.и.н., доцент В.А.Черничкина*

Актуальность представленного исследования определяется тем, что настоящее молодое поколение отдает предпочтение активным видам досуга и туризма. Динамически развивается спортивный туризм, в том числе и такое направление как горнолыжный туризм. В России имеется множество горнолыжных курортов с разными степенями сложности трасс. Однако о их туристской привлекательности мало знают не только за рубежом, но и на их Родине. Горнолыжный туризм обладает высокой потенциальной значимостью, что может привести большой поток туристов в регионы России, в частности, в Сибирский Федеральный округ.

Цель исследования: анализ перспектив развития и проблем горнолыжного туризма в Сибирском Федеральном округе.

В современном мире туризм является одним из самых масштабных, динамически развивающихся индустрий. Однако можно наблюдать такую тенденцию, как малая известность туристических объектов горнолыжного туризма в РФ. В виду данных обстоятельств, многие регионы РФ остаются без заслуженного внимания со стороны как иностранных туристов, так и со стороны наших соотечественников.

Не смотря на множество ограничений на въезд и выезд из стран, связанных с пандемией в 2020 году, граждане России заново открыли для себя внутренний туризм. Очень долгое время множество туристов отдавало предпочтение выездному туризму, и лишь в 2020 году, на фоне пандемических ограничений, россияне начали исследовать и путешествовать по своей стране. В связи с этим встала необходимость в изучении перспектив видового разнообразия туризма. И определенное место здесь занимает экстремально-спортивный туризм как одно из направлений или секторов туристской деятельности регионов.

Рассмотрим опыт развития спортивного туризма в Сибирском федеральном округе, при этом акцентируем внимание на горнолыжные курортные зоны.

По данным Федерального агентства по туризму, объем туристских услуг, оказанных населению, с 2009 по 2016 в Сибирском ФО выросло с 7102,1 до 18304,7 [6]. Сибирский Федеральный округ обладает огромным туристским потенциалом для развития туризма. В первую очередь Сибирь – это уникальные природные ресурсы, в виде национальных парков, заповедников, заказников и природных ландшафтов. В 2019 году Сибирский ФО посетило около 240.00 туристов [3]. Среди всех видов туризма в СФО наиболее развиты культурно-познавательный, сельскохозяйственный, экологический, лечебно-оздоровительный и спортивный виды туризма.

В современных условиях спортивный туризм начинает привлекать ежегодно большее количество туристов в данном регионе. Особенно развит спортивный туризм в Республике Хакасия, Республике Тыва, Новосибирской области, Республике Алтай и Кемеровской области. Наибольшую популярность среди подвидов спортивного туризма в СФО получили такие подвиды, как: рафтинг, каякинг, охотничий и рыболовный туризм, а также горнолыжный.

Одним из наиболее развитых подвидов спортивного туризма в Сибири, является горнолыжный. Этому способствует соответствующий горный рельеф местности, а также климатические условия Сибирского Федерального округа. В большинстве районов Сибири в течение 4-5 месяцев имеется постоянный снежный покров, отсутствует высокая вероятность

селевой или лавинной угрозы. Также в Сибири уже существует и активно действует множество горнолыжных курортов и трасс всех уровней сложностей – от черных до зеленых.

Наибольшей популярностью среди всех горнолыжных курортов СФО пользуются: Шерегеш в Кемеровской области, Приисковский в Красноярском Крае, Белокуриха в Алтайском Крае, Истлэнд в Иркутской области и Бобровый Лог в Красноярске

По версии International Report on Snow & Mountain Tourism, в России в период с 2000 г. по 2019 г. были установлены более 140 горнолыжных подъемников. Кроме того на фоне подготовки к Олимпиаде 2014 года, многие горнолыжные курорты России были модернизированы и переоснащены. Во время пандемии 2020 года, в период с 1 по 10 января резко увеличился спрос на горнолыжные курорты России, из-за ограничений авиа-сообщений с другими странами. По данным ассоциации туроператоров России, в период новогодних праздников 2020 года, самый популярный горнолыжный курорт Сибири «Шерегеш» посетило 200.000 туристов [2].

На сезон 2020-2021 гг., горнолыжный курорт «Шерегеш» посетило 1.5 миллиона туристов, что на 424.000 человек больше, чем на сезон 2019 года [1]. По словам губернатора региона Сергея Цивилева, такой статистический показатель побил рекорды посещения за все годы существования данного существования курорта.

Горнолыжные курорты Сибири достаточно многообразны и обширны, при этом многие из курортов имеют современное оснащение, соответствующее международным стандартам горнолыжного спорта. К достоинствам горнолыжных курортов Сибири можно отнести: динамически развивающееся техническое оснащение, то есть регулярное обновление технической базы трасс; развитие видового разнообразия трасс по протяженности и уровню подготовки туристов; ценовое разнообразие рынка горнолыжного отдыха (ориентация на разные сегменты потребительского рынка); транспортная доступность курортов

Однако исследователи при изучении специфики развития туризма в данном туристском регионе отмечают ряд факторов, препятствующих развитию горнолыжных курортов (как правило, это относится к маркетинговой рекламной позиции):

1. Не налаженная система взаимодействия туристических фирм и администрации центров горнолыжного отдыха;
2. Отсутствие нормативно-правовой сертификации трасс;
3. Недостаточное количество средств размещения, располагающихся близко от горнолыжных курортов (инфраструктурный показатель);
4. Плохая маркетинговая политика.

Для преодоления негативных моментов в развитии инфраструктурных показателей администрация Сибирского ФО совместно с правительством РФ активно разрабатывают и внедряют новые целевые программы по развитию инфраструктуры в регионе [4, 5].

Большинство туристов, предпочитает комбинировать свои типы отдыха и виды туризма в одной поездке. Поэтому, как правило, зачастую отдых на горнолыжных курортах непосредственно связан с теми или иными видами культурно-познавательного, водного, лечебно-оздоровительного и экологического туризмов. Наиболее благоприятно сочетаются вместе горнолыжный и экологический виды туризма, так как имеют схожего целевого потребителя.

Одним из вариантов сочетания разных видов туризма в один комплексный тур, может быть отдых в Горнолыжном комплексе «Авальман» с посещением Барнаульского ленточного бора. Барнаульский ленточный бор является важнейшим природным объектом Алтайского Края. Благодаря таким комбинированным турам, турист получает рекреационное разнообразие, раскрывает для себя регион с новой стороны, что делает отдых менее однообразным и более увлекательным, а также позволяет продлить время пребывания туриста на территории региона.

Выводы. Таким образом, можно констатировать, что СФО имеет множество предпосылок для развития и продвижения горнолыжного туризма. Климат и рельеф местности округа потенциально предрасполагают к постройке новых трасс. Важнейшим

недостатком в горнолыжном туризме в СФО, является низкая осведомленность потенциального потребителя туристских услуг. Однако, при должном развитии маркетинговой политики и развитии самих курортов, СФО имеет большой потенциал в сфере горнолыжного туризма.

Список литературы

1. 11-й Международный отчет по горному и снежному туризму 2021. – URL: <https://vanat.ch/international-report-on-snow-mountain-tourism> (дата обращения: 01.04.2021).
2. Более 200 тысяч туристов посетили горнолыжный курорт Шерегеш в новогодние каникулы / Интерфакс: туризм – 11.01.2021 г. – URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/75996/> (дата обращения: 23.03.2021).
3. Объем туристских услуг, оказанных населению : Гос. учреждение. 2021 / Федеральное агентство по туризму. – URL: <https://tourism.gov.ru/>. (дата обращения: 03.04.2021).
4. Стратегия социально-экономического развития Сибири до 2020 года / Распоряжение правительства РФ от 5 июля 2010 г. N 1120-р. / Российская Федерация. Правительство. – URL: <http://government.ru/docs/all/73524/> (дата обращения: 23.03.2021).
5. Стратегия социально-экономического развития АПК Сибирского федерального округа до 2035 года: региональный аспект : монография / П. М. Першукевич, Н. И. Кашеваров, А. С. Донченко и др. – Новосибирск : СибНИИЭСХ СФНЦА РАН, 2018. – 107 с.
6. Численность российских туристов, обслуженных туристскими фирмами / территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Новосибирской области : гос. учреждение. 2021. – URL: <https://novosibstat.gks.ru/folder/36535> (дата обращения: 23.03.2021).

ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ ЗАНЯТИЯ С ЭЛЕМЕНТАМИ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА КАК СРЕДСТВО УЛУЧШЕНИЯ ПСИХОЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ ДЕТЕЙ С ОВЗ 13-14 ЛЕТ

*Транькова А.А., студент 7271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н. Агеева Г.Ф.*

Актуальность. Проблема психоэмоционального состояния детей с ограниченными возможностями здоровья в настоящее время является чрезвычайно актуальной [4]. В первую очередь, это обусловлено тем, что число новорожденных с проблемами здоровья за последнее время значительно увеличилось. Так, согласно данным ЮНЕСКО, за 2019 год два миллиона российских детей имеют особенности в физическом и психологическом развитии [3]. Физкультурно-оздоровительные занятия с элементами спортивно-оздоровительного туризма с их особыми образовательными и воспитательными возможностями в сочетании с психоэмоциональной ориентацией в современной предметной среде обеспечивает профессиональную подготовку, дает правильное понимание места ребенка в мире и создаваемой им среды в природе и обществе [1]. Все это в конечном итоге содействует становлению личности детей с особенностями развития [2, 3].

Цель исследования: оценить уровень тревожности детей с ОВЗ 13-14 лет и разработать модель организации и проведения физкультурно-оздоровительных занятий с элементами спортивно-оздоровительного туризма для детей с ОВЗ 13-14 лет.

Результаты исследования и их обсуждение. В ходе исследования была проведена оценка уровня тревожности детей с ОВЗ 13-14 лет. На основании полученных данных был вычислен индекс тревожности детей.

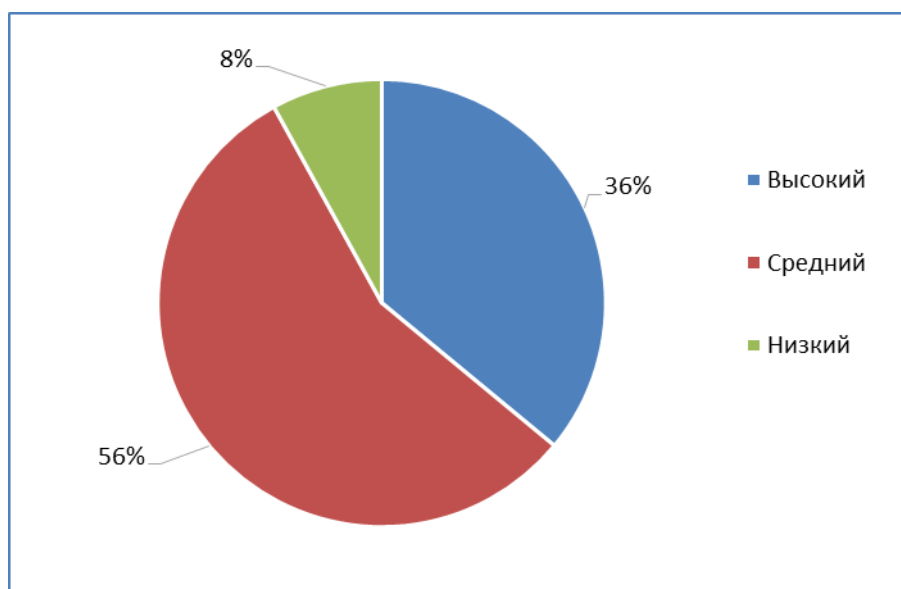


Рисунок 1 – Результаты тестирования уровня тревожности детей

Из Рисунка 1 мы видим, что у 56% детей средний уровень тревожности, у 36% – высокий и у 8% – низкий.

Таким образом, можно сделать вывод, что из 30 детей у большинства (92%) уровень тревожности средний или повышенный, что отрицательно сказывается на их психоэмоциональном состоянии.

В ходе полученных данных нами была разработана модель физкультурно-оздоровительных занятий с элементами спортивно-оздоровительного туризма для детей с ОВЗ 13-14 лет.

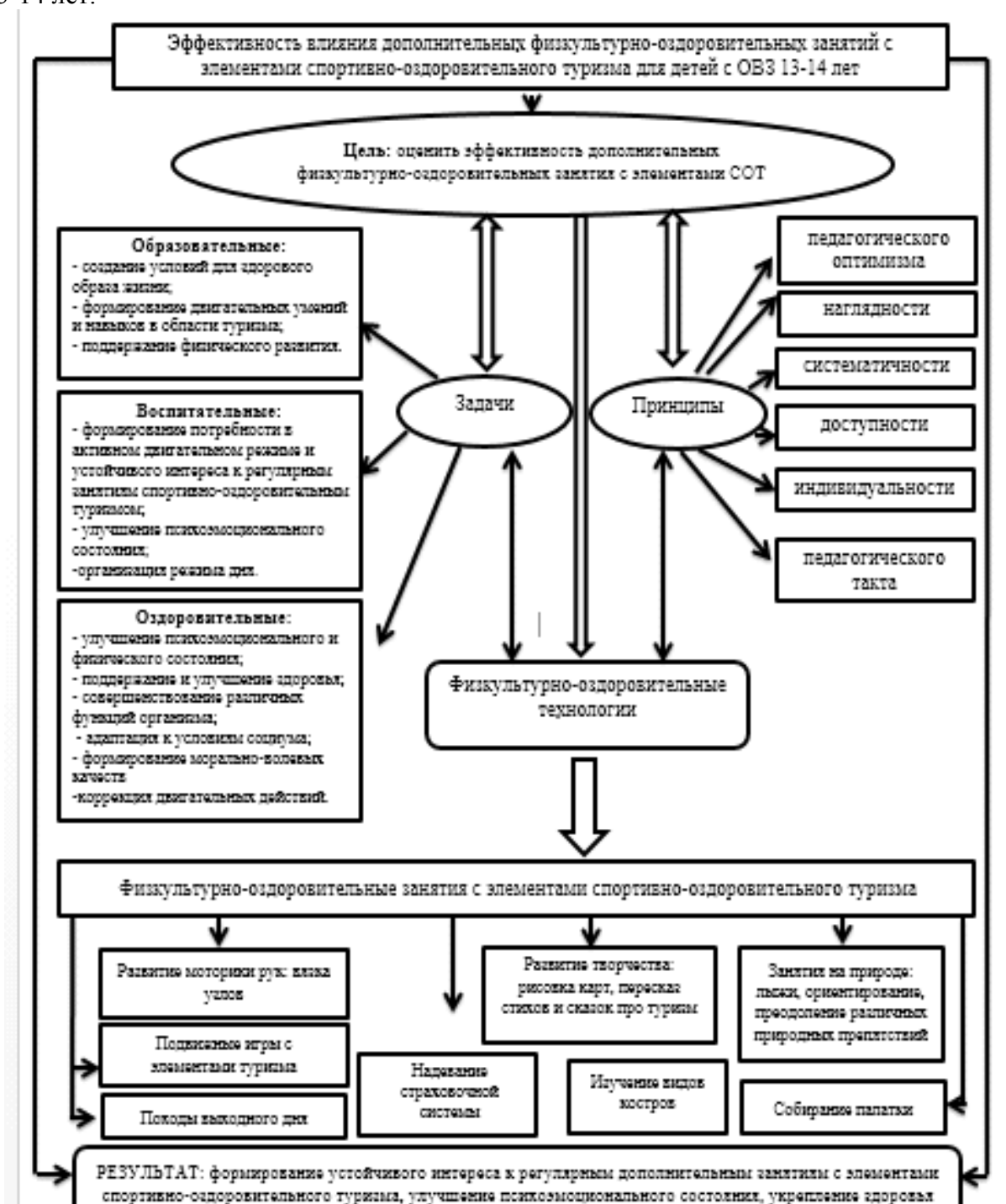


Рисунок 2 – Модель физкультурно-оздоровительных занятий с элементами спортивно-оздоровительного туризма для детей с ОВЗ 13-14 лет

Целью модели является улучшение физического и психоэмоционального состояния детей с ОВЗ и увеличение доли занимающихся физической культурой, спортом и туризмом среди детей с ОВЗ.

Модель включает в себя технологию физкультурно-оздоровительных занятий с элементами спортивно-оздоровительного туризма:

- развитие моторики рук: вязка узлов – 2 раза в неделю по 30 минут;
- подвижные игры с элементами туризма – 2 раза в неделю по 40 минут;
- поход выходного дня – 1 раз в неделю по 5 часов;

- надевание страховочной системы – 1 раз в неделю;
- изучение видов костров – 1 раз в неделю по 20 мин;
- развитие творческих качеств [5]: рисовка карт, пересказ стихов и сказок про туризм – 2 раза в неделю по 40 мин;
 - занятия на природе: лыжи, ориентирование, преодоление различных природных препятствий – если занятия зимой, то 1 раз в неделю по 30 минут; если занятия лето, то 3 раза в неделю по 40 минут;
 - собирание палатки: знакомство с походным снаряжением – 1 раз в неделю по 40 минут.

Организованные занятия проводятся совместно с тренером или педагогом, согласно графику проведения занятий.

Заключение

1. В результате полученных данных об уровне тревожности детей, мы видим, что большая часть детей находится в тревожном состоянии, что отрицательно сказывается на психоэмоциональном состоянии детей с ОВЗ.
2. Разработана модель дополнительных физкультурно-оздоровительных занятий с элементами спортивно-оздоровительного туризма для детей с ОВЗ 13-14 лет.

Список литературы

1. Белова, Л. В. Управление физическим состоянием детей среднего школьного возраста (14-15 лет) в рамках подготовки к сдаче нормативов ГТО / Л. В. Белова, Г. Ф. Агеева // В сборнике: Проблемы и инновации спортивного менеджмента в России. Материалы I-ой Всероссийской научно-практической конференции. Кафедра спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма Поволжской государственной академии физической культуры, спорта и туризма, 2015. – С. 21-24.
2. Блейхер, В. М. Психологическая диагностика интеллекта и личности / В. М. Блейхер. – Киев. – 2019. – 140 с.
3. Завражин, С. А. Адаптация детей с ограниченными возможностями / С. А. Завражин. – Москва : Академический проект, – 2018. – 498 с.
4. Карасева, Е. Г. Инклюзивное обучение и воспитание детей дошкольного возраста с ограниченными возможностями здоровья : методические рекомендации. ФГОС / Е. Г. Карасева. – Москва : Русское слово, – 2018. – 527 с.
5. Федотов, Ю. Н. Спортивно-оздоровительный туризм / Ю. Н. Федотов. – Москва, 2004.

РАЗРАБОТКА МАРШРУТА БЕГОВОЙ ЭКСКУРСИИ «БЕГОМ ПО САМАРЕ» С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АУДИОГИДА

Тюрина Е.А., студент 8271 гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Евграфов И.Е.*

Актуальность. Последние годы здоровый и активный образ жизни среди населения нашей страны становится популярнее. В различных городах проводятся различные массовые спортивные мероприятия, создаются условия для доступной спортивной среды с целью привлечения еще большего количества людей. В связи с этим и возрастает спрос на услуги активного отдыха.

На сегодняшний день во многих городах мира можно попробовать одну из беговых экскурсий, которые опережают по популярности многие известные виды путешествий по Европе.

Самара является одним из привлекательных туристических центров Поволжья, который сочетает в себе богатое историческое наследие, множество живописных и впечатляющих природно-рекреационных ресурсов, а также является местом проведения спортивных мероприятий различных уровней и масштабов. Беговые экскурсии могут стать интересным и нестандартным предложением для гостей города, так как они являются отличным сочетанием активного и культурно-познавательного отдыха.

Цель исследования – разработать беговую экскурсию по историческому центру г. Самара «Бегом по Самаре» с использованием аудиогuida.

Результаты исследования и их обсуждение. Беговая экскурсия предусматривает прохождение экскурсионного маршрута бегом по его объектам, с остановками и осмотром их.

Объекты данной экскурсии выбирались по рейтингу самых популярных достопримечательностей города Самары согласно сайту [www.top10.travel](https://top10.travel) (<https://top10.travel/dostoprimechatelnosti-samary/>). Так же при выборе объектов и построении маршрута учитывались особенности рельефа местности в центре города: исключены участки с высокими перепадами высоты, по которым надо подниматься в гору. Ниже приведена таблица выбранных основных и дополнительных объектов беговой экскурсии (Таблица 1) [1]. На основных объектах будут производиться остановки, дополнительные объекты будут просто увидены во время движения по маршруту экскурсии.

Протяженность маршрута экскурсии – 4,6 км, продолжительность экскурсии – 1 час 45 минут – 2 часа. Старт маршрута начинается от памятника «Дядя Степа», расположенному на пешеходной улице Ленинградской, затем движется в сторону площади Куйбышева, набережной реки и Волга и заканчивается у памятника Георгию Засекину. На каждом основном объекте предусмотрена остановка 5-10 минут для осмотра и фотографий.

На точке старта участников встречают, объясняют правила, проводится разминка и каждому отправляется виртуальная карта маршрута, на котором отмечены объекты. К каждому объекту прикреплен аудиофайл с содержанием текста о нем. Затем, экскурсанты могут приступать к самостоятельному прохождению маршрута.

Аудиогид к маршруту экскурсии создается на сайте www.cms.izi.travel. Объекты на карте пронумерованы по порядку и отмечены активной точкой, при нажатии на которую открывается текстовое описание объекта, фото и аудиофайл. Участник по своему выбору может слушать гид по пути движения к объекту или же начать прослушивание непосредственно на месте.

Данная экскурсия рассчитана на людей с различным уровнем физической подготовки, так как содержит умеренную нагрузку, и экскурсант сам регулирует темп своего бега и время остановок. Также не имеет ограничений по возрасту: участники сами оценивают свои возможности и состояние своего здоровья для прохождения беговой экскурсии.

Таблица 1 – Основные и дополнительные объекты беговой экскурсии «Бегом по Самаре»

Основные объекты	Дополнительные объекты
Памятник «Дядя Степа»	Музей Эльдара Рязанова
Пешеходная улица Ленинградская	Художественный музей
Музей-усадьба А.Н. Толстого	Дом Малинева и дом Васильевых
Церковь сердца Иисуса	Державная церковь
Дом А.П. Курлиной	Памятник «Борцам за установление Советской власти в Самаре “Красное Знамя”»
Площадь Куйбышева и театр оперы и балета	Архиерейский дом
Площадь Славы, монумент Славы, стена Славы	Академия строительства и архитектуры
Набережная реки Волга	Мемориальная композиция В. Грушину
Памятник Г. Засекину	Здание Правительства Самарской области
	Скульптура «Водная лыжница»

Так же экскурсия будет интересна разным категориям участников, так как она содержит объекты современного искусства, исторические, архитектурные, а также в конце маршрута открывается красивый панорамный вид на реку Волгу и набережную, где можно сделать красивые и запоминающиеся фотографии.

Выводы. В ходе проведенного исследования нам удалось разработать маршрут беговой экскурсии «Бегом по Самаре» с использованием аудиогuida, включающий в себя различные достопримечательности исторического центра города, включая памятники, скульптуры, объекты архитектуры, современные объекты, а также панорамный вид, открывающийся на Волгу под конец маршрута. Данная экскурсия будет интересна различным возрастным группам, людям, ведущим активный образ жизни, начинающим заниматься физическими упражнениями и др. Беговая экскурсия рассчитана как на гостей города, так и на местное население Самары, кто хочет разнообразить свое свободное время и досуг.

Список литературы

1. Кульков, Д. Е. Самара. Путеводитель с детальной картой внутри / Д. Е. Кульков. – Москва : Эксмо. – 128 с.

ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПОХОДА ВЫХОДНОГО ДНЯ ДЛЯ СЛАБОСЛЫШАЩИХ ДЕТЕЙ СРЕДНЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

*Халтурина Е.Н., студент 7271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Агеева Г.Ф.*

Актуальность. «Доступный туризм» становится все более востребованным среди лиц с ОВЗ [3,4]. В настоящий момент доля лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, систематически занимающихся физической культурой и спортом, в общей численности указанной категории населения, не имеющего противопоказаний для занятий физической культурой и спортом, составляет 19.4 процента. Согласно Стратегии физической культуры и спорта в Российской Федерации, целевые показатели по привлечению лиц с ОВЗ и инвалидов к 2022 году должны вырасти до 22 процентов [1,2].

Цель исследования. Разработать технологию организации и проведения похода выходного дня для слабослышащих детей среднего школьного возраста.

Результаты исследования и их обсуждение. В процессе исследования, путем проведения анкетирования у слабослышащих детей среднего школьного возраста, были получены данные об их физической активности в неурочное время.



Рисунок 1 – Результаты тестирования физической активности слабослышащих детей среднего школьного возраста

Из Рисунка 1 мы видим, что 62% редко занимаются физической активностью, 28% – регулярно занимаются физической активностью, 10% утверждают, что вообще не занимаются физической культурой.

Таким образом, из 30 опрошенных, большинство (90%) ведут малоподвижный образ жизни, что отрицательно сказывается на физическом состоянии детей.

В ходе исследования мы провели повторное анкетирование у слабослышащих детей среднего школьного возраста в Казанской школе – интернате имени Е.Г. Ласточкиной для детей с ограниченными возможностями, с целью выявления потребности в организации похода выходного дня с элементами спортивно-оздоровительного туризма, в рамках повышения двигательной активности у детей.

Так, результаты анкетирования показали, что: 40% детей ходили в поход, 60% ни разу не были в походе. На вопрос, хотели бы вы сходить в поход выходного дня с элементами спортивно-оздоровительного туризма, были даны ответы, что 32% не хотят пойти в поход,

68% слабослышащих детей согласны сходить в поход с элементами спортивно-оздоровительного туризма.

В ходе полученных данных нами был разработан план похода выходного дня с элементами спортивно-оздоровительного туризма для слабослышащих детей среднего школьного возраста.

Технология похода выходного дня несет собой цель – повышение уровня физической активности среди слабослышащих детей среднего школьного возраста с помощью активных и обучающих средств спортивно-оздоровительного туризма.

Технология похода выходного дня для слабослышащих детей включает в себя:

- 1) Игры с элементами спортивного туризма;
- 2) Обучение вязки узлов;
- 3) Изучение видов костров;
- 4) Ориентирование на местности с помощью карты и компаса;
- 5) Правильная укладка рюкзака;
- 6) Надевание страховочной системы;
- 7) Прогулка на Голубом озере;
- 8) Установка бивуака.

Данный поход выходного дня будет проведен с помощью педагогов Казанской школы-интерната имени Е.Г. Ласточкиной для детей с ограниченными возможностями и родителями слабослышащих детей весной 2021 года.

Выводы

1. В результате анкетирования у слабослышащих детей, было выявлено, что большинство детей ведут малоподвижный образ жизни, что негативно сказывается на физическом состоянии детей.

2. Исходя из результатов, полученных при повторном анкетировании, было выявлено, что поход выходного дня с элементами спортивно-оздоровительного туризма будет востребованным для слабослышащих детей, как способ повышения физической активности у детей, так как 68% детей согласились принять участие в походе.

3. Разработана технология похода выходного дня с элементами спортивно-оздоровительного туризма для слабослышащих детей среднего школьного возраста.

Список литературы

1. Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года от 24 ноября 2020 года № 3081-р. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74866492/>

2. Агеева, Г.Ф. Психофизическое состояние детей дошкольного возраста в процессе освоения инновационной программы / Г.Ф. Агеева // Теория и практика физической культуры. – 2010. – № 6. – С. 92.

3. Боскис, Р. Ф. Глухие и слабослышащие дети. / Р. Ф. Боскис. – Москва : Академия, 2019. – 304 с.

4. Гудкова, Т. В. Современные пути интеграции людей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью в социальную жизнь / Т. В. Гудкова // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – 2016. – № 29. – С. 68-74.

ПОКАЗАТЕЛИ ЧАСТОТЫ СЕРДЕЧНЫХ СОКРАЩЕНИЙ ТУРИСТОВ ПЕРЕД ПРОХОЖДЕНИЕМ ВОДНОГО ПОХОДА

*Харина Т.С., студент 8271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.б.н., доцент Набиуллин Р.Р.*

Актуальность: несмотря на множество научных исследований в этой области, вопрос о физиологических изменениях в организме туристов перед походом и, тем более, возможности положительного влияния на них по-прежнему остается открытым. В настоящее время актуальным становится изучение особенности функционального состояния спортсменов-туристов на подготовительном периоде и во время прохождения маршрутов.

Цель исследования: изучить показатели частоты сердечных сокращений туристов в подготовительном периоде к водному походу.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, измерение.

Результаты исследования и их обсуждение. Нами был разработан водный маршрут, который проходит на юго-западе Республики Татарстан по реке Большой Черемшан. Маршрут будет начинаться от Старого Аделяково и продолжаться до Юган. Каждый день группа туристов будет проходить по 20-21 км. Километраж всего похода составляет 102 км. Относительную опасность данного маршрута могут составлять небольшие завалы – густо заросшие смешанным лесом берега, которые постоянно подмываются течением. На протяжении следования группы могут встретиться песчаные и каменистые мели, которые частично препятствуют прохождению судов на отдельных участках маршрута.

Функциональное состояние – разнообразные виды состояний человека, оказывающих благоприятное или отрицательное влияние на протекание трудовой деятельности. На основе исследований было доказано, что систематические занятия спортивно-оздоровительным туризмом улучшают функциональные резервы организма человека, это проявляется в развитии кардио-респираторной системы. Также повышают функциональные резервы важнейших систем организма: сердечно-сосудистой, дыхательной, мышечной и нервной [3].

Частота сердечных сокращений как показатель насосной функции сердца изменяется с возрастом, а также в условиях систематических мышечных тренировок [1].

Частота сердечных сокращений (ЧСС) отражает ритм сердца. ЧСС предлагаем определять путем измерения артериального пульса методом пальпации (ощупывание руками через кожу). Определять на лучевой, сонной или височной артериях. Частота пульса служит надежным показателем степени соответствия заданной нагрузки физическому состоянию человека [2].

Нами были изучены туристы в возрастном периоде от 20 до 60 лет, которые регулярно участвовали в водных походах в течение 7 лет. Всего было обследовано 12 человек. Измерения частоты сердечных сокращений проводились примерно в одно время суток. Показатели нами были определены с помощью электронного тонометра утром после подъема и вечером перед сном. Исследование проводилось в трех возрастных периодизациях (по В.В. Бунаку): юношеский, зрелый 2 период и пожилой 1 период.

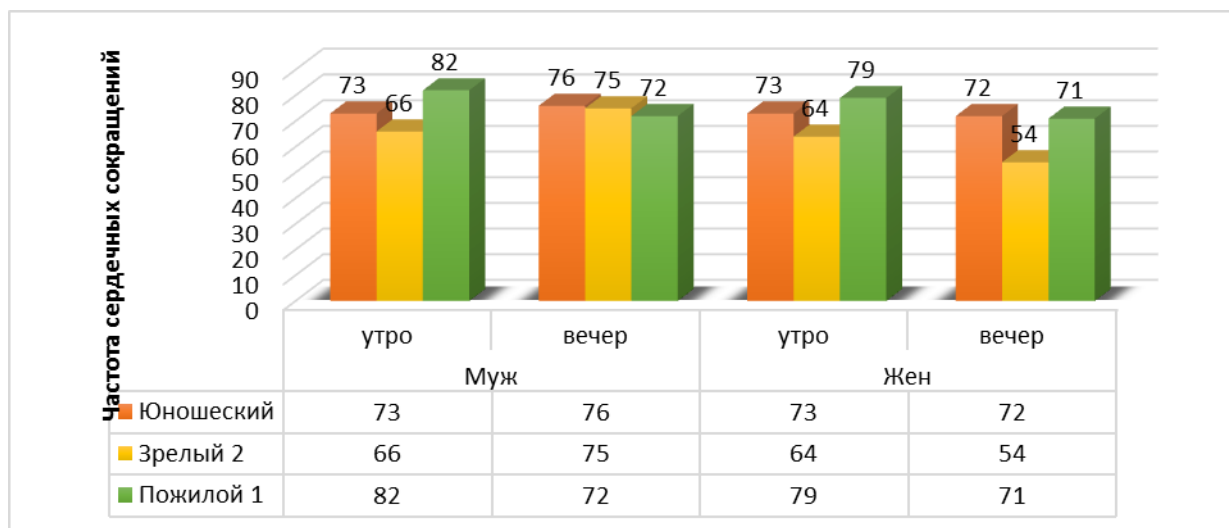


Рисунок 1 – Показатели частоты сердечных сокращений туристов утром и вечером в подготовительном периоде к водному походу

Результаты исследований у мужчин и женщин выявили, что в условиях подготовительного этапа к водному походу значительных изменений в показателях ЧСС не обнаружено (рис. 1). Такая динамика показателей может быть объяснена хорошей физической подготовкой туристов. У группы мужчин утром самый высокий показатель ЧСС отмечен в пожилом возрасте первого периода – 82 уд. / мин., а самый низкий у зрелого возраста 2 периода – 66 уд. / мин. У группы женщин утром самый высокий показатель ЧСС отмечен в пожилом возрасте первого периода – 79 уд. / мин., а самый низкий у зрелого возраста 2 периода – 64 уд. / мин. Вечером у мужчин самый высокий показатель ЧСС отмечен в юношеском возрасте – 76 уд. /мин., а самый низкий в пожилом возрасте – 72 уд. /мин. У группы женского пола вечером самый высокий показатель ЧСС отмечен в юношеском возрасте – 72 уд. /мин., а самый низкий в зрелом возрасте 2 периода – 54 уд. /мин. Средняя частота сердцебиений у представителей обоих полов в период подготовки к походу составила 72 уд. /мин.

Выводы. Таким образом, нами были получены показатели частоты сердечных сокращений у туристов в подготовительный период водного похода:

- 1) Самые высокие показатели в утреннее время у мужчин пожилого возраста 1 периода – 82 уд. / мин, а самые низкие у женщин зрелого возраста 2 периода – 64 уд. / мин.;
- 2) Самые высокие показатели в вечернее время у мужчин юношеского возраста – 76 уд. / мин, а самые низкие у женщин зрелого возраста 2 периода – 54 уд. / мин.

Список литературы

1. Набиуллин, Р. Р. Насосная функция сердца у спортсменов-туристов при выполнении мышечной нагрузки / Р. Р. Набиуллин, Р. А. Абзалов, И. Г. Хурамшин, А. И. Зиятдинова // Физиология человека. – 2008. – Т. 34, № 3. – С. 129-132.
2. Попова, Т. В. Влияние занятий водным туризмом на психофизическое состояние организма / Т. В. Попова, А. В. Савиновская // Человек. Спорт. Медицина. – 2017. – Т. 17, № 3. – С. 18–24.
3. Селуянов, В. Н. Биологические основы оздоровительного туризма / В. Н. Селуянов, А. А. Федякин. – Москва : СпортАкадем Пресс, 2000. – 144 с.

СИСТЕМА КРИТЕРИЕВ ПОИСКА СПИКЕРА В РАМКАХ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО МЕРОПРИЯТИЯ ШОУ «HELLO ТУРИСТ»

Царева М.И., студент 9271 гр.

Поволжский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия

Научный руководитель – ст. преподаватель Александрова О.В.

Актуальность. В соответствии со стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года среди важных социальных следствий развития туризма для населения наибольшее значение имеют оздоровление, рост продолжительности жизни, укрепление института семьи, интеллектуальное, духовное, творческое развитие, патриотическое воспитание за счет развития детского и юношеского туризма, социальная адаптация и формирование уважения к культурному и религиозному многообразию Российской Федерации [2]. В рамках данной цели мощную информационную поддержку оказывают познавательные мероприятия туристской направленности. Одним из таких мероприятий выступает шоу «Hello турист». Одним из важных компонентов данного шоу является спикер, ведь именно на него возложена задача повысить интерес слушателей к рассматриваемым вопросам. Еще несколько лет назад можно было пригласить на мероприятие более или менее известного эксперта и легко привлечь аудиторию. На сегодняшний день ежемесячно проводится множество форумов и конференций, популярные спикеры уже мало кого удивят, а слушатели, особенно студенты, более тщательно отбирают мероприятия для посещения. Критерий выбора, как правило, один – потенциальная польза, которую получит слушатель. «Hello турист» – познавательное мероприятие в сфере спортивно-оздоровительного туризма, целью которого является популяризация всех видов туризма, в том числе спортивно-оздоровительного. Уникальность и в то же время сложность поиска спикера на «Hello турист» состоит в том, что это мероприятие не просто развлекательное, а познавательное, несет идеи здорового образа жизни, новые знания в сфере интересов слушателя и в то же время повышает их мотивацию, привлекает в свои ряды.

Цель исследования: разработать систему критериев поиска спикера в рамках познавательного мероприятия Шоу «Hello турист» для эффективного проведения мероприятия.

Результаты исследования и их обсуждение. В настоящее время информационных технологий довольно сложно привлечь студентов на познавательные мероприятия, чтобы дать им новые знания, дать почву для размышления, привить идеи здорового образа жизни. Именно поэтому перед нами стал вопрос как привлечь больше слушателей на шоу «Hello турист», учитывая то, что данное мероприятие уже стало традиционным и проходило несколько раз.

Подбирать спикеров нужно тщательно и внимательно. Спикер может заечь аудиторию, а может превратить доклад в скучную лекцию. Найти хорошего спикера на мероприятие сегодня не так-то просто. Аппетиты публики растут, а значит, одной только харизмой, презентабельностью, красноречием и талантом хорошего рассказчика сейчас не обойтись. Участники мероприятия всегда ждут от нее чего-то большего, чем просто лекция. Сегодня спикер должен быть и талантливым оратором, и шоуменом, и экспертом.

Важно помнить и о трех современных трендах в этом деле. Выступление спикера должно быть технологичным (использование современной техники должно помогать проведению мероприятия), во-вторых, интерактивным (участники лично должны быть вовлечены в происходящее). И наконец, не стоит забывать о такой важной составляющей современной жизни, как социальные сети. Спикер и то, чем он занимается, должны быть представлены в них [1].

Проанализировав интернет-источники и литературу, мы составили перечень критериев отбора спикера на мероприятие «Hello турист». Для систематизации и удобства отбора организаторами шоу, данные критерии мы объединили в таблицу (Таблица 1). В

левой части перечислены критерии, в правой части – два столбца, где можно отметить наличие либо отсутствие критерия.

Таблица 1

	Критерий	Да	Нет
1.	Активность в социальных сетях		
2.	Технический райдер		
3.	Умение понятно и интересно преподнести информацию, держать внимание публики		
4.	Эксперт в своем деле		
5.	Наличие сценария и видения своей роли в мероприятии		
6.	Наличие интереса к аудитории		
7.	Наличие авторских разработок (туров, программ, экскурсий)		

Благодаря социальным сетям, любое мероприятие становится отличным поводом для пиара самого спикера. Хороший спикер будет добровольно снабжать постами блоги, а соцсети сообщениями, фотографиями, видеороликами, в общем, любым контентом, который так или иначе связан с вашим мероприятием. Ведь он прекрасно понимает, что нужно не упустить возможность стать звездой мероприятия до, во время и после события.

Спикер заранее должен предупредить вас о тех требованиях, которые он предъявляет к технической стороне своего выступления. Ответственный человек в деталях поинтересуется, есть ли у организаторов проектор и вай-фай в зале, оборудование для воспроизведения аудио- и видеоматериалов, микрофоны и устройства для интерактивного голосования участников мероприятия. Он должен понимать, насколько сегодня важна визуальная составляющая его выступления, ее дизайн. А для того чтобы убедиться, что презентации вашего спикера соответствует современным требованиям.

Анализ части критериев возможен только после знакомства с будущим оратором и просмотра видеофрагментов ранее проведенных мероприятий. Так можно оценить умение работать с публикой, оценить обратную связь и т.д. Голосование или опросы должны быть обязательной частью мероприятия. Подобный интерактив не только вовлечет зрителей в презентацию, но и поможет лучше усвоить полученную ранее информацию. Такой вид взаимодействия с аудиторией непременно должен быть включен в программу хорошего спикера. Важное значение имеет опыт спикера, он должен быть экспертом в своей области.

Выводы. Очень сложно найти спикера, знающего и любящего свое дело, и при этом доносящего это другим участникам мероприятия. В данной работе, мы попытались упорядочить и уточнить критерии поиска спикера для эффективной подготовки познавательного мероприятия. Использование данных критериев позволит произвести оценку и сравнить нескольких кандидатов, выявить слабые стороны при организации. Нельзя не отметить, что если спикер удовлетворяет всем критериям, указанным выше, не стоит списывать со счетов классический набор качеств хорошего оратора: харизму, презентабельность и красноречие. Только в сочетании можно получить не только отличного спикера, но и отличное мероприятие, которое всем запомнится. В дальнейшем планируется провести несколько мероприятий с использованием данных критериев и, получив обратную связь от аудитории, оценить насколько данная система отбора эффективна

Список литературы

1. 10 признаков хорошего спикера для мероприятия. – URL: <http://trendingclub.by/10-priznakov-horoshego-spikera-dlya-meropriyatiya/>: (дата обращения: 28.03.2021).
2. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: [Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-п]. – URL: [//sudact.ru/law/rasporiazhenie-pravitelstva-rf-ot-20092019-n-2129-r/strategiia-razvitiia-turizma-v-rossiiskoi/](http://sudact.ru/law/rasporiazhenie-pravitelstva-rf-ot-20092019-n-2129-r/strategiia-razvitiia-turizma-v-rossiiskoi/): (дата обращения: 28.03.2021). – Режим доступа: свободный.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО РАБОТОДАТЕЛЯ, ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ И СТУДЕНТА НА ЭТАПЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ

*Шакирова А.Ф., студент 7271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.б.н., доцент Набиуллин Р.Р.*

На сегодняшний день одной из социально-экономических проблем, связанных с вопросом занятости населения, является рост безработицы для молодых специалистов, окончивших высшие и средние учебные заведения. Отсутствие опыта, требуемых навыков и знаний, на взгляд работодателей, делают выпускника слабо защищенным в этом отношении.

Причина высокой безработицы среди молодежи выражается в ее неподготовленности к новым экономическим отношениям, в несоответствии профессиональной подготовки потребностям рынка труда, в недостаточной мотивации к труду. Рыночные механизмы регулирования занятости не заработали, базы вакансий в сети Интернет еще только формируются, так что обеспечить массовое трудоустройство выпускников по всей территории России пока затруднительно. К тому же базы данных по трудоустройству выпускников – задача учреждений профессионального образования работодателям, мягко говоря, далеки от совершенства [2].

После вручения диплома связь с учреждением профессионального образования и выпускником обрываются. И работодатели не ждут, либо без инициативы выпускника не могут с ним выйти на связь.

Цель: изучить опции системы единого поля взаимодействия молодых специалистов и потенциальных работодателей, а также возможность установления эффективной коммуникации между работодателями и студентами области физической культуры, спорта и туризма.

Учение о трудоустройстве дипломированных специалистов раскрыто в трудах следующих авторов: Илясов Е. (2005), Мисиченко Н. Ю. (2010), Лобанова Е. Э. (2011), Яруллина Л. Р. (2015), Мисиченко Н. Ю. (2010).

На основе анализа исследований вышеупомянутых авторов были выявлены следующие результаты исследований по данной работе:

- в 2001 году был создан центр содействия занятости учащейся молодежи ЦСЗУМ в качестве структурного подразделения ВГЛТА. В 2013 году ЦСЗУМ был переименован в Центр содействия трудоустройству выпускников (ЦСТВ), который работает над тем, чтобы обеспечить учащимся в вузе хороший карьерный старт и профессиональные перспективы на рынке труда.

- в 2020 году при поддержке Министерства молодежи РТ был запущен проект «Работа молодым», который направлен на помощь молодым людям в поиске работы и построении успешной карьеры.

Чтобы добиться результата двухстороннего диалогового взаимодействия будущего специалиста с потенциальным работодателем с целью установления эффективной коммуникации для дальнейшего трудоустройства дипломированного специалиста нужно создать интерактивную карту (веб-портал), который поможет отслеживать результаты внеучебной деятельности студента во время обучения.

Основные опции, которые будут включены в интерактивную карту:

1. Техническое и психологическое тестирование.
2. База данных учебных, практических и персональных достижений.
3. Сортировка студентов по направлениям и специальностям.
4. Рейтинг студентов.
5. Календарный план мероприятий от организаций.
6. Отслеживание цифровых следов активности студентов.

7. Онлайн просмотр защиты дипломов (при согласии сторон).
8. Платформа практических заданий от организаций (потенциальных работодателей).
9. Пробные собеседования с работодателями.
10. Возможность онлайн просмотра мероприятий.

Описание системы: интерактивная карта будет в виде сайта, работа будет осуществляться в трех режимах: гость, клиент, администратор. В дальнейшем по запросу перейдет на мобильное приложение.

Главная страница системы: поисковик по подбору кадров, новостная лента по итогам работы портала, создание / вход в личный кабинет.

Дополнительные настройки: возможность настройки критерий поиска для получения подробной информации о соискателе, обновление статуса работодателя (активный/пассивный), просмотр рейтинга студентов и учебных учреждений.

Таким образом, интерактивная карта может устранить проблемы регулирования занятости, поможет решить задачу учебного заведения по трудоустройству, а также даст возможность установить связь с потенциальным работодателем.

Список литературы

1. Борисова, А. А. Механизм регулирования профильной занятости выпускников вузов / А. А. Борисова / Современная наука. – 2016. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizm-regulirovaniya-profilnoy-zanyatosti-vypusknikov-vuzov> (дата обращения: 27.03.2020).

2. Илясов, Е. Трудоустройство выпускников задача учреждений профессионального образования / Е. Илясов // Высшее образование в России. – 2004. – № 2. -URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/trudoustroystvo-vypusknikov-zadacha-uchrezhdeniy-professionalnogo-obrazovaniya> (дата обращения: 05.03.2021).

3. Илясов, Е. П. Информационная модель взаимодействия вузов с предприятиями и организациями по вопросам подготовки специалистов / Е. П. Илясов / Наука и школа. – 2010. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-model-vzaimodeystviya-vuzov-s-predpriyatiyami-i-organizatsiyami-po-voprosam-podgotovki-spetsialistov> (дата обращения: 28.03.2020).

4. Карпушина, Д. Д. Интерактивная карта как визуальная информационная система предоставления информации / Д. Д. Карпушина // Информационные технологии в науке и производстве : материалы IV Всерос. молодеж. науч.-техн. конф., 8-9 февр. 2017 г. – Омск, 2017. – С. 102-107.

МОНИТОРИНГ ВНЕУЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ УЧЕБНОЙ ГРУППЫ 9271 НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 49.03.03 «РЕКРЕАЦИЯ И СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ»

*Шакирова А.Ф., студент 7271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, Казань, Россия
Научный руководитель – к.б.н, доцент Набиуллин Р.Р.*

Высшее образование за последние десятилетия претерпело существенные изменения. В частности, выросла часть дополнительных услуг, предоставляемых учебным заведением. Произошел переход на двухуровневую систему образования: бакалавриат и магистратуру. Студенты, занимающиеся научной деятельностью, получили возможность продолжить образование в аспирантуре и докторантуре [2].

Соответственно растет и количество исследований, направленных на выявление восприятия учащимися вузов предоставляемых им услуг, ожиданий студентов от высших учебных заведений, их потребностей. При этом немаловажной составляющей является внеучебная деятельность студентов, возможность развиваться в разных направлениях, участвовать в конкурсах, мероприятиях, соревнованиях, своевременно узнавать о них и т. д.

Цель исследования: изучить характер внеучебных мероприятий в рамках формирования компетенций бакалавров направления подготовки 49.03.03 «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм».

Оценить личностные достижения – результаты внеучебной деятельности, на наш взгляд, можно, используя две группы критериев: внешние (количественные) – победы в конкурсах, соревнованиях, рост количества студенческих объединений, увеличение количества участников проектов; внутренние (личностные) – сформированность компетенций.

Личностные достижения во внеучебной деятельности необходимо фиксировать и учитывать при проведении мониторинга сформированности компетенций на всех этапах обучения студентов [1]. Оптимальное сочетание количественных и качественных методов в диагностике внеучебной деятельности позволяет получить максимально объективный результат.

Наша разработанная система мониторинга отвечает за обе группы критериев.

Во-первых, это внешние (количественные) – например, 2 место по СТ «Залинг», Призер Всероссийского конкурса студент-исследователь и тд.

Во-вторых, это внутренние (личностные) – как мы уже выше упомянули о том, что на основе участия и организации мероприятий формируются ОПК (общепрофессиональные компетенции).

Анализ рекреационных мероприятий показал количественный результат деятельности студентов в течение одного учебного года, как показано на Рисунке 1. Большое количество мероприятий отведено на спортивную деятельность (53 мероприятий), это обосновано тем, что вуз специализируется на область физической культуры и спорта.

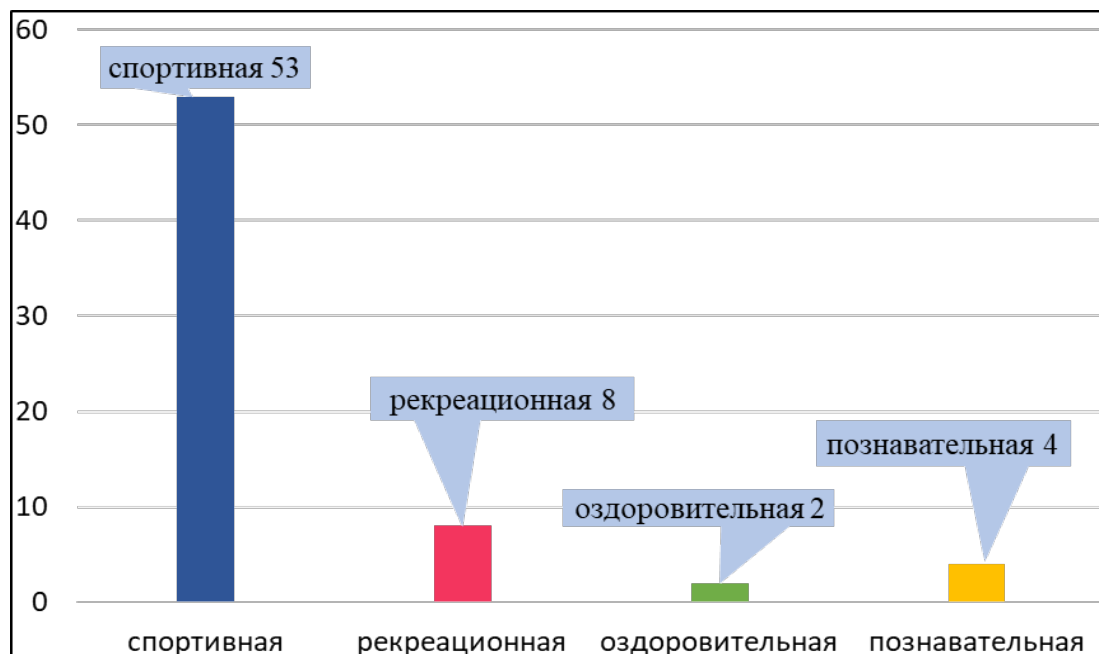


Рисунок 1 – Показатели количества мероприятий разного характера с участием студентов группы 9271 в первой половине 2019-2020 учебного года

Незначительное количество занимают мероприятия оздоровительной деятельности, всего лишь 2 мероприятия, рекреационная деятельность 8 мероприятий, познавательная деятельность 4 мероприятий в общем количестве.

Из этого следует, что нужно увеличить организацию мероприятий познавательного и оздоровительного направлений.

Количественные показатели участия студентов на мероприятиях в разных статусах представлены в Таблице 1. В качестве спортсмена студенты участвовали на 44 спортивно-массовых мероприятиях. Студенты стали участникам 13 познавательных мероприятий. В 5 мероприятиях рекреационного, спортивного и оздоровительного характера студенты группы 9271 участвовали в статусе волонтера. Лишь в трех физкультурно-спортивных мероприятиях студенты участвовали в качестве судьи.

Таблица 1 – Показатели количества мероприятий с участием студентов группы 9271 направления подготовки «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» в разных статусах в период с сентября по декабрь 2019 года

Характер мероприятий	Компетенции	Количество участников
Спортсмены на спортивно-массовых мероприятиях	УК-7	44
Участники на познавательных мероприятиях	ОПК-1, ОПК-11, ОПК – 13	13
Волонтеры на рекреационных, спортивных и оздоровительных мероприятиях	ОПК-13	5
Судьи на физкультурно-спортивных мероприятиях	ОПК-13	3

Из этого анализа следует, что студенты больше участвовали на рекреационных мероприятиях в качестве спортсмена, в меньшей степени в качестве организаторов спортивно-массовых мероприятиях и в качестве судьи на физкультурно-спортивных мероприятиях. И соответственно преобладает формирование компетенций: УК-7, ОПК-13, по сравнению с компетенциями ОПК-1, ОПК-11.

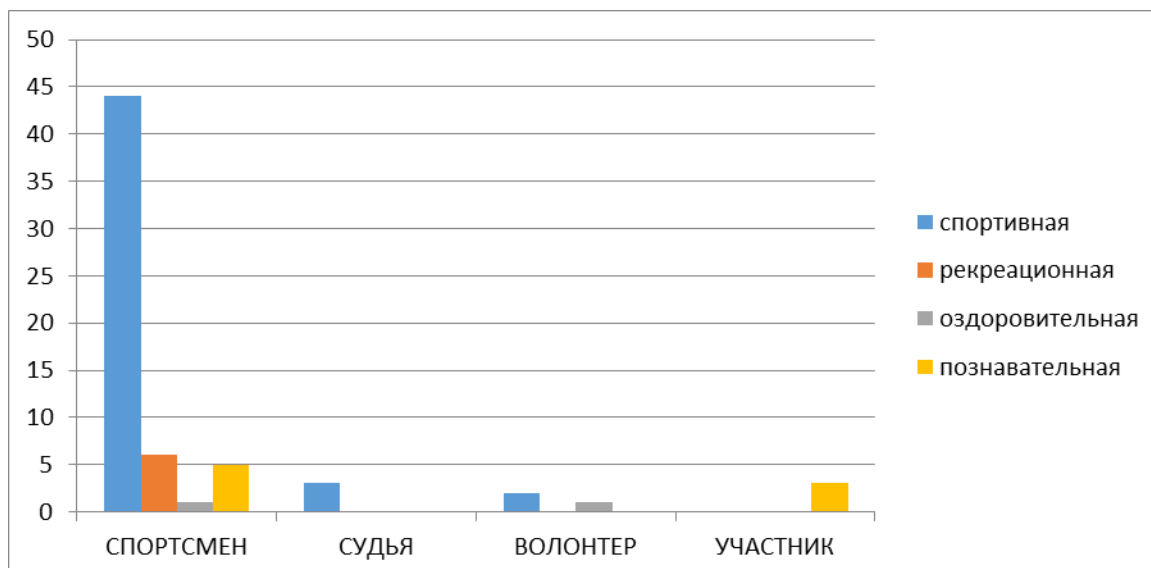


Рисунок 2 – Общее количество мероприятий с характером участия

Следовательно, для формирования всесторонних компетенций будущего бакалавра в области спортивно-оздоровительного туризма, необходимо в рамках самостоятельной работы и организации внеучебной деятельности включить больше мероприятий с участием студентов в качестве судьи и волонтера.

Таким образом, проведенный нами мониторинг позволяет утверждать, что система классификации внеучебной деятельности студентов в группе 9271 дополняет учебную деятельность студента, мотивирует их к участию. А также в ходе участия и организации спортивных мероприятий в большей степени преобладает формирование компетенций УК-7, ОПК-13, чем компетенции ОПК-11, ОПК-1.

Список литературы

1. Ахметжанова, Г. В. К вопросу о методах оценивания личностных достижений во внеучебной деятельности студентов образовательных организаций / Г. В. Ахметжанова, Д. А. Писаренко // БГЖ. – 2017. – № 3 (20). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-metodah-otsenivaniya-lichnostnyh-dostizheniy-vo-vneuchebnoy-deyatelnosti-studentov-obrazovatelnyh-organizatsiy> (дата обращения: 05.02.2021).
2. Курочка, В. С. Совершенствование системы образования в России в современных условиях // МНИЖ. – 2019. – № 11-2 (89). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-sistemy-obrazovaniya-v-rossii-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения: 05.02.2021).
3. Морозов, А. А. Учебно-тренировочные походы для студентов направления подготовки «рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» / А. А. Морозов, Р. Р. Набиуллин // В сборнике: Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма : сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции ; под общей редакцией Г.Н. Голубевой, 2018. – С. 368-370.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПОХОДА ВЫХОДНОГО ДНЯ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ В САБИНСКОМ РАЙОНЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

*Шигабиева Р.Р., студент 8271 гр.
Поволжская государственная университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Евграфов И.Е.*

Актуальность. Сабинский район обладает значительными туристскими ресурсами, в плане наличия экскурсионных и исторических объектов. На территории района сохранились множество памятников сельской татарской архитектуры. Необходимо отметить, что значительная их часть была частично или полностью утеряна. Таким образом, анализ историко-культурного и природного потенциала района позволит выявить экскурсионно-туристические ресурсы данной территории.

Актуальность разработки похода выходного дня обусловлена отсутствием современных, актуальных и специально разработанных маршрутов по территории Сабинского региона, направленных на привлечение в район туристов.

Цель исследования: организовать и провести поход выходного дня для школьников в Сабинском районе Республики Татарстан.

Результаты исследования. 25 февраля 2021 года в рамках практики был проведен поход выходного дня по историко-культурным и природным объектам Сабинского района Республики Татарстан.

Порядок проведение похода выходного дня:

Поход начинается с собрание группы около школы и объяснение техники безопасности, так же во время проведения мероприятия учащиеся должны будут соблюдать правила, озвученные проводящим.

В период прохождения экскурсии будут несколько остановок. В каждой остановке проводящий рассказывает о местности, либо о памятнике и истории этого здания. Участники могут задавать вопросы по этим местам.

1 остановка: Библиотека.

2 остановка: Мечеть.

3 остановка: Различные памятники (вечный огонь).

4 остановка: Набережная (лес, мост и различные сооружения).

5 остановка: Сооружение (Моллюск).

Также в каждой остановке группа будет заходить согреться в ближайшее здание. В последней остановке внутри здания проводится викторина, чтобы проверить и закрепить полученные знания. Поделить детей на 2 команды и задавать вопросы по тексту экскурсии.

В ходе похода выходного были проведены различные игры для детей. Расстояние маршрута: 4-5 км. Участники похода выходного дня: школьники первых классов МБУ ДО «ЦДТ Сабинского муниципального района РТ», в количестве 10 человек.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки похода выходного дня

Преимущества	Недостатки
Множество новых впечатлений за короткий промежуток времени	Постоянный контроль за детьми
Развитие силы воли и стрессоустойчивости	Влияние погоды
Получение новых знаний	
Отвлечение детей от гаджетов	
Воссоединение с природой	
Навыки выживания	

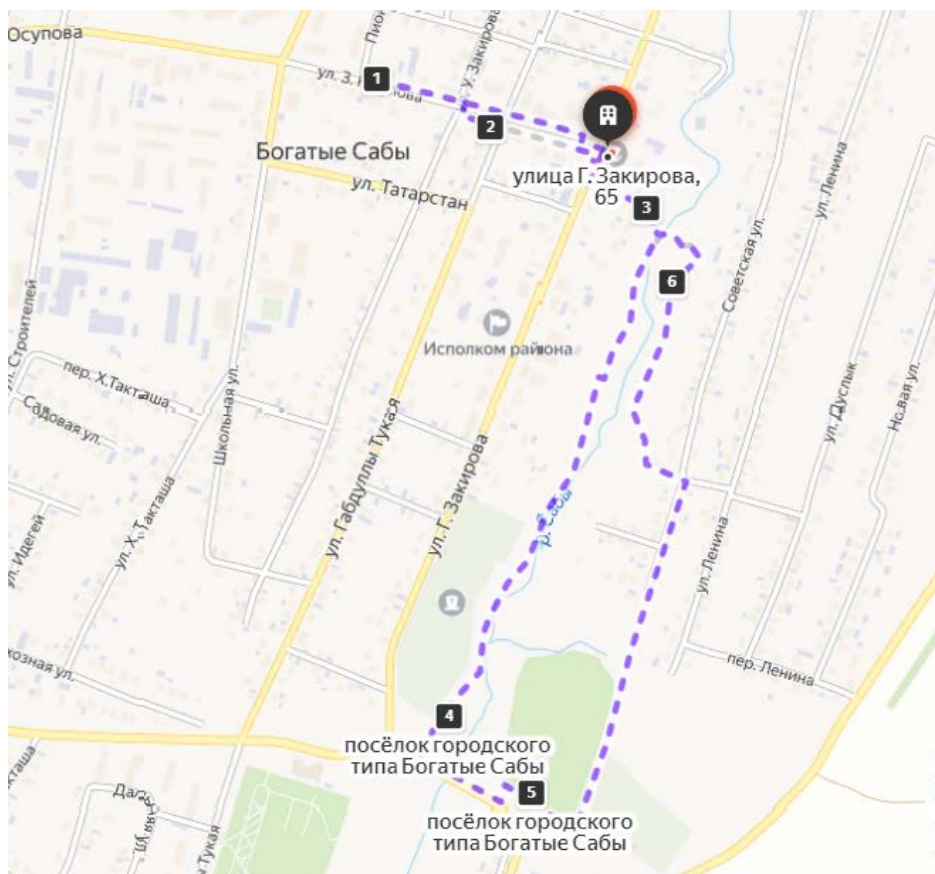


Рисунок 1 – Схема маршрута похода выходного дня

Выводы. Проведение походов выходного дня имеет очень глубокие воспитательные идеи: формирование у участников патриотизма и любви к Родине, привитие навыков гуманного, бережного отношения к природе и памятникам истории и культуры, развитие самостоятельности, коллективного взаимодействия и чувства команды, расширение кругозора, и надеемся, что нам удалось воспитать у детей эти качества во время похода.

Список литературы

1. Попчиковский, В. Ю. Организация и проведение туристских походов : учебное пособие / В. Ю. Попчиковский. – Москва : Профиздат, 2011. – С.224.

Секция 15

СЕРВИС КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ
ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ «МИРАЖ»)

*Алимова Д.Р., студент группы 7341
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Пережогова О.Н.*

Актуальность. На фоне быстроразвивающихся инновационных способов в последнее время становится популярным движение экологических гостиничных предприятий. Данный фактор обуславливается тем, что на сегодняшний день актуальность в сохранении, сбережении природных ресурсов, а также проведении времени на природе возрастает. Актуальность данной темы заключается также в том, что наблюдается тенденция роста популяризации экологически чистых гостиничных предприятий [1]. Внедрение экологических технологий для отелей – это не только попытка удовлетворить потребности гостя, но и способ сокращения расходов на коммунальные услуги и клининг, а также улучшение имиджа.

Цель работы. Разработать мероприятия по внедрению экологических технологий в деятельность гостиничного предприятия.

Задачи работы:

1. Изучение специфики экологических технологий в гостиничной деятельности.
2. Анализ применяемых экологических технологий и предпосылки их внедрения в гостиничном предприятии «Мираж».
3. Разработка рекомендаций по внедрению экологических технологий в гостиничное предприятие «Мираж».

Объект исследования. Гостиничное предприятие «Мираж», расположенное в городе Казани Республики Татарстан.

Предмет исследования. Экологические технологии как фактор развития гостиничного предприятия.

Результаты исследования и их обсуждение. Предприятия сферы гостеприимства начали принимать активное участие в процессах по сохранению окружающей среды, опираясь на такое понятие как «экологический менеджмент», который подразумевает «совокупность принципов, форм, методов, приемов и средств управления производством и персоналом с целью достижения экономической эффективности производства и экологической целостности в контексте требований устойчивого развития».

Гостинично-ресторанный комплекс «Мираж» располагается в 5-ти этажном здании, номерной фонд составляет 109 номеров разных категорий. Отель имеет высокий рейтинг в системах онлайн-бронирования. Так, например, на букинге, рейтинг равен 9,0 (Превосходно) на основании анализа 2 094 отзывов[4]. К дополнительным услугам гостиницы «Мираж» относят наличие фитнес-центра, бассейна, сауны и массажных процедурных кабинетов, а также гостям предлагается отдых в ресторане Milli, ресторане Pivovar, а также в Караоке-клубе Joker [3].

Анализ используемых экологических технологий в деятельности объекта исследования показал, что на предприятие ведет экологическую политику в части переориентации используемых средств бытовой химии, но мало внимания уделяет экологизации предметов гостеприимства. В частности, для уборки номерного фонда и общественных помещений используются чистящие средства, которые прошли экологическую сертификацию, такие как EcoLab [5], Ника, Diversey. Однако, стоит отметить, что косметические средства (шампуни, гели для душа и мыло) не являются экологически сертифицированными продуктами.

Большое внимание в гостинице «Мираж» уделяется энергосберегающим технологиям. В каждом номере находятся холодильники единой марки – Supra. Класс энергопотребления –

А+. Это говорит о том, что расход электроэнергии составляет 0,15-0,17 кВтч/кг – на минимальном уровне. Каждый из номеров, а также служебные комнаты оснащены карточными выключателями, т.к., выходя из номера, оставлять включенными многие электроприборы невыгодно из-за повышенного расхода электричества. Используя ключ-карты для активации и прекращения электроснабжения точек питания в номерах, «дисциплинирует» гостей и персонал гостиницы, способствуя наилучшему снижению энергозатрат.

Еще одним фактором, способствующим снижению расходов электроэнергии, является цветовая гамма гостиницы – желто-бело-серая. Данные цвета выбраны также неслучайно. Окрашенные в светлые тона стены в холле, коридоре и номерах позволяют экономить на потреблении искусственного света.

В рамках политики по охране окружающей среды в гостиничном комплексе «Мираж» производится сортировка мусора. Главным преимуществом сортировки бытовых отходов является устранение экологически опасных ситуаций, причиной которых являются крупные свалки.

Несмотря на наличие отдельных элементов экологического менеджмента, предприятие не в полной мере использует потенциал энергосберегающих технологий. Кроме того, остаются без внимания вопросы водосбережения.

Для того, чтобы снизить энергопотребление в отеле, предложено заменить лампы накаливания на светодиодные (LED), так как на сегодняшний день гостиница их практически не использует. Энергосберегающие лампы будут установлены в 109 номерах, администраторской и горничной, фитнес-центре, бассейне, сауне, в 2-х ресторанах, а также возле ресепшен. Преимуществами энергосберегающих ламп являются:

- высокая световая отдача: большая часть потребляемой электроэнергии превращается в свет, за счет чего и происходит экономия;
- длительный срок службы: промежуток срока службы – от 6 тыс. до 15 тыс. часов;
- стойкость к механическим повреждениям и вибрациям;
- безопасность в эксплуатации: отсутствие вредных веществ в составе;
- равномерное и мягкое распределение света: считается, что распределение света таким образом снижает утомляемость человеческого глаза.

Для снижения энергопотребления гостиницу «Мираж» также следует оснастить датчиками движения для включения света в номерах, общественных и служебных помещениях. Датчик автоматического включения света будет экономить электроэнергию и избавит от необходимости пользоваться выключателем, что является их преимуществом, так как гости могут заходить и выходить из номера в темное время суток.

Следующей эко-технологией, которую предложено внедрить в деятельность объекта исследования, является использование специальных водосберегающих насадок на душ и аэраторов, которые выступают в качестве регулятора расхода воды. Преимуществами водосберегающих насадок является:

- сокращение расходов воды в душе;
- возможность установки фиксированного напора воды, несмотря на изменяющееся давление в водопроводной сети;
- обеспечение постоянного потока воды без брызг и гидроударов;
- снижение шума воды в смесителях;
- уменьшение нагрузки на системы фильтрации;
- снижение опасности засорения, т.к. поток воды движется сквозь отверстие с постоянно изменяющимся размером.

Следующим предложением внедрения экотехнологии связано с использованием косметических средств, имеющих «зеленую» сертификацию, а также установка дозаторов в ваннных комнатах номеров с целью экономии средств. Косметическая компания «Cosmi» производит гипоаллергенную, экологическую косметику, необходимую для гостиничных предприятий: шампуни, гели для душа и жидкое мыло.

Предварительные расчеты по предлагаемому проекту показали, что первоначальные затраты на закупку/внедрение вышеописанных эко-технологий в гостиничное предприятие «Мираж» составит 241 685 рублей (без учета затрат, связанных установкой предлагаемых позиций, а также затрат на энерго- и водоснабжение).

Выводы. Предложенные в рамках разработанных рекомендаций мероприятия направлены на экономию водопотребления, энергопотребления и использование экологически чистых косметических средств. Такие технологии способны привлечь новые целевые сегменты гостей, улучшить имидж и репутацию гостиничного предприятия. Разработанные мероприятия направлены на снижение негативного воздействия на окружающую среду, а также снижение затрат на используемые ресурсы и закупки в будущем.

Список литературы

1. Пережогина, О. Н. Экологические средства размещения как фактор устойчивого развития туристских территорий (на примере гостиничного рынка г. Казани) / О. Н. Пережогина, Д. И. Прокопьева // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2017. – Т.11, № 1. – С. 82–88.
2. Суюнов, Р. Технологические инновации, направленные на сохранение экологической среды в гостиничном хозяйстве / Р. Суюнов, М.Х.К. Гадоева // Economics – 2019. – № 4 (42). – С. 27.
3. Гостиница «Мираж», официальный сайт – К., 2006-2021 гг. // <https://www.mirage-hotel.ru/> (дата обращения: 24.03.2021).
4. Система интернет-бронирования отелей «Booking.com», официальный сайт – А., 1996-2021 гг. // <https://www.booking.com> (дата обращения: 01.04.2021).
5. Экологичная продукция EcoLab, официальный сайт – М., 2004-2021 гг. // <http://www.ecolab-service.ru> (дата обращения: 10.03.2021).

ОБ ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Артамонова Д.В., студент 8321 гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доц. Петрик Л.С.*

Актуальность. Индустрия туризма настолько разнообразна и многогранна, что требует использования различных информационных технологий, от разработки специализированных программных инструментов, автоматизирующих работу отдельного туристического агентства или отеля до использования глобальных туристических сетей, компьютеров.

Специфика технологии разработки и коммерциализации туристического продукта требует систем, которые в кратчайшие сроки предоставляют информацию о наличии транспортных средств и возможностях размещения туристов, гарантируют оперативность при бронировании и резервировании мест и решений, и автоматизировать дополнительные задачи при оказании туристических услуг [1]. Это возможно благодаря широкому использованию современных компьютерных технологий для обработки и передачи информации в сфере туризма.

Цель. Целью данной работы является исследование информационного обеспечения управленческой деятельности в организациях туристской индустрии.

Результаты исследования и их обсуждение. На рынке программного обеспечения существует несколько компьютерных систем, которые могут автоматизировать внутренние операции туристической организации. Как правило, эти системы позволяют вести справочные базы данных по клиентам, партнерам, отелям, транспорту, больницам, а также отслеживать туры и платежи, принимать заказы и работать с клиентами, формировать выходные документы и т.д. [2]. Все программные системы предполагают составление финансовой отчетности, а зачастую и импорт-экспорт данных в специализированных бухгалтерских программах, таких как 1С и др.

Программный комплекс Jask поддерживает все основные функции, характерные для агентских программ, включая ведение справочников и поиск необходимой информации по различным критериям, подготовку отчетов, статистику и учет. Главное меню программы содержит следующие пункты: клиенты, бронирование, бухгалтерия, статистика, справочные данные.

С помощью этой программы вы можете вести план счетов, журнал транзакций, кассовый журнал, делать записи (в том числе вручную) и проверять расходы и обязательства. Возможен экспорт данных в общеевропейские бухгалтерские программы Abacus, BMD, Taylorix и др. Планируется создание интерфейса с популярным российским комплексом «1С-Бухгалтерия».

Система «Континент-АНТ» предназначена для совместной работы туроператоров с собственной сетью туристических агентств в любой точке России. Помимо функций автоматического управления внутренними операциями туристической компании, система «Континент-АНТ» позволяет любому агенту получить максимально точную информацию для бронирования, сделать запрос и за считанные секунды увидеть ответ о ее реализации. Работа через систему Continent-ANT обеспечивает самые передовые технологии продаж, ускоряет обслуживание клиентов и снижает расходы на связь и офисные принадлежности.

Система «Континент-АНТ» проста в использовании и не требует специальной подготовки и технического оснащения. Для системы требуется обычный компьютер, модем и телефон.

Учитывая важную роль информационных технологий в работе турфирмы, турфирма «Библио-Глобус» уже использует следующие информационные технологии за весь период своего существования:

- персональные компьютеры;
- телефонные аппараты;
- интернет;
- сотовая связь;
- кассовый аппарат.

С помощью вышеперечисленных средств информационных технологий выполняются следующие задачи:

1. упрощение работы с документацией по средствам использования таких программ как Word, Excel, Power Point, Access;
2. бронирование туров;
3. получение доступа к каталогам и сайтам;
4. использование электронной почты;
5. проведение платежей через интернет;
6. использование программ-переводчиков;
7. использование сотовой связи для контактов с клиентами и партнерами;
8. прием платежей [3].

Преимущества, получаемые турфирмой «Библио-Глобус» от использования вышеперечисленных информационных технологий:

- ускорение рабочих процессов;
- снижение затрат;
- упрощение работы.

Проект информационного обеспечения управленческой деятельности в ООО «Библио Глобус».

В целях совершенствования информационного обеспечения управленческой деятельности в ООО «Библио Глобус» мы предлагаем размещать свои каталоги на модуле Go:Travel – самый проработанный на сегодня готовый сайт туристического агентства на Битрикс.

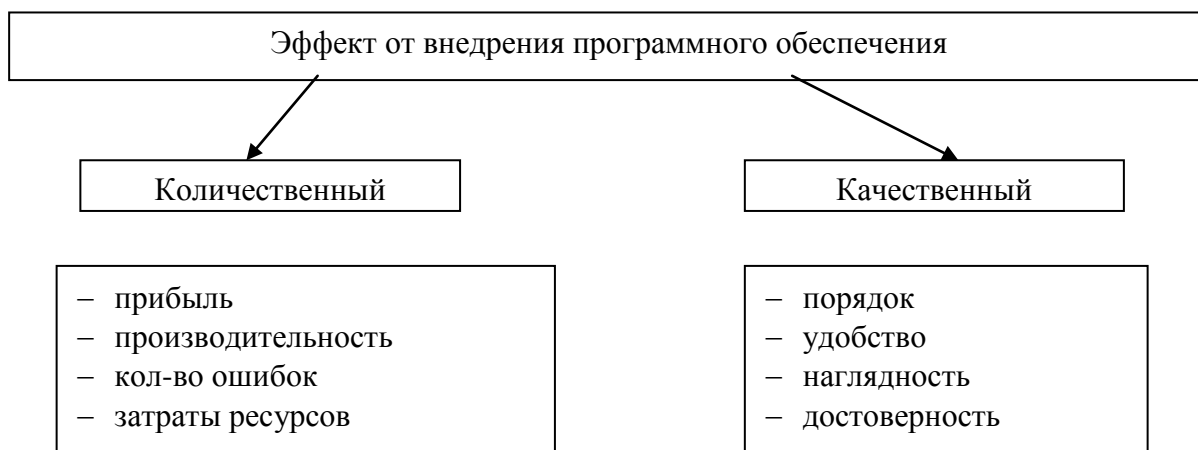


Рисунок 1 – Эффект от внедрения программного обеспечения 1С Туроператор

Преимущества решения:

- яркий дизайн и удобная навигация;
- 100% адаптивный: сайт отлично отображается как на компьютерах, так и на мобильных устройствах;
- встроенный модуль подбора туров от sletat.ru;
- горящие туры, туры по странам и популярным направлениям;
- расписание туров, способы размещения, программа тура и многое другое;
- возможность интеграции с сервисом подбора туров любого туроператора (API);
- встроенный виджет изменения внешнего вида: цветовая гамма, компоновка блоков на главной;

- быстрый запуск сайта менее, чем за 1 день;
- оптимизирован для SEO-продвижения: можно автоматически создавать уникальные title, description, keywords и т.д.

Таблица 2 – Время работника фирмы, затраченное на выполнение работы до автоматизации

Вид работ	Доля рабочего времени (часы/проценты)
Разработка нового направления (тура)	56/80
Работа с клиентами	
По телефону:	1.5/20
Личный контакт:	3/40
Работа с документами, формирование отчетности	4/50
Исправление ошибок, допущенных при основной работе	1/10
Поиск документов, необходимых данных	2.5/30

Изучим, какое время работник фирмы, затрачивает на выполнение работы с автоматизацией (см. Таблица 3).

Таким образом, с внедрением специализированного программного обеспечения, экономия времени составит 50 %. Что позволяет фирме сократить расходы предприятия, сократив одного сотрудника, без ущерба производительности.

Таблица 3 – Время работника фирмы, затраченное на выполнение работы с автоматизацией

Вид работ	Доля рабочего времени (часы/проценты)
Разработка нового направления (тура)	24/40
Работа с клиентами	
По телефону:	1/10
Личный контакт:	1.5/20
Работа с документами, формирование отчетности	2/25
Исправление ошибок, допущенных при основной работе	0.5/5
Поиск документов, необходимых данных	1/10

Выводы. После внедрения программного обеспечения функции менеджера будут автоматизированы, тем самым снизится время на выполнения его ежедневных обязанностей. За счет снижения времени обработки информации менеджер по планированию деятельности основное внимание будет уделять более качественному выполнению своих обязанностей. Кроме того, с автоматизацией процесса возможно увеличение обязанностей менеджера, что тем самым будет способствовать увеличению его заработной платы и косвенно скажется на прибыльности предприятия в целом.

Список литературы

1. Морозов, М. А. Информационные технологии в туризме / М. А. Морозов. // Экономика и жизнь – 2018. – № 3. – С 12-15.
2. Розанова, Л. Н. О проблеме оценивания социо-эколого-экономических систем в условиях размытости исходной информации в сфере услуг / Л. Н. Розанова, М. В. Веслогузова Л.С. Петрик, Ю. Т. Ибатуллова // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 7-4. – С. 838-842.
3. Шаховалов, Н. Н. Интернет-технологии в туризме : учебное пособие / Н. Н. Шаховалов; АлтГАКИ, кафедра информатики. – Барнаул : Изд-во АлтГАКИ, 2017. – 251 с.

О ТУРИСТСКИХ ИННОВАЦИЯХ КАК ДЕТЕРМИНАНТЕ РАЗВИТИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ТУРИСТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

*Булатова А.А., студент 8321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Петрик Л.С.*

Актуальность темы исследования. Туризм считается одним из самых быстрорастущих и перспективных секторов экономики. Туризм имеет одну из высших ценностей для экономики многих стран, Российская Федерация не исключение. Нынешние обстоятельства жесткой конкуренции на туристическом рынке, финансовой и политической нестабильности во многих сферах, быстро растущие потребности и запросы туристов указывают на необходимость перехода на инновационный способ развития туристической отрасли.

Развитие туристских инноваций в настоящее время становится важным фактором повышения конкурентоспособности туристских компаний. Что оказывает влияние на количество туристов и экономические показатели. Повышение туристской активности, в свою очередь, требует изменений в развитии туристских инноваций и повышения их качества. Это, соответственно, требует глубокого научного исследования, раскрытия закономерностей и выявления основных тенденций их развития как на туристском рынке в целом, так и на отдельных его составляющих. Развитие и формирование факторов производства в научных знаниях и образовании инновационного потенциала целевой аудитории имеет не малое значение, так как создает конкурентное преимущество для целевой аудитории.

Цель исследования: изучить туристские инновации, как направление развития стратегических возможностей организации.

Результаты исследования и их обсуждение. Инновация и инновационная работа как правило представлены как предназначение научно-технического прогресса, его высокотехнологичная составляющая, и как процесс, связанный с внедрением результатов исследований и разработок в практику. В общем, значение и содержание понятия «инновация» шире [1]. Район инноваций сложен, он охватывает не только лишь одно практическое внедрение научно-технических разработок и изобретений, но еще включает конфигурации в продукте, процессах, маркетинге и организации. Инновация выступает как момент изменений, как результат работы, воплощенный в новом или же улучшенном продукте, технологических процессах, новых услугах и современных подходах к удовлетворению социальных потребностей.

Ключевые функции инноваций:

1. Являются каналом воплощения в жизнь достижений человеческого интеллекта.
2. Расширяют круг производимых услуг и продукции. За счет чего улучшается их качество, растут потребности каждого человека, наращивается смысл жизни как отдельно взятого человека, так и общества в целом за счет контраста и качества производимых товаров и услуг, удовлетворяющих надобности населения
3. Дают возможность вовлекать в производство новые производительные силы. Помогают производить продукцию и услуги с меньшими затратами труда.
4. Концентрация инноваций в определенной сфере помогает привести структуру воспроизводства в соответствии со структурой изменившихся потребностей.

Изучение тенденций и закономерностей комплексного освоения инноваций, планирование положительных результатов и управление ими – сложная методологическая проблема в сфере туризма.

Инновации – это инструмент воплощения и применения достижений научной мысли [2]. С этой точки зрения туризм – исключительно обширное поле для инноваций,

поскольку это сложная межотраслевая социально-экономическая система. Туризм не только создает новый продукт или услугу, но и использует инновации, внедренные в других областях экономики. Например, разработки в области информационных технологий широко используются гостиничными компаниями, туристическими агентствами, транспортными компаниями. Создание туристического продукта, туристического сервиса, бронирование авиа и ж/д билетов – все эти процессы перешли на качественно новый уровень с внедрением последних разработок в области информационных технологий.

Выделим основные направления инновационной деятельности в сфере туризма:

1. внедрение новых туристских маршрутов, выпуск нового туристского и ресторанного продукта, предоставление новых гостиничных услуг и т.д.;
2. применение новой техники и технологий;
3. использование новых туристских ресурсов;
4. применение новых способов и методов организации бизнес-процесса;
5. открытие новых направлений и новых рынков сбыта и др.

Любая инновационная деятельность обладает своими специфическими особенностями и туристская отрасль в том числе. Это обусловлено спецификой услуг, предложения и спроса на них.

Особенности туристических услуг обязывают поставщиков туристических услуг искать новые средства привлечения потребителей. То есть развитие туристической отрасли неразрывно связано с непрерывным привлечением различного рода инноваций.

Одним из главных условий успешного развития туризма на всех уровнях является наличие системы, которая координирует работу участников процесса предоставления туристических услуг.

Специфические свойства потребителей туристических услуг включают восприимчивость спроса на этот вид услуг к различным внутренним и внешним факторам, таким как уровень дохода, уровень образования, реклама, мода, ценовые факторы и многие другие. Степень удовлетворенности предоставляемыми услугами субъективна и также зависит от различных внешних и внутренних факторов.

Качество управления инновационной деятельностью предприятия во многом влияет на его эффективность, предоставляет возможность снизить процент неэффективных или малоэффективных проектов, а также уменьшить возможные риски.

Инновационный процесс в сфере туризма получает свое признание благодаря рынку индустрии туризма и степени удовлетворенности клиентов. И в дополнение к этому, благодаря коллективной работе туристических предприятий, управляющих органов государственной власти, и общественных организаций, связанных с туризмом, а также через оценку отрасли местным населением. Взаимодействие всех элементов инновационного процесса приведет к значительному синергетическому эффекту, выражающегося в росте и развитии туристической индустрии.

Например, появления такого туристского понятия как «джайлоо-туризм» и «скансен» также в свое время было инновацией в туризме [3].

Появление новой программы электронного бронирования и планирования туров, позволило не только снизить стоимость коммуникаций, но и дало возможность всем участникам туристического рынка работать как единый механизм. Подобные программы позволяют агентству получать оперативную информацию и достоверные данные о ценах и количестве мест круглосуточно, следит за процессом выполнения заказа на всех этапах. Существует множество систем бронирования. Они отличаются друг от друга как по стоимости и спектру предлагаемых услуг. Например, самыми популярными программами в мире являются такие программы, как Galileo, Amadeus, Sabre, Worldspan и многие другие.

За счет снижения трудоемкости составления турпакета возможно снижение размера заработной платы и/или уменьшение штата сотрудников предприятия. Таким образом, внедрение и использование подобных программ электронного составления туров и бронирования дают возможность компании уменьшить затраты.

Применение данной технологии благотворно влияет на деятельность туристических компаний, а именно: увеличивают их конкурентоспособность, прибыльность (если фирма новая – увеличение рентабельности), число потребителей, комплектацию и компетенцию кадров, качество продукции или услуг.

Выводы. Современные условия нестабильности и жесткой конкуренции требуют от туристских организаций постоянной адаптации к быстро меняющимся условиям. Растущие требования и пожелания потребителей и насыщенность рынка ставят перед туристскими организациями необходимость постоянного поиска новых видов туристской продукции, открытия новых направлений и т.д. Следовательно, мы уверенно можем утверждать о необходимости внедрения инновационного пути развития туристской отрасли.

Список литературы

1. Богомолова, И. П. Инновационное развитие как эффективная стратегия организации / И. П. Богомолова, Е. И. Кривенко, Е. С. Стряпчих, Т. В. Шевалдова // Вестник ВГУИТ. – 2018 – Т. 80. – № 1. – С. 398.
2. Бызова, А. И. Инновации в туризме // Вестник евразийской науки. – № 2 (7). – 2011. – С. 33-37.
3. Петрик, Л. С., Кудрявцева П.А. Джайлоо-туризм как способ возрождения культуры народов Республики Марий Эл и возможность создания самобытного Марийского скансена / Л. С. Петрик, П. А. Кудрявцева // Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. – Т. 9, № 4. – С. 31-36.

СЕРВИСНЫЕ ИННОВАЦИИ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Бикметова А.И., студент 9331гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Веслогузова М.В.*

Актуальность. На сегодняшний день сервисные инновации играют важную роль в развитии предприятия сферы услуг. Ведь они проникли во все сферы нашей жизни. Предприятия гостиничного бизнеса относятся к сфере туризма и являются важной составляющей сферы услуг. А сервисные инновации помогают в их развитии.

Инновацией называют любой новый подход предприятия к организации дела. Например, в гостинице они появляются регулярно. Тем самым, помогают привлекать новых клиентов и удерживать уже посетивших ранее людей.

Цель работы: раскрыть, как сервисные инновации способствуют развитию гостиницы.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, наблюдение, анализ интернет-источников.

Результаты исследования и их обсуждение. С помощью инновации разрабатываются и внедряются новые продукты для туристов и отелей. Тем самым обеспечивается инноватизация структур экономического развития туристской индустрии и увеличивается прибыль гостиницы, привлекается больше отдыхающих, которые еще не обращались к услугам отеля [4]. Благодаря подобным обновлениям появляется интерес посетить тот или иной отель. А также это помогает не дать конкурентам переманить постоянных гостей.

С помощью инновационных услуг можно осуществить бронирование номеров более удобным способом. Например, выбрать номер и оплатить проживание в нем посредством интернета. Специальная система резервирования позволит выбрать подходящую комнату, временной промежуток, укажет цены. Также есть возможность на некоторое время закрепить за собой номер, отложив оплату на более поздний срок [1].

Выгоду приносит и создание специальных номеров, предусмотренных для сна. В этих помещениях имеется комплекс приспособлений, способствующих сну: возможность принять ванну с ароматическими маслами, специальные музыкальные композиции, успокаивающее нервную систему освещение.

Благодаря программам, приложения для компьютеров повышается эффективность системы управления гостиничного комплекса. К специальной сети, содержащей все необходимые данные, подключают каждого сотрудника. Это позволяет получить доступ к информации тогда, когда возникает надобность, своевременно отреагировать на любые изменения, касающиеся продаж, бронирования.

А еще управление электричеством стало хорошим новшеством. Когда карточку достают из специальной ниши, то подача электроэнергии прекращается. Это позволяет не только экономить, но и предотвращать пожары, порчу техники, которые могут возникнуть из-за невнимательности отдыхающих. Также появились светочувствительные сенсоры, которые включают свет, когда гость заходит в номер, и выключают, когда в номере в течение какого-то времени не наблюдается никакого движения.

В ближайшее время карты заменят смартфон. Для пользователей iPhone разработано специальное приложение, позволяющее открывать двери номера. А это означает, прошли те времена, когда люди могли потерять ключ-карту и остаться запертым в номере. Несколько крупных компаний, такие как «Starwood Hotels and Resorts» уже начали предоставлять гостям такую возможность через приложение SPG.

Во многих отелях начали появляться «консьерж по смс». Гость может по смартфону сообщить персоналу о своих потребностях. Данные технологии облегчают работу для сотрудников и отдыхающих.

Отели все чаще используют технологию термостата. Она позволяет гостям регулировать температуру в своих номерах с мобильного устройства, даже если они еще не вошли в номер. С помощью телефона можно управлять освещением.

Полезны и специальные зеркала, транслирующие прогноз погоды. Они позволяют туристам одеться в подходящие вещи, не используя для этого интернет и не выходя на улицу. А также начали появляться телевизор в зеркале. Гости могут смотреть телевидение в HD-качестве в ванной комнате, сауне или бассейне.

На сегодняшний день в отелях есть такая возможность, гости могут подключить свои компьютеры, телефоны или планшеты к HD-телевизорам. Это позволяет смотреть и слушать свои любимые потоковые каналы [2].

В нашем современном мире искусственный интеллект все больше проникает в жизнь человека. Не стала исключением и индустрия туризма. Уже сегодня есть первые отели, которые внедрили ИИ в свою работу, делая проживание своих гостей еще более удобным и беззаботным. В основном сегодня эту функцию выполняют чат-боты, но можно встретить и настоящих роботов. Разработки собственных гостиничных роботов уже представили такие крупные гостиничные бренды как «Starwood» и «Hilton». Однако самые необычные модели роботов встречают гостей японского отеля «The Henn na Hotel» в городе Сасебо. Есть роботы, которые делают кофе и встречают гостей. На стойке регистрации трудятся человекообразные роботы, а также механический динозавр Велоцираптор.

В отелях одной из крупнейших сетей – «Starwood», уже появились первые роботы, обслуживающие номера. Модель Botlr разработана компанией «Savioke», а самого бота зовут A.L.O. Первым отелем, где начал работу такой робот – «Cupertino Aloft Hotel». Основная задача робота – доставлять различные вещи прямо в ваш номер. Когда клиент звонит на ресепшен и говорит, что у него закончилась зубная паста, туалетная бумага или нужны чистые полотенца, работник отеля загружает все необходимое в робота и указывает комнату, в которую необходимо отвезти.

Международная сеть отелей «Hilton» впервые представила робота-консьержа по имени Конни (Connie). Назвали его в честь основателя сети – Конрада Хилтона, а появился сей полуметровый бот в отеле «Hilton McLean», что находится в городе Тайсонс (Tysons). Робот Конни способен отвечать на вопросы, связанные с отелем, давать различную дополнительную информацию и даже указывать направление своими маленькими ручками. Основной задачей, по словам руководства «Hilton», было избавить клиентов от длинных очередей на ресепшен с простыми вопросами [3]. Такие инновационные услуги притягивают клиентов поселиться в этом отеле. Я думаю, что искусственный интеллект в ближайшие годы станет незаменимой частью индустрии туризма и источником формирования конкурентных преимуществ.

Выводы. Таким образом, сервисные инновации являются основой развития предприятия сервисных услуг. Из самых перспективных и быстроразвивающихся отраслей сферы услуг является гостиницы. С помощью инновационных технологий эти предприятия совершенствуются, тем самым увеличивают количество гостей, их лояльность и прибыль.

Список литературы

1. Информационные технологии в гостиничном бизнесе. – URL: <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-gostinichnom-biznese> (дата обращения: 10.03.21).
2. 10 новых технологий для гостиничных номеров. От умных термостатов до роботов на стойке регистрации. Тренды отельной автоматизации. – URL: <https://hotelier.pro/use/item/2150-smart/> (дата обращения: 8.02.21).
3. 5 отелей в которых уже работают роботы – ГКДЖ <https://zen.yandex.ru/media/holiday/5-oteli-v-kotoryh-uzhe-rabotaiut-roboty-5c7a8eae58236b00b392ad9d> (дата обращения: 10.02.21).
4. Посталюк, М. П. Механизмы обеспечения инноватизации структур экономического развития / М. П. Посталюк, В. Ю. Гусарова // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 2 (50). – С. 27-30.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ГЛАВНОЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

*Габбазова А.А., студент 7321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Петрик Л.С.*

Актуальность. В настоящее время конкуренция в быстроразвивающейся сфере туризма очень высока. В связи с этим перед владельцами и топ-менеджерами туристских организаций остро стоит вопрос о поиске нового конкурентного преимущества, которое помогло бы их компании стать более привлекательной в глазах партнеров и клиентов. Такую роль в эффективной деятельности организации может сыграть корпоративная культура.

Специалисты определяют корпоративную культуру как некий долговременный комплекс убеждений, ценностей и ожиданий, разделяемый группой людей и в значительной мере определяющий их поведение. Этот комплекс формируется в ходе развития организации – как при ее адаптации к условиям внешней среды, так и в процессе собственной внутренней интеграции [5].

Корпоративная культура является отличительной чертой любой организации, и она присуща всем коллективам без исключения. Там, где ее концепция не сформулирована, она развивается стихийно, бесконтрольно. Однако если верно оценить значимость корпоративной культуры для организации и начать системно и основательно работать над ней, то она станет одним из ключевых факторов успеха компании.

Согласно исследованию, проведенному международной консалтинговой фирмой Oliver Wyman в 2019 г., топ-менеджеры российских компаний признают высокую значимость корпоративной культуры, но до сих пор не уделяют вопросам культуры должного внимания [5]. Подобная тенденция прослеживается конкретно и в сфере туризма. Однако у данной индустрии есть свои особенности, которые в совокупности работу над корпоративной культурой туристской организации делают стратегически важным направлением развития и позволяют компании оставаться конкурентноспособной на таком динамичном рынке.

Туризм как экономическая отрасль полностью является сферой услуг. Его главная особенность состоит в том, что предметом продажи является не сама услуга, а ценность впечатлений от пребывания в туристическом центре или месте отдыха. Это порождает необходимость контроля над сервисом, который также обеспечивает корпоративная культура.

Цель данного исследования – исследование корпоративной культуры как главного конкурентного преимущества туристской организации.

Результаты исследования и их обсуждение. Профессиональная работа, которая сможет превысить ожидания клиентов – основа потребительской лояльности к компании, что является одним из факторов конкурентоспособности. Для всех компаний, работающих в сфере обслуживания, приоритетом номер один являются сотрудники, ориентированные на работу с клиентами. В связи с этим для индустрии туризма особенно важно, чтобы каждый сотрудник разделял принципы корпоративной культуры, принятые на его предприятии.

Руководству организации индустрии туризма целесообразно разработать нормы поведения сотрудников, допустимые во время работы и формализовать их в корпоративном кодексе. По нашему мнению, обязательными пунктами в этом кодексе являются: цели, ценности и принципы организации, нормы делового этикета, стандарты обслуживания клиентов, философия организации. Чтобы эти принципы работали, мало их разработать и зафиксировать в организационных документах, они должны быть доведены до сознания каждого сотрудника.

Корпоративная этика тесно связана с фирменным стилем организации. Управление фирменным стилем организации индустрии туризма представляет собой систему

последовательных воздействий на создание требуемого образа организации в соответствии с запросами рынка туристских услуг [1]. Его важнейшими элементами являются название, логотип, слоган.

Фирменный стиль играет значительную роль в формировании конкурентоустойчивости туристской организации. Его особенности заключаются в том, что потребитель туристских услуг, обращаясь в организацию за помощью в подборе тура, убеждается в высоком качестве обслуживания, и в дальнейшем уже будет, не раздумывая придавать подобные свойства всему спектру туристских услуг данной организации. Фирменный стиль является средством брендинга, благодаря которому увеличивается эффективность рекламной кампании, повышается узнаваемость организации [4].

Для развивающихся туроператоров и турагентов корпоративная культура – это способ позиционирования на рынке. Данная культура потенциально является драйвером формирования прочных связей с целевой аудиторией туристской организации. Корпоративная культура придает узнаваемость на рынке услуг и участвует в формировании деловой репутации организации туристской индустрии [2].

Отметим, что развитая корпоративная культура делает туристскую организацию более конкурентоспособной также и в качестве работодателя. Более молодое поколение сотрудников отличается от предыдущего своими базовыми мотивациями и ожиданиями. Денежный фактор для таких специалистов давно уже не является определяющим. Им важно чувствовать себя аутентичными. Их интересует свобода, возможность выбора, развитие, честное отношение к себе со стороны общества, работодателя, руководителя.

На данный момент корпоративная культура – действенный механизм привлечения и мотивации трудовых ресурсов туристской организации. Готовность и стремление сотрудника выполнять свою работу наилучшим образом рассматриваются организацией в качестве ключевого фактора успеха организации. Знание мотивов, побуждающих человека к труду, и механизмов их возникновения позволяет разработать систему управления персоналом [3].

Выводы. Подводя итог всему вышесказанному, мы с уверенностью можем сказать, что корпоративная культура туристской организации – это сложная система, которая формируется из правил, устоев, обычаев, философии этой организации и находит свое отражение в ее фирменном стиле, внутреннем психологическом климате. Она оказывает особое влияние на работоспособность менеджеров фирмы, уровень обслуживания, взаимодействие с внутренней и внешней средой. Туристские предприятия с выраженной самобытной корпоративной культурой гораздо более конкурентоспособны и результативны на туристском рынке.

Список литературы

1. Артамонова, М. О. Формирование корпоративной культуры организаций туристской индустрии / М. О. Артамонова, Е. О. Афонькина // Молодежь и наука: шаг к успеху. – 2019. – С. 51-54.
2. Архипов, А. Е. Информационное обеспечение продвижения организации: функциональная сущность и методы оценки эффективности / А. Е. Архипов, И. Ю. Севрюков // Экономика: теория и практика. – 2017. – № 1 (45). – С. 63 - 68.
3. Архипов, А. Е. Приоритетность маркетинговых коммуникаций в условиях глобализации экономики / А. Е. Архипов, И. Ю. Севрюков // Проблемы современной экономики. – 2015. – № 1 (53). – С. 163-165.
4. Тахтаева, Р. Ш. Формирование корпоративной культуры как эффективного механизма повышения конкурентоспособности турфирмы / Р. Ш. Тахтаева // Вестн. Нац. акад. туризма. – 2013. – № 3 (27). – С. 45 – 48.
5. Корпоративная культура в России: новые горизонты трансформации. – URL: <https://www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/europe/ru/files/corporate-culture-in-russia.pdf> (дата обращения: 1.03.2021).

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Гайфуллина А.Х., студент 9331 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – доцент Гусарова В.Ю.*

Актуальность. Обслуживание считается особенной человеческой деятельностью, которая ориентирована на удовлетворение потребностей покупателя методом выполнения услуг, необходимых отдельным людям, социальным группам или же организациям. Ключевой задачей компаний сферы обслуживания считается удовлетворение потребностей населения в разных услугах за счет приумножения объектов предложений, расширения их ассортимента, увеличения свойства и культуры сервиса. Свойственной особенностью компаний и организаций сферы обслуживания считается взаимодополняющее сплетение процессов изготовления услуг и обслуживания клиентов.

В ансамбле функций менеджмента на предприятиях сферы обслуживания одно из основных пространств занимает управление ходом обслуживания покупателей. Реализации данной функции должно быть уделено много сил за счет ее большого значения в обеспечении становления организации сферы сервиса и увеличении производительности его работы. Это обосновано тем, что достижение достойного качества обслуживания покупателей считается одной из эффективных форм участия фирмы сферы услуг в конкурентной борьбе на потребительском рынке и формирования его стойких конкурентных превосходств.

Цель исследования – изучение методов совершенствования системы контроля качества обслуживания клиентов в современных условиях.

Результаты исследования и их обсуждение. Обслуживание – это система полезных дел, трудовых операций, нацеленных на удовлетворение потребностей покупателей. Обслуживание покупателей – это очередность интенсивных поступков, нацеленных на увеличение довольства клиентов, т.е. это составление у покупателя чувства, что продукт или же услуга отвечают ожиданиям покупателя [1]. Качественное обслуживание покупателей считается главным критерием успешного ведения бизнеса. Ведь есть отличие между положительным мнением и постоянными клиентами, и плохим опытом клиентов и людьми, которые предпочитают избегать вашего бизнеса. Зная о том, что обслуживание покупателей является одной из важнейших и неотъемлемых частей любого бизнеса, нужно учитывать некие общеизвестные ошибки, которые делают некомпетентные сотрудники в отношении покупателей.

Улучшение качества обслуживания считается одной из весомых задач организации сферы услуг. Одновременно постоянное и непрерывное улучшение качества становится долговременной стратегией развития организаций в целях достижения ими долгосрочного успеха. Для сохранения достойного качества обслуживания необходима не только лишь хорошая материальная основа и заинтересованный высококвалифицированный персонал, но и структурированная система управления качеством. Только благодаря внедрению системы управления, отвечающей прогрессивному уровню становления организации, возможно достичь размеренного обеспечения качества обслуживания.

Качество предполагает соответствие предоставляемых услуг определенным или прогнозируемым эталонам. Таким образом, эталоны, их настоящая сущность и содержание считаются критерием качества обслуживания [2]. Критерий оценки качества приобретенной услуги для клиента – это уровень его удовлетворения, т.е. соответствие приобретенного и прогнозированного. Стремление прийти повторно и порекомендовать это сделать своим друзьям и знакомым является критерием степени довольства покупателей.

Существуют разные способы к «интерпретации термина обслуживания». Более распространенное – определение, данное в Международном стандарте ИСО 8402-94 «Управление качеством и качественное обслуживание».

Безупречная концепция оценки качества обслуживания берет обратную связь напрямую от покупателя об определенном менеджере, не имеет посредников, заминок и также целиком ликвидирует человеческий фактор (сбор анкет, анализ информации), поощряет работников за хорошее качество обслуживания, предоставляет сравнимые и поочередные сведения для анализа, итог оценки может быть применен для мотивации работников [3].

Совершенствование концепции контроля обслуживания клиентов приведет к последующим итогам:

Для покупателей:

- Покупатель осознает, что сам создает обслуживающий персонал в вашей фирме.
- Клиент, с целью избежать плохого обслуживания, может сам выбрать лучшего работника на экране и встать в очередь к нему.
- Клиент осознает, что ваша организация заботится о нем и желает от него обратной связи.
- Покупатель знает, что ваша организация доступна, клиенто-ориентирована и готова совершенствоваться для своего покупателя.

Для работников:

- Работник понимает, что любой покупатель имеет возможность влиять на его рейтинг и бонусы и относится к покупателю с заботой.
- Работник, который набирает много хороших отзывов, объективно имеет шансы получить баллы за качество.
- Работник имеет шанс быть оцененным компанией объективно, без третьих лиц.
- Работник осознает, что плохая работа и низкий рейтинг говорят о том, что ему не место в коллективе организации.

Для управляющих:

- Управляющий осознает, что его личный рейтинг формируется из рейтингов его работников и внимательнее относится к их работе.
- Руководитель получает объективное мнение покупателей о качестве обслуживания его работниками.
- Руководитель имеет дополнительный материал для мотивации/демотивации, продвижения своих работников.
- Руководитель имеет шанс быть оцененным компанией объективно, без третьих лиц.

Можно создать и прописать в облике отдельного документа нормы обслуживания покупателей. Много вещей, являющихся простыми и явными, могут не иметь важности для обслуживающего персонала, работающего в организации. В эталоне должно быть описано все, начиная от наружного облика и обычных слов приветствия до реакции на главные вопросы и дистанции при беседе.

Необходимо также организовывать проведение тренингов для персонала. Проведение этих событий нужно поручить профессиональным коучерам. Избирать тренинги по технике продаж, ведению диалога с клиентом. Время от времени возможно проводить работу с персоналом и автономно. Моделировать истории общения с покупателями, подавать рекомендации, тем более это актуально для служащих организации.

Нужно организовать обратную связь с покупателями и постараться следить за ними, распознавать мнение об обслуживании, проявлять интерес к их потребностям и пожеланиям. Рекомендовано завести гостевую книжку или же форум на корпоративном веб-сайте.

Выводы. Таким образом, можно сказать о том, что в настоящее время обслуживание клиентов является очень важной и неотъемлемой составляющей сервиса. Для успешного функционирования предприятия сферы услуг, качество обслуживания покупателя должно быть на высшем уровне, а руководству необходимо иметь действенные способы контроля и совершенствования качества обслуживания. Задача контроля качества оказания услуг является важнейшей частью процесса управления, направленного на повышение эффективности и успешности предприятия.

Список литературы

1. Аглиева, В. Ф. Управление качеством обслуживания клиентов банковской сферы [Текст] / В. Ф. Аглиева // Эффективные системы менеджмента: качество, инновации, устойчивое развитие, 2014. – Т. 1. – №4. – С. 10.
2. Адлер, Ю. П. Хороший потребитель – довольный потребитель, или что приходит в голову, когда говорят про удовлетворенность и лояльность / Ю. П. Адлер, С. В Турко. – Москва : Стандарты и качество, 2016. – 43 с.
3. Галлеев, В. И. Качество в сфере обслуживания : два измерения / В. И. Галлеев. – URL: <http://quality.eup.ru/MATERIALY14/obsluzhivanie.htm> (дата обращения: 6.03.2021).

СПЕЦИФИКА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ СЕРВИСА

*Галеева А.Р., студент 9331 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Гусарова В.Ю.*

Актуальность. Интерес к данной теме объясняется и тем, что корпоративная культура стала видаться нам не просто как идея, но и как средство, благодаря которому руководители компаний могут и создают более эффективную организацию.

Сегодня на рынке потребления мы можем наблюдать избыток предложения схожих услуг. В данной ситуации потребитель вынужден выбирать не только услугу, но и обращать внимание на корпоративную культуру организации, предоставляющей эту услугу. Поэтому возникает острая необходимость в создании методологических основ для производства и воспроизводства сервисных корпоративных культур, которые способны создать конкурентные преимущества в современном мире. Таким образом, актуальность обусловлена переходом от индустриальной к постиндустриальной эпохе, где человеческий фактор становится показателем экономического успеха современной организации.

Цель работы – определить сущность корпоративной культуры, выявить ее особенности в организациях сферы сервиса.

Методы исследования. Анализ научно-методической литературы, наблюдение, анализ интернет-источников.

Результаты исследования и их обсуждение. Интерес к проблемам понимания культуры и управления ею объясняется тем, что в ней стали видеть не просто идею, позволяющую объяснить многие организационные явления, но и средство, с помощью которого руководители могут создать более эффективную организацию. Но дело не только в эффективности организации. В настоящее время можно говорить и об активном влиянии корпоративной культуры на качественный уровень отраслей народного хозяйства. И в частности сферы сервиса.

Для того чтобы объединить всех сотрудников как внутри так и за пределами компании, нужно что-то, что разделялось бы всеми членами организации. Таким звеном выступает корпоративная культура. Корпоративная культура – это совокупность ценностей, убеждений и норм, разделяемых всеми членами организации. Этот термин впервые появился в 19 в. на Западе. Интерес к корпоративной культуре, как к явлению, способному повысить эффективность деятельности компании, был обусловлен стремительным развитием капиталистических отношений.

Значительное влияние на формирование корпоративной культуры предприятия сервиса оказывает культура общества в целом и национальная деловая культура. Так, общество и его культура могут как стимулировать, так и подавлять развитие сервисной деятельности. Следует упомянуть и идеологию общества, она также оказывает немалое влияние, например, в советское время был сформирован политически заданный коллективизм, проявлявшийся как в служебных отношениях, так и в быту людей [1].

Значение корпоративной культуры в сфере сервиса колоссально: она формирует у сотрудников ощущение надежности самой организации и своего места в ней, способствует предоставлению всем сотрудникам организационной идентичности и определяет представления о компании. Культура организации помогает справляться с проблемами внешней адаптации и внутренней интеграции и даже способствует совместному проведению внеслужебного времени за счет тесного сплочения коллектива.

Функций корпоративной культуры множество, отметим наиболее значимые, на наш взгляд: интегрирующая функция – объединяет людей и формирует у них чувство гордости от принадлежности к организации, регулирующая функция – обеспечивает соблюдение сотрудниками правил и норм поведения, снижает вероятность нежелательных конфликтов,

адаптивная функция – облегчает взаимное расположение людей друг к другу, к организации, ориентирующая функция – направляет деятельность участников в требуемое русло, придает общий смысл их деятельности, функция формирования имиджа организации, то есть ее образа в глазах окружающих, функция сознания новых ценностей, а также их накопления и воспроизводства.

Также необходимо отметить принципы, которые существенно влияют на формирование корпоративной культуры предприятия сервиса. В первую очередь, к ним необходимо отнести принцип гуманизма, он означает уважение к человеческому достоинству. Принцип законности – не допустимо противоречие корпоративного устава государственным нормам, принцип демократизма, то есть интересы и мнения всех сотрудников должны быть учтены [2].

Принцип равноправия, который гласит, что все сотрудники независимо от национальной, половой, религиозной, расовой принадлежности, должностного или иного положения имеют равные права и в то же время в равной степени несут ответственность.

Корпоративная культура живет и развивается в едином аспекте, с помощью которого через нормы, убеждения и ожидания, передаются ценностные ориентации, негласные правила поведения, которые заложены в основу построения отношений и взаимодействий как внутри коллектива, так и за его пределами [3].

Выводы. Таким образом, значимость корпоративной культуры заключается в том, что она является очень важным инструментом, позволяющим сориентировать структурные подразделения и отдельных членов коллектива на достижение общих стратегических целей, обеспечить их внутреннюю мобилизацию, лояльность по отношению к руководству и облегчить межличностное общение.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что сфера сервиса, отражая и воплощая в себе уровень развития общества, его производственных сил, духовного и нравственного состояния, учитывая современные условия развития этой сферы, требует определенного подхода к корпоративным культурам предприятий, базирующимся на определенных сервисных ценностях. Именно эти ценности, разделяемые сотрудниками и проецируемые во внешнюю среду посредством знаково-символической системы и особого типа сервисных отношений, способны стать основой для «клиентоориентированной» культуры.

Список литературы

1. Муртазина, Г. Р. Влияние культурной политики на состояние сектора туризма в РФ / Г. Р. Муртазина, В. Ю. Гусарова // Государственная культурная политика и образование как часть стратегии национальной безопасности Российской Федерации : материалы Межд. науч.-практ. конф. ; сост. В. Р. Алиакберова, А. А. Мухамадеева ; науч. ред. Р. Р. Юсупов, Р. М. Валеев, Э. Р. Тагиров; Казан.государ. инст-т культуры, 2015. – С. 175-176.
2. Корпоративная культура: понятия, сущность, виды, функции. – URL: https://studbooks.net/1461861/menedzhment/korporativnaya_kultura_ponyatiya_suschnost_vidy_funktsii (дата обращения: 10.02.21).
3. Сущность корпоративной культуры. – URL: https://studopedia.ru/18_54322_sushchnost-korporativnoy-kulturi.html (дата обращения: 11.02.21).
4. Корпоративная культура: что это такое, какая бывает и зачем нужна бизнесу.– URL: <https://bowandtie.ru/korporativnaya-kultura-cto-eto-takoe-kakaya-byvaet-i-zachem-nuzhna-biznesu/> (дата обращения: 11.02.21).

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСА

Галимуллина Э.А., студент 9331 гр.

Поволжский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия

Научный руководитель – к.э.н., доцент Гусарова В.Ю.

Актуальность. За последние десятилетия в России произошло множество экономических и политических изменений, которые способствовали экспансии разнообразных отраслей бизнеса, образованию большего количества социальных учреждений, которые повлияли на улучшенную работу рыночной экономики, также усилилась обеспокоенность фирм о том, какими их видят покупатели. Формируя особый индикатор эффективности маркетинговой стратегии организации, имидж несет в себе оценочную и мотивационную нагрузку, будучи балансом между внешним проявлением корпоративной культуры (в массовом сознании потребителей и других контактных аудиторий определяет отношение к деятельности компании) и внутренним содержанием (моделирует их поведение в рамках корпоративной культуры организации).

Цель исследования. Определить этапы и элементы, которые составляют особенности имиджа организаций сервиса.

Методы исследования. Анализ научно-методической литературы, наблюдение, анализ интернет-источников.

Результаты исследования и их обсуждение. Организации ведут конкурентную борьбу, направленную на достижения конкурентного преимущества, завоевания прочных позиций на рынке. Рыночная доля организаций напрямую зависит от имиджа и репутации в общественном сознании потребителей. Путь к потребителю требует огромных усилий по созданию оптимальных условий: комфорта, фирменного стиля, а также высокого сервисного обслуживания и грамотного информирования потребительской аудитории.

С целью создания благоприятного имиджа, российские сервисные компании создают отделы по связям с общественностью. Под имиджем подразумевается специально сконструированный образ, который должен оказать влияние на потребителей с целью широкой популяризации и рекламирования. Имидж сильно воздействует на результаты деятельности организации сервиса, а также на деловую активность на внутреннем и внешнем рынке. Если образ, который создала фирма, соответствует образу, который видит потребитель, то имидж можно считать рабочим.

В настоящее время имидж организации сферы сервиса является ключевым фактором ее развития на рынке. Хорошо спроектированный имидж помогает достигать лидирующих позиций. В связи с этим преуменьшение значимости этого вопроса плохо сказывается на функционировании предприятия. Разработка имиджа требует вовлечения в процесс специалистов в сфере маркетинга, дизайна, психологии, лингвистики, рекламы и специалистов в области связей с общественностью. Верно сформированный имидж организации сервиса должен составить положительный образ у клиентов, приобрести известность, завлечь их [4]. Уникальные черты позиционирования организации сервиса помогают ей найти определенный класс потребителей, которые в дальнейшем превратятся в лояльных клиентов. Правильно будет сказать, что работа над имиджем – это то, к чему по итогу придут все компании, желающие развиваться, найти свою аудиторию, находящиеся в поисках лучших методов для взаимодействия с обществом. Имидж компании складывается не только из специально организованных мероприятий, рекламы и презентаций. Важную роль на него оказывают качество производимых товаров/услуг, взаимоотношения в коллективе, также то, как персонал относится к своей работе. В процессе проектирования имиджа, организации сервиса необходимо уделять внимание таким критериям как уникальность, рациональность, гибкость и наличие четкого посыла. Под уникальностью подразумевается присутствие отличительных характеристик, которые помогут выделиться

среди конкурентов. Рациональность означает соответствие между образом, который выстроила компания, и образом, который возникает у потребителя. Наличие четкого посыла требуется для того, чтобы воздействовать на конкретную группу потребителей [2].

Существуют следующие стадии разработки имиджа:

- Исследование и выявление отличительных характеристик потенциальных клиентов
- Конструирование основ имиджа (установление мотивов, ценностей, на которые в дальнейшем будет опираться организация при создании продукта и при взаимодействии с покупателями).

- Представление имиджа покупателю, с целью ознакомления и фиксирования это в его мыслях.

При разработке имиджа организацией сервиса преследуются такие задачи, как:

- Увеличение ее авторитета, потому что работа над позиционированием говорит о том, что компания заботится не только о процессах производства товаров/услуг.

- Увеличение результативности проводимых акций, презентаций, рекламы.

- Упрощение презентации рынку новинок в виде товаров/услуг, потому что сервисная компания с хорошо сформированным имиджем реже испытывает трудности представлением нового товара на рынке.

- Увеличение конкурентоспособности сервисной компании, потому что при наличии похожего продукта, компании соревнуются в эффективности разработанных имиджей.

Рассмотрим основные методы проектирования имиджа:

Фирменный стиль. Он заключается в оформлении внешнего вида компании. Работа над фирменным стилем важна, так как оболочка компании это первое, на что обращает внимание клиент. Неправильно сформированный стиль может оттолкнуть потенциальных покупателей [3]. К элементам фирменного стиля относятся логотип, униформа, цветовая гамма, используемый шрифт и т.д.

Реклама. Данный метод включает в себя продвижение и позиционирование разрабатываемого продукта, работа над брендом компании. К элементам рекламы относятся СМИ, наружная реклама, интернет, радио и телевизионные средства.

PR-деятельность компании. Это стратегически продуманные мероприятия, направленные на формирование образа компании в глазах ее общественности. К элементам PR-деятельности относят коммуникацию со СМИ, реализацию спланированных акций, сотрудничество с государством, инвесторами и т.д.

Корпоративная культура. Зачастую персонал компании играет важную роль в формировании имиджа организации. Взаимоотношения в коллективе, отношение работников к работодателю напрямую влияют на репутацию компании. Жизнь коллектива, ее корпоративная культура должна соответствовать ценностям, на которых функционирует имидж компании.

Интернет. В современном мире интернет выступает основным источником информирования о жизни компании, следственно, играет значительную роль в формировании имиджа организации. С помощью активного ведения социальных сетей, официального сайта, можно регулировать имидж компании. В сфере сервиса коллектив – основа имиджа организации. По этой причине работодатели должны тщательно подходить к найму новых сотрудников.

У клиентов нового времени больше требований к обслуживанию, а обслуживание в сфере сервиса является одним из основных факторов при формировании имиджа организации. Поэтому в отделе кадров должны уделять должное внимание развитию сотрудников, способствовать повышению их квалификации, заботиться о взаимоотношениях внутри коллектива. Для этого нужно проводить обучающие тимбилдинги, мастер-классы, организовывать корпоративы для сотрудников и т.д.

Выводы. Подводя итоги, хочется сказать, что имидж организации сервиса формируется, даже если она над ним не работает. Это происходит стихийно, и зачастую образовавшийся имидж не становится благоприятным для организации, он не соответствует ее целям. Из этого следует, что если компания заинтересована в повышении доверия и

лояльности клиентов, увеличения продаж и повышении узнаваемости бренда, то ее имидж должен постоянно обновляться и корректироваться.

Формирование имиджа организации сервиса является важнейшим фактором укрепления конкурентных позиций, способствует ее успешной деятельности в долгосрочной перспективе, подчеркивает компетентность менеджмента, способствует известности. Имидж облегчает распознавание продукции/услуги организации на рынке и отражается на уровне продаж.

Список литературы

1. Имидж.– URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Имидж> (дата обращения: 14.02.21).
2. К вопросу о процессе формирования имиджа предприятий социально-культурного сервиса и туризма.– URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-protssesse-formirovaniya-imidzha-predpriyatiy-sotsialno-kulturnogo-servisa-i-turizma/viewer> (дата обращения: 13.02.21).
3. Формирование имиджа. – URL: <https://www.ngpedia.ru/id566813p1.html> (дата обращения: 14.02.21).
4. Формирование положительного имиджа организации посредством маркетинговых коммуникаций. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-polozhitelnogo-imidzha-organizatsii-posredstvom-marketingovyh-kommunikatsiy/viewer> (дата обращения: 8.03.21).

РАЗРАБОТКА ГЛЭМПИНГА В ЛАИШЕВСКОМ РАЙОНЕ КАК ЭЛЕМЕНТ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

*Гальцова Д.Н., студент 7321 гр.,
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.п.н., ст. преподаватель Сморгачев В.Ю.*

Актуальность темы определяется тем, что в последние годы рекреационные виды туризма в природной среде становятся все более популярными разновидностями отдыха и перспективным направлением для коммерции. Люди устают от цивилизации и стремятся на природу, а современные туристские базы все больше напоминают благоустроенные дачные поселки, где люди не получают контакта с природой, который они ищут. Город Лаишево идеально подходит для данного направления: чистый воздух, красивые леса, широкое водохранилище – все это аттрактивные факторы для туристов близлежащего г. Казань.

Цель исследования – разработать проект глэмпинга (туристской базы) в прибрежной зоне г. Лаишево.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, наблюдение, анализ Интернет-источников.

Рекреационный туризм – это перемещение людей в места отдыха, где они могут полностью восстановить свои душевные и физические силы. Рекреационный туризм отличается большим разнообразием и может включать зрелищно-развлекательные программы, охоту, рыбалку, музыкальное и художественное творчество, посещения спортивных мероприятий в качестве зрителя и т. д. [1].

К рекреационным ресурсам относятся:

- 1) природные комплексы и их компоненты (рельеф, климат, водоемы, растительность, животный мир, национальные парки);
- 2) культурно-исторические (культурные, археологические объекты, исторические местности, памятники, этнографическое разнообразие);
- 3) социально-экономические (экономический потенциал территории, включающий инфраструктуру, трудовые ресурсы) [3].

Рекреационные ресурсы играют большую роль в рекреационной деятельности и влияют на создание рекреационных районов и центров, а также на их классификацию.

Существует несколько подходов к выделению видов рекреационного туризма. В самом консервативном подходе выделяют только два вида: оздоровительный и познавательный. Однако постоянно усложняющаяся система туризма потребовала более основательного подхода к выделению видов рекреационного туризма. К ним относят: оздоровительный, познавательный, этнографический, спортивный, религиозный, сельский, экологический, гастрономический, культурный виды туризма.

Важным условием развития туризма является присутствие рекреационного потенциала территорий. Под рекреационным потенциалом местности понимается совокупность естественных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации рекреационной деятельности на определенной местности [2].

При оценке пригодности территории для пребывания на ней отдыхающих должны учитываться как условия комфортности (удобство пляжей, наличие лесов, минеральных источников и др.), так и санитарно-гигиенические условия (качество речных и морских вод, наличие болезнетворных организмов), а также эстетические факторы (красота и гармония пейзажей и др.) [4].

Результаты исследования и их обсуждение. Создание глэмпинга идеально вписывается в реалии г. Лаишево, именно местные ресурсы в виде природы и большого потока туристов позволят создать окупаемый глэмпинг. Рассмотрим возможную целевую аудиторию для глэмпинга в г. Лаишево.

Проживание в «Лаеш» подойдет людям, которые хотят отдохнуть, максимально интегрировавшись в природу. Людям, которые хотят почувствовать себя единым целым с окружающим миром. Людям, бегущим от цивилизации в поиске гармонии.

Жизнь в домике в глэмпинге – отличный способ провести свои выходные с пользой для своего физического и ментального здоровья. Место расположения «Лаеш» – это часть нетронутого дикого леса, огромного водохранилища и потрясающих пейзажей.

Идеальное место для глэмпинга «Лаеш» – это живописный природный уголок, в нашем случае, на береговой зоне г. Лаишево (отмечено красной точкой на рисунке 1).

Наш проект предполагает 2 варианта хижин. Первый – это полноценный домик со спальным местом, туалетом, душем и кухней. Второй – это хижина-спальня с пространством для отдыха.

Нам как сторонникам эко-концепции туризма и минимального воздействия на природу ближе второй вариант. Такая хижина не подразумевает подведение и слив воды, она гораздо проще убирается и стоит в 2 раза дешевле.

Для локации мы выбрали прибрежный участок р. Кама (см. Рис. 1, 2), который подходит для глэмпинга: расположение, прекрасный вид, отсутствие рядом конкурентов.

В глэмпинге будут расположены: 4 палатки «Фест», 2 палатки «Белл Тент», 1 палатка «Пати Тент», гриль зона (мангал, 3 стола со стульями), санузел, парковка, зона для самостоятельных туристов со своими палатками.

При создании такого пространства не стоит забывать о людях с ограниченными возможностями, поэтому вход в каждую палатку будет также оборудован складным пандусом.

Закупаться домики для глэмпинга будут у надежных поставщиков. Рассмотрим их предложения.



Рисунок 1 – Расположение проектного глэмпинга «Лаеш»



Рисунок 2 – Карта предполагаемого глэмпинга

1) Палатка «Фест». Бюджетный вариант быстровозводимой палатки на две персоны. Конструкция палатки представляет собой соединения из металлических коннекторов, трубок и бруса. Кровельный тент и тент пола выполнены из ПВХ, который не разлагается под ультрафиолетом, не издает запаха, не выцветает в течении долгого времени. Внутренняя палатка – это комбинация синтетических и смесовых тканей, которые создают комфортный микроклимат внутри палатки. (Площадь комнаты – 16 м², площадь крытой террасы – нет, количество гостей – 2 человека, вес – 92 кг, возможность установки санузла – нет).

2) Белл Тент. Это палатка для проживания, путешествий или отдыха. Дизайн белл тента представляет собой простую конструкцию. Основным несущим элементов палатки является центральный шест. Палатка двухслойная и выполнена из комбинации материалов. Устойчивость палатки усиливается напряжением, которое создают растяжки от стен до земли. Палатка имеет

круг в плане 5 метров. (Площадь комнаты – 19 м², площадь крытой террасы – нет, количество гостей – 3 человека, вес – 75 кг, возможность установки санузла – нет).

3) Пати Тент. Палатка возможна для пользования в цели общественного питания или вечернего досуга. Помимо палаток на территории глэмпинга предусматриваются рекреационные общественные зоны, без которых вряд ли возможен полноценный лагерь, так как это место встречи людей, где они смогут с удовольствием проводить свой отдых. Также туристы могут заказать заранее себе завтрак/обед/ужин за дополнительную плату.

Таким образом, была предложена обзорная концепция глэмпинга «Лаеш», наглядно продемонстрирован план местности и карта-схема размещения предполагаемого глэмпинга и обзор палаток и комплектации для глэмпинга. В перспективе глэмпинг сможет разнообразить услуги и выйти на более широкие сегменты рынка.

Данный глэмпинг возможно предлагать как отдельный турпродукт для покупки в турагентстве, так и как обычный кемпинг для самостоятельного туризма.

Как турпродукт мы можем продвигать в турагентствах г. Казань или близлежащих регионов и у внутренних туроператоров, например, таких, как «Лидер Казань», «Казань-Тур», «Бюро Путешествий Казань», «Милая Казань» и др.

Для презентации глэмпинга в виде средства размещения будет проведена работа с такими платформами, как booking.com, airbnb.com, instagram, vk и др. Важно будет представить новый глэмпинг на сервисе по подборке глэмпинга по всей России глэмпинг.рф.

На оставшейся территории возможно сделать место для караванинга, туристов со своими «домами на колесах».

Ценовая политика будет зависеть от выбора палатки (Фест или Белл Тент), выбора питания (только завтрак, завтрак и ужин, все включено). Также на территории глэмпинга возможно расположить гриль-плэйс, место, где есть необходимое для приготовления пищи из своих продуктов, также за дополнительную стоимость.

Рассмотрим в Таблице 1 основные и дополнительные услуги, предоставляемые глэмпингом.

Таблица 1 – Основные и дополнительные услуги, предоставляемые глэмпингом

Услуга	Стоимость (в рублях)
Проживание в палатке «Фест»	1300 р/чел, 800р/ребенок до 12 лет
Проживание в палатке Белл Тент	1600 р/чел, 1000р/ребенок до 12 лет
Питание	250 р/1 прием пищи
Использование гриль-плэйс	500р/1 час/1 компания туристов
Трансфер в городе	150р/любая поездка из точки А в точку Б
Рыбалка	200р/час
Йога мастер-класс	100р/аренда коврика, мастер-класс бесплатный
Аренда места со своей палаткой/своим домом на колесах	800р/сутки

Выводы. Почему глэмпинг «Лаеш» будет востребованным? «Лаеш» – лучшее бюджетное место для отдыха для жителей Татарстана и близлежащих городов. Даже в самом г. Лаишево не найти хорошего места для ночлега, в городе есть только пара мотелей с плохим сервисом. Не стоит забывать, что на сегодняшний день большое количество работодателей меняют занятость своих сотрудников на удаленную, сократив тем самым свои расходы. Это обеспечит рост популярности длительного бронирования отдельных домиков/коттеджей в загородных отелях или глэмпингах. Можно сделать вывод, что, как экотуризм, так и глэмпинги в России и Республике Татарстан в последние годы становятся все популярнее. Глэмпинги как учреждение экотуризма в г. Лаишево могут стать одним из приоритетных направлений. Природные богатства, памятники истории и культуры создают перспективный потенциальный запас для развития большинства видов туризма, особенно рекреационного.

Список литературы

1. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. – Ростов-на-Дону, 2008.
2. Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебник для студ. Учреждений выс. проф. образования (2-е издание, дополненное) / Е. А. Джанджугазова. – Москва : Издательский центр «Академия», 2016. – 272 с.
3. Кусков, А. С. Рекреационная география : учебно-методический комплекс / А. С. Кусков, В. Л. Голубева, Т. Н. Одинцова. – Москва : МПСИ, Флинта, 2005. – 496 с.
4. Сущинская, М. Д. Культурный туризм : учебное пособие для вузов / М. Д. Сущинская. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство «Юрайт», 2020. – 157 с.

ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

*Гаязова Д.М., студент 9331 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Гусарова В.Ю.*

Актуальность. В условиях динамики экономических процессов и их неустойчивости, борьбы за клиента, возросшей конкуренции, перед управленцами, в том числе, рестораторами, возникают вопросы совершенствования качества сервиса услуг. С целью достижения эффективной реализации собственного продукта сфера ресторанного бизнеса претерпевает постоянные изменения, которые диктуются многим факторами, влияющими на организацию. Любое предприятие питания нацелено на получение прибыли с возможностью занять определенную нишу в торгово-рыночных отношениях. Одним из возможных путей реализации намеченного плана является грамотный контроль качества обслуживания на предприятии. В связи с чем, актуальным становится изучения имеющихся проблем качества предоставляемого сервиса и возможные пути их решения.

Цель исследования: определить основные проблемы качества обслуживания ресторанного бизнеса в России обозначить возможные пути их решения.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, наблюдение, анализ Интернет-источников.

Результаты исследования и их обсуждение. На сегодняшний день ресторанный бизнес в России имеет тенденцию в развитии – количество предприятий общественного питания с 2013 года выросло на 24% [4]. Но для развития российского ресторанного бизнеса характерны определенные сложности, такие как: текучесть персонала, недостаток профессиональных кадров, техническое несоответствие многих помещений под размещение предприятий питания, необходимость в получении огромного количества согласований и разрешительной документации, зависимость от продуктовой инфляции и конъюнктуры рынка [3, с. 49]. Возрастает число заведений, а вместе с тем и рост конкуренции между ними. Это, в свою очередь, имеет отражение в предоставлении услуг: зачастую управленцы общественного питания стараются «заманить» к себе красивой картинкой, необычным меню, экстравагантной подачей, совершенно забывая об отточенности предоставления качественного сервиса и высокого уровня обслуживания.

В целом, качество обслуживания, рассматривается как совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предлагаемых потребностей потребителя [2, с. 2]. Важно понимать, что рассматривается как эмоциональный, так и технический сервис.

Как правило, российские рестораторы делают упор именно технический аспект – персонал на тренингах и стажировках учат именно тому, как убрать со стола, принять заказ и т.п.

Эмоциональный сервис подразумевает именно эмоции и внимание к мелочам, создание уютной атмосферы для гостей. Персонал играет важную роль в формировании у клиентов положительного впечатления от предприятия – поэтому ключом к успешной коммуникации с клиентом является умение сотрудников проявлять сопутствующие ситуации эмоции (дружелюбие, сопереживание, оперативность и др.), которые позволяют сократить разрыв между ожиданиями клиента и обслуживанием. Умение читать людей и предугадывать их желания, и есть вершина мастерства гостеприимства.

Именно отсутствие компетенции у персонала в вопросах непосредственного общения с гостями является одной из наиболее глобальных проблем для любого предприятия питания. Согласно опросу, проводимому компанией RestoSTART – ресторанным консалтингом в 2018 году, одной из основных проблем, с которыми сталкиваются

посетители ресторанов и кафе, является именно плохое обслуживание (51% опрошенных) [5]. Это говорит о том, что потенциальные потребители обращают внимание именно на этот фактор, так как от предприятия питания зачастую ждут не только вкусной кухни, но и приятного обслуживания.

Во многом, проблемы связаны именно с самим персоналом. Зачастую сотрудники не имеют должной квалификации и, соответственно, понимания того, как он должен вести себя с гостями. Также отсутствие мотивационной системы и отношение «отработать без особого напряжения» отражают общие проблемы в аспекте обслуживания.

В связи с изучаемой проблемой предоставления невысокого уровня сервиса, отражающегося на общем впечатлении от предприятия питания, стоит рассмотреть способы повышения качества обслуживания. Для повышения сервиса руководство предприятия должно основываться на следующих факторах повышения:

- разработка программы стимулирования, системы поощрения персонала;
- разработка и реализация планов и долгосрочной стратегии улучшения культуры обслуживания;
- проведение тренингов, направленных на совершенствование эмоционального сервиса;
- проверка качества сервиса посредством услуги «Тайный гость»
- разработка программы контроля качества.

В направлении совершенствования материального стимулирования предлагается внедрять индивидуальную систему поощрений на основе разделения прибыли. В направлении оптимизации условий труда предлагается применять обеды для персонала за счет заведения, организацию комнат отдыха, душевых. В направлении обучения персонала предложено привлекать ресторатора в качестве ведущего специалиста.

Главное условие при использовании метода «тайный гость» – это внезапность посещения и неподготовленность к нему сотрудников. Если хотя бы один из них будет знать об этом, все полученные данные не будут соответствовать действительности или будет слишком большая погрешность. Благодаря методу «тайный гость» можно увидеть основные проблемные места в работе как заведения в целом, так и персонала отдельно; снизить отток гостей и повысить их лояльность; подобрать наиболее подходящие под конкретное заведение программы обучения и мотивации персонала.

При разработке программы контроля качества необходимо определить основные ориентиры, векторы направления предприятия. Программа предполагает определение целевых ориентиров, на достижение которых будут направлены мероприятия содержательной части этого документа.

Выводы. Таким образом, проблемы качества обслуживания в ресторанном бизнесе России вытекают из специфики деятельности и являются крайне сложными, так как сочетают в себе практически все управленческие функции. Сегодня отрасль ресторанного хозяйства приобретает быстрых темпов развития. Чтобы устоять на рынке и удержать существующие позиции, нужно искать новые пути улучшения процесса обслуживания потребителей ресторанных предприятий, поскольку качественное предоставление услуг – является неотъемлемой составляющей эффективности работы заведения ресторанного хозяйства, благодаря которой возможно удержать потребителя [1, с. 58].

В настоящее время в России ресторанный бизнес стремительно набирает свои обороты. От того насколько комфортным в сознании потребителя представляется уровень качества услуг и обслуживания, зависят показатели посещаемости, количества постоянных посетителей и, в конечном итоге, объемы продаж предприятий общественного питания.

Список литературы

1. Дыбок, В. В. Качество услуг как стратегический фактор влияния на успех предприятий питания / В. В. Дыбок // Потребительский рынок: качество и безопасность товаров и услуг : материалы X Международной научно-практической конференции, посвященной 100-летию Орловского государственного университета им. И.С. Тургенева ; под редакцией О.В. Евдокимовой, Т.Н. Лазаревой, 2019. – С. 55-58.
2. Ирина, О. И. Хостес: специфика работы в ресторанном бизнесе с учетом региональных особенностей / О. И. Ирина, К. С. Треничева // Экономический рост : проблемы, закономерности, перспективы : сборник статей II Международной научно-практической конференции, 2018. – С. 204-209.
3. Стаканов, Д. А. Совершенствование качества сервиса в сфере ресторанного бизнеса на принципах эффективности / Д. А. Стаканов // ЛУЧШАЯ НАУЧНАЯ СТАТЬЯ 2019 : сборник статей XXX Международного научно-исследовательского конкурса, 2019. – С. 48-52.
4. Портал о ресторанной индустрии RestoranNews, официальный сайт. – Москва, 2013. – 2021. – URL: <http://restorannews.ru/> (дата обращения: 20.02.2021).
5. Ресторанная консалтинговая компания RestoStart, официальный сайт. – Москва, 2004-2021. – URL: <https://restostart.ru/> (дата обращения: 20.02.2021).

К ВОПРОСУ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ В ГОСТИНИЦЕ

*Габдрахманова З.З., студент 20331м гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Петрик Л.С.*

Актуальность. На сегодняшний день стремительными темпами развивается инклюзивный туризм. Это развитие туризма, который предполагает открытость туризма для всех, то есть подходящие инфраструктуры туристических центров и объектов туристской деятельности к всевозможным потребностям всех гостей, в том числе инвалидов, пожилых, их опекунов и членов семей, и для глухонемых и слабослышащих. Инклюзивный туризм будет прогрессировать только в том случае, если объекты индустрии гостеприимства и туризма следуют принципу «доступно и удобно для всех». Он выражается в инфраструктуре отеля (специальные лифты, оборудованные номера, таблички со шрифтом Брайля и др.), а меньше – в работе персонала. Именно гостям с речевыми особенностями и нарушением слуха не хватает общения с персоналом и, соответственно, понимания с их стороны [1, с. 228].

Целью данного исследования является разработка рекомендаций по совершенствованию обслуживания людей с инвалидностью в отеле «Courtyard by Marriott Kazan Kremlin» (далее – Мариотт).

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1) Рассмотреть нормативно-правовую базу, регламентирующую деятельность гостиничного предприятия, требования к номерному фонду, организация обслуживания лиц с ограниченными возможностями по здоровью;

2) Изучить особенности работы отеля «Марриотт» и разработать рекомендации по совершенствованию безбарьерной среды для лиц с инвалидностью (для глухонемых и слабослышащих) в отеле «Марриотт». Объектом исследуемой темы является гостиница 4* «Courtyard by Marriott Kazan Kremlin». Предметом исследования выступают явления и процессы, связанные с обслуживанием лиц с ограниченными возможностями по здоровью в коллективных средствах размещения.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, наблюдение, анализ Интернет-источников.

Результаты исследования и их обсуждение. Мариотт – один из самых успешных компаний гостиничной сферы в мире. Свою известность данная сеть отелей приобрела благодаря неизменно высокому качеству сервиса и уровню предоставляемых клиентам услуг. Для сравнительного анализа были выбраны основные конкуренты «Courtyard by Marriott Kazan Kremlin», предоставляющие тот же спектр услуг и имеющие 4-5 звезд [4]. Для наглядности, данные о технической доступности и уровне комфортности гостиниц занесены в таблицу 1.

В представленной ниже таблице отображены основные требования, которые должна иметь каждая гостиница, принимающая гостей с ограниченными возможностями здоровья. Гостиницы, указанные в таблице, были изучены по состоянию оснащённости номера для гостей с ограниченными возможностями, доступности и комфорту, предлагаемых гостиничных услуг. Исходя из этих данных, можно сделать вывод, что у «Марриотт» есть серьезные конкуренты. На сегодняшний день вышеописанные гостиничные комплексы находятся на одинаковом уровне по предоставлению условий проживания и количеству дополнительных услуг для гостей с ограниченными возможностями по здоровью. Эти гостиницы имеют: специально оборудованные номера и лифты, возможность свободно передвигаться по отелю, кнопку вызова помощи, пандусы и так далее. Плюс ко всему, эти отели имеют прекрасные отзывы, свои бонусные программы, бесплатную охраняемую парковку. Но у «Марриотт» имеются ряд преимуществ: вид на главную достопримечательность Татарстана – Кремль, программу

лояльности Marriott Bonvoу, доверие постояльцев бренду Marriott и конечно прекрасное обслуживание. На данном этапе в городе Казань гостиничные комплексы предоставляют свои услуги для людей, которым нужны специальные условия проживания с учетом их ограниченных возможностей передвижения. Но не стоит забывать о таких группах туристов, как глухонемые и слабослышащие.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика гостиниц Казани по техническим требованиям, принимающих людей с ОВЗ

Технические требования	Courtyard by marriott kazan Kremlin 4*	Doubletree by hilton 4*	Ramada city centre 4*	Kazan palace by tasigo 5*
Номерной фонд	150	92	157	66
Доступ и передвижение	Свободное	Свободное	Свободное	Свободное
Парковочные места	+	+	+	+
Пандусы	+	+	+	+
Входная дверь в гостиницу	Автоматич.	Автоматич.	Автоматич.	Распашные
Лифт	+	+	+	+
Площадь номера	25 м ²	27 м ²	36 м ²	30 м ²
Доступность	+	+	+	+

Гостиницы должны создавать благоприятные, а главное, безопасные условия проживания для всех постояльцев. Создание и внедрение в отели инновационных технологий, позволяющих облегчить общение с глухонемыми, может поспособствовать не только развитию программы «безбарьерная среда», но также стать серьезным конкурентным преимуществом в гостиничном бизнесе. Внимание к особым потребностям гостей способствует повышению определенной привлекательности для туристов региона Татарстан в целом [2, с. 62].

Средняя стоимость номера (ADR) является важным показателем, используемым в индустрии гостеприимства, чтобы указывать средний доход от оплаченного занятого номера за определенный период времени. Показатели ADR представлены на рисунке 1. Исходя из данных, в «Courtyard by Marriott Kazan Kremlin» средняя стоимость номера ниже, чем в среднем по городу. По результатам проведенного анализа можно сделать вывод, что гостиница функционирует не ниже средних показателей по городу. У сотрудников отеля стоит первостепенная задача – продать номера дороже, чем обеспечить 100% загрузку с минимальной ценой за номер. Данные представлены за 2018–2019 год в связи со сложившимися обстоятельствами на рынке услуг из-за пандемии. Безусловно, показатели за 2020 год будут другими и на это повлияло ряд факторов.

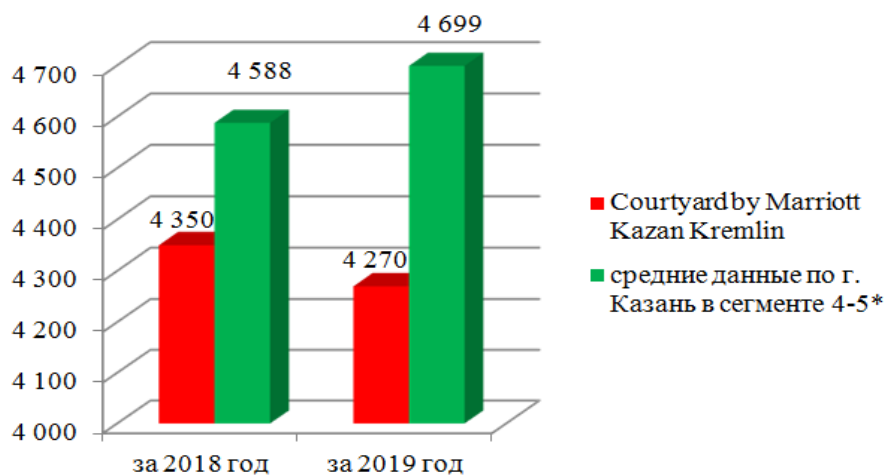


Рисунок 1 – Средние показатели ADR на 2018 и 2019 годы

Также для полного анализа деятельности гостиницы необходимо составить SWOT-анализ. К сильным сторонам мы отнесем следующие факты: расположен в историческом

центре Казани, развита собственная инфраструктура отеля, высокий уровень безопасности проживания в гостинице, развита система охраны, возможность проведения в залах отеля различных мероприятий, бонусная программа Marriott bonvoy, доступность физической среды для гостей с инвалидностью.

К слабым показателям гостиницы можно отнести следующие данные: ведение бизнеса в условиях жесткой конкуренции, отсутствие собственной парковки, минимальное количество дополнительных услуг, отсутствие систематической работы персонала в части обслуживания гостей с инвалидностью.

Необходимо использовать такие возможности «Мариотт», как:

- обучение персонала работы с гостями с ОВЗ с целью увеличения качества обслуживания для данного сегмента постояльцев;
- при наличии необходимых финансовых ресурсов, а также развитой инфраструктуры можно увеличить спектр предлагаемых услуг и тем самым ослабить позиций конкурентов;
- обновление номерного фонда и расположение гостиницы будет способствовать увеличению загрузки.

В отношении оставшихся возможностей необходим гибкий подход. Можно принять положительное решение об их использовании, если для этого имеются достаточные ресурсы.

Гостиница имеет угрозу, которая оказывает большое влияние: при финансовом кризисе и при эпидемии такая развитая инфраструктура не будет себя окупать.

Требуется также внимательный и ответственный подход к ликвидации или нейтрализации угроз:

- наличие финансовых ресурсов позволит предоставлять гостям отеля парковочное место бесплатно;
- наличие финансовых ресурсов позволит гостинице решить проблемы связанные с минимальным количеством дополнительных услуг;
- слаженная работа персонала с гостями с ОВЗ позволит гостинице быть конкурентоспособным предприятием.

Оставшиеся угрозы также не должны выпадать из поля зрения.

Выводы. Отталкиваясь из вышеперечисленных факторов о деятельности гостиницы «Мариотт», можно сделать следующие выводы. Во-первых, все обязанности и полномочия в данном отеле четко расставлены. В коллективе созданы все условия для бесперебойной работы, для оперативного принятия решений, и для поддержки дисциплины. Во-вторых, отель имеет такие преимущества, как: удачное местоположение, современная материально-техническая база, стильный дизайн отеля, возможность проведения конференций и банкетов на большое количество человек, принадлежность к сети отелей Marriott и развитая инфраструктура. В-третьих, «Мариотт» имеет ряд серьезных конкурентов, предоставляющих тот же спектр услуг и условия проживания, в том числе и для гостей с ограниченными возможностями по здоровью. Таким образом, гостиница «Courtyard by Marriott Kazan Kremlin» имеет ряд весьма значительных сильных сторон и столько же возможностей для улучшения конкурентоспособности среди гостиниц-конкурентов. Слабые стороны также имеют большое значение, а ряд угроз может существенно отразиться на деятельности гостиницы.

Список литературы

1. Габдрахманова, З. З. Информационные технологии в гостиничном предприятии для слабослышащих гостей / З. З. Габдрахманова // В сборнике: Материалы Всероссийского конкурса студенческих научно-исследовательских работ «Студент-исследователь». 2019. – С. 228-232.
2. Петрик, Л. С., Габдрахманова З.З.. Социальный туризм как драйвер развития инклюзивной среды гостиничных предприятий / Л. С. Петрик, З. З. Габдрахманова // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2020. – № 12 (194). – С. 60-66.
4. Marriott International: сайт. – Казань. – URL: <https://www.marriott.com.ru/marriott/aboutmarriott.mi> (дата обращения: 19.02.2021).

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ НА СОСТОЯНИЕ МИРОВОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

*Гимазова Д.И., магистрант 20331М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Пережогина О.Н.*

Актуальность. Современный мир подвергся неожиданной и долгосрочной всеобщей пандемии. Условия, к которым вынуждено приспосабливаться общество, очень негативно сказались на многих сферах жизнедеятельности, в том числе и на туризме.

Туристская индустрия и все ее составляющие подвержены жестким корректировкам, и поскольку условия до сих пор не позволяют в полной мере восстановить былые показатели, многие организации вынуждены ждать и подстраиваться к новым техническим требованиям, которые диктуют вышестоящие инстанции различных стран с целью сохранения безопасности человеческой жизни.

Цель исследования: выявить факторы и тенденции влияния пандемии коронавирусной инфекции на состояние туристской индустрии в мире. Для достижения данной цели необходимо последовательное решение ряда задач:

- изучить экономическую обстановку, которая в настоящий момент сложилась под влиянием пандемии коронавируса;
- определить изменения условий организации зарубежных поездок;
- выявить перспективы развития сферы туризма в ближайшие годы.

Результаты исследования и их обсуждение. Пандемия коронавируса началась с обнаружения в конце декабря 2019 года в городе Ухань провинции Хубэй центрального Китая первых случаев пневмонии неизвестного происхождения у местных жителей, связанных с местным рынком животных и морепродуктов Хуанань. 31 декабря 2019 года власти Китая проинформировали о вспышке неизвестной пневмонии Всемирную организацию здравоохранения (ВОЗ).

Экономическая активность во всех странах мира резко снизилась из-за распространения нового коронавируса, наибольший ущерб нанесен компаниям, которые работают в сфере развлечений, туризма и розничной торговли. Продажи в сфере туризма в России из-за пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 упали почти до нуля, а к концу первого полугодия 2020 г. совокупный объем недополученных российским турбизнесом доходов составил около 1,5 трлн руб. [2] По данным UNWTO, международный туризм сократился в 2020 году до уровня 1990 года. За первые десять месяцев 2020 года количество международных прибытий сократилось на 72%, что связано с ограничениями на поездки, низким уровнем доверия потребителей и глобальной борьбой за сдерживание вируса COVID-19[3].

Минимизировались поездки за границу, значительно уменьшилось и количество выдаваемых виз для граждан Российской Федерации и других государств. Однако данные ограничения не коснулись отдельных типов виз, которые были доступны при индивидуальном рассмотрении и наличии определенных причин: посещение ЕС и некоторых других стран с уважительной причиной все же допускается. Набирают обороты такие визовые продукты, как получение второго гражданства посредством репатриации или инвестиционных вложений, а также получение карты АТЭС, дающей право без строгих ограничений активно путешествовать по азиатскому направлению. Такие условия позволили удержаться на плаву многим организациям, предоставляющим визовую поддержку в период всеобщих ограничительных мер.

Пандемия оказала значительное влияние на отношение к путешествиям и восприятие услуг сферы гостеприимства, сдвинув акценты в потребительских предпочтениях туристов. Все больше гостей считают, что минимизация контакта с персоналом делает их пребывание в отеле более комфортным, а бесконтактные технологии обслуживания должны стать

неотъемлемой частью туристского опыта. Последние исследования показывают, что 51% гостей хотели бы, чтобы такие типичные элементы гостиничной услуги, как выбор комнаты или доступ в номера, были доступны им через их собственный смартфон. 58% путешественников считают бесконтактную регистрацию, выезд и выбор номера очень важными для их впечатления о проживании в отеле, а более 50% опрошенных ожидают, что бесконтактная регистрация станет «новой нормой» в период постпандемии [1]. Таким образом, набор технологий и инструментов, необходимых для обеспечения качественного обслуживания в сфере гостеприимства, становится все шире и нуждается в качественных инновационных изменениях. Необходимость быстро перестроиться под изменившиеся ожидания туристов сочетается со спадом в отрасли и вынужденным сокращением бюджетов средств размещения.

Возвращение к докризисному уровню может занять более трех лет, а удар особо тяжело скажется на микро- и малом бизнесе в муниципальных образованиях, где турбизнес занимает наибольшую долю в структуре занятости населения. В целях минимизации возможных масштабных отрицательных эффектов, связанных с ростом безработицы и падением доходов населения, были приняты ряд мер государственной поддержки туристической отрасли. Каждая страна по-своему подошла к решению этой проблемы: в Российской Федерации, в частности:

- снижено налоговое бремя за счет сокращения и частичной отмены взимания налогов с предприятий гостиничной и туристской отрасли;
- произведены выплаты пособий сотрудникам компаний, которых отправили в неоплачиваемый отпуск;
- предоставлены льготные кредиты компаниям для выплаты зарплат и оплаты коммунальных расходов;
- обеспечены льготные условия с отменой на год взимания платы за аренду государственного имущества.

Для восстановления прежнего уровня экономической активности в индустрии гостеприимства очень важно, чтобы правительства стран обратили внимание на проблемы туристической сферы и приняли меры по предоставлению помощи предприятиям. Потери компаний, работающих в сфере выездного туризма, на сегодняшний день колоссальные, это сильный удар по экономикам всех стран, которые хоть в какой-то мере зависели от туризма. Вероятнее всего, условия ограничения организации выездного международного туризма продлятся еще достаточно долго, однако всеобщая вакцинация способна ускорить процесс восстановления.

Выводы. Ситуация, которая в настоящий момент сложилась под влиянием пандемии коронавируса, показывает, что для восстановления туризма необходимо время, однако ведущую роль в этом процессе должны сыграть меры государственной поддержки предприятий индустрии гостеприимства. Изменения условий организации туризма, как международного, так и внутреннего, заключаются в том, что обязательным условием совершения поездки остаются на сегодня являются специальные меры безопасности. Преимуществом является соблюдение санитарных норм в условиях организации отдыха, а также развитие всемирной эпидемиологической безопасности, в том числе благодаря всеобщей вакцинации. Статистика показывает, что многие туристские организации не пережили всеобщую пандемию. Это с одной стороны способствовало сохранению самых сильных игроков на рынке данной сферы, однако сошедшие с колеи предприятия оставили большой след в обвалившейся экономике. Для возвращения на прежний уровень индустрии гостеприимства в ближайшие годы необходимо значительное усиление экономической активности, приток инвестиции и развитие технологий обслуживания, удовлетворяющих изменившимся ожиданиям туристов.

Список литературы

1. Пережогина, О.Н. Методические подходы к управлению инновационным развитием гостиничных предприятий / О.Н. Пережогина // Вестник самарского государственного экономического университета –2020. – № 11 (193). – С. 60-68.
2. Ростуризм оценил потери турбизнеса в 1,5 трлн. руб. за полгода. – URL: <https://www.rbc.ru/business/15/04/2020/5e9720309a794760755b8e8e> (дата обращения: 02.04.2021).
3. Tourism back to 1990 levels as arrivals fall by more than 70% – URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-back-to-1990-levels-as-arrivals-fall-by-more-than-70> (дата обращения: 02.04.2021).

О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИЛИАЛА ТУРОПЕРАТОРСКОЙ КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ПЕГАС ТУРИСТИК»

*Давлетярова Э.Р., студент 8321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Петрик Л.С.*

Актуальность исследования. Актуальность работы обусловлена особой важностью организации управления филиальной сетью туроператорских компаний.

Современная рыночная ситуация меняется быстрыми темпами. Меняющаяся ситуация благоприятствует, прежде всего, развивающимся компаниям, которые осваивают новые рыночные реалии.

Строительство филиальных сетей – один из вариантов развития бизнеса в современных условиях. Это также интересно для компаний среднего размера, потому что позволяет им экспоненциально расти в течение следующих трех-пяти лет и перейти в другую категорию ценности и устойчивости бизнеса. Большинство предприятий в значительной степени масштабируются, поэтому технически этот путь доступен почти каждому.

На примере туристской организации мы попытались выявить проблемы и разработать проект совершенствования системы управления филиала туроператорской компании.

Цель исследования. Целью работы является разработка предложений и рекомендаций по совершенствованию системы управления филиалом туроператорской компании «Пегас Туристик».

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, наблюдение, анализ интернет-источников.

Результаты исследования и их обсуждение. Начнем с изучения и оценки системы управления филиалами ООО «Пегас Туристик». Розничная сеть «Пегас Туристик» на 100% основана на франчайзинге. Это позволяет Pegas Turistik быстро создать интересный и надежный бизнес.

Отлаженная бизнес-модель, большой опыт работы салонов, постоянная поддержка и сопровождение франчайзера позволяют всячески избегать трудностей бизнеса на старте, а также снижать операционные расходы и сокращать срок окупаемости проекта.

«Пегас Туристик» довольно серьезно подходит к работе свои филиалов, так как каждому кандидату необходимо пройти рассмотрение конкурсной комиссией вопроса о возможности вступления агентства в сеть.

Ежемесячный мониторинг проводится для контроля деятельности сетевых агентств. Он состоит из анализа соответствия количества переадресованных вызовов количеству запросов. После выхода в розничную сеть объем продаж увеличивается, он должен соответствовать общему развитию и росту рынка.

Оценивая систему управления, необходимо отметить факт, что компания всеми силами старается следить за всеми своими филиалами, а также контролировать качество предоставляемых услуг путем тщательного отбора и обучения персонала. Далее изучим проблемы управления филиалом туроператорской компании на примере ООО «Пегас Туристик».

Проанализировав систему управления филиалами ООО «Пегас Туристик» можно выделить несколько основных проблем.

– отсутствие полноценного представления и данных о работе в филиале, хотя периодически офис подает отчеты о своих успехах;

– относительно высокий уровень самостоятельности руководителей удаленного офиса, что может повлечь за собой принятие неправильных решений;

– плохая информированность владельца компании – очень часто местные сотрудники решают самостоятельно решить определенную проблему, вместо того, чтобы тратить время и передавать информацию в главный офис, ждать общего решения;

– сложности контроля персонала – эта задача так же ложится на плечи регионального руководителя отдела, поэтому перед тем, как его ставить, будьте уверены в компетентности сотрудника.

Такие проблемы являются неотъемлемым аспектом управления новым филиалом, поэтому владелец компании должен быть готов к тому, что придется полностью довериться региональному руководителю. Кроме того, часто офис не приносит прибыли в первые месяцы функционирования. Если со временем ситуация не стабилизируется, то нужно будет проводить полноценное исследование, чтобы найти причину неприятностей – в большинстве случаев, это совсем не ошибки руководителя, а внешние факторы.

Централизованное управление выгодно применять на однородном рынке с клиентом, общим для всех филиалов, и с одинаковой конкуренцией, то есть обычно в масштабе города или конкретного региона.

Для «Пегас Туристик», как для компании, имеющей филиалы по всей стране централизованная система управления не выгодна, поэтому одной из главных задач является высокая квалифицированность персонала. Это и является одной из главных проблем, так как довольно трудно контролировать большое количество персонала. Исходя из этого можно составить проект рекомендаций по управлению филиалом.

Проанализировав изученную информацию компании «Пегас Туристик» рекомендуется:

– Сосредоточить основное внимание на качестве обслуживания потребителей во всех агентствах сети.

– Вовлекать персонал в принятие управленческих решений.

– Компании необходимо проводить ежегодные мастер-классы по управлению для владельцев филиалов агентств и наглядно демонстрировать, как ведется бизнес в «Пегас Туристик», а также сравнивать результаты, полученные для каждого сервисного центра.

– Каждые квартал / полгода присылайте специалиста «Пегас Туристик» для оценки эффективности каждого филиала офиса. Оценка может включать в себя аттестацию профессиональных знаний сотрудников, оценку выполнения планов и оценку уровня развития компетенций. Лучше всего обученные сотрудники могут быть отправлены на повышение квалификации в головную компанию «Пегас Туристик» или поощрены бесплатными турами от компании.

Также для успешного достижения целей, предприятие должно ориентироваться на:

– привлечение высококвалифицированных, мотивированных и лояльных руководителей и персонала (на лучших специалистов в своей области);

– постоянное информационное обеспечение деятельности;

– приобретение хорошей репутации и имиджа у потребителей.

Один из способов улучшить менеджмент туроператора «Пегас Туристик» – усовершенствовать методы управления персоналом.

При формировании системы мотивации труда, которая определит целевую позицию организации на рынке труда, «Пегас Туристик» следует руководствоваться следующими принципами:

– для сотрудников, которые являются ключом к успеху, организация должна стремиться платить на максимальном уровне соответствующего конкурентного рынка;

– для других сотрудников компания должна стремиться платить выше среднего уровня соответствующего конкурентного рынка;

– при оценке конкурентоспособности уровня оплаты труда своих сотрудников туроператор должен учитывать прямое материальное вознаграждение, выраженное в годовом выражении;

– необходимо регулярно проводить анализ уровня инфляции и учитывать его при пересмотре стимулов для сотрудников.

Выводы. Так, данные рекомендаций помогут, на наш взгляд, стабилизировать работу во всех филиалах туроператорской сети «Пегас Туристик» за счет повышения квалификации сотрудников, общего повышения стандартов обслуживания туристов и качественного решения проблем, возникающих в конкретном филиале сети туроператора.

Список литературы

1. Киселева, И. А. Анализ факторов, влияющих на эффективность деятельности туристических фирм : сайт / И. А. Киселева, А. М. Трамova. – Казань. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21161644>, свободный. (дата обращения: 12.02.2021 г.).
2. Костин, К. Б. Интернет-маркетинг как современное средство успешного развития компаний туристского бизнеса: сайт / К. Б. Костин,– Казань. – Текст: электронный. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21701396>, свободный. (дата обращения: 27.02.2021 г.).
3. Чабанюк, О. В. Проблемы неоклассического подхода к совершенствованию управления инновационным развитием индустрии туризма: сайт / О. В. Чабанюк. – Казань. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21336134>, свободный. (дата обращения: 14.02.2021 г.).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕТИ ИНТЕРНЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Егорова Т.М., студент 9331гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – доцент Гусарова В.Ю.*

Актуальность. Данная тема была, есть и будет актуальной еще очень долгое время, так как в наши дни Интернет – это способ взаимоотношения предприятия с потребителем, создания эффективной системы работы и инструмент удовлетворения информационных потребностей человека.

Столь бурное развитие мировой паутины является одним из самых важных аспектов усовершенствования сферы услуг. Интернет используют не только как информационную среду, но еще и в качестве рынка. С его помощью возможна продажа/покупка различных услуг, модернизация компании и привлечение новых клиентов. Интернет стал своеобразным всемирным форумом, с помощью которого можно объединить усилия и встать на путь к прогрессу.

Цель исследования: рассмотреть Интернет в качестве инструмента реализации сервисной деятельности.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, наблюдение, анализ интернет-источников.

Результаты исследования и их обсуждение. В современном мире ни один человек не может обойтись без использования Интернета, ведь это глобальная компьютерная сеть, охватывающая весь мир, и это при том, что в 1992 году им пользовались всего лишь 100 человек. Меньше 30 лет понадобилось Интернету для того, чтобы захватить весь мир и полностью подчинить себе человечество. Конечно, здесь имеются как и хорошая, так и плохая стороны, но по-моему, хорошая сторона выигрывает в разы, ведь именно благодаря Интернету стало возможно обмениваться различными файлами на расстоянии, задать вопрос и получить ответ на него у человека, которого даже в жизни не видел [1].

Стало возможно открыть свой собственный магазин, и для этого человеку не обязательно даже вставать с дивана, достаточно просто завести страничку, к примеру, в Instagram. Людям стали доступны такие возможности, о которых еще лет 40 назад даже никто не мог и мечтать, и мы считаем, что нужно уметь правильно и грамотно пользоваться ими.

Современный бизнес практически на 90% перемещен в Интернет-пространство. Обычную, настенную и печатную рекламу уверенно заменила виртуальная, а крупную фирму уже не встретишь без красиво-оформленного и понятного сайта [3].

Без использования Интернета в наше время человек вряд ли сможет добиться огромных высот, и каждый должен это понимать. Вы только задумайтесь, что мировая паутина охватила более 150 стран, а активных пользователей уже больше 100 млн. и данная цифра растет с каждым днем.

Интернет так же не обошел стороной сферу услуг, которые представляют собой одну из самых существенных частей рынка. Авиакомпании, гостиницы, рестораны, салоны красоты и фитнес-центры – это лишь малый список из сфер, предоставляющих услуги. Все они используют сеть Интернет для модернизации своей компании, привлечения новых клиентов и повышения конкурентоспособности [4].

Для примера возьмем гостиничный бизнес. Интернет будет привлекательным для этой сферы, если предприятие сможет правильно использовать эту систему для продвижения своего предложения и работы с потребителями. Например, гостиница может создать свой сайт или использовать любую существующую социальную сеть для размещения информации, чтобы потенциальный клиент смог получить все нужные и интересующие его сведения о предоставляемых услугах. Так же возможна система онлайн-бронирования, что упростит задачу размещения в сотни раз [2].

Появления сети Интернет упростило задачу об обучении и подготовке сотрудников. Заочное обучение представляет собой быстрый и недорогой способ образования. Данная система удобна тем, что менеджер гостиницы по набору персонала может лично контролировать процесс обучения.

Многие гостиницы давно используют Интернет в рекламно-информационных целях как основу распространения информации об оказываемых услугах и осуществлении продаж. Гостиницы чаще всего размещают данные об их номерном фонде, стоимости проживания, возможных скидках и т.д.

Имеющиеся на сегодняшний день технические технологии позволяют клиентам бронировать номера, покупать дополнительные услуги, которые так же предоставляет гостиница, пользуясь Интернетом. Желательно так же довести до потенциальных клиентов сведения о предстоящих мероприятиях, программах и т.д. В интернете должна находиться вся актуальная информация о данной гостинице, начиная от даты открытия и заканчивая известными личностями, которые здесь останавливались. Реклама на просторах Интернета имеет ряд преимуществ:

- Информативна.
- Понятна.
- Менее подвержена давлению.
- Быстро доходит до потребителя и быстро обновляется.

Благодаря Интернету возможно побывать на «экскурсии» по гостинице, в которой вы хотите остановиться (особенно, если вы еще там не были). Многие гостиницы используют на своих сайтах такую вещь как виртуальная экскурсия. Это своего рода мультимедийная фотопанорама, в которую можно поместить видео и фото вашей гостиницы (номера, коридоры, главный холл и т.д.). Такая «экскурсия» создает эффект присутствия и прогулки, что поможет вам буквально оказаться в самой гостинице и увидеть все «вживую».

Не только гостиницы, но и вся сфера услуг обязана применять новые технологии, поскольку в наше время их игнорирование не позволит достичь высокого уровня обслуживания.

Выводы. Таким образом, новые технологии с каждым годом становятся неотъемлемой частью современного маркетинга. Чтобы реализовать сервисную деятельность, необходимо уметь правильно и грамотно пользоваться возможностями сети Интернет.

Список литературы

1. Интернет в современном мире. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-interneta-v-sovremennoy-zhizni/viewer> (дата обращения: 14.02.21).
2. Интернет как метод продаж в гостиничном деле. – URL: <https://topref.ru/referat/56642/6.html> (дата обращения: 11.02.21).
3. Реализация сервисных услуг при помощи сети Интернет. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modernizatsiya-sfery-servisa-na-osnove-internet-tehnologiy/viewer> (дата обращения: 13.03.21).
4. Сферы обслуживания, реализующие услуги через Интернет. – URL: <https://topref.ru/referat/56642/3.html> (дата обращения: 14.02.21).

ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ КЛИЕНТСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСА

*Емельянова А.В., студент 9331 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – доцент Гусарова В.Ю.*

Актуальность. Актуальность данной темы обусловлена прежде всего тем, что на сегодняшний день каждая успешная сервисная компания должна понимать высокую степень важности взаимодействия с клиентом. Прочные и доверительные отношения с клиентами, расположение их к себе – первостепенная задача любой компании.

Успех и процветание бизнеса напрямую зависят от потребителей, поэтому я думаю, что любому предпринимателю необходимо уметь грамотно выстраивать взаимоотношения с людьми, готовыми платить за его услуги.

Построение прочных и долгосрочных отношений с клиентами выгодно, так как оно обеспечивает стабильный доход организации. Именно такие связи являются основой прибыли.

Цель исследования: выявление особенностей построения системы клиентских отношений в организации сервиса.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, наблюдение, анализ интернет-источников.

Результаты исследования и их обсуждение. Возникновение направленного на клиента подхода дополнило комплекс функций организационного менеджмента управлением взаимоотношениями с клиентами (customer relationship management, CRM). Общедоступные производственные и маркетинговые технологии больше не могут обеспечить компании долгосрочное лидерство, они необходимы, но не достаточны. Теперь важно не просто создать продукт и найти клиентов, испытывающих в нем реальную потребность, но и ориентировать бизнес на укрепление сотрудничества с наиболее ценными потребителями [1].



Рисунок 1 – Сервис как новое конкурентное преимущество

При первом обращении клиент еще не доверяет компании, не знает конечного результата. Однако многие компании чаще озабочены привлечением именно новых клиентов, а также количеством обслуживаемых клиентов, но, к сожалению, часто забывают о качестве услуги.

Главным критерием возврата клиента в организацию является именно качество полученной им услуги во время предыдущего обращения. Здесь и кроется одна из главных проблем, связанная с неосвязаемостью услуги. Из-за отсутствия объективного измерения качества услуги клиент не всегда способен понять, насколько качественно ему была оказана услуга.

В таких ситуациях важно подчеркивать успешные моменты после исполнения услуги. В сознании клиента высокое качество необходимо подтвердить осознанными фактами. С каждым новым обращением следует поддерживать уровень качества.

Рассчитывая на долгосрочные отношения с клиентом, важно напоминать ему о себе. Общая специфика услуг заключается в том, что в отличие от покупки товара, клиент часто забывает о пользе или удовольствии от однажды оказанной ему услуги. Товар непрерывно напоминает о своем качестве, в то время как услуга проходит и забывается.

Для привлечения повторных заказов и усиления приверженности клиента к организации стоит внедрять ценностные для клиента программы лояльности [2].

Наличие привлекательных для клиента программ лояльности предоставляет компании следующие возможности:

- возвращение клиентов;
- рост продаж;
- усиление позиций на рынке;
- снижение расходов на маркетинг;
- лояльный клиент легче пробует новые услуги.

В сфере услуг крайне важно соответствовать ожиданиям клиента. А для получения лояльности клиента необходимо выполнять даже больше обещанного.

Выводы. Грамотное выстраивание системы клиентских отношений является фундаментом любой организации сервиса. А инструменты ее построения, такие как высокое качество услуги, подчеркивание успешных моментов, напоминания о компании и программы лояльности способствуют развитию и сохранению прочной клиентской базы.

Список литературы

1. Особенности построения маркетинга взаимоотношений в сфере услуг. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-postroeniya-marketinga-vzaimootnosheniy-v-sfere-uslug/viewer> (дата обращения: 14.02.21).
2. Взаимодействие с клиентами. Этапы разработки правильной стратегии. – URL: <https://www.your-mentor.ru/business/75-strategija-vzaimodejstviya-s-klientami> (дата обращения: 05.02.21).
3. Отношения с клиентами: 10 главных принципов построения долгосрочных связей. – URL: <https://academy-of-capital.ru/blog/otnosheniya-s-klientami/> (дата обращения: 14.02.21).

О РАЗВИТИИ СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

*Ишмакова А.Р., студент 8321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н. Петрик Л.С.*

Актуальность темы работы заключается в необходимости переосмысления роли и значения спортивно-событийного туризма в условиях постоянного возрастания объемов мировых туристских потоков, отсутствием методологической базы и недостаточностью методических разработок проблемы комплексного развития системы спортивно-событийного туризма, его стимулирования и продвижения на туристский рынок и исключительной остротой проблемы организации рационального использования спортивно – событийных туристских ресурсов Российской Федерации [1].

Целью является изучение особенности, перспективы спортивно-событийного туризма и его влияние на сферы общества, обоснование теоретико-методологических основ формирования системы спортивно-событийного туризма, а также методы и критерии оценки эффективности спортивно-событийного туризма.

Результаты исследования и их обсуждение. Спортивно-событийный туризм – вид туризма, где поездки связаны с каким – либо событием. События могут относиться к сфере культуры, спорта, бизнеса и т.д. При этом турист становится свидетелем величайших событий в мире. Данные мероприятия (путешествия) всегда остаются в памяти и оставляют отпечаток в истории данного государства. Спортивно-событийный туризм всегда отличался массовостью и зрелищностью [3, с. 60].

Так же спортивно-событийный туризм можно интерпретировать еще как – вид туризма, при котором турист становится очевидцем колоссальнейших событий в мире спорта, культуры и искусства. Турист может увидеть то, что больше никогда не произойдет: спортивные соревнования, показы мод, концерты мировых звезд, фестивали, карнавалы, шоу и многое-многое другое.

В научной литературе существуют различные подходы к определению критериев эффективности спортивно-событийного туризма. В основном, как теоретики, так и практики ивент-индустрии говорят об эффективности мероприятия по его окончании. Оценка осуществляется традиционными инструментами и интерпретация эффективности мероприятия у каждого специалиста своя.

Спортивно-событийный туризм Татарстана развивается все более динамично, для этого есть все предпосылки. Так, например, Универсиада, Чемпионат Мира 2018 года дали большой толчок для развития инфраструктуры Казани. Теперь столица республики становится культурным центром, проводя все больше различных фестивалей. Благодаря этому Республика Татарстан является «гостеприимной» для разных международных и всемирных мероприятий.

Важной стороной развития спортивно-событийного туризма является определение критерия эффективности деятельности мероприятия на этапе планирования, то есть до его начала, а не после. Поэтому основополагающим критерием на данном этапе может быть:

- 1) Взрывной рост величины спроса на качественные средства размещения, внутригородского и внешнего транспорта, общественного питания, других коммуникативных услуг первичного назначения;
- 2) Целевая ориентация на потребителя, его социальный статус, демографический и количественный состав;
- 3) Ориентация на ограниченный жизненный цикл ивента во времени;
- 4) Социально-экономические условия в стране пребывания и туристской дестинации ССТ;
- 5) Качественно-количественное информационное обеспечение потребителей;
- 6) Не регулярность (эпизодичность) отдельных элементов спортивного ивента;

7) Качество системы финансового обеспечения и управления спортивно-событийного туризма.

Развитие туристической деятельности, связанной с установлением «брендовых» спортивных соревнований (олимпийские игры, чемпионаты мира и континентов), фактически закрепили появление спортивно-событийного туризма, как одного из наиболее быстро растущей секции рынка в мировой индустрии путешествий.

Республика Татарстан не всегда была популярна для проведения спортивных мероприятий, и в целом не имела материальной базы для проведения подобных мероприятий и фестивалей. Но так было до того момента, когда Республика провела Универсиаду в 2013 году. После Универсиады инфраструктура Татарстана начала развиваться, а показатели туристического потока увеличились в 5 раз. И на сегодняшний день, у ведомств Республики Татарстан есть цель, совместно с министерствами создать условия, которые будут благоприятными для гостей республики и в целях содействия в области туризма.

Универсиада-2013 дала толчок развитию событийного туризма. После этого масштабного события Казань получила имидж. Теперь город – это место, где можно проводить спортивные соревнования любого уровня.

Казань имеет финансово-выгодную материально-техническую базу для развития спортивно-событийного туризма. В республике Татарстан не только функционируют современные спортивные объекты, но и проявляются высококвалифицированные люди, умеющие на высшем уровне организовать подобные мероприятия [2, с. 130].

Ресурсный потенциал спортивно-событийного туризма в Республике Татарстан имеет очень высокий потенциал в развитии туризма. За счет накопленного опыта проведения таких масштабных спортивных событий как Летняя Универсиада 2013, Чемпионат мира по фехтованию 2014, Чемпионат мира по водным видам спорта 2015, Чемпионат Европы по самбо и по дзюдо 2016 и т.д. В связи с чем, отмечено большое значение социального эффекта от проведения международных событий. Он проявляется в росте вовлеченности в спорт разных категорий населения, повышении квалификации специалистов сферы спорта и культуры, в потребности в качественном образовании, включая знание языков, истории, рост общего уровня культуры населения и в воспитании жизнеспособного, нравственно и физически здорового поколения.

По оценкам Ростуризма, после проведения чемпионата мира по футболу 2018 года прирост потока иностранных туристов составит 10-15% в год. В процессе всеобщего внимания к Республике Татарстан будет большой прирост инвесторов и финансирование инфраструктуры. Следовательно, спортивно-событийный туризм будет выходить на новый уровень, расширяя свою инфраструктуру.

Выводы. В заключение можно отметить, что спортивно-событийный туризм развивается наиболее динамично и является активным элементом производительных сил региона и потому способствует повышению ресурсного потенциала в целом.

Список литературы

1. Артемьева, О. А. Роль спортивных мероприятий в развитии туристских дестинаций / О. А. Артемьева // Экономика. Бизнес. Банки. – 2019. – № 1 (28). – С. 74-82.
2. Петрик, Л. С. Спортивные мероприятия как фактор развития туристской дестинации / Л. С. Петрик // В сборнике: Наследие крупных спортивных событий как фактор социально-культурного и экономического развития региона. Международная научно-практическая конференция ; редколлегия: Ф. Р. Зотова, Н. Х. Давлетова, В. М. Афанасьева, Е. М. Курочкина, 2013. – С. 129-131.
3. Сморгачев, В. Ю. Спортивно-оздоровительный туризм – массовый вид спорта / В. Ю. Сморгачев // В сборнике: Стратегия формирования здорового образа жизни средствами физической культуры и спорта. «Спорт для всех» и внедрение всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО 6 : материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 2016. – С. 59-63.

РАЗВИТИЕ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ КАК ФАКТОР УСПЕХА КОМПАНИИ В СФЕРЕ УСЛУГ

*Кличникова С.Д., студент 9331 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Гусарова В.Ю.*

Актуальность. Рыночная экономика растет с каждым днем, что порождает рост конкуренции практически во всех отраслях сферы услуг. Это приводит к тому, что компании постоянно ищут дополнительные ресурсы, увеличивающие прибыль.

С развитием рынка товаров и услуг расширилось и общество потребления. Сегодня цель покупателя – не просто получить желаемый товар: при этом ему необходимы высокий уровень сервиса, комфорт и удобство при покупках. Высокий уровень обслуживания и безусловное внимание к потребностям клиентов помогают привлечь максимальное количество потребителей и, как следствие, приводят к увеличению прибыли компании.

Цель исследования: определить эффективные инструменты привлечения клиентов.

Методы исследования: наблюдение, изучение и анализ научно-методической литературы, анализ интернет-источников.

Результаты исследования и их обсуждение. Клиентоориентированность – это совокупность мероприятий, направленных компанией на изучение желаний клиента, удовлетворение его потребностей с целью получения дополнительной прибыли.

Прежде всего, клиентоориентированный сотрудник – это человек, способный поддерживать оптимальный баланс между компанией, клиентом и собственными интересами, который любит свою работу, помогает клиентам, получая от этого искреннее удовольствие. Важными качествами такого человека являются дух общности, желание быть полезным и предоставлять именно то, что нужно потребителю. Клиентоориентированный персонал смотрит на все «глазами клиента», понимает его требования и позиции. Поэтому компания, которая заинтересована во внедрении клиентоориентированности для получения дополнительной прибыли, должна выбирать правильных сотрудников и регулярно их обучать. Каждый работник компании, вне зависимости от его удаленности от «линии общения с потребителем» должен понимать, что его работа также оказывает влияние на восприятие клиентом общего качества сервиса организации [1].

Руководство должно быть заинтересовано в повышении качества обслуживания, и постоянно консультировать сотрудников и обучать их тому, как улучшить работу с гостями. Целесообразно обратить внимание на составление внутренних локальных актов, которые должны подробно описывать порядок поведения и работы всего без исключения персонала в различных ситуациях. Данную информацию необходимо ввести во все описания должностей и обязательно ознакомить всех сотрудников с этими документами.

В рамках повышения организационной культуры компании необходимо разработать дресс-код персонала, создать уникальную униформу или отдельные ее характерные элементы, отражающие корпоративный стиль.

Сотрудники должны быть мотивированы на клиентоориентированное поведение. Этого можно добиться за счет развития системы материального и нематериального стимулирования. В качестве морального поощрения можно провести конкурс на лучшего сотрудника и опубликовать фотографию победителя на сайте компании. Это мотивирует персонал не только на более продуктивную и качественную работу, но и повышает уровень сервиса.

Визитной карточкой любой организации, особенно в сфере услуг, на данный момент является ее сайт. Как правило, потребитель, как только узнает о существовании организации, сразу же обращается на ее сайт. Если сайт не очень привлекателен с точки зрения дизайна, не удобен, а данные на нем устаревшие и неинформативны, то это может привести к потере потенциальной части будущих клиентов [2].

Поскольку в настоящее время большую часть своего свободного времени люди проводят в социальных сетях, не менее важно упомянуть и о них.

Социальные сети – отличный способ бесплатной рекламы, поэтому им стоит уделять гораздо больше внимания. Так, например, группу «ВКонтакте» можно разнообразить конкурсами, розыгрышем любого купона с акционным предложением или скидкой на публикацию условий конкурса на своей странице, что привлечет новых пользователей и, в конечном итоге, интерес лояльных потребителей. Что касается «Instagram», то сейчас это одно из самых популярных сообществ в Интернете, поэтому есть смысл продвигать эту страницу. Эта социальная сеть в основном нацелена на молодежь, поэтому необходимо распространять актуальную информацию для молодежной среды. Также можно создать группу в «Одноклассниках» и выполнять те же действия, что и в сети «ВКонтакте», чтобы публика, которая посещает только эту социальную сеть, могла узнавать новости о компании в удобном формате.

Безусловно, крупная компания не сможет быстро достичь высокого уровня обслуживания. Главное – постоянно работать над качеством сервиса, улучшением услуг и подбором грамотных и мотивированных сотрудников.

Выводы. Таким образом, основной возможностью сохранения рентабельности бизнеса для многих компаний стало повышение интенсивности потребления ее продукции каждым из клиентов, что привело к необходимости поддержания с долгосрочных отношений с ними. Для сокращения расходов на привлечение покупателей организациям стало выгодно использовать состоявшихся клиентов в качестве «промоутеров», обеспечивающих сокращение цикла вывода продуктов на рынок и на их продвижение в целевой среде. Партнерство компаний с клиентами стало для многих организаций основой успешного развития. Чтобы привлечь как можно больше посетителей, необходимо активно влиять на рынок с помощью различных рекламных мероприятий. Также необходимо постоянно следить за рынком конкурентов и проводить регулярные исследования продаж, анализировать варианты реализации их услуги, изменять тарифы и скидки в зависимости от изменений рынка, а также использовать рекламу, связанную с текущей ситуацией, в нужное время. Все эти меры, наряду с другими формами коммерческой деятельности, помогут компании завоевать популярность среди целевой аудитории, увеличить выручку и укрепить позиции организации на рынке услуг. При правильном подходе к выполнению этих действий организация не только сохранит постоянных клиентов, но и привлечет новых.

Список литературы

1. Клиентоориентированное обслуживание как стратегический приоритет в деятельности организации сферы услуг. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klientoorientirovannoe-obsluzhivanie-kak-strategicheskij-prioritet-v-deyatelnosti-organizatsii-sfery-uslug> (дата обращения: 12.02.21).
2. Развитие клиентоориентированного менеджмента как фактора повышения эффективности деятельности предприятий сферы услуг. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-klientoorientirovannogo-menedzhmenta-kak-faktora-povysheniya-effektivnosti-deyatelnosti-predpriyatii-sfery-uslug> (дата обращения: 1.03.21).

О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРАГЕНТСТВА «ТУЗЕМЕЦ»

*Краснова А.В., студент 8321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Петрик Л.С.*

Актуальность. В современных экономических условиях индустрия туризма представляет собой достаточно стабильно развивающийся сектор экономики, который оказывает серьезное воздействие на социально-экономическое развитие стран и отдельных регионов. Поэтому постоянно растет интерес к нахождению способов эффективного развития туристской сферы как со стороны государства, так и со стороны отдельных бизнес-структур. Благодаря развитию туризма появляются сотни тысяч рабочих мест, укрепляются позиции мелкого и среднего бизнеса, развиваются сети телекоммуникационных систем, повышается культура и грамотность местного населения.

Индустрия туризма отличается от любой другой тем, что продукт, который предлагается потребителю – это не вещь, а совокупность товаров и услуг [3]. Высокий уровень конкуренции требует творческий и уникальный подход в туристической деятельности. Чтобы быть успешным в данной сфере, необходимо постоянно совершенствовать продвижение и маркетинг, создавать интерес в широком масштабе, действенными способами.

Каждый день мы видим примеры туристического маркетинга вокруг нас – реклама по телевизору и радио, объявления в газетах и журналах, каталоги, брошюры, проспекты в туристических агентствах, интернет баннеры, плакаты и т.д. Но маркетинг – это не просто реклама; это комплексное исследование и выявление потребностей целевой аудитории, а затем, создание продукта, удовлетворяющего спросу, с целью получения прибыли [1].

Таким образом, актуальность нашего исследования заключается в том, чтобы понять современное состояние маркетинга на туристических предприятиях в Республике Татарстан.

Цель исследования: изучить проблемы и перспективы развития маркетинговой деятельности в Республике Татарстан, а также проанализировать турагентство «Туземец».

Результат исследования и их обсуждение.

Разберем организацию отдела маркетинга на примере конкретной туристической компании. Таким предприятием в этом процессе работы станет туристическое агентство «Туземец».

Сотрудничество с такими гигантами-туроператорами, как «ТезТур», «Анекс-тур», «Санмар», «Коралл», «Пегас», «Библио-Глобус», достаточный поток постоянных клиентов, своевременная выплата зарплаты своим сотрудникам свидетельствует о том, что это туристическое агентство Казани очень популярное и процветает на туристическом рынке города.

Рассматриваемая нами турфирма открылась сравнительно недавно, в 2009 году. Но, несмотря на это, «Туземец» уже имеет достижения на туристическом рынке (турфирма имеет множество дипломов туроператоров-партнеров) [2].



Рисунок 1 – Оргструктура турагентства «Туземец»

Данная фирма использует размещение рекламных обращений на билбордах, в буклетах, а также в сети Интернет. Но подробно мы остановимся на рекламе через интернет, такое рекламное направление наиболее предпочтительно в современных условиях для продвижения своего продукта.

На сайте турагентства размещена подробная информация о компании, реализуемых турах и услугах, которые оказывает компания. Реклама носит информативный характер, через нее идет формирование имиджа и складывается представление у туристов об агентстве, что внушает доверие у посетителей.

Как уже упоминалось выше, опрошенная компания еще довольно молода, поэтому руководство компании еще не создало целый отдел маркетинга, поэтому за маркетинг в агентстве отвечает один сотрудник, который отвечает за организацию поездок сотрудников на выставки, размещение рекламы и заключение договоров с партнерами на создание новых туристических услуг.

В анализируемом нами турагентстве «Туземец» отсутствуют или мало развиты такие функции, как:

1. Комплексное изучение рынка – осуществление сбора, обработки и анализа информации о рынке, его участниках, а также спросе на товары и услуги фирмы;
2. Формирование продуктовой политики – подготовка данных, лежащих в основе принятия решений касательно эффективного использования финансового, производственного, сбытового и иного потенциала фирмы согласно требованиям рынка;
3. Создание каналов продаж – стимулирование сбыта;
4. Развитие коммуникативных связей – активное воздействие на формирование спроса.

Таким образом, в компании «Туземец» никто не несет ответственность за планирование и реализацию маркетинговой деятельности организации, что приводит к потере потенциальных клиентов, а значит и прибыли. Турагентство будет в лучшем положении на рынке, если сможет грамотно оценить изменения потребностей, конъюнктуры рынка и правильно выбрать нужную стратегию своей деятельности, так как для обеспечения успешной деятельности турфирмы необходимо маркетинговые исследования.

Конечно, такая недооценка маркетинга не оправдана. Для более детального изучения, анализа и других исследований рынка необходимо создать комплексную маркетинговую службу на туристическом предприятии, которая должна быть представлена несколькими сотрудниками.

Выводы. Таким образом, туристическое предприятие должно организовать маркетинговую службу с квалифицированным персоналом, который будет заниматься стратегиями улучшения деятельности компании, проводить маркетинговые исследования, разрабатывать мероприятия по продвижению продаж, наиболее подходящие для этого предприятия, находить наиболее выгодные каналы продаж, участвовать в рекламных кампаниях, PR и формировании фирменного стиля.

Кроме того, руководство туристического агентства должно следить за тем, чтобы сотрудники отделов маркетинга посещали курсы повышения квалификации, быстро адаптировались к новому, посещали различные семинары и разрабатывали собственные идеи.

Желателен обмен опытом с зарубежными партнерами, в частности со странами, где маркетинг является неотъемлемой частью сферы туристических услуг и где маркетинг является политикой улучшения деятельности компании.

Задачи по усовершенствованию маркетинговой деятельности:

- мониторинг конкурентов;
- анализ и исследования рынка;
- реклама и PR;
- работа со СМИ, статьи, публикации, экспертные интервью;
- партнерский маркетинг (продвижение через партнеров);
- продвижение в Интернет (поддержка и наполнение сайта, интернет-маркетинг, социальные сети);
- обучение сотрудников отдела, продавцов, клиентов, дистрибьюторов;

– аналитика и прогнозирование.

Открытие необходимого отдела маркетинга на предприятии «Туземец» способно увеличить выручку предприятия, и привлечь поток новых клиентов в турагентство, готовых купить готовые туры.

Турагентству «Туземец» необходимо реорганизовать, а точнее создать полноценную структуру, отвечающую основным требованиям, хотя бы минимум, условиям выживания компании на рынке, продвижения компании и в целом – работы над изучением маркетинговой политики.

Действительно, в условиях жесткой конкуренции на этом стремительно развивающемся рынке, а именно рынке туристических услуг, недооценка отдела маркетинга может привести к банкротству или поглощению компании.

Также следует отметить, что маркетинговые исследования следует поощрять и спонсировать со стороны руководства агентства, поскольку эти мероприятия могут помочь улучшить функционирование бизнеса.

Список литературы

1. Боринова, А. С. Развитие маркетинга в туризме в современных условиях / А. С. Боринова. – Экономика и бизнес. – Москва. – 2015. – С. 14-15.
2. Сайт турагентства «Туземец» [Электронный ресурс]: – <https://www.tyzemec.ru/> (дата обращения: 08.02.2021).
3. Семилетова, Я. И. Маркетинг в туризме / Я. И. Семилетова. – Экономика и бизнес» – Москва. – 2016 – С. 92-94.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА НА КАМЧАТКЕ

*Кузнецова В.А., студент 7321гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – ст. преподаватель Матасова А.К.*

Актуальность. На сегодняшний день экологический туризм является одной из перспективных и быстроразвивающихся секторов индустрии туризма, занимая одну из ведущих позиций. Туристы нуждаются в хорошем экотуристском продукте способном удовлетворить их потребности. Именно поэтому экологический туризм начал активно развиваться на территории России. Одним из наиболее перспективных направлений экотуризма является полуостров Камчатка и его уникальные природные ресурсы.

Цель исследования. На примере Камчатского полуострова раскрыть перспективы развития экологического туризма и рассмотреть ресурсы, которые существуют в регионе и подходят для данного вида туризма.

Результаты исследования и их обсуждение. Сейчас экотуризм получает практическое развитие преимущественно в девяти российских регионах, наиболее привлекательных своей природой, а также лучше других обеспеченных материальными ресурсами и специалистами. Эти регионы по ряду параметров можно разделить на группы: от наиболее популярных до менее перспективных, но обладающих достаточным эколого-туристским потенциалом. Среди них лидируют Кавказский (абсолютный лидер), Байкальский, Алтайский и Дальневосточный регионы, среднее положение занимают Волго-Уральский, Северо- и Центрально-Европейский регионы, а последнее место у Камчатского и Арктического регионов [3].

С чем же связано такое низкое положение Камчатского региона относительно других представленных дестинаций. Если провести общий анализ полуострова, включая его местоположение, отдаление от основных крупных городов России и развития региона в целом, то можно выделить несколько факторов, которые сдерживают развитие туризма на Камчатке:

1. Из-за труднодоступности региона добраться до Камчатки возможно всего двумя путями: на авиатранспорте и водным путем по акватории Берегового, Охотского морей, а также Тихого океана.

2. Освоенность всех территорий минимальна – на полуострове находится всего три города: Елизово, Петропавловск-Камчатский и Вилючинск, а также небольшие поселки с малым количеством жителей.

3. Стоимость авиаперелета до Камчатки высокая, поэтому данное направление не является популярным и массовым среди жителей России.

Несмотря на все это продвижением Камчатки активно занимается местное правительство. Так, в «Стратегии социально-экономического развития Камчатского края на период до 2030 года» в качестве одного из приоритетных направлений определено развитие туризма, связанного с уникальными экологическими ресурсами края.

Выбраны три приоритетных направления государственной политики в сфере развития туризма в крае: развитие инфраструктуры туристско-рекреационного комплекса региона; повышение качества туристских услуг; формирование насыщенной информационной туристской среды.

Стратегия развития туристской индустрии до 2025 г. в Камчатском крае в направлении обеспечения экологической безопасности предполагает сохранение рекреационных природных территорий. Данный критерий является конкурентным преимуществом камчатского туристского продукта. В документе отмечено, что развитие экологического туризма как бурно развивающегося направления экономики наряду со спортивно-приключенческим, круизным и социальным туризмом играет важную роль в

развитии региона. Также будут созданы дополнительные рабочие места до 16 000 к 2025 г. Увеличится количество зарубежных посетителей с 12 000 до 150 000 человек в год, что повлечет за собой рост объема реализации туристских услуг, который к 2025 г. увеличится в 9,6 раза [1].

Природные ресурсы Камчатки представлены 113 ООПТ регионального значения: 4 природных парка, 22 заказника, 94 памятника природы (12 из них находятся на ООПТ федерального значения, 14 – на территории природных парков регионального значения) и 2 ООПТ местного значения – ландшафтный природный парк и заказник (научный стационар).

Также стоит отметить, что на полуострове Камчатка расположен объект природного наследия ЮНЕСКО – «Вулканы Камчатки» (с 1996 г.), включающий территорию Кроноцкого биосферного заповедника, кальдеры вулкана Узон, природные парки «Быстринский», «Налычево», «Южно-Камчатский», «Ключевской». Все они отмечены как объекты, представляющие собой природный феномен или пространство исключительной природной красоты и эстетической важности, являющиеся выдающимся памятником прошлого и символом происходящих геологических процессов. Особую значимость им придает роль сохранения естественной среды обитания и исчезающих видов исключительной мировой ценности с точки зрения науки и охраны природы [4].

Долина Гейзеров – это одно из наиболее крупных гейзерных полей мира и единственное в Евразии. Долина Гейзеров находится в Кроноцком государственном биосферном заповеднике. Она представляет собой глубокий каньон реки Гейзерной. На дне долины и по ее склонам находятся несчетные выходы гейзеров, горячих источников, грязевые котлы, термальные площадки, водопады и озера. На этой, ограниченной по размерам, территории наблюдается аномально высокое биоразнообразие и высокая контрастность природных условий и микроклимата.

Самыми главными туристскими центрами для экологического туризма являются 6 особо охраняемых природных территорий полуострова: государственный природный биосферный заповедник «Кроноцкий», Южно-Камчатский государственный федеральный заказник, природные парки «Налычево», «Южно-Камчатский», «Быстринский», «Ключевской», объединенные под общим названием «Вулканы Камчатки».

Природный парк «Налычево». Расположен в 25 км от столицы полуострова, поэтому является одним из наиболее посещаемых мест. Его площадь составляет 285 970 га. Основная часть парка – долина реки Налычева, окруженная действующими и потухшими вулканами Авачинской и Дзедзур-Жупановской группы. Действуют Налычевские термальные источники.

Природный парк «Южно-Камчатский». Расположен в 60 км к югу от Петропавловска-Камчатского. Площадь составляет 489,6 тыс. га. В нем находится кратер вулкана Мутновский, кальдера вулкана Ксудач, Ходуткинские термальные источники, Ксудачинские источники [2].

Природный парк «Быстринский». Расположен вблизи села Эссо. Площадь парка – 1 млн. 325 тыс. га. Основные достопримечательности – озеро Икар, Димчиканский кордон, корякское стойбище «Чиу-Чив», эвенское стойбище «Мэнэдек». В конце февраля – начале марта проходит День Оленевода, а через одну – две недели стартует гонка на собачьих упряжках «Берингия».

Парк «Ключевской». Расположен возле поселков Ключи и Козыревск. Здесь протекает река Камчатка, находятся ледники и самые крупные вулканы в количестве 13 штук, а также расположен самый высокий действующий вулкан Евразии – Ключевской (4750 м). Площадь парка 376 тысяч га.

Государственный природный биосферный заповедник «Командорский» – самый большой морской заповедник России. Площадь его охраняемой морской акватории более 3 миллионов гектаров. Это единственное место в стране, где ежегодно и круглогодично проводятся наблюдения за китообразными. Местные воды являются критическим местообитанием китов. В заповеднике также изучаются и охраняются многие

другие виды животных, в том числе ластоногие, морские птицы, каланы, островные формы песцов. Здесь можно увидеть птичьи базары топорков, бакланов, ипатов и других видов морских птиц. Также можно встретить такую интересную птицу, как белоплечий орлан. Этот редкий малочисленный гнездящийся вид обитает в высокоствольных лесах и скалистых морских берегах полуострова Камчатка.

Активное внимание также направлено и на туристическую инфраструктуру полуострова. Существует ряд проблем, которые нужно решить: отсутствие наземных транспортных коммуникаций с другими регионами, туристская сезонность и низкий среднегодовой коэффициент загрузки гостиниц ограничивают развитие индустрии гостеприимства, а недостаток средств размещения в высокий сезон приводит к «разогреву» рынка и, как правило, к несоответствию цены качеству предоставляемых услуг.

Создание современной туристической инфраструктуры будет осуществляться путем создания инвестиционных площадок, в рамках концепции территории опережающего социально-экономического развития «Камчатка». Проект ТОР «Камчатка» предусматривает развитие двух основных специализаций: портово-промышленной и туристско-рекреационной. Создание ТОР «Камчатка» включает в себя, в том числе, задачу по развитию туристской отрасли, а именно:

- создание туристско-рекреационной инфраструктуры (гостиницы, горнолыжные курорты, предприятия питания и сопутствующие сервисы) для качественного развития туризма как ключевой точки роста экономики Камчатского края в среднесрочной перспективе;
- создание нового терминала аэропорта «Елизово» как ключевого объекта инфраструктуры для существенного увеличения туристического потока;
- развитие существующего морского порта г. Петропавловска-Камчатского для возможности принятия пассажирских круизных лайнеров с осадкой не менее 13 м и увеличения потока круизных туристов;
- создание новых инвестиционных площадок, обеспеченных необходимой для инвесторов инфраструктурой.

Выводы. Камчатский полуостров богат природными ресурсами, которые могут быть использованы для развития экологического туризма в данном регионе. Проблемами развития экологического туризма на Камчатке является плохо развитая туристская инфраструктура, уровень качества предоставляемых услуг в регионе, слабое продвижение туристского бренда Камчатского края как уникальной природной территории мирового масштаба.

Успеху туристической индустрии может помочь только грамотное развитие и совершенствование инфраструктуры в целом без ущерба для уникальной и хрупкой природы Камчатки, привлечение и допуск на Камчатку федеральных и иностранных туроператоров без ущерба для региональных туроператоров и специалистов в сфере гостеприимства и туристских услуг.

Список литературы

1. Стратегия развития туризма в Камчатском крае на период до 2025 года. Правительство Камчатского края распоряжение от 22 марта 2011 года №122-ПП. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/446224058>
2. Луковкина, В. Н. Использование природного и ресурсного потенциала камчатского края для развития экологического туризма / В. Н. Луковкина // Стратегия устойчивого развития регионов России. – 2016. – № 35. – С. 78-81.
3. Николаев, А. В. Проблемы и перспективы развития экологического туризма в России / А. В. Николаев // Эколого-географические проблемы регионов России. – 2019. – С. 332-336.
4. Тюрин, А. Н. Современное состояние и перспективы развития особо охраняемых природных территорий в Камчатском крае / А. Н. Тюрин // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. – 2018. – № 2. – С. 169-180.

К ВОПРОСУ О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ РАБОТЫ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

*Кузьмин К.А., студент 8321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Петрик Л.С.*

Актуальность. Туризм внутренний – туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации. Сейчас в Татарстане все больше и больше городов и районов получают развитие туристского направления.

Туристическими центрами в Республике Татарстан являются: Казань, Арск, Великий Болгар, Елабуга, Лаишево, Тетюши, остров-град Свияжск, Чистополь. Все эти города входят в перечень исторических мест не только в Республике Татарстан, но и в Российской Федерации [1, с.11]. Каждый город известен своими событиями, которые остались в памяти и своими промыслами. Развитие этих городов актуально для Республики Татарстан. Поэтому Государственный комитет Республики Татарстан по туризму ведет активную деятельность по развитию этих городов. Много памятных мест, в которых бывали великие люди: ученые, писатели, поэты и другие деятели России, которые являются известными во всем мире.

Растет количество туристических фирм для обслуживания туристов в Татарстане. Увеличивается число фирм за пределами Казани в разных районах Республики Татарстан. Но не каждый житель, например, Арского района поедет смотреть достопримечательности Казани или Болгара. Туроператор должен придумать, как заставить этого человека отправиться по туру в Болгар или Свияжск.

Данная тема актуальна в наше время. При развитии внутреннего туризма деньги идут в бюджет страны, а не идут в чужие страны. Все страны улучшают сферы жизни в стране как раз за счет внутреннего туризма (Швейцария, Австрия, Франция, США): идет развитие медицины, культурной жизни населения, строятся парки, идет развитие промышленности. Например, американцы очень любят путешествовать по своей стране: Флорида, Лас-Вегас, многочисленные национальные парки или даже Гавайи или Аляска. Все эти места являются нормальным вариантом для отпуска для американцев. Для 80 процентов французов является нормальным путешествовать по своей стране, так как в стране много разных мест для отдыха: от шумных городов и курортов Лазурного побережья и до деревень в центре страны [2].

Целью данного исследования является разработка программы развития внутреннего туризма в Республике Татарстан.

Результаты исследования и их обсуждение. В качестве туристского предприятия, мы выбрали туроператора «Экскурсионное бюро «Казань»» [4]. Это туроператор внутреннего туризма, организующий экскурсионные туры по Казани и Татарстану.

Накопленный за годы работы в туризме опыт, позволил создать много интересных маршрутов для взрослых и детей. Туроператор работает со сборными группами, индивидуальными туристами, а также организует школьные туры. У него есть много преимуществ: Только профессиональные, аккредитованные экскурсоводы; комфортабельные туристические автобусы; экскурсии проводятся со стабильным графиком и удобным местом отправления в центре города; оплата производится перед началом экскурсии.

Можно разработать новые направления по Республике Татарстан, например: в Арский район или Лаишевский район. У нас много районов, у которых есть туристский потенциал. Просто эти районы не исследованы до конца на предметы показа для туристов.

Чтобы сотрудники эффективно продавали туры, можно устраивать различные курсы по повышению квалификации, коммуникабельности. Кроме повышения качества образования в вузе, о чем пишут Л.С. Петрик и Л.Н. Розанова в своей статье [3, с. 143], можно предложить проводить различные тренинги на сплочение команды в процессе работы. Сейчас существует множество подобных тренингов. Любой из них можно найти в

интернете. Такие тренинги направлены на развитие навыков деловой коммуникации, помогают приобрести навыки планирования и управление своим временем.

Не стоит забывать и о мотивации, без которой ни один человек не сможет. Можно мотивировать премиями или предложить скидки на путевки сотрудникам туркомпании.

Предлагается программа совершенствования работы туристских предприятий в сфере внутреннего туризма, которая представлена в Таблице 1.

Таблица 1 – Программа совершенствования работы туристских предприятий в сфере внутреннего туризма

№ п/п	Мероприятие	Название
1	Внедрение программ на сплочение команды	Онлайн-воркшопы
2	Курсы повышения квалификации, проведение мастер-классов по продаже	Продажа туров онлайн
3	Проведение игр на сплочение коллектива	Мафия, Крокодил

Выводы. Таким образом, мы пытались разработать программу для совершенствования туроператора «Экскурсионное бюро «Казань». При внедрении могут быть использованы только некоторые варианты из предложенных для того, чтобы турфирма не терпела убытки. Данные методы способны вывести «Экскурсионное бюро «Казань» еще на более высокий уровень.

Список литературы

1. Арсланова, Г. Х. К вопросу о развитии туристской индустрии Республики Татарстан / Г. Х. Арсланова // В сборнике: Современные тенденции формирования кадрового потенциала агропромышленного комплекса: в условиях научно-технологических вызовов и устойчивого развития сельских территорий : Материалы I Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 11-18.
2. Всемирная туристская организация» : сайт. – Казань. – URL: <http://mkt.unwto.org/ru/barometer> (дата обращения: 11.02.2021)
3. Петрик, Л. С. К вопросу о повышении качества подготовки специалистов туристской индустрии / Л. С. Петрик, Л. Н. Розанова // В сборнике: ТУР-ФАКТОР 2014: Стратегии развития туристско-рекреационной сферы региона : Материалы VII Международной научно-практической конференции, 2014. – С. 142-147.
4. Экскурсионное бюро «Казань»: сайт. – Казань. – URL: <https://www.tatturist.ru/> (дата обращения: 08.02.2021).

О МЕТОДАХ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛИДЕРОВ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

*Кулумбегова К.О., студент 8321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к. э. н., доцент Петрик Л.С.*

Актуальность. Лидерство – важнейший компонент эффективного руководства. Оно встречается везде, где есть устойчивое объединение людей.

Изучение проблемы лидерства на предприятии туризма необходимо для выработки методов эффективного руководства, отбора и формирования лидеров. Руководитель, занятый в сфере туризма, должен уметь ставить задачи, определять средства достижения цели и методы контроля. Успешное руководство в значительной мере зависит от умения руководителя управлять мнением коллектива [1].

Целью является изучение методов оценки деятельности лидеров туристских организаций.

Результаты исследования и их обсуждение. Для успеха туристической компании или предприятия сервиса лидер является неким проводником. От его умений, навыков и достигнутых целей зависит многое. Однако на сегодняшний день лишь малая доля становится действительно серьезным конкурентом на рынке туристического бизнеса.

Таким образом, для продвижения предприятия необходим хороший лидер. Разумеется, что хорошим лидера делает многолетний опыт, практика и необходимые накопленные знания. Кроме того, неотъемлемой частью являются различные мероприятия и тренинги по совершенствованию работы лидера [3].

Оценка эффективности лидера часто является трудным упражнением для многих организаций. Обычно это потому, что большинство процедур оценки находятся под влиянием организационной политики, они не основаны на стандартах, и предметы, по которым оценивается лидер, не определены или определены не в полной мере.

Подход Essential Behavioral Leadership Qualities (EBLQ) используется для определения эффективности работы директоров некоторых торговых организаций, а также директоров школ [4, С.27].

Чтобы более точно оценить характеристику лидеров различных организаций туризма и сервиса, была создана таблица оценки лидерских качеств.

На основе исследований А. Олу Ойинладе создан перечень, включающий оценку моделей поведения, ценностных установок, мотивации, предпочтений, т.е. тех характеристик, которые сложно или невозможно быстро изменить.

Также проводится оценка навыков управления, которые можно достаточно легко и быстро приобрести в ходе обучения (см. Таблицу 2). Шкала оценивания представляет собой выставление баллов (от 1 до 10).

Для более четкого оценивания лидеру рекомендуется обратиться к человеку, которому он доверяет (коллеге, другу и т.д.). Однако самому лидеру, для начала, необходимо самостоятельно проанализировать собственные качества.

Далее будет представлена сама таблица для оценивания.

Каждый из восемнадцати пунктов основных поведенческих лидерских качеств были задействованы в анкете следующим образом:

1. Хорошие навыки слушания: способность внимательно, без предубеждений, сочувствовать говорящему и честно пытаться понять точку зрения докладчика.
2. Хорошие навыки презентации: способность ясно передавать идеи и намерения другим без недопонимания (хорошие коммуникативные навыки).
3. Стиль принятия решений на основе участия: заинтересованность в привлечении использование чужого вклада в процессе принятия решений; работа с подчиненными через руководство личным примером.

4. Мотиватор: способность помочь создать рабочую среду, в которой подчиненные будут счастливы и захотят работать и достигать поставленных целей.
5. Честность и этичность: всегда быть правдивым, заслуживающим доверия и постоянным по высоким стандартам «правильно» и «неправильно».
6. Организационные знания: знания правил организации сервиса.
7. Хорошие навыки межличностного общения: дружелюбие, юмор, сердечность, вежливы и относятся к людям с уважением и достоинством.
8. Фискальная эффективность: способность составлять хорошие финансовые бюджеты и тратить с умом.
9. Знание политики: хорошее знание местных, государственных и федеральных законов и правила в отношении к организации [2].
10. Видение будущего: наличие идей, целей и задач для будущего организации; способность осуществлять долгосрочное планирование для достижения этих целей и задач; способность удовлетворить нынешние потребности.
11. Делегирование полномочий: способность разделять обязанности, предоставить подчиненным соответствующие полномочия для выполнения задач.
12. Оказание поддержки: умение оперативно направлять и поддерживать деятельность подчиненных; помогать подчиненным расти и преуспевать в их цели.
13. Справедливость: равное отношение к людям и присвоение ресурсов равномерно среди различных округов без предвзятости или фаворитизма.
14. Смелость и твердость: готовность делать жесткие и непопулярные, но необходимые решения и придерживаться их.
15. Креативность: открытость к новым способам ведения дел; поступать иначе, используя новые идеи.
16. Трудолюбие: стремление проводить долгие часы; настойчивый, прилагая все возможные усилия для эффективного достижения целей.
17. Хорошие навыки расстановки приоритетов: умение расставлять задачи; убедившись, что самые важные выполняются перед менее важными.
18. Навыки решения проблем: наличие интересов и возможностей в решении множество проблем, и способность идти на компромисс, а также помогать другие в решении проблем.

Таблица 1 – Расчет баллов для оценки лидерских качеств

Количество баллов	Качественный рейтинг	Приемлемый уровень
95 и выше	Выдающийся (D)	Хорошо
90-94	Образец (E)	Хорошо
80-89	Опытный (P)	Средний
70-79	Компетентный (C)	Средний
69 и ниже	Неэффективный	Неприемлемый

За каждую характеристику выставляется балл от 1 до 10. Далее высчитывается общее количество баллов. В соответствии с ним выявляется качественный рейтинг и приемлемый уровень лидера (см. Таблицу 2).

Выводы. Однако, стоит отметить, что в большинстве случаев оценка эффективности лидерства является весьма субъективной, поскольку осознается с точки зрения обычного человека. Тем не менее, данный метод позволяет оценить эффективность лидера туристической организации.

Список литературы

1. Тихомиров, А. А. Стили лидерства и успешность слияний: Трансформационно-трансакционная концепция лидерства / А. А. Тихомиров, У. Д. Спэнглер // Российский журнал менеджмента. – 2005. – № 2. – С. 71-98.
2. Blayney, C. Leadership in the hotel industry: evidence from Canada / C. Blayney, K. Blotnicky // International journal of management and marketing research. – 2010. – № 3. – P. 75-78.
3. Kwan, L. Y. A Study on the Leadership Style and the Organizational Performance in Korea and USA / L. Y. Kwan, C. Deok // International Journal of Business and Management. – 2016. – № 7. – P. 42
4. Oyinlade A. Olu – A Method of Assessing Leadership Effectiveness / // Performance Improvement Quarterly. – 2006. – № 1. – P. 27-34

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Маркова А.В., студент 9331 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Гусарова В.Ю.*

Актуальность. Мы живем в то время, когда сервис является неотъемлемой частью всех сфер общественной жизни, когда сервис формирует тот уровень жизни человека, к которому он в той или иной степени стремится.

Стоит заметить, что проблема совершенствования обслуживания в 21 веке клиентов является довольно-таки актуальной. Это объясняется тем, что любое предприятие сферы сервиса старается обеспечить нас, потребителей услуг, качественным обслуживанием. Добиваясь улучшения качества обслуживания, предприятие обретает конкурентное преимущество над аналогичными организациями. Ведь любая фирма старается укрепить свою позицию на рынке, завоевать доверие у определенного сегмента потребителей. А это, как правило, невозможно сделать без качественного обслуживания.

Цель исследования: определить основные направления совершенствования организации обслуживания потребителей в современных условиях.

Методы исследования: анализ, обобщение и систематизация литературы из интернет-источника по проблеме исследования.

Результаты исследования и их обсуждение. В 2019 году в индустрии обслуживания было занято 67% населения. В зарубежных странах аналогичное положение, например, в Японии количество работающих людей в сфере сервиса составляет 72%, в США – 78%, в Австралии – 78%. Однако, в странах со слабо развитой экономикой количество работающих людей в сфере услуг составляет менее 50 процентов: Вьетнам – 34%, Таджикистан – 39% и т.д. [1].

Сфера услуг максимально пострадала от эпидемии коронавирусной инфекции и мер по борьбе с ней. В числе понесших наибольшие потери – общепит, фитнес и спорт, туризм, гостиницы, косметология и СПА, беспощинная торговля, транспорт, развлечения и массовые спортивные мероприятия. Такая ситуация требует совершенствования организации обслуживания потребителей в современных условиях.

Несмотря на активное внедрение IT технологий в продажи, покупатели, так или иначе, обращают внимание на персонал, на их поведение, внешний вид, а также на процесс оказания сервиса. Поэтому для успешного совершенствования обслуживания клиентов необходимо внедрять такие мероприятия, которые направлены на сам персонал. Например, повышение квалификации, профессиональная подготовка и многое другое. Рассмотрим основные направления, которые, на наш взгляд, необходимо внедрять в любое предприятия сферы сервиса.

1. Проведение бизнес – тренингов тренерами по специализированной программе.

Таких тренеров чаще всего называют бизнес – коучами. В первую очередь это как правильно нужно строить диалог с покупателями, как правильно нужно продавать. Изучая литературу, нами было выявлено, что на подобных тренингах осуществляется моделирование ситуации общения с клиентом и раскрываются секреты эффективной техники продаж.

2. Создание подробной клиентской базы.

Данное направление по совершенствованию обслуживания позволяет выявить целевую аудиторию предприятия. Однако важно собрать персональную информацию: ФИО, дата рождения, e – mail, тем самым появляется возможность, например, поздравить с днем рождения с помощью рассылки.

3. Создание приятной атмосферы.

Ни для кого не секрет, что первое впечатление – это важно. И будет огромным плюсом, если Вы сможете расположить клиента с первого взгляда. Например, приятное музыкальное сопровождение при совершении покупок.

4. Обучение персонала универсальности.

Данное направление позволит улучшить обслуживание клиентов.

5. Улучшение обратной связи с клиентами.

Клиенты будут уважать ту компанию, которая не игнорирует жалобы, вопросы, появляющиеся или в книге жалоб и предложений, или же на собственном сайте предприятия.

Выводы. Таким образом, обслуживание клиентов – это важная часть сферы сервиса, а также совершенствование обслуживания – это первостепенная задача любого предприятия. Ведь как показывают исследования, на рынке была, есть и будет конкурентная борьба. А это значит, что останутся лишь те предприятия, которые способны предложить качественный товар и качественное обслуживание.

Список литературы

1. Доля занятых в сфере услуг. – URL: https://www.economicdata.ru/economics.php?menu=macroeconomics&data_type=economics&data_ticker=ServicesEmploy (дата обращения: 5.02.21).

2. Процесс сервисного обслуживания и пути его совершенствования. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsess-servisnogo-obslyzhvaniya-i-puti-ego-sovershenstvovaniya/viewer> (дата обращения: 18.03.21).

3. Совершенствование качества обслуживания клиентов на предприятии сервиса. – URL: <https://nauchkor.ru/uploads/documents/5c1a51d47966e104f6f85234.pdf> (дата обращения: 12.02.21).

4. Совершенствования качества потребителей. – URL: <https://novainfo.ru/article/16822> (дата обращения: 07.02.21).

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ В ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ «МИРАЖ», г. КАЗАНЬ)

*Мавлекаева Е.В., студент 7341 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Пережогина О.Н.*

Актуальность. Каждое гостиничное предприятие заинтересовано в предоставлении качественного сервиса для своих постояльцев с целью укрепления взаимоотношений с гостями. В этой связи важно предоставлять не только качественный сервис, но и обеспечивать безопасность потребителей. Вопрос безопасности является актуальным в рамках деятельности гостиничного предприятия, так как гостиницы напрямую контактируют с клиентами и, соответственно, проблемы безопасности жизнедеятельности гостей не могут быть не затронуты в рамках предоставления услуги. Особенно острыми в последнее время становятся проблемы эпидемиологической безопасности в связи с распространением коронавирусной инфекции, оказавшей значительное влияние на развитие мировой индустрии гостеприимства.

Цель исследования: разработка мероприятий по совершенствованию технологий обеспечения безопасности гостиницы «Мираж»

Результаты исследования и их обсуждение. Определение безопасности отличается в зависимости от его контекста. Что касается туристской индустрии, то под безопасностью туризма понимается «безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также ненанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства» [1].

Безопасность в гостиничных предприятиях обеспечивается посредством соблюдения следующих аспектов:

- требования строительных норм и правил в период проектировки и строительства гостиничного объекта;
- требования безопасности технической эксплуатации зданий, пристроек и оборудования, которое установлено на основании нормативных документов;
- техническое оснащение, которое соответствует нормативам;
- меры, которые предоставляются в гостинице и гарантируют личную безопасность гостей, а также сохранность их имущества

Существует следующий комплекс технических средств безопасности, которыми пользуются гостиничные предприятия и другие средства размещения:

- обеспечение безопасности и охраны постояльцев, их личного имущества в период пребывания в гостиничном предприятии;
- обеспечение защиты материально-технической базы;
- поддержка общественного порядка в рамках установленного законодательства;
- обеспечение незамедлительного реагирования на любое произошедшее происшествие, которое требует вмешательства как персонала предприятия, так и представителей сторонних ведомств;
- гарантия компетентного и надлежащего поведения персонала гостиницы;
- гарантия возможности предоставления гостиницей специальных услуг по повышению безопасности.

Служба безопасности гостиничного предприятия «Мираж» основывается на трех составляющих:

- люди;
- техника;
- обучение.

При приеме на работу сотрудники службы безопасности проходят обучения весь гостинично-ресторанный комплекс «Мираж» круглосуточно патрулируется, все этажи оснащены огнетушителями, также на всех этажах имеются общие планы эвакуации. При изучении оборудования номерного фонда было выделено, что номера оснащены следующими средствами безопасности:

- система экстренного вызова помощи
- система SOS (обновленная версия системы экстренного вызова помощи)

Также имеется система контроля и управления доступом к служебным и жилым помещениям. Номерной фонд оснащен электронными замками, доступ имеется как у проживающих в том или ином номере гостей, так и у персонала предприятия «Мираж».

Все требования Роспотребнадзора в части эпидемиологической безопасности соблюдаются.

В целях совершенствования системы обеспечения безопасности объекта исследования рекомендовано проведение следующих мероприятий (Таблица 1).

Проведение тренингов позволит актуализировать знания персонала по обеспечению безопасности постояльцев и улучшить навыки поведения в экстренных ситуациях. Примерные затраты на проведение 12 занятий по обучению персонала, включающих тренинги по основам пожарной безопасности, по оказанию первой медицинской помощи, по организации предотвращения чрезвычайных ситуаций, по основам поведения и принятия мер на основании правонарушений составят около 328 000 рублей.

Таблица 1 – Мероприятия по совершенствованию технологии обеспечения безопасности в гостиничном предприятии «Мираж»

Мероприятия	Ответственное лицо	Ориентировочная сумма затрат, руб.
Проведение тренингов и обучение персонала службы безопасности	Служба безопасности, иные организации, привлеченные к обучению	328 000
Повышение санитарной безопасности в номерах и в общественных зонах	Служба безопасности, административно-хозяйственная служба, служба приема и размещения, ресторанная служба и др.	294 300
Снижение количества краж предметов гостеприимства из номеров	Служба маркетинга и продаж, финансовая служба	25 000
	Итого	647300

В целях повышения санитарной безопасности номерного фонда предложена установка небольшого диспенсера с дезинфицирующим средством во всех номерах при входе, чтобы гости, приходя с улицы или иного помещения в гостинице, могли сразу обработать руки специальным средством. Это поможет снизить беспокойство гостей в части риска заражения различными инфекциями, в том числе коронавирусной, а также обеспечить более высокий уровень чистоты контактных поверхностей в номерах. Для наибольшего комфорта гостей необходимо установить именно «сенсорные» диспенсеры с антибактериальной жидкостью. Стоимость одного небольшого диспенсера составляет 2 700 рублей, т.е. для приобретения 109 диспенсеров (по одному в каждый номер) необходимо 294 300 рублей.

Для предотвращения краж предметов гостеприимства рекомендовано нанести на них печать «предупреждающих» фраз типа «Я позаимствовал это у гостиницы «Мираж» и т.п. Гостиничное предприятие «Мираж» сотрудничает с одной из крупных типографий города Казани, что облегчает проведение данного мероприятия. Планируется нанести текст на кружки, которые находятся во всех номерах гостиничного комплекса. Средняя стоимость нанесения на керамику и стекло надписи составляет 100 рублей, для 250 кружек (примерное количество) потребуется 25 000 рублей.

Выводы: Мероприятия в рамках предложенных рекомендаций в гостинице «Мираж» направлены на совершенствование работы персонала, поддержание высокого уровня соответствия санитарно-технологическим требованиям, а также на сохранность имущества гостиничного комплекса. Это позволит повысить уровень безопасности предоставляемых услуг, что является одним из приоритетных направлений развития предприятий сферы гостеприимства на современном этапе.

Список литературы

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ (в ред. от 09.03.2021). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 02.04.2021).
2. Биржаков, М. Б. Безопасность в туризме / М. Б. Биржаков, Н. П. Казаков. – Москва : Герда, 2015. – 124 с.
3. Бобрышева, О. Р. Предоставление информации о безопасности отеля: «миф» или реальность? / О. Р. Бобрышева, К. И. Серпова // В сборнике: Современная индустрия гостеприимства. тематический сборник научных статей ; отв. редактор: С. Г. Горяинов. Ростов-на-Дону. – 2016. – С. 4-14.
4. Жаклин, Т. Д. Безопасность и охрана жизни и здоровья в отелях Chi hotels and resorts / Т. Д. Жалкин // Туризм: право и экономика. – 2012. – № 2. – С. 24-27.

ОБ ОРГАНИЗАЦИИ КЕМПИНГОВ КАК ОДНОГО ИЗ СПОСОБОВ РАЗВИТИЯ АВТОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

*Михайлова А.В., студент 8321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Петрик Л.С.*

Актуальность. С каждым годом растет число людей, которые совершают активные поездки. Кемпинги – ограниченные территории с санитарными объектами, на которых располагаются шале, бунгало, палатки, стационарные фургоны, а также оборудованные площадки для размещения палаток, автодомов и пр. В кемпингах к услугам проживающих могут быть предоставлены рестораны, магазины, спортивные и развлекательные сооружения. Отдых под открытым небом и на природе привлекает туристов, о чем пишут многие авторы, как и Петрик Л.С., Кудрявцева П.А. в своей статье [2, с. 142]. Для многих смысл кемпинга заключается в том, чтобы попробовать пожить в палатке, организовать питание за пределами своей просторной кухни дома и развлечься вдали от суеты и привычного места жительства. В некоторых кемпингах все уже организовано, турист приезжает на все готовое [3]. Все зависит от предпочтений туриста. Актуальность нашего исследования заключается в том, чтобы понять современное состояние инфраструктуры в сфере кемпингов в Республике Татарстан.

Цель нашего исследования: исследовать проблемы и перспективы развития кемпингов в Республике Татарстан, а также проанализировать кемпинг «Шторм».

Результаты исследования и их обсуждение. В современном мире, набирают обороты путешествия, одним из популярных видов это автопутешествия, другими словами-караванинг. Основой такого вида путешествия в большинстве случаев является кемпинг. Данный вид странствия очень популярен за рубежом, особенно в западных странах, что нельзя сравнить с уровнем популярности кемпинга в России. Разберем актуальность механизма кемпинга в республике Татарстан, его современные проблемы.

Первой главной составляющей проблемой является отсутствие популяризации кемпинга в Татарстане, также недостаточная маркетинговая активность. В Татарстане развитие кемпингов, данный вид туризма получил сравнительно недавно, но в ближайшем будущем может стать ключевым фактором улучшения показателей внутреннего и въездного туризма [1]. Республика Татарстан находится в числе самых популярных городов для привлечения туристов. На это есть несколько причин.

Во-первых, транспортная доступность. Добраться легко, как из Европы, так и из Азии. Хорошо зарекомендовал себя авиа и железнодорожный сервис. Они являются очень популярными.

Во-вторых – развитая гостиничная и туристическая инфраструктура

За пределами Казани есть много привлекательных уголков для туристов, один из них находится в Высокогорском районе. Мы рассмотрели кемпинг «Шторм» [4]. Данный кемпинг находится в 15 минутах езды от Казани, а на территории все обустроено так, что понравится каждому гостю. Адрес кемпинга – Высокогорский район, поселок Урманче. Офис фирмы – Ямашева 36, к1. Имеются просторные штормы, столы для больших компаний, зоны, предназначенные для мангала, для детей есть специальные площадки, где они могут провести время, а также имеется костровое место. Также каждого туриста удивит романтические закаты у воды, теплый свет фонарей и лес, который находится вдали от шума и суеты. Для тех, кто желает остаться с ночевкой, есть комфортабельные палатки. Для любителей фотографий имеется фотограф, который за небольшую плату сделает отличные кадры и приятные воспоминания. Можно арендовать весь кемпинг и тогда, он будет только ваш. Дополнительные услуги: катание на лодке, катамараны, баня, стрельба из лука. Зимой имеются тематические лагеря для детей. Рядом находится подвесной мост, куда можно прогуляться пешком или же взять лодку. Данный мост привлекает туристов. Для того, чтобы

понять, что не хватает данному кемпингу и, что необходимо внедрить, сделаем SWOT-анализ. На рисунке 1. представлена итоговая матрица SWOT, демонстрирующая совмещение сильных и слабых сторон деятельности кемпинга «Шторм» с возможностями и угрозами внешней среды.

		Р	Возможности (В) Opportunities	Р	Угрозы (У) Threats
		1	- повышение качества в сфере организации кемпингов;	1	-банкротство;
		2	-повышение квалификации персонала;	2	-появление конкурентов;
		3	-выбор местности при расположении кемпинга;	3	-удаленность от города;
		4	- развитие и внедрение новых технологий, а также агентств и центров;	4	-нет возможности добраться до места нахождения;
		5	-обновление материальной базы.	5	-некомфортабельного проживания.
Р	Сильные стороны (С) Strengths				
1	- наличие постоянных клиентов;		1		2
2	- высокое качество обслуживания;				
3	- выгодное географическое размещение;		1С – 1В		1С – 1У
4	-выгодная транспортная доступность;		5С – 4В		2С – 2У
5	- хорошая инфраструктура.				5С – 2У
Р	Слабые стороны (Сл) Weaknesses				
1	- нет продвижения;		3		4
2	-использование старых палаток;				
3	-мало кто знает о кемпингах в Республике Татарстан		2Сл – 5В		2Сл – 2У
4	- недостаточная маркетинговая активность;		5Сл – 3В		4Сл – 1У
5	-не все кемпинги расположены в тени деревьев				

Рисунок 1 – Матрица SWOT-анализа деятельности «Шторм»

Опишем полученные результаты.

1-й квадрант. Повышение качества в сфере организации кемпингов к наличию постоянных клиентов. Постоянные клиенты являются истопником новых клиентов. Внедрения новых технологий ведет к появлению хорошей инфраструктуры.

2-й квадрант. Постоянные клиенты помогут избежать банкротства. Чтобы избежать появления конкурентов, нам нужно высокое качество обслуживания. Также для того, чтобы избежать появления конкурентов, нужно иметь хорошую инфраструктуру.

3-й квадрант. Чтобы снизить влияние использования старых палаток нужно периодически обновлять материальную базу. Для того, чтобы все палатки находились в тени деревьев, нужно правильно выбрать расположение кемпинга.

4-й квадрант. Использование старых палаток ведет к появлению конкурентов, так как у них может быть лучше оборудование. Причиной банкротства может стать недостаточная маркетинговая активность. Нужно продвигать кемпинг на рынке услуг.

Мероприятия по усовершенствованию кемпинга «Шторм» представлены в Таблице 1.

Таблица 1 – Предложения по усовершенствованию кемпинга «Шторм»

№	Что можно предложить	Сумма предполагаемых затрат, руб
1	Повышение квалификации	30000
2	Продвижение в социальных сетях	50000
3	Бассейн объем 6478, глубина 100 см. (3 шт)	29105/87315
4	Шезлонг (20шт)	2800/56000

Повышение квалификации работников усовершенствует кемпинг «Шторм». Сервис должен быть на высоте. Необходимо продвижение в социальных сетях, таких, как Instagram и Вконтакте. Бассейны и шезлонги станут отличным дополнением в летнее время.

Выводы. Подводя итоги по данной теме исследования, следует отметить, что развитие кемпингов в Республике Татарстан с каждым годом становится все лучше. В настоящее время Республика Татарстан располагает большим количеством туристических ресурсов, благодаря этому туристов привлекают кемпинги и активный туризм. Ежегодно число туристов, которые остаются в кемпингах растет. Инфраструктура с каждым годом улучшается. Создаются условия для улучшения и продвижения кемпингов в Республике Татарстан.

Список литературы

1. Выбор кемпинга : сайт. – Казань. – Текст: электронный. – URL: <https://gia.ru/20180711/1524321634.html> (дата обращения: 11.02.2021).
2. Петрик, Л. С., Кудрявцева П.А. Разработка концепции этнокомплекса как туристского кластера в Республике Татарстан / Л. С. Петрик, П. А. Кудрявцева // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2016. – Т. 10, № 1. – С. 142-147.
3. Чахова, Д. А. Методические рекомендации по организации кемпингов и туристских парков / Д. А. Чахова, М. А. Морозов. – Казань : ООО «Бук», 2016. – 48 с.
4. Шторм : сайт. – Казань. – URL: <https://planetofhotels.com/rossiya/kazan/kemping-shtorm> (дата обращения: 10.02.2021)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Музафаров К.А., студент 8331 гр.

Хакимов Р.Р., студент 8331 гр.

Поволжский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия

Научный руководитель – к.э.н., доцент Никонова Т.В.

Актуальность. Экологическая обстановка на нашей планете – стала очень популярной темой обсуждения среди мирового сообщества в наши дни. Для многих людей очень важно, чтобы продукт, который они покупают, соответствовал нормам экологической безопасности. Поэтому многие производители стали подстраиваться под изменившиеся нужды и вкусы людей, это коснулось и сферы сервиса и туризма. В данном случае стал популярен устойчивый туризм, а конкретно одна из его форм – экотуризм.

Цель исследования. Основной целью данного исследования является анализ развития экотуризма в мировом сообществе, а также оценка перспективности развития его в Республике Татарстан.

Результаты исследования и их обсуждение. Жизнь современного городского жителя довольно шумная и суетливая. В такой обстановке большинство людей испытывают огромное желание расслабиться и отдохнуть в спокойствии на свежем воздухе. Именно такие «вылазки» сейчас набирают огромную популярность во всем мире, и называть это принято «экологический туризм».

Экологический туризм, или экотуризм, является достаточно новым явлением в мировой туристской индустрии. Подразумевает под собой различного рода путешествия по нетронутым человеком, экологически чистым и уникальным природным объектам.

Это могут быть пешие прогулки по горам, лесам; ночевки в палатках либо в специально отведенных местах; велосипедные прогулки по заповедным территориям, паркам и т.д.

Цели экотуризма могут быть различны, в связи с этим его можно поделить на несколько основных направлений:

- Активный (пешие походы, альпинизм, велопогулки);
- Научный (ориентирован на изучение природы);
- Агротуризм (жизнь в селе, в загородном доме в лесу, обучение земледелию);
- Исторический (знакомство с национальной культурой);
- Природные резерваты (различные заповедники, национальные парки);

Принято считать, что впервые об экотуризме заговорили в 1980-х годах. Это было связано с постепенным повышением внимания к проблемам экологии и окружающей среды, и с достаточно уверенным ростом популярности «зеленых» экологических движений [2].

У экологического туризма есть свои специфические особенности, которые отличают его от остальных видов путешествий: 1) популяризация отдыха на свежем воздухе; 2) противодействие негативным воздействиям на природу; 3) пропаганда экологического образования; 4) повышение привлекательности отдельных природных объектов для туристов.

В мировой практике возможностей для занятия экотуризмом достаточно много. Наиболее популярными странами являются латиноамериканские: Аргентина, Бразилия, Эквадор, Коста-Рика. Австралия и Новая Зеландия также известны своими потрясающими природными объектами для экологического туризма. В Европе больше всего данная форма туризма популярна в северных странах (Исландия, Норвегия, Финляндия). Центр Европы славится своими заповедниками [3].

Наша страна в этом отношении не отстает и ей есть, чем ответить (Горный Алтай, Камчатка, Кавказ, Байкал, Карелия, богатые возможности для развития сельского туризма).

А что может предложить Республика Татарстан?

Действительно уникальные памятники природы: Юрьевские пещеры, гора Лобач, Голубые озера, национальный парк «Нижняя Кама» и Шумбутский заказник, Волжско-Камский заповедник, которые претендуют на звание лучших мест в России для экотуризма.

Республика Татарстан смогла добиться отличных результатов в финале Всероссийского конкурса по созданию туристско-рекреационных кластеров и развитию экотуризма. В десятку проектов-победителей вошел экокурорт «Дингез – море Татарстана», а в народном голосовании с весомым отрывом победил экокластер «Зеркала Татарстана». По итогу эти два проекта получают поддержку от Агентства стратегических инициатив и будут реализованы в течение последующих 2-х лет.

Также есть планы по Камско-Устьинскому району, где объединят все точки активностей в единые кластер. Туда войдут деревни Красновидово и Малое Мериткозино, Камское устье, Тенишево, село Кирельское и Куйбышевский Затон. Это позволит создать совершенно новые активности для туристов. Такие как, отдых у воды, прогулки по виноградникам, дегустация продукции местных производителей и т.д. В большей степени у туристов вызовет интерес самобытная культура местного населения. В перспективе здесь могут проходить спортивные и культурные фестивали.

Кластер «Зеркала Татарстана» образован вокруг ООПТ регионального значения «Голубые озера». Главная задача этого проекта – снизить нагрузку на Голубые Озера. Для этого произойдет соединение озера с пешими тропами и веломаршрутами, а также с различными природными и историческими объектами [1].

Выводы. Таким образом, на основе частного анализа результатов можно сделать следующие выводы:

1. Экотуризм – это сравнительно новое направление, которое набирает огромную популярность по всему миру;
2. Республика Татарстан в перспективе имеет высокие шансы стать центральным регионом по развитию экологического туризма в России;

В дальнейшем ставятся задачи по активному продвижению проектов экотуризма и повышению их качества. Данная тенденция предоставит нашей республике большой задел на будущее в сфере устойчивого туризма на мировом рынке.

Список литературы

1. Сулейманова, Г. В. Из истории развития потенциала экологического туризма в Республике Татарстан / Г. В. Сулейманова. – Казань : Вестник. – 2016. – № 2. – 59 с.
2. DearTravel.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://deartravel.ru/2887-ekologicheskij-turizm.html> (дата обращения: 22.02.2021).
3. Turvopros.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://turvopros.com/luchshie-mesta-dlya-ekoturizma-v-mire/> (дата обращения: 16.02.2021).

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

*Мустаева А.Т., студент 8341 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – ст. преподаватель Матасова А.К.*

Ресторанный бизнес сегодня – одна из самых быстро развивающихся сфер экономики. К тому же развитие ресторанного бизнеса в стране идет по многим направлениям. Конкуренция на рынке таких услуг велика, и большинство ниш уже занято. Именно поэтому ресторатору важно не только заботиться о качестве еды и профессиональном персонале, но и тонко чувствовать тенденции ресторанного бизнеса, воплощать меняющиеся потребности своего потребителя. С этими факторами связана актуальность данной статьи.

Целью исследования является выявление наиболее успешных тенденций в ресторанном бизнесе в России на сегодняшний день.

Деятельность ресторана в первую очередь направлена на удовлетворение потребностей населения в разнообразной, здоровой и вкусной пище, сервисных услугах, а также получение прибыли. Сегодня успех ресторатора зависит от наличия хорошего менеджмента, современной кухни, наличия концепции ресторана, бара, безукоризненного сервиса, интересного интерьера и разумных цен.

В данной статье хотелось бы рассмотреть несколько трендов современного ресторанного бизнеса:

1. Кофейная инновация. Кофе холодного заваривания, драфткофе, кофейные лимонады, авторские напитки на разных видах альтернативного молока. Все эти экстравагантные напитки уже существуют в маленьких креативных кофейнях и в ассортименте крупнейших сетей.

2. ZeroWaste. На Западе тренд на безотходное производство силен уже более 5-6 лет. Российские рестораны обратились к этой идее совсем недавно, тем не менее сокращение пищевых отходов стало уже более популярным во многих городах.

3. Kidults. Теперь ресторанам, ориентированным на семейный сегмент, важно быть интересным для всех: предлагать блюда и десерты, которые заинтересуют и родителя, и ребенка.

4. Завтрак целый день. На сегодняшний день можно заметить развития культуры завтраков в России, так как в ресторанах, которые практикуют данную идею, заметно повышен спрос на утренние часы. Именно поэтому многие рестораторы продлевают действие утреннего меню на весь день или ограничивают его более поздними часами.

5. Продукт «Без». В 2020 году было запущено движение молодыми людьми, предполагающее разрушительное воздействие традиционного сельского хозяйства. В связи с этим начала расти потребность в продуктах «без»: глютена, сахара, ГМО, лактозы и прочего.

6. Боулы. На смену блюдам-конструкторам пришли готовые решения для потребителей, ведущих разный стиль жизни или придерживающихся различных типов питания. Так, например, лондонская сеть Leon предлагает обширное меню с заготовленными life-style решениями. Гость может выбрать одно из всего предложенного, вроде «Я веган», «Что есть на пробу?» или «Чувствую себя торжественно».

7. Instagram или банкротство. Говоря о социальных сетях, нельзя не отметить важность эстетики и визуализации продуктов питания. Такие платформы как Instagram и Snapchat помогли увеличить популярность таким продуктам, как свекла, куркума и маття (японский зеленый чай), благодаря красивым фотографиям. Изменение работы ресторанов над дизайном блюд и напитков будет влиять на желание потребителей постоянно «показывать миру» то, что они едят.

8. Открытая кухня. Это популярный формат кухни-витрины, который позволяет всем посетителям ресторана наблюдать за работой шеф-повара, кондитеров, оценить качество продуктов и убедиться, что каждое блюдо готовят из свежих ингредиентов и с соблюдением всех технологий. Более того, это интересное развлечение для гостей.

9. Еда и благотворительность. Глобальное внимание к стихийным бедствиям неуклонно растет и заставляет задуматься обо всех проблемах, с которыми сталкивается человечество. Поэтому коллективное кулинарное сообщество начинает предлагать свою пищу везде, где она может пригодиться, прикладывая все больше усилий к сотрудничеству с благотворительными организациями для формирования устойчивой поддержки. Шеф-повара начинают придавать более глубокое значение еде и собственным информационным связям: меньше пустых поводов для СМИ, больше готовности взять на себя серьезные проблемы общественности и решить связанные с ними вопросы питания.

Ресторанные тренды меняются быстро, особенно это связано с введением карантинных мер в разных странах. Если раньше доставка из ресторана была не очень популярна, то сейчас большая часть выручки приходится именно на заказы на доставку и с собой. Среди самых популярных тенденций в эпоху пандемии можно выделить:

1. QR-коды. Все больше ресторанов уходят от использования бумажных меню, так как это небезопасно. QR-код может содержать разную информацию: меню, условия доставки, историю ресторана или данные персональных карт лояльности. С помощью кода также можно создать заметку в календаре с акцией или мероприятием, которое будет в заведении, или можно просто перенаправить посетителя на страницу отзывов.

2. Доставка еды из ресторанов и кафе. Этот тренд в России развивается быстрее других. В реалиях карантина, доставка это то, что приносит большую часть прибыли заведениям, благодаря работе Delivery Club и «Яндекс.Еда». Также свои сервисы запустили известный блогер Варламов и «Тинькофф банк».

3. Новые форматы. Компании, работающие в сфере общепита, нередко испытывающие трудности с поиском подходящей локации, все чаще предпочитают размещаться на площади банков и компаний, занимающихся розничной торговлей. Так, сеть Sofix начала сотрудничество с «М.Видео» и Теле2. Второй по размеру выручки в России ретейлер «Магнит» объявил о намерении устанавливать в своих магазинах кофейные аппараты. Кофейные корнеры от «РусХОЛТС» также должны появиться в магазинах «ВкусВилл». Сбербанк и российский филиал международной сети ресторанов McDonald's представил совместный проект, в рамках которого в отделениях банка будут открываться зоны фастфуда.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что индустрия питания в России и в мире очень активно ищет новые формы работы с потребителями. Из наиболее успешных новшеств за 2020 год для нашей страны можно отметить: кофейную инновацию, завтрак целый день, боулы., активное внедрение социальных сетей, доставку еды из ресторанов и кафе. Именно данные форматы чаще всего внедряют предприятия питания России. Необходимость данной деятельности диктует само время, когда ресторанный бизнес стал одной из тех сфер экономики, по которым пандемия ударила сильнее всего. Чтобы выжить, чтобы развиваться индустрия общественного питания вынуждена изыскивать новые ресурсы. Также одной из главных особенностей ресторанного бизнеса становится все большая направленность заведений на конкретных потребителей, обильное многообразие и возможность удовлетворить потребности практически каждого.

Список литературы

1. Состояние и тенденции развития ресторанного бизнеса в современной России [Электронный ресурс]. – URL: https://mitg.vvsu.ru/science/analytics/details/article/10801594/sostoyanie_i_tendencii_razvitiya
2. Топ-13 трендов ресторанного бизнеса в 2021 году [Электронный ресурс]. – URL: <https://joinposter.com/post/restaurant-trends>
3. Современные тенденции развития ресторанного бизнеса [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41818742>
4. 10 основных гастрономических тенденций в 2019 году [Электронный ресурс]. – URL: <http://prohotelia.com/2018/10/10-food-and-dining-trends/>
5. Главные тренды 2020 [Электронный ресурс]. – URL: <https://buybrand.ru/news/26824/>

О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ РАБОТЫ МУЗЕЯ КАК ЭЛЕМЕНТА ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

*Нафикова А.В., студент 8321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Петрик Л.С.*

Актуальность. Туризм является неотъемлемой частью жизнедеятельности людей. Он представляет собой один из основных секторов мировой экономики, способствует обеспечению высокого уровня занятости, социального благосостояния и качества жизни людей, а также экономическому единству и культурному разнообразию государств и регионов мира. В современных условиях развития общества наблюдается дефицит духовности. Как туризм, так и культурный туризм могут восполнить этот дефицит, и здесь немаловажна роль музеев. Посещение музеев играет важную роль в жизни человека, так как с их помощью можно познакомиться с культурой многих стран, городов, изучить их историю, открыть для себя много нового интересного [2].

Цель исследования – разработка предложений и рекомендаций по совершенствованию работы музея как элемента туристской индустрии.

Результаты исследования и их обсуждение. Музей на сегодняшний день ищет всевозможные пути взаимодействия с туристами. Большинство из них сейчас не только собирают, сохраняют, описывают и демонстрируют объекты, но и применяют компьютерные технологии. Сейчас именно в таких музеях нуждается общество, потому что в них заинтересованы различные категории населения. Находясь в музее, человек начинает взаимодействовать с историческими событиями и культурой, что формирует у него ценности. Каждый посетитель по-своему воспринимает музейные экспонаты. Музей обеспечивает взаимодействие различных культур, изучения культурного наследия и традиций [1, с. 23]. Музей организует свою работу на основе самоуправления. Работу музея направляет Совет музея.

Музеи в городах России постепенно развиваются. Если раньше музеи предоставляли музейные экспонаты только лишь на витринах, то теперь создают свои цифровые проекты. Мультфильмы, мини-сериалы, виртуальные сборники и многое другое.

Рассмотрим подробнее проект по совершенствованию работы Национального музея Республики Татарстан. Он будет включать в себя создание виртуального музея, то есть на базе реально существующего музея. Такой музей представляет собой разновидность веб-сайтов, которые специализируются на демонстрации музейных материалов. Они должны размещаться на одном или нескольких веб-серверах. Виртуальный музей воспроизводит составляющие реального музея: каталоги коллекций, экспозицию. Отличается возможностью обратной связи с посетителями сайта, возможностью найти любые данные о экспонатах, наличием трехмерных «виртуальных экспозиций», дающих возможность виртуального путешествия по экспозиции и даже ее самостоятельного моделирования.

Я определила основные ресурсы для успешного развития виртуального музея:

- 1) Фоторамки (просмотр тематических подборок графических материалов – фотографий, иллюстраций);
- 2) Видеопанели (просмотр видеороликов и фильмов);
- 3) Виртуальные панорамы (3D-панорамы, круговые панорамы, 360-градусные фотопанорамы);
- 4) Макеты техники и оборудования с возможностью «покрутить» в дополнительном окне и получить текстово-графическую информацию);
- 5) Информационные терминалы (просмотр электронных копий статей, книг, журналов);
- 6) Наушники (прослушивание аудиофайлов);
- 7) Виртуальные туры.

Одной из наиболее эффективных технологий просмотра музейных экспонатов считается способ формирования виртуальных панорам (3D-панорамы, круговые панорамы, 360-градусные фотопанорамы). Это настоящий метод показа фотографий объемного пространства. Отличить такую панораму от обычной панорамной фотографии можно тем, виртуальная панорама видна на экране компьютера. Все фотографии без исключения просматриваются плавным движением влево или вправо.

Главная и ведущая форма подачи информации – виртуальный тур. Это значит объединение виртуальных панорам. Виртуальный тур, как и 3D-панорамы, включает анимационные объекты, звуковое сопровождение, мультимедийные элементы. Такая форма позволяет создать ощущения реального присутствия в залах. Даже если панорамы составлены из отдельно взятых объектов, они предстают перед зрителем совершенно цельным звеном. Также виртуальные туры по музеям и выставкам могут помочь совершить предварительную экскурсию. Посетитель выбирает понравившийся маршрут, и начинает изучать его более глубоко. Такая экскурсия может быть создана на основе фотографий, созданных при реальной съемке и смоделированного 3D-пространства или их комбинации.

Можно подсчитать, сколько будет создано такой музей. Чтобы рассчитать точную стоимость создания музейного экспоната, необходим дизайн – проект, который в свою очередь создается под определенный бюджет, который заказчик планирует потратить ориентировочно. На стоимость создания музейного экспоната влияют дизайн интерьера, используемые материалы, интерактивный контент, количество и сложность музейных экспонатов, условия труда.

Этапы создания виртуального музея:

1) Фотографирование экспонатов, которые будут представлены в музее. Используется цифровая зеркальная камера со сверхширокоугольным объективом. Для 3D-панорам хорошего качества обычно объективом делаются 4-8 исходных кадров;

2) Качественная обработка исходных снимков, ретуширование, удаление штатива, отражений, бликов и проблемных мест в помещениях, добавление цветокоррекции, резкости и другое.

3) С помощью специальных программ стороны куба или равноугольная проекция преобразуются в нужный формат 3D сферической панорамы.

4) Собираются все эти материалы, также устанавливается навигация по музею, добавление плана музея с активными локациями, информационные окна с описанием к объектам и витринам, также добавление аудиосопровождений (аудиогиды).

5) В конечном итоге готовый проект интегрируется на сайте, по желанию записывается на CD, оптимизируется под все мобильные устройства и очки VR.

Примерная сумма, требуемая для виртуального музея – 5-7 млн. рублей. Стоимость посещения виртуального музея не слишком будет отличаться от стоимости посещения настоящего музея.

Выводы. Можно прийти к выводу, что виртуальный Национальный музей Республики Татарстан даст хорошую возможность обратной связи с посетителями сайта, поможет найти любую интересующую информацию об экспонатах, рассмотреть их со всех сторон, сидя дома, а также виртуально пройти по экспозиции и даже самостоятельно ее смоделировать. Сегодня это отличный способ решить проблему совмещения новейших технологий и культуры, а также это хорошая возможность по-новому обратиться к прошлому через настоящее. Музей двадцать первого века должен быть более интерактивным, отвечать реальным потребностям общественности. Музей должен привлекать внимание потенциальных посетителей, заинтересовать их, быть открытым для всех и всего. Это залог успешного развития и функционирования музея.

Список литературы

1. Глухова, И. Л. Музей и посетитель : новые подходы во взаимодействии в современном мире / И. Л. Глухова // Молодой ученый. – 2018. – № 24. – С. 22-27.
2. Каулен, М. Е. Музейное дело России / М. Е. Каулен, И. М. Коссова, Сундиева. – Москва : Просвещение. Культура. Наука, 2005. – С. 35-46.

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Охотина А.В., студент 8331 гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Мустафина А.А.*

Актуальность. Современные методы и инструменты управления, направленного на обеспечение конкурентоспособности и поиска конкурентных преимуществ предприятий сферы услуг, требуют анализа факторов внутренней и внешней среды.

Цель исследования: изучить влияние факторов внешней и внутренней среды на деятельность предприятия сферы услуг.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, личное наблюдение, анализ интернет-источников (статей).

Предприятия сферы услуг существуют в среде, где различные условия влияют на их функционирование и требуют принятия координационных решений на устранение либо на адаптацию к ним. Факторы, влияющие на финансово-хозяйственную деятельность экономического субъекта, можно разделить на внешние и внутренние.

Рассмотрим же их. Внешняя среда – совокупность элементов, условий, факторов и сил, которые воздействуют на организацию извне, тем самым изменяя ее поведение. Внешняя среда имеет значительное практическое значение. В рыночной экономике она крайне динамична, поэтому ее изучение позволяет предприятию перестраивать свою внутреннюю структуру, приспосабливаясь к меняющимся обстоятельствам, что в целом обеспечивает эффективность функционирования и конкурентоспособность.

Внешняя среда подразделяется на среду прямого и косвенного воздействия.

Среда прямого воздействия включает следующие элементы.

1. Потребители.
2. Конкуренты.
3. Поставщики.
4. Рынок труда.

К факторам косвенного воздействия относят факторы, которые не оказывают непосредственного влияния на деятельность предприятия, но их следует учитывать для разработки правильной стратегии. Можно выделить следующие факторы косвенного воздействия:

1. Политические факторы.
2. Экономические факторы.
3. Социальные факторы внешней среды.
4. Технологические факторы.

Внутренняя среда организации – совокупность встроенных элементов, которые определяют способность и степень интеграции предприятия во внешнюю среду. Внутреннюю среду можно рассматривать как в статичном состоянии, выделяя состав элементов и культуру, так и в динамике, изучая процессы, протекающие под действием ряда факторов.

К элементам внутренней среды можно отнести цели и задачи организации, самих работников и применяемые в производстве технологии, финансовый и информационный ресурсы, а также организационную культуру.

Как и факторы внутренней среды, факторы внешнего окружения взаимосвязаны. Под взаимосвязанностью факторов внешней среды понимается уровень силы, с которой изменение одного фактора влияет на другие факторы. Так же, как изменение любой внутренней переменной может сказываться на других, изменение одного фактора окружения может обуславливать изменение других.

Результаты исследования и их обсуждение. Таким образом, главное, что необходимо усвоить – то, что внешние факторы в совокупности с факторами внутренней среды оказывают решающее воздействие на функционирование организации. Все переменные тесно переплетаются и влияют друг на друга. Менеджер должен уметь анализировать все эти факторы в совокупности, не упуская ни одного из виду, и принимать верное решение.

Все факторы внешней среды находятся в состоянии сильного взаимовлияния. Изменение одного из факторов обязательно приводит к тому, что происходит изменение других факторов. Поэтому их изучение и анализ должны вестись не по отдельности, а системно с отслеживанием не только собственно изменения одного фактора, но и с условием того, как они изменения скажутся на других факторах.

Выводы. Для того чтобы организация могла результативно изучать состояние факторов, должна быть создана специальная система отслеживания внешней среды. Данная система должна осуществлять как проведение специальных наблюдений, связанных с какими – то особыми событиями, так и проведение регулярных наблюдений за состоянием важных для организации внешних факторов.

Очевидно, что, не зная среды, организация не сможет существовать. Однако она не плывет в окружении, как лодка, не имеющая руля, весел и паруса. Организация изучает среду, чтобы обеспечить себе успешное продвижение к своим целям.

Список литературы

1. Селезнев, А. А. Факторы внешней среды предприятия сферы услуг / А. А. Селезнев // Российское предпринимательство : сб. статей. – Москва, 2010. – № 12 (2). – С. 146-149.
2. Внутренняя среда предприятия. – URL: <https://marketing.wikireading.ru/2459> (дата обращения: 21.03.21)
3. Влияние внешней среды на эффективность деятельности организации. – URL: <https://works.doklad.ru/view/pCPwG0xBMTs/3.html> (дата обращения: 21.03.21).

РОЛЬ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ

*Понкратова А.В., студент 9331 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Гусарова В.Ю.*

Актуальность. На данный момент очень важно увеличивать конкурентноспособность компании и выстраивать доверительные отношения с клиентами. Здесь на помощь бизнесу приходит новая система CRM. На английском языке Customer Relationship Management переводится как «система управления взаимоотношениями с клиентами», – это новое программное обеспечение для анализа, контроля, автоматизации и хранения всех процессов взаимодействия с ними.

В эпоху крупных продаж и жесткой конкуренции направление действия экономики на изготавливаемый продукт потеряло актуальность. Производителей большое количество, качество услуг и товаров примерно одинаковое, так же как и завышенные цены. Единственным действенным способом выделиться и показать себя стала персонализация, то есть удовлетворение и выявление индивидуальных потребностей покупателя.

Но это нелегко сделать, когда наличие клиентов превышает нескольких сотен, а то и десятков тысяч.

Здесь в помощь организациям приходят системы управления торговлей и взаимоотношениями с клиентами CRM.

Цель исследования: показать эффективность современных информационных технологий в управлении взаимоотношений с клиентами на примере системы CRM.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, личное наблюдение, анализ интернет-источников (статей).

Результаты исследования и их обсуждение. Информационные технологии помогают хранить и собирать информацию о клиентах на всех существующих и предстоящих этапах взаимодействия с ними, строить наиболее благоприятные и выгодные отношения на основе анализа полученных данных. Благодаря автоматизации информационных технологий во много раз увеличивается скорость организационных рабочих процессов, что сильно сказывается на доходе компании [3].

Управление Взаимоотношениями с Клиентами – внедрение в компании клиентоориентированных деловых стратегий, требующее реинжиниринга бизнес-процессов, изменения организации работы и поддерживаемая (но не управляемая) соответствующей CRM-технологией. Это определение, акцентирует внимание на том, что CRM вызвано в первую очередь стратегическими инициативами, а не отдельными изменениями в организации работы. CRM – деловая стратегия привлечения (выбора) и управления клиентами, нацеленная на оптимизацию их ценности в долгосрочной перспективе. CRM предполагает наличие в организации философии и культуры ориентированных на клиента, направленных на эффективность работы в области маркетинга, продаж и сервисного обслуживания. CRM-приложения делают возможным эффективное управление взаимоотношениями с клиентами, при условии, что предприятие имеет правильные цели, стратегию и культуру [1].

Существуют основные принципы наличия информационного оснащения компании.

1. Наличие хранилища информации, в котором в любой момент можно найти все сведения о планируемых, настоящих и постоянных клиентах.

2. Использование различных каналов связи: реклама, телефонные звонки, веб сайты, личные встречи, чаты, электронная почта, социальные сети т.д.

3. Анализ клиентской базы и подготовка управленческих решений на его основе.

4. Доступность любому сотруднику компании всей информации обо всех операциях и действиях.

5. Установление долгосрочных отношений с постоянными клиентами на основе их индивидуальных предпочтений.

6. Продажи как процесс, участником которого является каждый сотрудник организации.

Совершенствование информационных технологий в компаниях необходимо в любом случае, но в особенности для тех компаний, у которых:

- сложность в технологических процессах и в оборудовании;
- сложность в контроле и в управлении стадиями жизненного цикла продукции;
- отсутствие гибкости в цикле «производство-продажа»;
- повышенные требования к квалификации рабочего персонала;
- высокое качество реализуемой продукции и высокий темп ее модернизации;
- повышенная сложность изготавливаемых изделий;
- большая доля добавленной стоимости в готовой продукции [2].

Плюсы наличия развитой информационной платформы:

Во-первых, можно использовать индивидуальный подход к каждому отдельному клиенту.

Во-вторых, хранить всю историю взаимодействия с каждым клиентом.

В-третьих, сохранять всю историю с поставщиками.

В-четвертых, использовать автоматическое оповещение пользователей о будущих контактах и новостях.

В-пятых, упрощается контроль над рабочим временем сотрудников.

В-шестых, оперативно уведомлять работников о запланированных деловых контактах и сделках.

В-седьмых, производить анализ отношений с каждым клиентом и анализировать эффективность важных маркетинговых акций. Это только малая часть привилегий организаций.

Выводы. Привлечение клиентов в любой из сфер сервиса возможно оптимизировать разными способами, один из них – информационные технологии. С каждым годом все больше людей, пользующихся услугами, акцентируют свое внимание на техническое оснащение организации и наличие сайта с удобным и понятным интерфейсом. Развитые информационные технологии позволяют организации получить обратную связь, а клиенту оставить свой отзыв, что позволит компании обратить внимание на свои лучшие и худшие стороны, исправить ошибки, выбрать подходящую ценовую политику для целевой аудитории.

В современных условиях гораздо удобнее составлять отчеты, вести свой календарь событий, управлять рабочими контактами, проводить мониторинг продаж какой-либо услуги, оперативно предлагать актуальную информацию клиенту и совершать продажи с помощью любых социальных сетей.

Список литературы

1. Бабаева, Е. С. Информационные технологии в системе управления взаимоотношениями с клиентами / Е. С. Бабаева. – URL: <https://docplayer.ru/63519094-Babaeva-e-c-informacionnye-tehnologii-v-sisteme-upravleniya-vzaimootnosheniyami-s-klientami.html> (дата обращения: 12.02.21).

2. Для чего нужна система CRM, ее основные принципы и полезность. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-tehnologii-v-sisteme-upravleniya-vzaimootnosheniyami-s-klientami> (дата обращения: 11.02.21).

3. Стратегия управления отношениями с клиентами: CRM и лояльность. – URL: <https://www.kp.ru/guide/upravlenie-vzaimootnosheniyami-s-klientami.html> (дата обращения: 10.02.21).

О СОВЕРЩЕНСТВОВАНИИ СТИЛЯ УПРАВЛЕНИЯ РУКОВОДИТЕЛЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

*Пирогова А.М., студент 8321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Петрик Л.С.*

Актуальность. Управление персоналом не отъемлющая часть бизнеса, качественная организация деятельности руководителя влияет на макро и микросреду любого предприятия в условиях современного рынка.

Эта тема актуальна в туризме, потому что руководство туристической организации это часть структуры туристской индустрии, влияющая на ее изменения, на мировом экономическом рынке и ее изменения отражаются на общем рынке услуг [2, с. 210].

Целью исследования является корректировка стиля руководства ООО «Тез – Тур», для повышения качества работы предприятия, переход на либеральный стиль управления или на мягкий ситуативный стиль управления, отвечающий требованиям компания в вопросах основных компетенций и соответствующей современному уровню развития туристической сферы.

Результаты исследования и их обсуждение. Проект «Совершенствования стиля руководителя туристической организации» на примере компании «TEZTOUR».

Название проекта: «Совершенствования стиля руководителя туристической организации»

Этот проект создается для формирования общей концепции стиля руководства на местном уровне, переход на либеральный стиль управления или на мягкий ситуативный стиль управления, отвечающий требованиям компания в вопросах основных компетенций и соответствующей современному уровню развития туристической сферы, дальнейшего повышения продуктивности всего предприятия в целом в рамках компании «TezTour».

География проекта: Россия, Казань.

Продолжительность проекта: 01.03.2021– 31.12.2024.

1. Этапы проекта:

- I этап (01.03.2021– 31.05.2021 гг.) – подготовительный
- II этап (16.04.2021– 31.12.2021 гг.) – мотивационный
- III этап (1.01. 2022 – 31.12.2023 гг.) – основной
- IV этап (1.01.2024 – 31.12.2024 гг.) – отчетный.

За этот период будет проводиться анализ приоритетных направлений проекта, изучаться научная база по вопросам формирования стиля руководителя, определяться реалистичный вид существующего вида стиля руководства, а также определяться стремления в его формировании в ходе проекта. Эти данные впоследствии будут основой III – ого этапа, а также служить отправной точкой для анализа в этапе IV. Так, было определено, что стиль руководства организации на этой этапе выглядит, как авторитарный агрессивный стиль, а желаемый стиль после проведения основного этапа определен как мягкий либеральный, ситуативный стиль.

На данном этапе были определена возможная мотивация для сотрудников, которая сможет способствовать улучшению качества работы в организации, на опыте аналогичных организаций, имеющих четко регламентированный стиль руководства.

Расчет стоимости данного проекта представлен в Таблице 1.

Таблица 1 – Предлагаемые мероприятия и расчет стоимости

Мероприятие	Сроки реализации	Ответственное лицо	Затраты	Эффективность
Мастер классы по трудовой этике	Январь – февраль 2021 г.	Заместитель генерального директора по Поволжью ООО «Тез Тур»	Мастер классы Михаила Батырева – 200000*6 = 1200000 р.	Повышения профессиональной подготовленности руководителей
Формирование мотивации руководителя	Февраль – март 2021 г.	Отдел кадров	+5% к заработной плате топ <u>руководителей</u> отделения по Поволжью 45000000р.	Повышения интереса руководителей в процесс реформирования стиля руководителя
Реформация концепции стиля руководителем организации	Март – Апрель 2021 г.	Генеральный директор, отдел развития бренда	20000000р. дополнение концепции бренда, раздачи поручений и выпуска рекомендаций по руководству	Создание современной и модернизированного подхода к формированию стиля руководителей в организации, повышение производительности труда
Контроль и оценка работы <u>руководителей</u>	Август и декабрь 2021г.	Отдел статистики	<u>Найм</u> дополнительных сотрудников в отдел статистики 35000000р.	Отражение эффективности и проделанных мероприятий определит их слабые и сильные черты

Основной этап включает в себя плановую работу над формированием стиля руководителя в компании «TEZTOUR». Этот этап включает привлечение внешних усилий для формирования культуры руководителей и деловой культуры на предприятии. Основные способы это привлечение наставников со стороны коучинг центров, организаций занимающих тренингом. Один из предлагаемых вариантов это привлечение специалистов из компании «Тренингум» для повышения навыков руководителей. Так же необходимо грамотно распределять тренд на внедрение инноваций, поэтом в течение данного проекта. Поэтому изменения должны коснуться не только руководящий состав, но и работников организации, по средствам проведения тренингов по повышению корпоративной культуры.

Тренинги должны быть разделены на этапные периоды, сложность должна нарастать, но главное это то, что они должны быть постоянными на протяжении всего III этапа. Помимо этого планируется заимствование опыта сторонних компаний, прохождение практики в компаниях и применения полученного опыта на практике [1].

2. Краткое описание отчетного этапа.

Отчет по данному проекту должен проводиться в течение пролонгированного периода, как отдельная часть этой программы. Данный этап является обязательным, поскольку он так же может помочь скорректировать недочеты прошлых этапов. В течение данного периода должен проводиться анализ качества работы руководителя согласно методу

«Управленческая решетка Блейка и Моутон». Эти данные должны служить для выявления недостатков квалификации у руководства, а так же для нахождения путей повышения профессиональной квалификации руководителей.

Почему мы разработали этот проект? Как он влияет на повышении продуктивности компании? Отметим, что данный проект может стать отправной точкой для повышения качества работы компании TEZTOUR.

Возможные результаты проекта на примере компании TEZ TOUR приведем ниже.

Позитивный результат создания стиля руководителя выражается:

- разрядке эмоциональной напряженности;
- глубоком взаимопонимании сторон, их сближении, обеспечении информационно-связующего результата;
- росте производительности труда, стимуляции социальных изменений, прогресса;
- вскрытии имеющихся противоречий и определении путей их преодоления;
- увеличении возможностей переоценки прежних ценностей и норм;
- усилении взаимного доверия, терпимости членов данной группы, их сплоченности.

Насколько выгоден проект в рамках компании TezTour?

Формование стиля руководителя это то, что формирует общей вид компании [3]. Именно благодаря четким должностным инструкциям, которые исполняют руководители компании, возможно, положительно повлиять на качество работы фирмы, рост ее доходов. Сроки поведения данных инноваций специально выстроены перед появлением высокго спроса, что позволит отследить прямую корреляцию между количеством доходов фирмы и проведением данных качественных изменений.

Выводы. В компании «TEZTOUR» стиль руководителя является важной частью рабочего процесса, ведь от руководителей зависит функционирование организации. Отсутствие стиля руководителя негативно влияет на деятельности компании как в финансовом плане, так и в плане репутации. Реформация его стиля приведет к неотвратимым улучшениям:

- формирование трудовой этики, этичного отношения между начальством и подчиненными;
- повышение компетенции и качества работы сотрудников, как следствие рост доходов.

Поэтому важно сформировать благоприятный стиль руководителя, чтобы не потерять имидж фирмы и успешно конкурировать на рынке.

Список литературы

1. Аммельбург, Г. Предприятие будущего: структура, методы и стили руководства / Г. Аммельбург ; перевод с немец. В. А. Чекмарева // Москва, Международные отношения. – 2005. – С. 130 – 168.
2. Петрик, Л. С. Менеджер в контексте человека-лидера / Л. С. Петрик, Е. Гришова // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. 2007. № 5. – С. 207-211.
3. Эбулисова, С. Н. Формирование индивидуального рабочего стиля руководителя / С. Н. Эбулисова // Сборник трудов VII Международной научно-практической конференции. Симферополь. – Издательство Типография «Ариал» – 2020. – 417 – 420 с.

ВЛИЯНИЕ АУДИОГИДА НА РАЗВИТИЕ ЭКСКУРСИОННОГО ТУРИЗМА

Петрова А.О., студент 8331 гр.

Фатхуллина Р.Ф., студент 8331 гр.

Поволжский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия

Научный руководитель – к.э.н., доцент Мустафина А.А.

Актуальность. Рынок онлайн-услуг в России растет большими темпами, что тесно связано с продвижением цифровых технологий в сферу туризма. Цифровые технологии становятся также главным направлением стратегии развития культуры и туризма городов будущего, способствуя интеграции туриста в городскую среду и позволяя ему самостоятельно планировать путешествие.

Направления внедрения цифровых технологий в туристскую городскую среду включают: онлайн-сервисы с персональными рекомендациями; носимые гаджеты для синхронного перевода; сервисы совместного потребления; умную систему навигации в городе, адаптивную к иностранным языкам; бесплатный высокоскоростной интернет в общественных местах; использование мультимедийных технологий и различных гидприложений в музеях. Для развития туризма в РФ на региональном уровне необходимо разрабатывать туристические продукты для их реализации в новой цифровой среде, раскрывающие потенциал и возможности дестинаций [1].

Цель исследования. Изучить влияние аудиогuida на развитие экскурсионного туризма.

Результаты исследования и их обсуждение. Как известно, у человека есть несколько типов восприятия информации. Среди посетителей музея можно встретить: аудиалов, визуалов, дигиталов и кинестетиков. Прелесть аудиогидов в том, что они содержат информацию для разных групп посетителей. Кроме того, аудиогиды на мобильных устройствах могут повысить доступность экспозиции для посетителей с ограниченными возможностями.

Аудиогид представляет из себя mp3-плеер, в котором содержится информация об экспозиции. Чаще всего экскурсии с гидом проводятся в группах и заказываются отдельно. Аудиогид имеет возможность воспроизводить информацию на разных языках, что является несравненным преимуществом. Кроме того, аудиогид вовсе не ограничивается пределами музея, существуют обзорные аудиогиды по городу, рекам и каналам, дворцам и паркам. Есть люди, которые не любят групповые экскурсии и предпочитают ходить в одиночестве, постигая информацию самостоятельно. Аудиогид как раз для таких людей. Между тем, аудиогид решает проблему для тех, кто неважно слышит экскурсовода в толпе на улице. Аудиогид можно слушать в любое время на любом языке, прерываясь на шоппинг, обед, отдых, встречи. У этого прибора большое будущее, тем более что он имеет успех за рубежом.

Страны открыты для туристов, привлекают их различными способами, рекламируют себя и предлагают выгоды. В связи с этим совершенствуется и комфортабельность туров, ведь от количества туристов зависит и экономика страны в целом, а чтобы туристы приезжали, нужно создавать условия [3].

Основными преимуществами аудиогuida являются:

1. Самостоятельное посещение и изучение выбранных объектов и местности.
2. Неограниченное по времени использования аудиопроеигрывателя.
3. Низкая стоимость.
4. Мультиязычность.
5. Передвижение посетителей в удобном темпе.
6. Выбор последовательности осмотра объектов включенных в маршрут экскурсии.
7. Возможность отклонения от стандартного маршрута экскурсии.
8. Возможность прервать экскурсию и возобновить ее в любом месте.

9. Повторное или многократное прослушивание информации об объекте.

10. Возможность аудиогuida содержать информацию о сотнях объектов.

Пользоваться современным аудиогидом также просто, как и смартфоном. Необходимо найти в приложении нужный город, а если турист находится уже там, приложение само покажет ближайшие экскурсии. Скачать экскурсию и отправляться гулять и знакомиться с достопримечательностями нового города в своем темпе. Вместе с тем, воспроизведение экскурсии работает офлайн – туристу не придется тратить деньги на роуминг [4].

Красочные фотографии, интересные рассказы об объектах и в переходах, короткие текстовые описания помогут туристу погрузиться в атмосферу посещаемого объекта.

Что касается затрат музейев, то все очень просто: аудиогид стоит дешевле, чем ставка экскурсовода в месяц, при этом окупается мгновенно. Последнее время существует тенденция вносить стоимость аудиогuida в билет. Но это отнюдь не умаляет значение экскурсовода, профессия которого является вечной и бесценной.

Выводы. В современных реалиях аудиогиды просто необходимы музеям. Практика показала, что в посткарантинный период музеи вынуждены отказаться от сопровождения больших экскурсионных групп. Особенно остро стоит этот вопрос в малых музеях. Так например, для проведения образовательной экскурсии с одним классом в условиях посткарантинных ограничений потребуется 3–4 экскурсовода, зачастую в малых музеях есть проблема кадровой ограниченности [2].

Список литературы

1. Вишневская, Е. В. Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 5, № 4. – 2019. – С. 12-24, DOI 10.18413/2408-9346-2019-5-4-0-2

2. Мария Баранюк. Аудиогид – современный проводник в мир искусства [Электронный ресурс] / М. Баранюк. – URL: <https://vinchi-interactive.ru/blog/audiogid---sovremennyyj-provodnik-v-mir-iskusstva.html> (дата обращения: 24.03.2021).

3. Значение аудиогuida (audioguide) в экскурсионном деле. – URL: <http://mosintour.ru/default.asp?Id=3352> (дата обращения: 24.03.2021).

4. RandomDirections. 7 мифов об аудиогuidaх [Электронный ресурс] / RandomDirections. – URL: <https://www.trn-news.ru/press/55901> (дата обращения: 24.03.2021).

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАЧЕСТВА СЕРВИСА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ПРОДАЖ

Рычкова Е.С., студент 9331 гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Веслогузова М. В.*

Актуальность. Современный сервис стал важной составляющей жизнедеятельности как единственного индивида, так и всего социума в целом. В настоящей жизни довольно трудно описать организацию, которая бы не внедряла современные технологические и сервисные технологии в свою сферу деятельности. Секрет успеха бизнеса некоторых отраслей экономики напрямую зависит от скорости передачи и обмена информацией, от ее актуальности, своевременности получения, адекватности и полноты.

Одной из тенденций общества 21 века является – возрастающая роль и ценность услуг, а также предоставление качественного сервиса, особенно в условиях модернизации рабочего труда, связанной с переходом к онлайн-режиму, в том числе связанную с заказом различных услуг, организации повседневной жизни многих людей. В связи с этим 90% организаций постепенно внедряют современные сервисные технологии в структуру предприятия.

Самый главный эффект от качественно спланированного сервиса – это рост прибыли в настоящее время: клиента хорошо обслужили – он совершил покупку и вернулся снова. Это приводит к росту таких показателей, как коэффициент обмена – соотношение прибывших и купивших, рост среднего чека, рост продаж в расчете на одного продавца, рост продаж различных услуг или товаров одному клиенту, – что очень актуально для продажи небольшими количествами [1].

Хорошее сервисное обслуживание клиентов положительно влияет на эффективность маркетинговых акций, предложений и систем поощрений, которые используются сегодня практически во всех крупных сетевых предприятиях.

Цель исследования. Рассмотреть совершенствование качества сервиса как инструмент повышения продаж.

Результаты исследования и их обсуждение. В век переизбытка и высокой конкуренции, в которой мы находимся, потребитель сам выбирает продавца товара или услуги, который, по его мнению, является самым лучшим. Компании должны создавать качественный клиентский опыт для улучшения уровня обслуживания, чтобы иметь свой отличительный знак на фоне конкурентов. Это поможет сформировать и укрепить лояльность к бренду как среди потенциальных, так и существующих покупателей.

Направление сервиса создается для потребителей, нуждающихся в удовлетворении различных нужд. Именно по этой причине сервисные отношения, не имеют определенно точного алгоритма правил по работе с клиентами.

Специалисты, работающие в сфере обслуживания и работе с людьми, должны быть своеобразными психологами и даже должны стать друзьями клиентов. Хороший специалист должен понимать и знать наиболее встречающиеся эмоции, настроение и реакции, как на них реагировать [3].

Каждый клиент индивидуален, но встречаются типичные случаи, которые любой сотрудник должен знать, как решить. Обслуживание нужно строить так, чтобы каждый клиент уходил с улыбкой на лице. Это и есть самый главный инструмент в сервисе. Клиент может понять многое: отсутствие нужного товара, высокую цену, долгое обслуживание, но клиент никогда не простит некачественный сервис.

В XIX-XX вв. в США появилась пословица: «Если ты изобрел качественную ловушку, то мир предоставит дорожку к твоему дому». Эта пословица передает реалии того времени: достаточно просто создать качественный сервис – и у вас не возникнет проблем с его продажами. Поэтому первым пунктом для создания качественных клиентских отношений

должны стать действия по формированию системы общих понятий, ценностей и принципов, которые принимают все сотрудники. Не удивительно, что многие руководители рассматривают клиентское обслуживание, как прекрасную возможность для разграничения своих предприятий на рынке труда [4].

Перевод на рыночные отношения, превращение в товар не только продукции, но и создание собственного бренда является одним из принципов ведения бизнеса в наше время.

Становится актуальным выведение на рынок новинки до ее всеобщего распространения и использования. Как только вы создаете свой собственный бренд, конкуренты выходят с вами в борьбу, создавая аналог вашей продукции и выходя на конкурентные отношения. Тем самым, многие покупатели не могут сказать, чем отличаются компании и их товар, с которыми они встречаются.

Таким образом, многие компании вынуждены присматриваться к другим аспектам продаж, таких как улучшения качества обслуживания – не только в своей рабочей деятельности, но и в плане предоставления своих услуг по телефону или в сети, – чтобы добиться индивидуальности в мире всеобщего единообразия.

Если вы посмотрите на любую рекламу, посвященную обслуживанию клиентов или индустрии телефонной службы поддержки, и увидите, что они повторяют одни и те же слова, словно следуя неким правилам. Поддержка в наши дни формируется, прежде всего, через взаимодействие компании с ее клиентами [2].

Я проанализировала стратегию руководителей и сделала соответствующие выводы. Во-первых, компании склонны недооценивать преимущества стратегии простого оправдания потребительских ожиданий. Человек, совершает покупку, с точным образом того, что он хочет приобрести или какую услугу получить, в надежде удовлетворить свою потребность.

В наше время, ожидания потребителей высоки и постоянно растут. Когда предоставляется большое количество услуг – возрастают потребности и нужды потребителей. Клиенты будут удовлетворены уже от того, что смогли приобрести то, что им обещали и о чем они мечтали.

Главное условие, если возникла проблема – решить ее легко и быстро. Если вы выполняете ожидания большинства ваших клиентов, то уже делаете все, что можно, для повышения продаж.

Во-вторых, руководители компаний очень сильно переоценивают выгоды, которые может принести лояльность. Если цель вашего предприятия состоит в том, чтобы повысить преданность клиента, и вы стремитесь постоянно превосходить ожидания, не считаясь с затратами сил или средств, то финансовый результат такой стратегии, как оказывается, почти не соответствует затраченным ресурсам.

Специалист по работе с клиентами должен придерживаться доверительных отношений. Покупатель, видя преданность к нему, эмпатию продавца, который хочет помочь решить проблему клиента, всегда охотней закажет услугу или приобретет товар. Отношение к клиентам как к потенциальному заработку по принципу обслужить – и получить максимальное количество денег, не вызывает доверия и не ведет к долгосрочным отношениям [5].

Все мы встречались с таким обслуживающим персоналом, которые чувствуют потребности и настроение посетителей. Например, продавец, видя, что женщина ждет одобрения к ее покупке, дает ей небольшой толчок к покупке, в виде комплимента, чтобы покупатель сделал окончательный выбор и купил товар, тем самым продавец тактично помогает с эмоциональной стороной покупки.

Не обязательно быть другом клиенту, но важно быть человеком, которому он доверяет в данный момент. Психология продаж всегда начинается с формирования доверия между покупателем и продавцом – это и есть главный успех в сфере сервиса для повышения продаж.

Выводы. Таким образом, совершенствование качества сервиса выступает основой повышения продаж в современном мире. В наше время сервисные технологии современного общества обретают все новые и новые масштабы. Самое важное, что на сегодня подготовка

профессиональных и квалифицированных специалистов и улучшение качества обслуживания с использованием самых современных сервисных технологий, не вызывает затруднений.

Список литературы

1. Бармашов, К. С. Управление продажами / К. С. Бармашов, Н. С. Мрочковский. – Москва : Русайнс, 2018. – 152 с.
2. Диянова, С. Н., Управление продажами : монография / С. Н. Диянова, А. Э. Штезель, – Москва : Магистр: НИЦ Инфра-М, 2019. – 192 с.
3. Королева, А. Л. Стимулирование продаж / А. Л. Королева. – Москва : ПРОСПЕКТ, 2019. – 48 с.
4. Памбухчиянц, О. В. Организация и технология коммерческой деятельности. – Москва : НОРМА, 2020. – 68 с.
5. Поташев, М. О. Век клиента / М. Поташев, М. Левандовский. – Москва : Издательство АСТ, 2016. – 320 с.

ВЛИЯНИЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ COVID-19 НА СОСТОЯНИЕ КРУИЗНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2020 ГОДУ

*Смирнов Д.А., магистрант группы 8321М
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Гусарова В.Ю.*

Актуальность. В настоящее время круизный туризм имеет широкое развитие во многих странах мира, в том числе и в России. Основной чертой, отличающей данный вид туризма от других, является то, что он сочетает в себе сразу несколько видов туризма и транспорта: круизное судно (теплоход) одновременно является средством размещения, проезда, питания и досуга.

Начав свое широкое развитие в России в 60-ые годы XX века, сейчас речные круизы являются одним из наиболее перспективных направлений внутреннего туризма. По данным информационного круизного агентства «CruiseInform», только за последние 3 года (2016 – 2019 гг.) спрос на речные круизы по России вырос более чем на 25% [2]. Однако данный вид туризма имеет ряд нерешенных проблем, таких как устаревание флота, высокая стоимость топлива и различных сборов, отсутствие развитой инфраструктуры во многих портах, сезонность, невозможность круглогодичной работы, а значит, имеет особое внимания для дальнейшего успешного развития.

В первой половине 2020 года направление круизного туризма, как и вся сфера туризма в целом, серьезно пострадало из-за распространения коронавирусной инфекции и введения ограничений. Круизная навигация началась на 3 месяца позже предполагаемого срока, туроператоры понесли серьезные убытки, а процесс восстановления отрасли происходит до сих пор.

Цель работы: на основе исследования распространения новой коронавирусной инфекции в 2020 году определить современное состояние круизного туризма.

Методы исследования: анализ информационных интернет-источников, статистических данных ВОЗ, отчетов туроператоров.

Результаты исследования и их обсуждение. Практически все туроператоры поречных круизам строили серьезные планы на навигацию – 2020, однако вынуждены были изменить их в связи с распространением новой коронавирусной инфекции. В период с апреля по июнь 2020 года, туроператоры еженедельно переносили срок начала круизной навигации [4]. В зависимости от ограничений, первые теплоходы вышли в навигацию в конце июня 2020 года, остальные – в июле. Все суда совершали круизы с ограничениями по количеству туристов, с соблюдением всех необходимых санитарно-эпидемиологических норм [3].

Появление и распространение коронавирусной инфекции и наступление пандемии негативно повлияло на развитие отрасли и нанесло существенный урон. По мнению экспертного сообщества, теплоходные компании потеряли в 2020 году от 40% до 90% от оборота. Потери, понесенные туроператорами в связи с распространением инфекции, превысили 10 миллиардов рублей. Часть компаний отменила навигацию и перенесла все круизы на 2021 год [1].

Потери в данном сегменте могли бы стать еще существеннее в случае, если бы ситуация не была взята под контроль благодаря действиям Роспотребнадзора и Министерства здравоохранения. Правительство Российской Федерации утвердило перечень наиболее пострадавших отраслей российской экономики. Среди этих сфер авиаперевозки, организация досуга и развлечений, оздоровительная деятельность и спорт, гостиничный бизнес, общественное питание, деятельность туристических организаций. Весной 2020 года была принята программа мер поддержки бизнеса. Так, Правительство Российской Федерации разработало следующие меры для малого и среднего бизнеса: мораторий на банкротство и на проверки бизнеса, беспроцентные кредиты на зарплаты, налоговые каникулы для бизнеса; отсрочка арендных платежей. Данные меры, безусловно, оказали содействие особо

пострадавшим организациям. Туроператоры также приняли ряд собственных мер для стабилизации ситуации и сохранения деятельности компании, среди которых перенос уже приобретенных путевок на 2021-2022 год, сохранение средств в качестве депозита с возможностью потратить их на любой вид туризма, частичный возврат средств в 2020 году, частичный в 2021 году. Принятие данных решений способствовало сохранению компаний и во многом, спасли их от банкротства.

Выводы. Таким образом, нами было исследовано современное состояние круизного туризма под влиянием распространения коронавирусной инфекции и определены меры по поддержке данного направления туризма. Была выявлена необходимость поддержки отрасли для ее дальнейшего развития.

Список литературы

1. Сведения о туроператоре «Водоходъ». – URL: <https://vodohod.com> (дата обращения: 17.02.21).
2. Сведения о теплоходной компании «Волга Wolga». –URL: <https://volgawolga.ru> (дата обращения: 17.02.21).
3. Информационное агентство «CruiseInform».– URL: <http://cruiseinform.ru> (дата обращения: 12.03.21).
4. Сайт Всемирной организации здравоохранения. – URL: <https://www.who.int/ru> (дата обращения: 4.02.21).

О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОРА ПРЕУСПЕВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ТУРАГЕНТСТВА RTC. TRAVEL

*Салтыкова П.В., студент 8321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Петрик Л.С.*

Актуальность исследования. Актуальность работы обусловлена тем, что в туризме от человеческого фактора зависят впечатления от отдыха, оказываемых услуг и от предприятия в целом. Исходя из этого, оценка факторов, влияющих на мотивацию персонала предприятий индустрии туризма, а также разработка новых методов стимулирования работников туристической сферы является достаточно актуальной.

В туризме мотивация персонала является важным способом повышения производительности труда в организации, она служит ключевым направлением кадровой политики любого туристского предприятия. В свою очередь мотивация влияет на деятельность персонала, а работа персонала приносит результаты организации, от того насколько персонал замотивирован работать будет напрямую зависеть, обратится ли клиент снова в данную организацию или найдет замену [1, с.58]. Отсюда следует, что одним из главных факторов конкурентоспособности современных организаций является осуществление грамотной и эффективной мотивации персонала [3, с.7].

На примере конкретной туристской организации мы попытались изучить современное состояние мотивации персонала в этой организации и разработали способы улучшения мотивации.

Цель исследования: совершенствование мотивации персонала как фактора преуспевания организации туристской индустрии на примере турагентства RTC. Travel.

Результаты исследования и их обсуждение. Нами было выбрано турагентство RTC. Travel. Сотрудники фирмы работают по всей России дистанционно. После исследования состояния мотивационной системы, мы пришли к некоторым результатам. Более подробно с результатами можно ознакомиться на Рисунке 1.



Рисунок 1 – Результаты исследования мотивационного потенциала турагентства RTC. Travel (разработано автором)

Проанализировав современное состояние системы мотивации в турагентстве RTC. Travel, мы можем сказать, что в организации система мотивации разработана достаточно хорошо.

Таблица 1 – План мероприятий совершенствования мотивации персонала в турфирме RTC. Travel (разработано автором)

Название мероприятия	Предполагаемые затраты	Ответственные	Ожидаемые результаты
Розыгрыш бесплатного Интернета на полгода, сим-карты с Интернетом на один месяц и заправки картриджа среди лучших сотрудников	3650 за один розыгрыш	Директор и зам. директора	-Заинтересованность работников к продаже туров в любое время суток (безлимитный Интернет), а также возможность использования мессенджеров для работы (Telegram, WhatsApp) -Больше звонков потенциальным клиентам -Больше документов в печатном виде
Бесплатные экскурсионные туры для сотрудников, имеющих продажу туров выше 3 миллионов за полгода	9000 на сотрудника		-Возможность получения сотрудниками более глубоких знаний об объектах туризма (уверенность в своих знаниях, личный опыт)
Предоставление базы данных клиентов сотрудникам, с хорошей продажной историей	-		-Увеличение количества потенциальных клиентов и получение больших объемов продаж
Ведение соц. сети по плану в течение месяца и получение за это вознаграждения	2500 в месяц		-Ежедневно получение новой информации в сфере туризма -Привлечение клиентов благодаря интересной рекламе
Личное признание сотрудников руководством	-		-Уверенность в себе, гордость за себя и мотивирование больше работать

А отсутствие демотиваторов облегчает стрессоустойчивость турагентов. Но также мы столкнулись с некоторыми проблемами в ходе исследования мотивации на предприятии, во-первых, там совершенно отсутствует корпоративная культура, так как все сотрудники работают из дома, то встречи, совещания, корпоративы не могут быть реализованы, сотрудникам не хватает именно живого общения между собой, не хватает встреч в неформальной обстановке, во-вторых, мы выявили дисбаланс между существующими материальными и нематериальными методами, нематериальных методов мотивации оказалось больше. А.Д. Колесников пишет, что одна из главных проблем в организации – это соотношение материального и нематериального стимулирования, потому что именно их сбалансированность помогает сохранить и повысить эффективность работы и лояльность сотрудников, что в свою очередь помогает добиваться реализации стратегии фирмы [2, с.42] В-третьих, большая проблема данной фирмы-это то, что там действительно работают лишь несколько сотрудников, а остальные 200 человек состоят в фирме только для того, чтобы покупать себе туры по скидке и своим родственникам, это им совершенно не нужно, потому что у них есть основная работа.

Перед разработкой мотивационных методов было поставлено две цели: еще больше замотивировать к работе сотрудников, которые реально там сейчас работают, а также всеми

способами попытаться побудить к работе остальных сотрудников. Рассмотрим каждый элемент внедряемой системы более подробно в таблице 1.

Для выявления эффективности наших мотивационных методов, было решено провести опрос среди сотрудников фирмы RTC. Travel. В нашем опросе смогли принять участие 42 человека. В результате удалось выявить 4 наиболее привлекательных метода мотивации для работников. Для ознакомления с результатами опроса рассмотрим более подробно Рисунок 2.

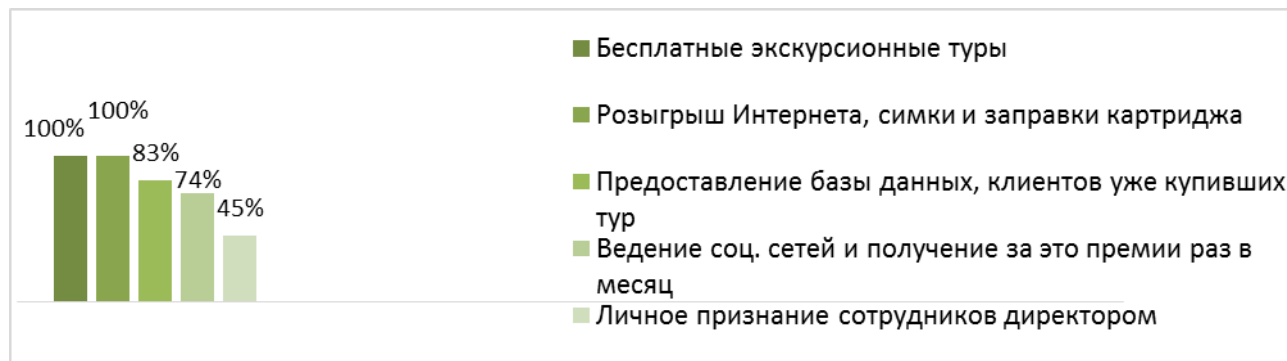


Рисунок 2 – Результаты опроса сотрудников RTC. Travel на выявление эффективности внедрения мотивационной системы (разработано автором)

Можно сделать вывод о том, что предложенная нами система мотивации персонала была оценена работниками, то есть нам удалось выявить истинные нужды работников фирмы, то, чего им не хватает, а значит, данные методы смогли бы замотивировать сотрудников к деятельности достаточно хорошо.

Выводы. Таким образом, перед нами стояла важна задача – добиться баланса между материальными и нематериальными методами в организации, потому как на данный момент в турфирме дисбаланс, поэтому при разработке методов делался упор на материальные методы. При внедрении могут быть использованы только некоторые варианты из предложенных для того, чтобы турфирма не терпела убытки. Наша мотивационная система предполагает внедрение как материальных методов, так и нематериальных, также методов с затратами для турфирмы и методов полностью бесплатных. Издержки для реализации конкретного мотивационного метода примерны, они могут быть сокращены с учетом количества сотрудников, использования всех элементов и других нюансов. Данные методы способны вывести мотивационную систему RTC. Travel еще на более высокий уровень.

Список литературы

1. Денисов, В. Т. Мотивация : сущность и применение / В. Т. Денисов // Поволжский торгово-экономический журнал. – 2015. – № 1. – С. 58-67.
2. Колесников, Д. И. Мотивация персонала в современной организации / Д. И. Колесников // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020. – № 42. – С. 42.
3. Мартешин, Д. А. Мотивация персонала: виды и значение для деятельности компании / Д. А. Мартешин // ЭНИГМА. – 2019. – С.6-9.
4. Турагентство RTC Travel : сайт. – Казань. – URL: <https://rtc.travel/> (дата обращения: 07.02.2021).

О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА БАЗЕ ПОВОЛЖСКОЙ ГАФКСИТ

*Семенова В.Э., студент 8321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к. э. н., доцент Петрик Л.С.*

Актуальность. Перспективы внедрения волонтерской деятельности в повседневную жизнь увеличиваются так, как это необходимо для проведения многих мероприятий, в частности, которые относятся к мега-событиям. В большинстве своем, в волонтерских движениях принимает участие активная молодежь не равнодушная к проблемам других людей, своей деятельностью молодые волонтеры решают достаточно острые, социально значимые проблемы, что, несомненно, способствует интенсивному общественному развитию [1, с. 2]. Но стоит понимать, что успешность реализации инициатив молодых людей во многом зависит от организационных аспектов существования добровольного объединения обучающихся [2, с. 18].

Волонтерскую программу принято считать неотъемлемым элементом современного событийного проекта. За счет формирования волонтерских ячеек при ВУЗах российское волонтерское движение ярко представлено студенческим сегментом, а сами ВУЗы выступают как площадки волонтерской активности, позволяющие транслировать актуальную социальную информацию молодежи, выстраивать процесс диалога по значимым проблемам локального сообщества. Гармоничная реализация деловых и свободных интересов молодежи в пределах университета дает возможность создания своеобразных «социальных лифтов» для самореализации молодежи, в том числе, с помощью привлечения ее к волонтерской деятельности. Практически все мероприятия связаны с инициативным и безвозмездным участием молодых людей. Волонтерство – один из лучших способов осуществления добрых, социально-полезных инициатив, реализации собственного творческого потенциала. Фактически, волонтерство можно назвать стартовой площадкой в профессиональной карьере молодых людей, активно занимающихся этой деятельностью. Кроме того, такая работа позволяет предложить вчерашним добровольцам и волонтерам сделать следующие шаги в жизни и карьере.

Цель исследования: разработка рекомендаций по совершенствованию управления деятельностью волонтерских организаций на базе высшего учебного заведения.

Результаты исследования и их обсуждение. В настоящий период повышаются требования к волонтерским услугам, растут социальные ожидания, возникает конкуренция за финансирование. Волонтерские организации находятся под влиянием потребностей государства и общества, испытывая необходимость в стабильном уровне добровольческом участия и выполнении поставленных задач профессионально.

Изучив деятельность волонтерского отряда ПГАФКСИТ, мы пришли к выводу, что волонтерская деятельность привлекает большое количество молодежи, обучающейся в данном высшем учебном заведении. Существует несколько направлений волонтерства, но наиболее распространены в данном ВУЗе, исходя из его профессиональной ориентации, туристическое волонтерство, спортивное волонтерство, социальное, культурное и событийное. Студенты ПГАФКСИТ оттачивают свое мастерство в качестве спортсменов и волонтеров, принимая участие в спортивных мероприятиях, которых достаточно проводится в такой туристической дестинации, как г. Казань [3, с. 129].

На основе полученной информации нами был разработан проект совершенствования волонтерской деятельности, главной мыслью которого является создание условий для профессиональной ориентации, а также улучшения профессиональных навыков студентов.

Для того, чтобы повысить вовлеченность студентов в волонтерскую деятельность, а также предоставить возможность получения дополнительных навыков и умений, необходимых для дальнейшей профессиональной деятельности [4, с. 45], нами была

разработана эффективная система управления волонтерским отрядом, которая включает в себя способы мотивации, привлечения и обучения волонтеров. Благодаря используемым методам, данная организация будет иметь возможность использовать данный проект не только как воспитательную политику, но и как профессиональную подготовку для задействованных в качестве волонтеров лиц.

Реализация данного проекта проходит в 3 этапа:

1-й этап стартовый: Формирование и становление волонтерского движения;

2-й этап активный: Работа по развитию волонтерского движения;

3-й этап аналитический: Совершенствование волонтерского движения.

Для формирования волонтерского движения, которое будет задействовано в мероприятиях определенной направленности, необходимо проводить обучение потенциальных волонтеров, в зависимости от их интересов. Так как на базе Поволжской ГАФКСиТ обучаются студенты на разных профилях, то можно сформировать подгруппы волонтеров, в зависимости от их профиля. Таким образом, деятельность волонтерского отряда будет приносить пользу не только людям, которые нуждаются в том или ином виде помощи, но и самой молодежи, которая выступает в роли волонтера.

Для того, чтобы наглядно показать ряд мероприятий, который планируется провести для совершенствования волонтерской деятельности, основные данные разработанного проекта представлены в Таблице 1.

Таблица 1 – Проект совершенствования волонтерской деятельности на базе Поволжской ГАФКСиТ (разработано автором)

№	Название мероприятия	Затраты	Ответственное лицо	Сроки исполнения	Ожидаемые результаты
1.	Подготовительная лекция	3000 руб.	Руководитель волонтерского сектора Академии	1 месяц	В процесс инструктирования они получили необходимый минимум знаний о выполнении предстоящих задач, информацию о характерных особенностях работы, возможных проблемах и их решениях
2.	Лекция по определению профиля	3000 руб.	Руководитель волонтерского сектора Академии		После проведенной лекции, волонтеры узнают основные направленности волонтерской деятельности и смогут определить, какая направленность будет для них более привлекательной
3.	Социальное волонтерство	3000 руб.	Руководитель волонтерского сектора Академии	2 месяца	После проведения лекций по определенным направлениям волонтерской деятельности, будут сформированы конкретные группы по интересам. Такие группы будут иметь
4.	Событийное волонтерство	3000 руб.	Руководитель волонтерского сектора Академии и представитель от Ассамблеи туристских волонтеров		

5.	Культурное волонтерство	3000 руб.	Руководитель волонтерского сектора Академии и представитель от Ассамблеи туристских волонтеров		углубленные знания в той направленности, которая им необходима для совершенствования профессиональных навыков. При этом каждая направленность будет включать основные аспекты, которые затрагивают все направленности для общего развития и дальнейшей работе в одном большом коллективе
6.	Спортивное волонтерство	3000 руб.	Руководитель волонтерского сектора Академии		
7.	Итоговая лекция	3000 руб.	Руководитель волонтерского сектора Академии	бессрочно	Будут подведены итоги, определены результаты, достигнутые за время реализации

Данный проект может реализовываться в формате образовательных курсов на протяжении определенного времени. По нашим расчетам это может занять от двух до трех недель, но при таком ограниченном сроке проведения будут достигнуты высокие результаты.

Выводы. Таким образом, нами была проделана работа по разработке проекта совершенствования волонтерской деятельности на базе Поволжской ГАФКСиТ. В ходе работы мы учли многие факторы, влияющие на успех данного проекта.

Для разработки активно функционирующего проекта нами были проведены действия, направленные на изучение системы управления предприятия, которое было выбрано в качестве объекта.

Для успешного внедрения данного проекта нами были изучены системы мотивации как участников, в нашем случае волонтеров данной организации, так и руководителей, которые осуществляют реализацию проекта.

Список литературы

1. Костеров, Е. В. Волонтерство как социально-психологическая технология развития коммуникативных и организаторских умений студентов инклюзивного вуза / Е. В. Костеров // Статья в сборнике трудов конференции. – 2019 – С. 1-6.
2. Макарова, Е. Е. Добровольчество как ресурс развития студенческой молодежи / Е. Е. Макарова.– Научная статья. – 2016. – С. 17-22.
3. Петрик, Л. С. Спортивные мероприятия как фактор развития туристской дестинации / Л. С. Петрик // В сборнике: Наследие крупных спортивных событий как фактор социально-культурного и экономического развития региона : международная научно-практическая конференция ; редколлегия: Ф. Р. Зотова, Н. Х. Давлетова, В. М. Афанасьева, Е.М. Курочкина, 2013. – С. 129-131.
4. Уколова, И. П. Спортивное волонтерство в России : актуальный опыт и перспективы / И. П. Уколова, Н. А. Добкина.– Статья в сборнике трудов конференции. – 2018 – с.45-49.

ТУРЫ ВЫХОДНОГО ДНЯ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

*Спиридонова Л.Н., студент 7321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – ст. преподаватель Матасова А.К.*

Актуальность. Республика Татарстан расположена в центре Российской Федерации, на Восточно-европейской равнине, в месте слияния рек Волги и Камы. Территория Татарстана представляет собой возвышенную ступенчатую равнину, расчлененную густой сетью речных долин. Широкими долинами Волги и Камы равнина разделена на три части: Предволжье, Предкамье и Закамье. 17% территории республики покрыто лесами, состоящими из деревьев преимущественно лиственных пород (дуб, липа, береза, осина), хвойные породы представлены сосной и елью. На территории Татарстана обитают 433 вида позвоночных, а также несколько тысяч видов беспозвоночных животных [13].

Цель исследования – изучить туры выходного дня в республике Татарстан.

Республика Татарстан имеет мощный туристский потенциал, в том числе объекты национального, культурного и исторического наследия, а также самую современную туристскую инфраструктуру [5]. Приоритетными видами туризма, развивающиеся на территории Татарстана, являются культурно-познавательный, событийный, МICE-туризм, оздоровительный, круизный, экологический и этнический. Перспективными видами развития туризма для Татарстана считаются: сельский, рыболовный, охотничий, медицинский, социальный и безбарьерный [4].

Результаты исследования и их обсуждение. По мнению специалистов, одним из самых популярных видов туризма в Татарстане является культурно-познавательный. На его долю приходится 70% всего турпотока [9]. Развитие культурно – познавательного туризма в Республике связано с наличием культурно-исторических центров Древний Болгар и Елабуга, остров-град Свияжск и Раифа и ряд других городов. В Казани и в районах республики много исторических мест, связанных с такими известными именами, как Г.Тукай и М. Джалиль, Державин и Пушкин, Толстой и Лобачевский, Шаляпин и др. [1].

В республике живут народы с разным историческим прошлым и культурными традициями. Сочетание, по крайней мере, трех типов культурных взаимовлияний (тюркского, финно-угорского и славянорусского), а также двух религий (ислама и христианства) определяет уникальность этих мест, своеобразие культуры, а также культурно-исторических ценностей. Особенности заселения территории Татарстана сформировали сплав культур, обычаев, традиций и религий этих народов, который создает богатые возможности для развития этнографического туризма в республике.

Богатство нематериального культурного наследия народов Республики Татарстан создает широкие возможности для развития в регионе событийного туризма [10]. Край богат на различные национальные мероприятия, разного направления, которые раскрывают богатства культуры и традиций народов. Есть традиции, которые имеют многовековую историю как «Сабантуй», так более молодые, такие как «Каравон», «Питрау» и всероссийская «Спасская ярмарка» в Елабуге. Также в Республике Татарстан имеется большое количество новых туристических брендов в культурном событийном поле: балетный, джазовый, оперный, литературный, кинематографический, духовой музыки и множество других фестивалей [3]. Вот только некоторые из них: волшебный Новый год в резиденции Кыш Бабая (татарского Деда Мороза) в селе Кырлай, фестиваль средневекового боя «Великий Болгар», гастрономический праздник «Свияжская уха», фестиваль мусульманского кино, фестивали татарской песни и другие [2].

Организация гастрономического туризма в Татарстане также является одним из перспективных направлений общереспубликанской программы развития туризма. В республике уже ведется работа по развитию такого направления. Например, с 2016 года в Казани проводится ежегодный Гастрономический фестиваль «Вкусная Казань». Такое

событийное способствует развитию не только событийного, но и гастрономического туризма. Однако, препятствующим фактором для развития данного вида туризма является то, что на территории Республики Татарстан очень мало кафе и ресторанов, предлагающих национальную кухню, и они сосредоточены, в основном, в пределах городов Казань, Набережные Челны и Альметьевск [9].

С целью способствования развитию сельского туризма на территории республики, Государственный комитет Республики Татарстан по туризму и Региональная ассоциация сельского туризма в 2017 году разработали концепцию создания АНО «Центр сельского туризма Республики Татарстан», которая предложена для включения в государственную программу Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика». Разработан также проект программы развития сельского туризма. Методическая работа по развитию сельского туризма (в форме совещаний, семинаров) проводится на базе отдельных муниципальных районов республики. Более активно в этом направлении работают в Елабужском, Агрызском, Азнакаевском, Высокогорском районах республики [12].

По продвижению развития экотуризма в Республике Татарстан и обсуждению возможных перспектив проводятся различные мероприятия, в которые вовлекаются представители таких организаций как Комитет по развитию малого и среднего предпринимательства РТ, Министерство по делам молодежи РТ, Министерство экологии и природных ресурсов РТ, Государственный комитет РТ по туризму. В Татарстане выделяют следующие туристские зоны и центры, имеющие значение для экотуризма:

- Билярская туристская зона, включающая Билярский государственный историко-археологический музей-заповедник («Святой ключ»);
- Елабужская туристская зона, включая территорию Елабужского государственного историко-архитектурного и художественного музея-заповедника, Национальный парк «Нижняя Кама», р. Кама и Тойма в пределах района;
- Болгарская туристская зона, включая Болгарский государственный историко-архитектурный музей-заповедник;
- Государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник «Остров-град Свияжск» [7].

В последние годы Татарстан является одним из лидирующих направлений с точки зрения увеличения туристического потока и роста количества туристов и экскурсантов, в том числе и туристов, приезжающих с паломническими целями [8]. На сегодняшний день в Республике Татарстан насчитывается более тысячи, религиозных организаций. В Казани можно посетить такие религиозные места как: мечеть «Кул Шариф», Петропавловский собор, мечеть Марджани, Казанский Богородицкий монастырь и другие.

Еще одно известное место – Древний Булгар, для Татарстана он является историческим началом принятия ислама, это начало было 1090 лет назад. Для туристов, как России, так и туристов из зарубежных стран, это историческое место с красивыми руинами и мечетью. На территории музея была построена мечеть «Ак-Мечеть». Также туристы могут увидеть здесь самый большой печатный Коран.

В Татарстане есть город Свияжск, куда туристы тоже могут спокойно отправиться и побывать в Соборе иконы Богородицы «Всех скорбящих Радость», Успенском монастыре и монастыре острова-града Свияжск.

Елабуга тоже привлекает паломников. Там можно увидеть действующий женский монастырь Елабужский Казанско – Богородицкий. В монастыре есть два храма: один был построен в честь Казанской иконы Божией Матери, второй – великомученицы Варвары. По традициям и национальным особенностям татарского народа в Елабуге была построена мечеть «Джамиг», которая располагается в самом высоком месте города [11].

Выводы. Республика Татарстан занимает одно из ведущих мест в динамике развития индустрии оздоровительного туризма в России. В республике была создана Ассоциация санаторно-курортных учреждений «Санатории Татарстана» для решения множества текущих проблем, существующих в каждой из здравниц региона и в отрасли в целом. Основной целью деятельности Ассоциации является повышение конкурентоспособности санаторно-

курортных и туристских услуг Республики Татарстан на разных уровнях рынка. В 2018 г. более 160 тыс. человек отдохнули в санаториях Республики Татарстан. В состав санаторно-курортных учреждений «Санатории Татарстана» входит 22 санаторно-курортных учреждения Республики Татарстан, в том числе 11 санаториев ПАО «Татнефть». В течение 2018-2019 гг. Ассоциация совместно с Государственным комитетом проводила активную работу по проведению рекламно-информационной кампании «Отдых в Татарстане» в республике, основной целью которой является продвижение санаторно-курортного комплекса Республики Татарстан [6].

Список литературы

1. Бикмурзина, В. Г. К вопросу о развитии специальных видов туризма в Татарстане / В.Г. Бикмурзина // Включение молодежи во всемирный процесс сохранения и развития культурного наследия человечества. – 2012. – С. 109-115.
2. Галимова, Л. И. Молодежный фестиваль «Скорлупино» – новый бренд в событийном туризме Татарстана / Л. И. Галимова, Ш. Ш. Галимов // «ТУР-ФАКТОР 2018». – «Событийный туризм как главный фактор развития территории». – 2018. – С. 21-24.
3. Зиновьева, А. А. Обоснование приоритетов развития гостиничного хозяйства в условиях экономического кризиса / А. А. Зиновьева // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Антикризисные технологии как фактор сбалансированного социально-экономического развития региона». – 2015. – С. 109-114.
4. Кабиров, И. С. Развитие перспективных видов туризма в республике Татарстан как фактор повышения конкурентоспособности региона / И. С. Кабиров // Конкурентоспособность регионов. Стратегия устойчивого развития. – 2017. – С. 192-197.
5. Кротова, Е. Л. Рекреационно-туристский комплекс Поволжского региона : теория и практика / Е. Л. Кротова. – Казань : УрО РАО, 2014. – 180 с.
6. Ляпина, Р. Р. Современные методы управления лечебным туризмом в Республике Татарстан / Р. Р. Ляпина, Б. М. Эйдельман // Современный менеджмент : теория, методология, практика. – 2019. – С. 72-77.
7. Медведева, А. А. Экологический туризм как инновационная деятельность в Республике Татарстан / А. А. Медведева, Э. С. Галеева // Наука сегодня : Проблемы и перспективы развития. – 2018. – С. 97-98.
8. Михеева, Е. Е. Современное состояние и перспективы развития религиозного туризма в Республике Татарстан / Е. Е. Михеева, Э. Р. Махмутова // Молодежь. Туризм. Образование. – 2017. – С. 152-155.
9. Мударисов, Р. Г. Организация безопасного пребывания туристов на территории Республики Татарстан с помощью универсального «Туристического атласа Республики Татарстан» / Р. Г. Мударисов // Вестник Национальной академии туризма. – 2013. – №4. – С. 25-27.
10. Розанова, Л. Н. Событийный туризм : опыт вовлечения нематериального культурного наследия Республики Татарстан в сферу туризма / Л. Н. Розанова, Л. Р. Мухаметова, Д. И. Чинкина // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2016. – № 3. – С. 79-85.
11. Хасаншин, А. Актуальность развития религиозного туризма в Республике Татарстан / А. Хасаншин, Е. Ильина, А. Зарипова, Э. Х. Баутиста // Молодежь. Туризм. Образование. – 2017. – С. 227-230.
12. Хафизов, Д. Ф. Проблемы организации и кооперации в сельском туризме в Республике Татарстан / Д. Ф. Хафизов, М. М. Хисматуллин // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – 2018. – № 2. – С. 182-186.
13. Официальный Татарстан. – URL: <https://tatarstan.ru/about.html> (дата обращения: 18.02.2020).

ОБ УПРАВЛЕНИИ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ «TEZTOUR»

*Уварова Д.Ю., студент 8321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Петрик Л.С.*

Актуальность. Одной из главных функций управленцев и специалистов разного уровня является решение проблем через разрешение противоречий и конфликтов.

Чтобы достичь успеха в бизнесе, нужны многие качества. Одно из неизменных – научиться предотвращать конфликты и с честью выходить из затруднительных ситуаций, если они все-таки возникли [1].

Актуальность темы определяется тем, что туризм представляет собой совокупность отношений, которые сопровождают человека в путешествиях. В следствии чего вероятны возникновения ряда противоречий, которые, в свою очередь, могут привести к конфликтам [2]. Из чего следует, что данная тема является актуальной.

Целью исследования является анализ конфликтных ситуаций, причин их появления и путей их разрешения в TEZTOUR.

Проект «Туризм для всех – профилактика конфликтов» создается для регулировки конфликтов, разрядить обстановку и переоценить прежние ценности и нормы внутри фирмы. Для решения какого – либо конфликта и сплоченности коллектива было решено провести такой тур в рамках компании «TezTour».

1. География проекта: Апшеронский район, Краснодарский край.

2. Продолжительность проекта: 01.02.2021– 31.12.2021.

3. Этапы проекта:

- I этап (01.02.2021– 15.04.2021 гг.) – подготовительный
- II этап (16.04.2021– 31.12.2021 гг.) – основной

4. Краткое описание подготовительного этапа

Результаты исследования и их обсуждение. За этот период будет проводиться анализ приоритетных направлений проекта, которые впоследствии будут основой II – ого этапа. Так как мы хотим выплеснуть все негативные эмоции и разрядить обстановку, то нам отлично подойдут: спортивный водный туризм и активный отдых на воде; пешие походы выходного дня (ПВД); пешие степенные походы и радиальные выходы на природу.

Тур рассчитан на 3 дня. Проект будет включать 1 водный сплав, 3 пеших похода, 3 радиальных выходов (выездов) на природу, в которых примут участие 12 человек в возрасте от 20 до 50 лет. Выезд из г. Казань.

Спортивный водный туризм, а именно сплав по рекам (в данном случае по реке Пшехе) на рафтах и катамаранах будет интересен в основном молодежи, т.к. требует отдачи сил и энергии, так же, как и пешие степенные походы, особенно по горной местности. Основная нитка маршрутов для сплавов по реке Пшеха: станция Черниговская Апшеронского района – станция Пшехская Белореченского района. Пешие походы проходят в основном по территории следующих районов: Апшеронский, Туапсинский, Горячеключевской.

Активный отдых на воде предлагает занятия рафтингом без достижений каких-либо спортивных результатов и т.д. и преследует исключительно цель отдыха и смены обстановки. В данном случае будут проводиться занятия на одном из озер в угодьях турприюта Кош, где отсутствует течение, а именно это и поможет новичкам лучше почувствовать судно, а также занятия будут проходить на реке Пшеха в городе Апшеронске (район городского пляжа), где течение не было быстрым.

Пешие походы выходного дня и радиальные выходы на природу пользуются интересом у многих и проходятся по следующим направлениям: Шехан (горная местность на окраине Апшеронска), Хадыженский водопад, река Гунайка, река Хадажка, турприют Кош, гора Индюк (Туапсинский район), станция Черниговская, водопады Руфабго (Республика

Адыгея), кордон Гузерипль (поселок Гузерипль, Северный отдел Кавказского заповедника).

Почему мы разработали этот проект? Как он связан с управлением конфликтов? Отметим, что данный проект в сфере туризма отвлекает людей от каких-либо конфликтов споров внутри компании, фирмы и т.д.

Ожидаемые результаты проекта на примере компании TEZTOUR представлены ниже.

Позитивный, или конструктивный результат успешно разрешенного конфликта, выраженный в:

- разрядке эмоциональной напряженности;
- глубоком взаимопонимании сторон, их сближении, обеспечении информационно-связующего результата;
- росте производительности труда, стимуляции социальных изменений, прогресса;
- вскрытии имеющихся противоречий и определении путей их преодоления;
- увеличении возможностей переоценки прежних ценностей и норм;
- усилении взаимного доверия, терпимости членов данной группы, их сплоченности.

Стоимость данного проект представлена в Таблице 1.

Таблица 1 – Расчет стоимости проекта

Наименование расхода	Цена в сутки, руб.	Кол-во	Сумма, руб.
1. Транспорт: автобус Пежо Боксер с прицепом 25 руб. за км* 2000 км на 18 мест., км.	25	2000	50000
2. Транспорт: автобус Пежо Боксер с прицепом 25 руб. за км* 2000 км на 18 мест., км.	25	2000	50000
3. Питание, чел.	250	12	9000
4. Аренда снаряжения (катамараны, палатки, пенки, спальники):			
- Катамараны 6-местные 2 шт. (800 руб. в сутки)	800	2	1600
- Палубы 2 шт. (200X40 из фанеры) на катамаран (30 руб. в сутки)	150	2	300
- Палатки 4-х местные 3 шт. (500 руб. в сутки)	500	3	4500
- Спальник 12 шт. (150 руб. в сутки)	150	12	5400
- Тент «RockLand» на стойках 1 шт. (250 руб. в сутки)	250	1	750
- Комплект котлов, костровое, топор (250 руб. в сутки)	250	1	750
		Итого:	122300
Стоимость на одного человека:			10191
Стоимость на группу, если снаряжение свое (кроме катамаранов):			110900
Стоимость на одного человека:			9242

Выводы. Важный пункт в том, что данный проект выгоден не в сезон, когда низкий спрос, чтобы компания меньше затрачивалась на организацию данного тура. В компании «TEZTOUR» конфликты с туристами имеют первостепенное значение, поскольку от взаимодействия с ними зависит бесперебойное функционирование организации. Конфликты с туристами всегда крайне негативно сказываются на деятельности компании как в финансовом плане, так и в плане репутации:

- наличие конфликтов всегда ставит под угрозу хорошую репутацию и имидж компании «TEZTOUR» на рынке;

- конфликт с туристом может повлиять на репутацию не только на рынке туроператора, но и может быть вынесен далеко за пределы родного города или даже страны с уделением внимания деталям конфликтной ситуации зарубежных партнеров.

Поэтому важно решать конфликт на ранней стадии его развития, чтобы не потерять имидж фирмы и успешно конкурировать на рынке.

Список литературы

1. Гришина, Н. В. Производственные конфликты и их регулирование / Н. В. Гришина.
– URL: http://www.cased.ru/doc_x_402_cased.html (дата обращения: 28.11.20).
2. Фатеева, Е. В. Конфликты в организациях / Е. В. Фатеева // Управление человеческим потенциалом. – 2006. – № 4. – С.316-321.

РОЛЬ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

*Фаррахова Л.Ф., студент 9331гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Гусарова В.Ю.*

Актуальность. Мы живем в период роста информационных технологий, развития экономики страны, кардинальных изменений всех сфер общественной жизни, тем самым данные факторы помогают интенсивно развиваться гостиничной индустрии, что, соответственно, подталкивает владельцев гостиниц к пониманию перехода на маркетинг отношений. Ведь в условиях быстроизменяющегося мира меняются и вкусы людей, их видение в чем-либо.

Однако мировой туристский рынок обуславливает и высокий уровень конкуренции в гостиничной индустрии. Поэтому важно выстроить максимально долгосрочные и взаимовыгодные отношения между клиентом и сферой гостеприимства, что способно поддерживать на плаву конкурентоспособность отеля. Одним из действующих методов сохранения так называемой верности клиента определенному бренду является повышение качества обслуживания. А для его достижения специально и разрабатывают программы лояльности клиентов.

Цель исследования: определить роль программ лояльности в гостиничной индустрии.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, наблюдение, анализ интернет-источников.

Результаты исследования и их обсуждение. Программы лояльности – это инструмент маркетинга, который позволяет вознаграждать и поощрять клиента, тем самым делая их верными бренду, что позволяет развивать повторные покупки и повышать уровень лояльности [1].

Внедрение программ лояльности в гостиничный бизнес предполагает собой стремление предоставить своим клиентам комфортные условия проживания в незнакомом для него городе или даже стране. Но обеспечить необходимые условия, не зная вкусы, привычки клиента довольно-таки сложно. В настоящий момент гостиница, будь даже она с одной звездой, стремится воплотить в жизнь свою программу лояльности. Однако главное – это найти свою формулу успеха, которая в дальнейшем принесет отелю не только стабильный доход, но и завоюет приверженность клиента к определенному отелю, а также повысит конкурентоспособность самого отеля в условиях изменяющейся внешней среды.

Самыми успешными в формировании программ лояльности для своих клиентов стали международные гостиничные сети, такие, как: Marriot, Carlson, Hilton. В таблице 1 представлены программы лояльности успешных отелей в мире.

Проанализировав выше представленные данные, можно отметить, что программы лояльности клиентов зарубежных гостиничных сетей имеют как ряд схожих, так и отличительных черт. Однако стоит сказать, что каждый отель имеет свое представление об идеальной программе лояльности клиентов. Формулы успеха, которая бы подходила для каждой гостиницы, нет. Потому что гостиничная индустрия – это весьма динамичная сфера, которая меняется с каждым днем, ведь меняются и люди, и их предпочтения, и IT технологии, а также появляются новые услуги [2]. Но можно сказать, что выстраивание хороших отношений между клиентом и отелем дает владельцам гостиниц уверенность, что их клиенты будут верны им, а значит прибыль отеля будет стабильной на рынке.

Таблица 1 – Программа лояльности успешных отелей в мире [3]

	Marriot Rewards – сеть отелей Marriott	Club Carlson Rewards – сеть отелей Carlson Rezidor (Regent, Radisson, Park inn и другие бренды)	Hilton HHonors – сеть отелей Hilton
Охват	3700 гостиниц в 70 странах мира	Более 1000 отелей	Более 4000 отелей и курортов, свыше десятка известных брендов – партнеров в Европе, Азии и США, более 50 авиа- и ж/д перевозчиков
Уровни программы	4 уровня: Базовый, Silver Elite, Gold Elite и Platinum Elite	4 уровня: Red, Silver, Gold и Concierge	4 уровня: Blue, Silver, Gold и Diamond
Способы накопления бонусов/получения скидок	Проживание в любой из гостиниц сети Marriott или в одном из 18 ее дочерних брендов, среди которых отели Renaissance, Ritz-Carlton, Courtyard Marriot, Residence Inn и другие; перелеты на борту самолетов более 30 авиакомпаний-партнеров; покупки и услуги кредитными картами Chase Visa.	Проживание, покупка в магазинах – партнерах, покупки картой ClubCarlsonVisaCard	Проживание, покупка по кредитным картам Citi Visa и American Express
Способы траты бонусов/получения скидок	Бесплатная ночь в отеле, получение аккредитации на обед, скидка на спа-процедуры, при покупке авиабилетов и бронировании рейсов.	Бронирование или повышение категории номера, оплата авиаперелетов, заказ проката фильмов, а также совершение покупок в магазинах-партнерах	Путешествия, посещение кинотеатров, совершение покупок в интернет – магазине, скачивание музыки

Выводы. Таким образом, внедрение программы лояльности – это один из важных инструментов повышения качества обслуживания, сохранения плавучести отеля на туристском рынке. Очевидно, программа лояльности предоставляет участникам много возможностей, тем самым давая гостиницам конкурентное преимущество, и, как следствие, стабильное положение на гостиничном рынке.

Список литературы

1. Программы лояльности как фактор повышения качества обслуживания в гостиничном бизнесе. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/programmy-loyalnosti-kak-faktor-povysheniya-kachestva-obslyuzhivaniya-v-gostinichnom-biznese/viewer> (дата обращения: 02.03.21).
2. Программы лояльности как способ достижения гостиницами конкурентных преимуществ. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/programmy-loyalnosti-kak-sposob-dostizheniya-gostinitsami-konkurentnyh-preimuschestv/viewer> (дата обращения: 15.02.21).
3. Программы лояльности отелей: Marriot, Carlson, Hilton. – URL: <https://www.cossa.ru/sandbox/97819/> (дата обращения: 16.02.21).

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Фаттахова А.А., студент 9331 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Гусарова В.Ю.*

Актуальность. Характер услуг и темпы их развития резко изменились в последние годы, и овладения традиционными аспектами предоставления услуг уже будет недостаточно. Ожидается, что на долю услуг, которые в настоящее время составляют около 65 % мирового ВВП, в предстоящее десятилетие будет приходиться около трех четвертей мирового роста. Поэтому компании, которые быстро развиваются, будут лучше позиционировать себя, чтобы захватить этот рост, в то время как те, кто цепляется за традиционные модели, будут использовать устаревшие схемы маркетинга, что вызовет снижение спроса.

Также следует сказать о том, что спектр обслуживания клиентов меняется, поскольку социальные сети и новые технологии мобильных телефонов предоставляют компаниям беспрецедентный доступ к данным о взаимодействии с клиентами. Именно поэтому я считаю, что данная тема является актуальной.

Цель исследования: рассмотреть направления совершенствования сервисной деятельности в современных условиях.

Результаты исследования. Компании всегда стремились лучше понять клиентов, чтобы адаптировать услуги к их потребностям. Традиционно это означало сосредоточение внимания на потребительских сегментах или группах. Хотя эта мудрость все еще остается в силе, появление крупных современных наборов данных и распространение мобильных устройств означают, что услуги теперь могут быть персонализированы экономически эффективно в гораздо большей степени.

Плохое обслуживание клиентов – это головная боль не только для потребителей, но и для руководителей высшего звена. Трудно найти компромисс между стоимостью услуг и преимуществами для клиентов, которые они предоставляют. Обеспечение того, чтобы передовые работники могли эффективно и последовательно выполнять предлагаемые услуги в масштабах всей обширной организации, является еще более сложной задачей [2]. По пути многие компании упускают из виду то, что заставляет людей выбирать конкурентов – незнание или игнорирование четырех главных развивающихся тенденций сервисной деятельности сегодня:

1. *Более высокие ожидания клиентов.* Более чем когда-либо, потребители требуют большего участия, настройки, персонализации и мобильности от услуг с немедленными результатами. Когда они видят передовые инновации в сфере обслуживания в одной отрасли, они ожидают, что найдут их и в других; посмотрите на распространение касс самообслуживания от регистрации на авиалинии до розничной торговли, индустрии гостеприимства, доставки через постаматы. Поскольку границы отрасли все больше размываются для клиентов, компании должны искать новые идеи за пределами своих непосредственных конкурентов, чтобы привлечь больше потенциальных клиентов и покупателей.

2. *Расцвет мобильного интернета.* В настоящее время во всем мире используется около 5,22 миллиарда смартфонов, а в 2020 году было загружено более 218 миллиардов приложений по сравнению с 115 миллиардами в 2019, также объем расходов пользователей на приложения достиг 143 миллиардов долларов, увеличившись на 20%. В результате возможности мобильной связи и самообслуживания трансформируют предоставление услуг. Прогресс в области цифровых платежей все больше стимулирует мобильную торговлю, что имеет далеко идущие последствия для финансовых услуг и розничной торговли. Удаленный доступ и мониторинг в здравоохранении также являются потенциальными переменными в сервисе, ставшими возможными благодаря расширению возможностей подключения.

Распространение смартфонов открывает новые возможности для роста, снижает затраты на разработку услуг и резко снижает барьеры для входа в предпринимательство.

3. *Большие данные и продвинутая аналитика.* Такие компании, как «Amazon» и «Harrah's», известны тем, что используют данные клиентов для персонализации и адаптации своих услуг. Постоянное развитие аналитических возможностей позволяет компаниям извлекать информацию из крупных, ранее не использовавшихся источников, что приводит к появлению новых возможностей обслуживания. Например, SATMAP – это программное решение, которое использует расширенную аналитику для улучшения обслуживания в центрах обработки вызовов. Это помогает компаниям сопоставлять абонентов с сервисными агентами с соответствующими сотрудниками, что приводит к более высоким показателям удовлетворенности клиентов и конверсии услуг в продажи.

4. *Интернет вещей.* Всепроникающее соединение между смартфонами, техникой с помощью сети интернет вещей уже облегчает предоставление услуг в режиме реального времени для мониторинга производительности и повышения эффективности технического обслуживания. Каждый из нас уже в какой-либо степени использует данную систему для подключения своих смартфонов к другим домашним устройствам, начиная от стиральных машин, заканчивая персональными фитнес-тренажерами, тем самым поддерживая и развивая концепцию машинно-машинного соединения. Преобладание подключенных устройств открывает возможности для проактивного, даже «бесконтактного» обслуживания, а также новых коммерческих моделей, совершенно непохожих на традиционные платные. Отличным примером является продукция «Xiaomi», занимающая лидирующие позиции за последние 3 года по продажам бытовой техники во всем мире. Производители данной компании очень умело внедрили возможность использования данного соединения, благодаря чему стали выделяться среди конкурентов и повысили качество оказания своих услуг в глазах потребителей.

Законом общественного развития является расширение сферы услуг в жизнедеятельности общества, которая постоянно пронизывает все пространство жизни человека – от условий труда и быта, здоровья и досуга до социальной организации. Основное общественное назначение сферы услуг состоит в том, чтобы способствовать удовлетворению многообразных массовых потребностей, выполняя важнейшие социальные функции. Она укрепляет социальную безопасность, вносит заметный вклад в обеспечение современного развития производственных коллективов, способствует повышению уровня и качества жизни населения, кроме того, позволяет организовать труд, быт и отдых каждого человека, укрепляет его общественные и семейно-дружеские связи, помогает развивать и реализовать заложенные в нем способности [3]. Сфера услуг является все более прогрессирующей сферой деятельности, охватывает все сферы жизнедеятельности человека, определяющей новое лицо общества.

Выводы. Услуги, как и продукты, имеют срок годности. В конце концов, потребительский спрос развивается, ожидания обслуживания меняются, а технический прогресс постоянно приносит новые возможности. Поэтому для совершенствования сервисной деятельности услуги должны периодически проверяться и обновляться, а также находить новые пути развития.

Список литературы

1. Джордж, С. Всеобщее управление качеством стратегии и технологии, применяемые сегодня в самых успешных компаниях / С. Джордж. – Санкт-Петербург : Victory, 2012. – 253 с.
2. Свириденко, Ю. П. Сервисная деятельность в обслуживании населения: Учебное пособие / Ю. П. Свириденко, В. В. Хмелев. – Санкт-Петербург : Лань, 2018. – 192 с.
3. Донскова, Л. И. Управление сервисной деятельностью в современных условиях. – URL: <http://izdat.altstu.ru/izdaniya/pechatnye-izdaniya/nauchnye-izdaniya/item/349-upravlenie-servisnoj-deyatelnostyu-v-sovremennykh-usloviyakh-teoriya-i-praktika> (дата обращения: 3.03.21).

О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ СИСТЕМЫ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

*Хусаенова Ф.Ф., студент 8321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Петрик Л.С.*

Актуальность. В настоящее время туризм является одной из ведущих отраслей экономики страны. Несмотря на пагубные воздействия мирового кризиса туристская отрасль вновь принимает незапланированные изменения в структуре рынка.

Правительство Российской Федерации активно продвигает въездной и внутренний туризм, вкладывая значительные суммы в эти два направления. Создаются новые туристские комплексы, базы отдыха, турбазы, соответствующие мировым стандартам, инфраструктура в туристских регионах быстро развивается и улучшается [2]. В свою очередь, в условиях современной экономики и конкуренции успешная деятельность туристского предприятия возможна лишь при правильной организации управления им. А коммуникации занимают ведущее место в управлении внутри предприятия и внешне.

Туристическая фирма должна поддерживать постоянную непрерывную коммуникационную связь с постоянными и потенциальными клиентами, сообщать о новых предложениях, скидках на турпродукты. Поэтому каждая компания неизбежно начинает выступать в роли источника коммуникации и генератора различных средств продвижения информации об услугах на рынки.

Для повышения продаж с помощью коммуникаций с внешней средой (т.е. с потребителями рынка) используют маркетинговые коммуникации [3]. Они позволяют продвигать товар данной компании на рынке путем передачи информации потенциальным клиентам о товаре через различные виды рекламы, а также в форме устной речи.

Цель исследования: разработка проекта совершенствования маркетинговых коммуникаций компании «Пегас Туристик».

Объектом исследования является: компания «Пегас Туристик».

Предметом исследования является: политика введения системы коммуникации.

Методами исследования данной работы являются сравнительный анализ, синтез, обобщение.

Результаты исследования и их обсуждение. Для «Пегас Туристик» необходимо разработать рекламу, которая будет эффективной, она должна привлекать к себе внимание, быть запоминающейся и предоставлять людям убедительные сообщения. Кроме того она должна быть нацелена на аудиторию. Чтобы оценить эффективность рекламы, предприятия предлагается использовать такие исследовательские методы, как фокус-группы, исследования по вопросам имиджа и позиционирования, потребительские рейтинги и отслеживание рыночной ситуации, чтобы проверить влияние рекламы на объемы продаж.

Стимулирование сбыта – различные виды маркетинговой деятельности, которые на определенное время увеличивают исходную ценность товара или услуги и напрямую стимулируют покупательную активность потребителей. Цель: подтолкнуть потребителей к немедленным действиям [1].

Достоинства: не только помогает возникновению немедленной реакции за счет создания дополнительных стимулов и реальной дополнительной ценности, но и повышает тонус потребителей, увеличивает вероятность повторных покупок, стимулирует поддержку посредников. **Недостатки:** может усилить информационный хаос, породить ожидания снижения цен, подорвать долгосрочную приверженность потребителей.

Стратегии стимулирования необходимо направлять на потребительскую аудиторию или на представителей торговли, в состав которых включаются посредники и персонал. Стимулирование процесса обеспечит поддержку среди агентов и персонала, т.е. помощь в «проталкивании» товара.

Таблица 1 – Планируемые мероприятия реализации проекта

№	Мероприятие	Способ реализации	Ответственный	Эффект
1	Конкурсы агентов	Прямая почтовая реклама, реклама.	Отдел рекламы	Массовые заявки, энтузиазм.
2	Агентские премии	Персонал, реклама.	Отдел по работе с агентствами	Благожелательные отношения.
3	Конкурсы и лотереи	Персонал, СМИ, прямая почтовая реклама.	Отдел маркетинга	Неоднократные покупки.
4	Подарки	Офисные подарки, почтовые открытки.	Отдел формирования индивидуальных турпакетов	Увеличивается ценность покупки, побуждает спрос, хорошие отношения с клиентами, самореклама.
5	Распространение буклетов	Вложения или приложения к турпакетам, журналы.	Отдел маркетинга, бухгалтерия, отдел подготовки документов	Стимулирование пробных заявок.
6	Паблик рилейшнз	Поддержка определенных программ, не связанных на прямую с продажей туров.	Отдел маркетинга	Создание благоприятного представления, повышение интереса к продукту.

Выводы. Таким образом, нами было предложено перечень мероприятий для реализации повышения продаж с помощью коммуникаций с внешней средой. Эффективное управление коммуникационным процессом позволяет расширить границы целевого рынка, привлечь новых клиентов, что в свою очередь становится решающим для достижения общей цели фирмы.

Список литературы

1. Вапнярская, О. И. Развитие межкультурных коммуникации в туризме / О. И. Вапнярская. – 2017. – № 4. – С. 37-41.
2. Маркетинговые коммуникации в сфере туристских услуг. – URL: <https://www.elibrary.ru/> (дата обращения: 09.02.2021).
3. Якубенко, К. С. Значение коммуникации в туризме / К. С. Якубенко, О. В. Елисеева. – 2018. – № 12. – С. 254-255.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ

*Чернышева А.С., студент группы 9331
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Веслогузова М.В.*

Актуальность. В настоящее время процесс преобразований на пути построения рыночной экономики сопровождается развитием конкуренции. Потребности рынка постоянно меняются, процесс конкуренции усиливается, что приводит к повышению требований к деятельности предприятия. Возникает необходимость адаптироваться к постоянно меняющимся условиям и разрабатывать эффективные способы организации деятельности предприятия для поддержания его конкурентоспособности и выживания на рынке.

Темпы развития отраслей сферы услуг резко возросли и оказывают все большее влияние на экономику страны, характер и структуру потребления населения. Поэтому предприятию очень важно прогнозировать и анализировать свою деятельность, а также состояние рынка и существующие потребности, чтобы не только оставаться конкурентоспособным, но и улучшать экономическое состояние страны.

Цель исследования: определить основные пути повышения конкурентоспособности в сфере услуг.

Результаты исследования и их обсуждение. Под путями повышения конкурентоспособности подразумеваются инструменты, которые позволяют предприятию занять более выгодную позицию на рынке относительно других. Предприятию необходимо действовать по заранее тщательно составленному плану, предусматривающему эффективное развитие, анализировать свои перспективы и изучать своих конкурентов для достижения успеха.

Изучив различные источники, можно выделить несколько путей повышения конкурентоспособности:

- своевременная модернизация оборудования;
- формирование и развитие кадрового потенциала;
- использование маркетинга для увеличения информированности рынка;
- создание условий для снижения затрат;
- стимулирование продаж [4].

Первый путь – модернизация оборудования, то есть процесс его обновления. Оборудование играет ключевую роль в процессе создания и реализации услуг, поэтому необходимо следить за развитием технологий и своевременно обновлять технику. Модернизация используемого оборудования – это кратчайший путь к росту рентабельности предприятия и, соответственно, его прибыльности [1].

Второй путь – развитие кадрового потенциала. На наш взгляд, очень важный фактор в обеспечении эффективной деятельности предприятия и достижении его успеха. Кадровый потенциал – способности работников и управляющих, которые используются в организации деятельности предприятия (общая работоспособность; профессионально-квалификационные знания, умения, опыт; творческие склонности). Предприятия, выбравшие данный путь для повышения своей конкурентоспособности, должны следить за уровнем квалификации своих работников, так как от него зависят производительность труда и качество оказываемых услуг [2].

Третий путь – использование маркетинга. Роль маркетинга заключается в выявлении ключевых потребностей клиентов, анализе их меняющихся предпочтений, оценке перспектив развития целевого рынка, разработке и осуществлении эффективных стратегий, направленных на повышение конкурентоспособности. Тем самым предприятие становится более информированным для четкого планирования своей деятельности.

Четвертый путь – снижение затрат. Снижение издержек на производство, безусловно, приводит к повышению прибыли и уровня рентабельности. За счет снижения затрат

создается возможность накопления для вложений в производство и повышения уровня мотивации и стимулирования труда персонала, что улучшает состояние кадрового потенциала. Однако предприятию нужно отслеживать, чтобы уменьшение расходов не приводило к снижению качества оказываемых услуг [3].

Пятый путь – стимулирование продаж. Это меры продвижения услуг, совокупность мероприятий, основная цель которых вызвать сильную и быструю ответную реакцию со стороны покупателей в виде принятия положительного потребительского решения о потреблении услуги.

Выводы. Таким образом, повышение конкурентоспособности предприятия является залогом его успешного функционирования и финансовой устойчивости в будущем, а рассмотренные мной пути ее повышения способствуют не только достижению высокого уровня рентабельности предприятия, но и развитию экономики страны в целом.

Список литературы

1. Пути повышения конкурентоспособности предприятий // Молодой ученый. – URL: <https://moluch.ru/archive/92/20302/> (дата обращения: 05.02.21).
2. Направления повышения конкурентоспособности предприятия в сфере сервиса // Международный студенческий научный вестник. – URL: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=19053> (дата обращения: 05.02.21).
3. Пути повышения конкурентоспособности предприятия в сфере оказания услуг. – URL: https://spravochnick.ru/menedzhment/puti_povysheniya_konkurentosposobnosti_predpriyatiya_v_s_fere_okazaniya_uslug/ (дата обращения: 10.02.21).
4. Основы обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг. – URL: https://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site1238/html/media68588/43Naumova.pdf (дата обращения: 15.03.21).

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСКУРСИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЦАХ И ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСАХ

*Шакирова Э.И., студент группы 9331
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Веслогузова М.В.*

Актуальность. Конкуренция в гостиничной индустрии приводит к тому, что гостиницы стараются включить в свой перечень как можно больше разнообразных услуг. Приезжая на отдых, туристы готовы платить за свои удобства, поэтому предоставление дополнительных услуг – одна из важных статей данного бизнеса. Экскурсионное сопровождение, как неотъемлемая часть практически любой туристической поездки, в этой связи не является исключением.

Рыночная экономика страны дала возможность туризму развиваться: в России появились различные туристические агентства, бюро, компании, разные виды отелей и других организаций для проведения досуга.

Наряду с вышесказанным активно развивается и сфера гостиничных услуг. Эта область туристского рынка напрямую связана с предпринимательством, ведь данный вид деятельности является начальным этапом в создании гостиницы. Также мы можем заметить, что возникает одна из дополнительных услуг, которые предлагают нам, потребителям, в отелях, как экскурсии.

Все вышеперечисленные факторы говорят об актуальности темы.

Цель исследования. Изучить особенности организации экскурсионного обслуживания в гостиницах и туристических комплексах.

Методы исследования: анализ, систематизация статей и материалов из Интернет-ресурсов.

Результаты исследования и их обсуждение. Экскурсионная деятельность, как одна из составляющих турпродукта, является одной из основных мотиваций для путешествий. Экскурсия как процесс наглядного познания окружающего мира неразрывно связана с туризмом [3].

Абсолютно любой отель имеет такие цели, как заполнить весь номерной фонд, окупить затраченный на организацию труд, капитал и, соответственно, получить прибыль. Однако не стоит забывать, что на рынке туристических услуг существует жесткая конкуренция. Поэтому внедрение различных видов дополнительных услуг – это один из методов усиления своей конкурентоспособности на рынке туризма. Особую роль здесь имеют экскурсионные услуги, как один из видов проведения досуга.

Организация экскурсионного обслуживания является одним из важных элементов в комплексе услуг, предлагаемых для туристов. Они также входят в перечень услуг, которые оказывает отдел размещения [1]. Следует отметить, что данный вид услуг предлагается гостиницей, независимо от ее звездности. Экскурсионный продукт зачастую используется гостиницами в качестве элемента дополнительных платных услуг. Так, на базе гостиниц создаются специальные механизмы, обеспечивающие деятельность по предоставлению дополнительных услуг. Несомненно, их включение в перечень оказываемых гостиничным предприятием услуг помогает ему повысить свою конкурентоспособность и увеличить свой доход [2].

Не во всех, но во многих гостиницах нашей необъятной страны есть такая организация, как экскурсионное бюро, которое предоставляет ассортимент услуг театров, музеев, договаривается об их посещении экскурсантами. Также бюро осуществляет контроль за проведением и качеством экскурсий.

Обращаясь в данную организацию, в обязательном порядке следует заключить соглашение о предоставлении туристских услуг между заказчиком и исполнителем.

Также в штате ответственных за проведение экскурсий должны быть экскурсоводы (гиды).

Основные требования к экскурсоводу:

- знание большого по объему материала и умение изменять его в соответствии с контингентом туристов;
- наличие творческого подхода к работе;
- систематически расширять свой кругозор, совершенствовать свои профессиональные навыки [4].

Обязанности экскурсовода:

- сопровождение группы
- хорошее знание и выполнение правил приема туристов, в том числе иностранных
- контроль за выполнением требования обслуживания туристов на всех туристических объектах.

Экскурсионное обслуживание проводится на основе специально разработанной программы посещения туристических объектов. Основными формами экскурсии являются: обзорные, тематические экскурсии.

Выводы. Подводя итог, необходимо сказать, что индустрия туризма в настоящее время развивается стремительными темпами, внедряя и создавая все больше различных дополнительных услуг для интересного, активного проведения досуга туристов. А такая дополнительная услуга, как экскурсионное обслуживание, играет значительную роль в усилении конкурентоспособности гостиницы на рынке туристических услуг.

Список литературы

1. Никонова, Т. В. Особенности приключенческого туризма и перспективы его развития в России / Т. В. Никонова, В. Ю. Гусарова, О. Н. Пережогина // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2017. – Т. 11, № 3. – С. 51-58.
2. Особенности экскурсионного обслуживания в гостинице. – URL: https://revolution.allbest.ru/sport/00260055_0.html (дата обращения: 12.02.21).
3. Организация экскурсионного обслуживания в гостиничных комплексах. – URL: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015017034> (дата обращения: 15.03.21).
4. Экскурсионное обслуживание. Организация экскурсионного обслуживания. – URL: https://studme.org/365607/turizm/ekskursionnoe_obslyuzhivanie (дата обращения: 05.02.21).

О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ УПРАВЛЕНИЯ РАБОТОЙ ТРАНСФЕРМЕНОВ В ТУРОПЕРАТОРСКИХ КОМПАНИЯХ ПО ПРИЕМУ ТУРИСТОВ

*Шаймарданов Р.Р., студент 8321 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.э.н., доцент Петрик Л.С.*

Актуальность темы работы заключается в том, что рынок внутреннего и международного туризма в Российской Федерации остается неразвитым. На него влияют как экономические, так и социальные факторы. Резкое снижение объемов этих видов туризма является следствием не только низкого уровня благосостояния большинства населения, но и несоответствия качества при высоких ценах на отечественный туристский продукт. В структуре стоимости тура наибольшие темпы роста имеют транспортные расходы, достигающие уровня 30-50%. Даже при падении цен на нефть темпы роста стоимости туристических транспортных услуг не снижаются и остаются достаточно высокими. В некоторых случаях количество посредников между туристом и перевозчиком достигает 3-4, что сказывается на стоимости тура. В целях повышения конкурентоспособности российских туристических услуг и стимулирования широкого доступа к ним граждан необходимо, прежде всего, оптимизировать транспортные расходы в структуре тура и качество перевозок.

Одной из основных причин сложившейся ситуации является недостаточная эффективность организационно-экономического механизма управления туристско-транспортными услугами и отсутствие реальной координации деятельности в этой сфере. Эти недостатки выражаются в высоких тарифах на туристические перевозки, низком уровне безопасности на туристических маршрутах, низком качестве туристских и транспортных услуг. Для решения этих задач необходимы новые подходы к совершенствованию организационно-экономического механизма туристских перевозок.

Целью исследования является разработка проекта совершенствования управления работы трансферменов в туроператорской компании по приему туристов.

Объектом исследования выступают такие туроператоры, как «Teztour» и «Turtess».

Трансфермен – это первое лицо, которое туристы-гости видят перед собой. Именно от трансферного агента зависит первое впечатление туристов о компании, которой они доверили свой отдых. А первое впечатление, как известно, самое яркое и надолго остается в памяти. Трансфермен очень важен для компании, он ее лицо, и на нем лежит очень большая ответственность. Это также зависит от того, поедет ли турист отдыхать в следующий раз через этого туроператора. Трансфермен – это человек, который сопровождает туристов на их пути, тот, к которому туристы смогут обратиться по любому вопросу, находясь в дороге, человек, который создает настроение во время развлекательных экскурсий.

Трансферный агент является промежуточным звеном между туроператором и туристом в течение всего отпуска. Очень часто, вернее, почти всегда, кто-то чем-то недоволен, и вся эта неудовлетворенность, все жалобы, весь негатив адресованы трансфермену. Таким образом, трансфермен в процессе работы испытывает сильные психологические и физические нагрузки. У него нерегулярный рабочий график. Рабочий день может начинаться в 3 часа ночи, а заканчиваться в 1 час ночи, еще не исключено, что в 5 или 6 утра вам нужно будет вставать для следующей пересадки. Выходных почти не бывает.

Чтобы сервис был на самом высоком уровне, в фирме отслеживается строжайшая дисциплина.

Первый и, пожалуй, самый важный момент – пунктуальность. Трансферный агент никогда и ни при каких обстоятельствах не должен опаздывать. Всегда нужно быть немного раньше назначенного времени.

Второй главный момент заключается в том, что менеджер трансфера всегда должен

говорить с туристами по-дружески. Повышенный тон и грубость заканчиваются увольнением сотрудника. Трудно всегда оставаться спокойным, так как ситуации бывают разные, и турист может оказаться далеко не прав.

Туризм основан на непрерывном общении. Трансфермен должен уметь правильно строить свою речь. Должен уметь поддерживать разговоры на многие темы, уметь найти подход к любому клиенту. Все люди разные сами по себе, и те, кто приезжает на курорт, отличаются тем, что у них не всегда есть «картина отдыха», их представления об отдыхе совпадают с реальными условиями. Вот почему часто возникают недоразумения. В этой работе нельзя конфликтовать, нужно уметь находить выходы из конфликтных ситуаций.

Трансфермены должны быть общительными, дружелюбными и энергичными.

Также важно быть в хороших отношениях с менеджерами и правильно выполнять поставленные перед ним цели и задачи.

Для практического применения в сфере образования предлагается рассмотреть следующие предложения:

- подробный анализ деятельности туроператоров позволит применить полученные знания не только для закрепления пройденного материала, но и для выбора «фирменной» компании для прохождения стажировки. Университеты должны знать точную информацию о системе работы, проживания и питания студентов, идущих на стажировку;

- представители вуза могут интересоваться у студентов во время их стажировки не только о ходе стажировки, но и о их состоянии, а также о проблемах, возникших во время стажировки, и непосредственно решать эти проблемы, следить за выполнением пунктов контракта;

- рассмотреть возможность участия студентов в разработке PR-кампаний для туроператоров России. Также подготовьте трансферных людей к определенной работе (помощник гостиничного гида, трансферный человек, гид-экскурсовод);

- предоставить возможность участвовать в маркетинговых исследованиях, проводимых как туроператором, так и самими вузами.

Выводы. Таким образом, мы пришли к выводу, что трансфермены являются первым человеком при работе с туристом-гостем и именно от него зависит дальнейшее поведение туриста и его впечатление о туре. Также были выявлены основные требования к трансфермену и задачи вузов при выборе базы стажировки.

Список литературы

1. Гатаулина, С. Ю. Туризм как объект научного исследования / С. Ю. Гатаулина // В сборнике: Наука сегодня сборник научных трудов по материалам VII международной научно-практической конференции : в 4 частях. – Научный центр «Диспут». – 2019. – С. 37-39.

2. Гатауллина, С. Ю. О состоянии методического обеспечения оценки экономической эффективности туристской деятельности в регионе / С. Ю. Гатауллина, А. В. Топчий // Интернет-журнал «Науковедение». – 2018. – № 4 (23).

3. Карпова, Г. А. Концепция устойчивого развития туризма и рекреационная деятельность на охраняемых природных территориях / Г. А. Карпова, А. В. Водовода // Материалы научно-практической конференции. – Санкт-Петербург, 2019.

О ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЛИДЕР КАЗАНЬ»

Яппарова З.Т., студент 8321 гр.

Поволжский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия

Научный руководитель – к.э.н., доцент Петрик Л.С.

Актуальность. Правильная оценка эффективности менеджмента в туристской индустрии является основой для влияния на текущую работу и дальнейшее развитие туристских компаний, расширения масштабов их деятельности и составления программ развития фирмы. Чтобы оценить продуктивность деятельности фирмы, необходимо четко знать специфику ее работы.

На данный момент рынок переполнен различными предприятиями туризма. Конкуренция на рынке туристских услуг год от года становится все более сильной. Именно поэтому важно уделять особое внимание повышению эффективности деятельности турфирмы.

В данной статье будет проанализирована деятельность туроператора «Лидер Казань», а также предложен проект по повышению эффективности деятельности туристского предприятия.

Цель исследования: выявление путей повышения эффективности деятельности туристского предприятия ООО «Лидер Казань» и создание проекта предложений.

Результаты исследования и их обсуждение. Эффективность любого бизнеса означает соотношение результата и целей, а также затрат на достижение поставленных целей. На основе этих факторов производится оценка продуктивности менеджмента в туризме. Грамотное управление туристской индустрией – это обеспечение должного функционирования и развития всех организационно-хозяйственных единиц отрасли [2].

Отсюда основная задача менеджмента предприятия – обеспечить в долгосрочной перспективе, с учетом технического прогресса и конкуренции, условия для стабильного роста прибыли, то есть повышение эффективности деятельности туроператора.

Пути повышения эффективности – комплексная система мероприятий, связанная с ростом результативности деятельности в конкретных направлениях [4] и повышением профессиональной квалификации работников туристического предприятия [1]. Существует большое количество показателей, характеризующих эффективность деятельности туристической компании. Так же немаловажным показателем эффективности деятельности предприятия считается его конкурентоспособность.

Туроператор «Лидер Казань» работает на туристском рынке более 9 лет [3]. Компания разрабатывает интересные и познавательные экскурсии и туры в Республику Татарстан и способна предложить оптимальный отдых для абсолютно любой категории людей. В процессе изучения деятельности туроператора «Лидер Казань» с помощью метода SWOT-анализ были выделены слабые и сильные стороны предприятия. К сильным сторонам компании можно отнести:

- 1) широкий ассортимент услуг;
- 2) хороший уровень качества туристского продукта по гибкой системе цен;
- 3) длительный опыт ведения бизнеса (многолетний опыт работы на данном сегменте рынка);
- 4) раздел самобронирования на сайте туроператора;
- 5) сформированная система управления;
- 6) наличие отдела маркетинга.

Слабые стороны туроператора:

- 1) ограниченное использование инновационных технологий;
- 2) недостатки в рекламной политике;
- 3) схожесть, вплоть до идентичности, предложений компании с предложениями конкурирующих туроператоров;
- 4) отсутствие ярко выраженной программы лояльности.

Данные анализа показывают, что турфирма «Лидер Казань» имеет как сильные, так и слабые стороны в своей работе, что обуславливает возможности усиления конкурентных позиций в будущем. Для этого был разработан проект предложений, направленный на устранение существующих недостатков, а также на повышение эффективности деятельности туроператора в дальнейшем. Повышение эффективности компании достигается совокупностью различных методов. Все предложенные методы повышения эффективности деятельности туроператора «Лидер Казань» для наглядности представлены в виде единой таблицы.

Таблица 1 – Методы повышения эффективности деятельности туроператора «Лидер Казань»

Предложенный метод	Ответственное лицо	Способы внедрения
1. Модернизация сайта туроператора	IT-отдел, отдел маркетинга	Наполнение сайта интересным контентом (информативные статьи о Республике Татарстан, информация об услугах, красивые фотографии). Добавление раздела с отзывами клиентов и/или блога с обсуждением.
2. Усовершенствование интернет-рекламы	Отдел маркетинга	Размещение сайта в Яндекс-каталоге – распространение сайта компании в сети Интернет.
2. Продвижение в социальных сетях	Отдел маркетинга	Проведение информативных видео-эфиров с интересными героями, конкурсов, акций и розыгрышей на Instagram-странице.
3. Повышение квалификации сотрудников	Дирекция (директор по развитию)	Проведение семинаров, тренингов и деловых игр для сотрудников. Внедрение дистанционного обучения (вебинары). Организация информационного тура по Республике Татарстан.
4. Повышение мотивации и условий труда сотрудников	Дирекция (директор по развитию)	Вознаграждение лучших сотрудников подарками (сертификаты в салон красоты или магазины). Проведение корпоративных праздников. Улучшение условий труда (усовершенствование техники, создание зоны отдыха).

Выводы. В целях повышения эффективности туристского бизнеса и обеспечения конкурентоспособности, следует комплексно воздействовать на экономическую и социальную составляющую работы туристской индустрии.

В данном проекте были разработаны методы повышения эффективности деятельности туроператора «Лидер Казань». В работе были предложены меры по оптимизации веб-сайта компании, являющегося одним из основных инструментов контакта с целевой аудиторией. А также были предложены такие мероприятия, как продвижение в социальных сетях, повышение квалификации сотрудников, повышение мотивации сотрудников, организация акций и конкурсов для клиентов компании. Данные меры позволят повысить репутацию компании и помогут вызвать доверие у потенциальных клиентов. Успешное внедрение данных мероприятий усилит конкурентные позиции продукции и предприятия в целом.

Список литературы

1. Бунаков, О. А. Управление устойчивым развитием туризма на основе совершенствования системы подготовки кадров / О. А. Бунаков, Л. С. Петрик, Б. М. Эйдельман // Управление экономическими системами : электронный научный журнал. – 2018. – № 2 (108). – С. 21.
2. Севастьянова, К. Д. Методы повышения эффективности менеджмента в сфере туристского бизнеса / К. Д. Севастьянова // Молодой ученый, 2013. – 275 с.– Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/50/6399> (дата обращения: 08.02.21).
3. Туроператор Лидер Казань : официальный сайт. – Казань. – URL: <https://to-kazan.ru/> (дата обращения: 07.02.21).
4. Щербакова, С. А. Пути повышения эффективности деятельности предприятия / С. А. Щербакова // Молодой ученый – 2016. – № 9.2 (113.2). – С. 63-65. – URL: <https://moluch.ru/archive/113/29174/> (дата обращения 05.02.21).

MANAGING CHANGES IN SERVICE AND TOURISM ORGANIZATIONS

Mingalieva A.V., student of 9331m gr.

Fedorova K. I., student of 9331m gr.

Volga Region State University

of Physical Culture, Sports and Tourism, Kazan, Russia

Scientific supervisor – Ph.D. in Economics, Associate Professor Petrik L. S.

The relevance. In modern conditions, in order to maintain the pace of their activities and maintain their positions in the market, service and tourism organizations need to make various changes in their work. If earlier this was an exceptional phenomenon, now this need has become so frequent that it turns into a series of constant changes. This is true for both unprofitable and thriving companies. In this regard, processes, employees, and structures must be ready for transformation.

The purpose of this work is to study the importance and necessity of rapid response of service and tourism organizations to external changes.

It is necessary to be able to react quickly to the situation and look for an appropriate solution. This was shown not only by globalization, but also by the pandemic of 2020. It is the events that take place in the external environment that force the organization to change. Jeanie Daniel Duck, in her book «The Monster of Change» [1], talks about the following factors that accelerate change:

1. globalization – it has long begun to affect the world economy. People learn about new products almost instantly, and can buy products from all over the world without leaving home. At the same time, there are almost no unique items that can be purchased only in one place without the possibility of delivery;

2. demanding customers. Trips abroad, Youtube and Instagram showed how well you can live. People want the newest products, quality services, the best service;

3. employees. Traveling around the world you can see the difference in service in a hotel, national mentality in a restaurant, or, for example, customs on a national holiday. Having seen a different (positive) attitude, we expect the same at home. Moreover, clients are ready to travel for a long time, plan a visit in advance or make other sacrifices, just to get to the procedure to a certain master;

4. technology is an important factor in 2020. This is exactly how goods and services are produced and delivered. In the context of the pandemic, many companies have had to rethink their technologies, for example, to implement contactless delivery and optimize their applications due to the large influx of people in them.

The presented factors show that the external environment is constantly changing, and as a result, service and tourism organizations must quickly respond to these changes. As practice has shown, even the most stable and profitable companies can't be completely confident in their position without proper changes. That's why it is so important that the update process is continuous and consistent. It is possible to consistently take the organization to a new level with the help of existing ideas and concepts.

Organizational changes can be applied in different organizations. But we need to understand that the form of management in the organization and the specifics of the product depends on the planning of the process of changes and the approach to them.

Psychologist Kurt Levin analyzed and described the changes in the organization, thereby making a huge contribution to the development of this direction [3]. The approach used by him is based on such a concept as «stability of the organization» – the balance of driving and restraining forces.

As practice shows, innovations in the organization of service and tourism are rarely met with enthusiasm, rather with misunderstanding or even with active rejection. The manager must assess all possible resistance forces in advance and prepare to overcome them with minimal losses. It is necessary to prepare several variants of strategies for different situations. Also, do not forget about the ratio of driving and restraining forces.

Education and communication. This way is to inform employees about the changes in advance, which through discussion and discussion makes it clear the importance and necessity of the upcoming changes. This method is the most common [4].

Participation and engagement/ If we know in advance which of the employees may be opposed to changes, we can involve them in the development or implementation of the project. In this case, he will be imbued with the need for changes and it will be more difficult for him to oppose his own project of changes later.

Help and support. This method is effective if the main reason for resistance is self-doubt, fear of not coping with new tasks. In this case, we give you the opportunity to master new skills. This may require financial investment and time.

Negotiations and agreements. The interests of the parties involved in the innovations are taken into account. As a rule, this method is difficult to promote changes, and it is not always possible to reach an agreement with the satisfaction of all parties.

Manipulation and joint selection. The method is used to save time and resources. The manager needs to be able to correctly assess the situation, because in the event of a mistake, you can lose a sense of trust and affection for yourself. The method involves the selective use of information and the concealment of their real intentions.

Explicit and implicit coercion is a rather risky method and is only suitable for a manager with sufficient power. The method is based on the fear of employees before a hidden or obvious threat (demotion, change in salary, dismissal). In this case, people have to put up with changes in the organization, or «say goodbye» to it.

Jim Collins, in his book «From Good to Great», writes about the results of his research, in which companies that made a breakthrough were compared with those who did not succeed [2]. Changes may be associated with new technologies, but their success depends more on the approach to their application. To implement changes, it is not enough to simply implement a new technology. First, you need to determine what technologies the organization needs. The right choice and implementation of the technology will contribute to its growth.

Our observations of organizations tend to come from outside, so for the external environment, changes look like radical and instantaneous transformations. In fact, if we observe the process from within the organization, we will see that these processes are progressive.

The great companies that D. Collins wrote about did not have names for their change programs. There was no solemn beginning with the «laying of the first stone», or a clear vision of the future. Some managers admitted that they did not have a conscious understanding of the fundamental changes until the middle of this process. From the outside, it looked like a revolutionary breakthrough, but in fact, the employees worked in a routine mode. Everything happened calmly, step by step, one necessary measure after another.

In the course of significant organizational changes, there is a high probability of unforeseen circumstances. They can slow down the process, reduce performance indicators, or stop the entire process altogether. It will take some time to calculate and minimize the risks, but this should be done before the changes are implemented to avoid problems.

Although risks may affect the implementation process, they differ from the problem in that they have not yet occurred. If the problems need to be solved by immediately responding to the difficulties encountered, then the risks can be calculated in advance and try to manage them.

Proper risk management can prevent possible difficulties. The risks in the process of organizational changes in the field of service and tourism can be different and individual. ***We have identified general categories, which we will consider in more detail:***

– rejection of changes. This means that someone from the management or key employees may be against it, which will slow down the process of transformation. To overcome this risk, it is necessary to analyze the participants, how their work will change, and what benefits they will receive. This can be reported by a reputable employee or a direct supervisor. This will increase the chance of their acceptance of the changes, which will remove the resistance;

– the departure of key individuals from the business. The consequences of this risk can send a signal to other employees that changes are forcing even highly qualified professionals to leave,

although leaving does not necessarily have to be associated with this. In addition, the departure of a key employee may disrupt the management structure with a new process. To minimize this risk, you should not leave all the responsibility on one person. It is better to provide information and share responsibilities between employees and departments so that they are interchangeable;

–lack of readiness of the business for the upcoming changes. The logical solution to risk reduction is to conduct a readiness assessment. It is necessary to check the relationships between the divisions, the main product, the state of the market, and financial indicators.

Conclusion. In the event of problems, the organizational change management manager does not have to solve all the problems alone. An effective method is to delegate problem solving to team members, as well as tracking the progress they have made in solving the difficulties that have arisen.

As larger and more ambitious change initiatives are managed, the chances of facing cultural and organizational challenges increase. The success of change processes may depend on the manager's ability to actively identify and address emerging issues. Therefore, it is important to train highly qualified personnel for change management and to create a methodological diversity of forms and methods of change management.

References

1. Duck, J. D. Monster of Change. Reasons for the success and failure of organizational transformations / J. D. Duck. – Moscow : Alpina Publisher, 2003. – 320 p.
2. J. Collins. From the good to the great / J. Collins. – St. Petersburg : MYTH, 2001. – 253 p.
3. Levin, K. Dynamic psychology: Selected Works / K. Levin. – Moscow : Smysl, 2001. – 572 p.
4. Hentze J., Kammel A. How to overcome the opposition to planned organizational changes / J. Hentze, A. Kammel // Management and marketing. – 1997. – No. 3.

NON-TRADITIONAL METHOD OF PERSONNEL SELECTION IN THE ORGANIZATION OF SERVICE AND TOURISM

*Fedorova K. I., student of 9331m gr.
Mingalieva A.V., student of 9331m gr.*

*Volga Region State University
of Physical Culture, Sports and Tourism, Kazan, Russia*

Scientific supervisor – Ph.D. in Economics, Associate Professor Petrik L. S.

The service sector itself, the service sector implies a close interaction of people with each other, the service is provided by a person to a person. Therefore, service and tourism companies pay great attention to the selection of their personnel, because the quality of the service depends on professional and personal qualities, on their work experience, and, consequently, on the satisfaction of the customer's needs, which provokes the demand for a particular service.

Currently a large number of approaches, methods and technologies of personnel selection have been developed, due to which it is possible to select a candidate using multi-stage selection systems that can cover all aspects of the applicant's personality.

The purpose of this work is to propose a new methodology for non-traditional method of recruitment.

The relevance of this work lies in the fact that when selecting personnel who do not have the necessary characteristics, the efficiency of the organization may suffer. Also improperly organized selection of personnel can lead to the fact that the company will establish low labor discipline as well as staff turnover. Therefore the quality selection of personnel in the current conditions is directly related to the further successful operation of the enterprise.

Recruitment is the process of identifying the best candidates from the total number presented, by analyzing the characteristics of the candidates and the mandatory requirements for the vacancy [2, p. 51].

This process consists of several tasks:

- analysis of the current need for new employees;
- development of requirements that a potential candidate for the position must meet;
- selecting a candidate search source;
- determination of the method of selection and evaluation of candidates.

Personnel selection is the process of studying the psychological and professional qualities of an employee in order to determine their suitability.

There are certain methods of personnel selection. Conventionally, they can be divided into traditional and non-traditional.

Traditional methods include: interview, questionnaire, assessment center, resume.

Classical methods of hiring are currently not of sufficient interest for research, since they have long been studied and widely used by most companies, which is not the case with non-traditional methods.

Non-traditional methods of personnel selection include:

- stressful (shock) interview – an artificially created stressful situation by the employer, which puts the applicant in an uncomfortable position in order to analyze his actions in a non-standard environment (loss of a resume, being late for more than an hour, etc.);
- brainteaser-interview – conducting an interview that requires the applicant to solve non-standard tasks that require originality and non-standard thinking;
- graphology – determination of personal traits based on the analysis of the applicant's handwriting;
- physiognomy – determination of personal traits of the applicant's character by facial features;
- socionics – determination of the type of personality (one of 16 types) of the applicant on the basis of special tests of research or conversation [3]. Jung's followers in the United States, C. J. Briggs and I. Briggs (Myers) formed their own typology known as MBTI based on socionics.

In addition to the above-mentioned non-traditional selection methods, astrology, numerology and the meaning of names are also used when selecting a candidate.

We want to offer another method for assessing personal qualities, based on the science of psychosophy. It is often used in conjunction with socionics, which is already taking place as an unconventional method.

Psychosophy is a typology created by A. Yu. Afanasyev in the mid-80s. It has four aspects: will, emotion, physics, and logic. [1]

Will is characterized by how a person feels the purpose, the meaning of existence, places in the world, perceives life's tasks.

Logic is all that is the product of the human mind.

Emotion is the sphere of a person's inner experiences, they are emotions, feelings of a person. It is also responsible for a person's attitude to the world around them.

Physics is the world of all material things. It is responsible for the attitude to body, physical labor, and work in general. It is also responsible for aggressiveness and readiness to resolve conflicts by force.

There are 24 variants of the arrangement of aspects that form certain types, which are designated either alphabetically or by their «pseudonym» in psychosophy. For example, the type with the order of functions Emotion, Logic, Physics, Will is denoted as ELFV or Rousseau [1].

Also, the positions of aspects are interrelated with functions, because of which each of the aspects is expressed differently.

The first (hammer) function is the main function that a person is most confident about. It is here that a person manifests himself in excess, without even noticing it.

The second (river) function is about a sphere where people can relate both their own interests of others.

The third (ulcer) function is the most painful function. On this function, a person wants to express himself, but on the other hand, he is not sure of his abilities and he is afraid of criticism.

The fourth (a trifle) function is the least significant function for a person.

Let's look at the brief characteristics of aspects on different functions. Emotion is important for any profession related to art or interaction with people. High emotion adds energy to communication and increases interest in people. Therefore, a person with a high emotion should consider professions related to communication, charm. This is especially suitable for people whose emotion is on the second function as they are more focused on others. If the emotion is low, the third, then such a person's emotionality is a little muted. Here we need to look at other aspects as well. If the emotion is the fourth, then such a person is not interested in the field of art. And here it is also worth paying attention to other aspects when advising in terms of professional activity [4].

With high physics, a person may have a great interest in working with the body and a craving for physical labor in general. Such a person is easier to motivate with a salary. With low physics people tend to gravitate more to more intangible areas, for example, scientific research, social achievements.

The aspect of will affects a person's leadership qualities. With a high will, natural leaders of the authoritarian type (the first will) and the democratic type (the second) are born. Such people are desirable for leadership positions, or work with career growth and with the opportunity to realize their potential. With the third will, a person is recommended for leadership positions with a gradual increase in responsibility. People with the fourth will are recommended to work as a freelancer, or work with clearly defined responsibilities [4].

With high logic, a person has a lot of energy for intellectual activity. For such people, it is quite suitable, which requires a long brain strain. People with high logic learn foreign languages more easily. It is good for them to work in the IT. With low logic, the intellectual sphere is selectively interested, and constant work with documents can be tiring.

If physics is higher than logic, then such areas are chosen in which you can get some specific material benefit. Therefore, intellectual activity for the sake of knowledge is of little interest to such people. If the will is higher than logic, then such a person can focus on social and managerial achievements. If the logic is lower than the emotion, then such people are more focused on self-expression.

On the basis of small brief characteristics, we can assume that in the organization of service and tourism, for a position where an employee often communicates with people, for example, a travel agent, a person with a high position of emotions is perfect. Also it is worth paying attention to the position of logic, since a travel agent often works with various contracts. Physics and will should already be considered from the point of view of what the organization needs. And in general, before selecting staff, you can create a portrait of an employee based on psychosophy in advance. And already through the interview to prototype a potential candidate. In combination with traditional methods, this can increase the efficiency of selecting a candidate for a vacant position.

So, for example, we can make a conclusion that if we study the aspects of psychosophy and apply it in practice, it can help the manager to assume how the person will behave in the organization and how well he will fit the position.

References

1. Afanasyev, A. Syntax of love: Personality typology and the forecast of pair relations / A. Afanasyev. – Moscow : Ostozhye, 2000. – 494 p.
2. Volkova, T. R. Sistemnyy podkhod k podbor personnel [A systematic approach to personnel selection] / T. R. Volkova. – 2009. – No. 2. – p.51-61.
3. Jung, K. G. Psychological types / K. G. Jung. – Moscow : AST., Minsk : Harvest, 2006. – 523 p.
4. How does psychosophy help in choosing a profession? // Center «Archetype» [Electronic resource] Access mode. – URL: <https://archetype-center.ru>

Секция 16

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
И ГУМАНИТАРНЫЕ АСПЕКТЫ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА,
ТУРИЗМА И СЕРВИСА

ПОТРЕБНОСТЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЯХ: РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА

*Алексеев М.Е., студент 9220 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.с.н., доцент Фатхуллина Л.З.*

Актуальность. Современная политика Российской Федерации ориентирована не только на улучшение качества жизни общества, но и на сохранение здоровья. Это подчеркивается в документах Правительства РФ. В частности, в Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 г. В Национальной доктрине образования в Российской Федерации одними из основополагающих принципов являются следующие: сохранение и укрепление здоровья населения, увеличение продолжительности активной жизни, создание условий и формирование мотивации для ведения здорового образа жизни и т. д.

Здоровье человека обладает сложной взаимосвязанной структурой, образованной физическими, психическими и духовными компонентами. Стрессовые ситуации часто предшествуют нарушениям данной структуры (здоровья человека). Избыточная нагрузка ведет к снижению работоспособности, утомлению, выгоранию. Студенты, одна из тех групп населения, которая наиболее подвержена стрессу. Много учебы, работа, трудности жизни в общежитии, нехватка денег, малоподвижный образ жизни, плохое питание – все это сильно влияет на ЦНС.

Большое количество умственной, без смены на физическую работу, снижают продуктивность студентов, а также совместно со стрессом, быстро накапливает усталость и резко поднимают уровень тревожности. Для успешного обучения студенты должны быть в стабильном эмоциональном состоянии. Поэтому очень важным является вопрос правильно организованной физической активности.

Цель работы. В данном исследовании была поставлена цель: определить степень востребованности студентов в физкультурно-оздоровительной деятельности во вне учебного времени. В ходе исследования был применен метод анкетирования, который был выполнен с помощью платформы «Google формы», что позволило не отвлекаться от учебы, увеличить количество участников опроса, а также соблюсти все меры предосторожности в условиях сохранения рисков распространения COVID-19. В опросе приняло участие 82 студента, проживающих на территории Деревни Универсиады, девушек – 61, парней – 21 в возрасте от 17 до 24 лет.

Результаты исследования и их обсуждение. По результатам анкетирования физической культурой во внеучебное время занимается 91,5% респондентов. Анализ мотивов к физкультурно-оздоровительной деятельности показал, что приоритетом для студентов является желание выглядеть эстетически – 68,3%; любимое хобби, которое помогает снять напряжение, расслабиться – 61%; укрепить и сохранить здоровье – 57,3%. Несмотря на активную пропаганду здорового образа жизни в средствах массовой информации, исследование показывает, что поддержание физической формы не столько является заботой о своем здоровье, сколько соответствовать современным стандартам красоты. Студенты, не занимающиеся или занимающиеся физической культурой в свободное от учебы время реже 1 раза в неделю, обосновали свои ответы следующими фразами: «нет времени» – 17,1%; «нет возможности (дорого ходить в фитнес клуб или на платные занятия)» – 3,7%; «не вижу в этом смысла» – 3,7%.

Респонденты также выбирали наиболее интересные им форматы физкультурно-оздоровительных занятий: силовые тренировки с собственным весом или на турниках – 28%; спортивные и подвижные игры (футбол, баскетбол) – 26,8%; тренировки формата mind and

body: йога, стретчинг – 25,6%. Все данные виды деятельности набрали популярность в связи с значительной вариативности в зависимости от физической подготовленности и большой доступностью.

Большинство респондентов (92,7%) получают удовольствие от занятий. И только 4,9% «делают это с трудом». Выяснилось, что 91,5% студентов хотят начать или продолжить тренироваться. Согласно результатам исследования, можно говорить о формировании потребности в физкультурно-оздоровительной деятельности в связи с положительными эмоциями от занятий: радость успеха в преодолении трудностей, меняющаяся физическая форма, разгрузка нервной системы.

Студенты высказались и по поводу спортивно-массовых мероприятий, проводимых на территории общежития: 35,4% – хотят больше подобных событий; 34,1% – устраивает качество и количество мероприятий; 23,2 % – не принимают участие; 7,3% – не устраивает качество проведения.

Отсутствие достаточного количества физкультурно-оздоровительных проектов и мероприятий являются частью проблемы активного вовлечения студенческой молодежи к регулярным занятиям физической культурой во вне учебного времени. Данные аспекты всегда должны быть приняты во внимание.

Выводы. Таким образом, исследование показало, что большинство респондентов, проживающих на территории Деревни Универсиады, занимаются физкультурно-оздоровительной деятельностью во вне учебного времени. Спортивно-массовые мероприятия востребованы и необходимы студентам. Большинство довольны материально-технической базой общежития для занятий физической культурой. Все это говорит о высоком уровне эффективности программ по пропаганде и развитию здорового образа жизни в Республике Татарстан.

Список литературы

1. Гарина, О. Г. Исследование потребностей и интересов в области физкультурно-оздоровительной деятельности / О. Г. Гагарина, В. А. Кадушина, И. А. Милехина // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2020. – № 2. – С. 143-148.
2. Ненахов, И. Г. Гигиеническая оценка психоэмоционального состояния студентов медико-профилактического факультета / И. Г. Ненахов. // Научно-медицинский вестник центрального Черноземья. – 2017. – №70. – С. 62-65.
3. Пащенко, Л. Г. Активизация участия студенток вуза во внеучебных физкультурных мероприятиях / Л. Г. Пащенко, Д.Т. Шарипова // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2016. – № 2. – С. 139-143.

ПРОБЛЕМЫ НЕДОПУЩЕНИЯ ФАЛЬСИФИКАЦИИ СПОРТИВНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

*Ахатова Р.Р., студент 20113 гр.,
Полякова В.Э., студент 20112 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель-к. полит. н., доцент Шабалина Ю.В.*

Актуальность. Развитие спорта в XXI веке изменило коренное значение от честной спортивной борьбы к наивысшим результатам ради повышения собственного заработка. Следовательно, это повлекло за собой снижение объективных результатов, а также привело к увеличению экономической выгоды.

Существует категория спортсменов и тренеров, которые намеренно проигрывают игру или какой-то из моментов матча, чтобы тем самым заработать в букмекерских конторах, устраивают «договорные матчи» и т.д.

Эта проблема требует серьезных решений, ограничений и наказаний лицам, участвующим в данных фальсификациях. Этот вопрос не оставляет без внимания многих участников спортивного движения, а также болельщиков, которые нацелены поддерживать честный спорт на территории Российской Федерации. Именно поэтому указанная тема является актуальной.

Цель работы – ознакомиться с основами законодательных актов в профессиональной спортивной деятельности.

Результаты исследования и их обсуждение. Спортивное право – отрасль права, представляющая собой общность норм права, которые регулируют отношения в обществе, которые складываются в сфере спорта и физической культуре. Правовые механизмы регулирования спортивных отношений нужны, прежде всего, для того, чтобы обеспечить спортсменам равные условия честной борьбы на арене соревнований. Они необходимы также для того, чтобы защитить права и законные интересы спортсменов, тренеров, спортивных судей, врачей и иных специалистов спорта, а также спортивных организаций. Букмекерская контора (букмекер) – это организация в статусе юридического лица, которая проводит пари с игроками (физическими лицами) с последующей выплатой денежных средств. В последние годы сложилась тенденция массовой вовлеченности людей: болельщики, заинтересованные лица, профессиональные спортсмены. Но глобальная проблема спорта выражается в том, что в спортсмены вместо честной игры имеют цель личного заработка.

Ввиду этой проблемы сложились пути ее решения. Например:

1) На очередном заседании Комиссии РФБ по предотвращению противоправного влияния на результаты баскетбольных матчей и борьбе с ним были рассмотрены представление президента РФБ Андрея Кириленко, представленные заявления, объяснительные записки и решение Спортивного арбитражного суда в отношении дисквалифицированных ранее пятерых игроков. Руководствуясь «Положением о мерах по предотвращению противоправного влияния на результаты баскетбольных матчей» было принято решение смягчить наказание каждому из них. Григорию Андрееву («Самара») вынесено замечание, Инне Зинчук, Юлии Клименко (обе – «Шахты-ЮРГПУ (НПИ)») и Владимиру Чичайкину («Союз-Заречный») оставшийся срок дисквалификации был заменен на условный, а Дмитрию Загнойко («Рускон-Мордовия»), помимо условного наказания, также вынесено замечание, – сообщает пресс-служба РФБ.

2) Весной 2019-го в прошлом известный футболист, а ныне тренер Пол Скоулз попался на ставках. По информации FA, англичанин совершил около 140 ставок в 2015-2019 годах. В июне этого же года ITV News сообщили, что П. Скоула оштрафовали на 8 тысяч фунтов за игру в букмекерских конторах. Экс-футболист раскаялся и сказал, что не знал, что использование ставок может идти против правил.

Так, по некоторым оценкам, за 2018 г. общий рынок букмекерства, включая легальный и нелегальный сегмент в России составил 1,15 триллионов рублей, а в 2017 г. 650 млрд рублей. Общий объем ставок, принятых на ЧМ-2018 российскими букмекерами, составил примерно 200-250 млрд рублей. По другим оценкам, от 43 % до 70 % рынка ставок приходится на нелегальный сектор, тогда его объем в 2019 г. можно оценить в диапазоне 370 -705 млрд. рублей [1].

Государственная дума приняла закон 3 июля 2013 года «О договорных матчах». Он предусматривает внесение изменений в ряд законодательных актов, наиболее значимыми из которых являются поправки к Уголовному кодексу РФ и документам, регламентирующим деятельность букмекерских контор. В Законопроект предусматривает комплекс мер по борьбе с договорными матчами [2]. Спортивные федерации обязаны отстранять участников соревнований подозреваемых в организации договорных матчах. В частности, законопроект устанавливает уголовное наказание вплоть до семи лет лишения свободы для лиц, организовавших договорной матч. Букмекерам же предписывается осуществлять прием ставок и выплату выигрышей только при предъявлении паспорта, а также следить за аномальными ставками и извещать о них налоговые органы и соответствующие спортивные федерации. В Национальной ассоциации букмекеров (НАБ), однако, считают, что для эффективного действия закона необходимо создание механизма взаимодействия между всеми заинтересованными в «честном спорте» структурами. Это «неспортивный» характер матчей, противоправное влияние на результат игры. Кроме того, организаторам и участникам Чемпионата запрещается оказывать противоправное влияние на результаты соревнований, в том числе участвовать в азартных играх в букмекерских конторах и тотализаторах путем заключения пари на Чемпионат в соответствии с требованиями, установленными пунктом 3 части 4 статьи 26.2 Федерального закона от 4 декабря 2007 года № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» [3]. В случае выявленных нарушений к участникам и организаторам соревнований применяются наказания в соответствии с законодательством Российской Федерации. Информация о нарушениях и примененных санкциях предоставляется в РФБ.

Отметим, что по-прежнему ключевым пунктом является изложение ст. 184 УК РФ в новой редакции. Сейчас статья именуется «Подкуп участников и организаторов профессиональных спортивных соревнований и зрелищных коммерческих конкурсов».

Выводы. Исходя из данного исследования можно заключим, что в последние годы стремительно возрастает число людей, желающих заработать на ставках в спорте. К сожалению, среди них не только болельщики, но и сами спортсмены и тренеры. Эти данные не могут не настораживать. Тренеры и игроки специально проигрывают матчи, что является неприемлемым в честном спорте, где главной целью команд должна стоять победа любой ценой.

Но это не единственная проблема, существуют также так называемые договорные матчи, где исход уже известен командам, подкупное судейство и многие другие виды фальсификации спортивных результатов. Все эти действие делают спорт менее реальным, теряется главная его суть – эмоции от победы, неожиданные результаты и стремление спортсменов к каким-либо титулам и достижениям. На первый план выходят денежные вопросы, в том числе и у болельщиков, которые раньше приходили на трибуны, чтобы в первую очередь поддержать своего спортсмена или команду, а не заработать на этом.

К счастью, эта проблема не оставила равнодушным Министерство спорта. В регламентах проведения соревнований по всем видам спорта имеются пункты о запрете оказания противоправного влияния на результаты соревнований, участия в азартных играх и букмекерских конторах, нарушив которые спортсмены и тренеры будут соответствующе наказаны, что дает надежду на сохранение честного спорта.

Список литературы

1. Легальные и нелегальные букмекерские конторы – кто зарабатывает больше? [Электронный ресурс] // Компания Гидмаркет. – 3.05.2020. – URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/11489/> (дата обращения 13.03.2021).
2. Уголовно-спортивные отношения. Госдума приняла закон о договорных матчах [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. – №117. 06.07.2013. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2227973> (дата обращения 13.03.2021).
3. Федеральный закон от 4 декабря 2007 г. N 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» // Российская газета. 8 декабря 2007. – Федеральный выпуск № 4539.

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ДЕТСКОЙ ИГРОВОЙ ЗОНЫ В РЕСТОРАНЕ «LA FAMIGLIA»

Бакина В.А., студент 8331 гр.

Хевронина Т.М., студент 8331 гр.

Поволжский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия

Научный руководитель – к.э.н., доцент Мустафина А.А

Актуальность. Современный ресторанный бизнес занимает важное место в социальной сфере страны и помогает удовлетворить основные потребности путешественников в еде. Ресторанные компании являются неотделимой частью сферы услуг. Предоставление этих услуг оказывает положительное влияние на финансово-хозяйственную деятельность и играет важную роль в повышении эффективности общественного производства [6].

Цель работы. Разработка проекта детской игровой зоны в ресторане «La Famiglia».

Для посетителей ресторан и кафе теперь не просто место, где можно вкусно покушать, но и место для развлечений. На сегодняшний день в заведениях есть множество дополнительных услуг таких как живая музыка, караоке, игровые площадки для детей, просмотр фильмов и матчей, возможность самостоятельно приготовить фирменные блюда ресторана. Без дополнительных услуг предприятие не сможет стать известным. Следовательно, ресторанный индустрия не стоит на месте, всегда совершенствуется, ведь идет достойная конкуренция за потенциальных гостей. Соперничество вынуждает управляющих рассчитывать не только на общую стратегию и стиль деятельности предприятия, но и детали, которые придают заведению индивидуальность и самобытность [3].

Итальянский ресторан является семейным, а это значит, что обязательно должна быть детская зона для детей. В современном мире большую актуальность имеет отдых всей семьей, ведь это позволяет ощутить членам семьи единство и создать превосходный отдых [4].

При отдыхе с детьми в заведениях, сложно по-настоящему расслабиться, ведь детям нужен обязательный присмотр. В большинстве предприятий возникает насущная проблема отсутствия детских игровых комнат, площадок, где родители могли бы разместить своих детей на некоторое время и комфортно отдохнуть [4].

Организация таких проектов, как детские развлекательные комплексы, комнаты и зоны, то есть, в целом организация детского отдыха, стала развиваться и набирать обороты в России лишь в конце 90-х годов, когда стали заметны огромные недостатки старых детских площадок, зон, их изношенность и непригодность. А в то же время была заметна тенденция возможности людей платить за подобный детский отдых. На сегодняшний день эта проблема весьма значительна и требует подробного исследования. Именно поэтому необходимо изучить развитие детских игровых комплексов, как в России, так и за рубежом, их организацию, особенности детской развлекательной индустрии, нормативно-правовую базу, финансовый план и на основании данного исследования разработать проект детской площадки в ресторане «La Famiglia» города Казани [2].

Казань вошла в пятерку самых чистых городов мира Казань и заняла пятую позицию в топ-30 самых чистых городов мира. Данная детская игровая зона будет предоставлять услуги как для постояльцев ресторана, так и для любых желающих воспользоваться данной услугой потребителей. Здесь конкурентами могут выступить некоторые рестораны, которые находятся на Кремлевской Набережной. Главным преимуществом детской игровой зоны в ресторане «La Famiglia» будет выгодное местоположение, а также наличие таких услуг, как анимационное обслуживание, детские шоу-программы, проведение праздников, мастер классов. А главной особенностью будет детский лабиринт [2].

Детская игровая зона – место, где главным героем является ребенок и все в этой зоне должно быть для него. Каждый предмет и деталь должны быть абсолютно безвредны и безопасны. Это главное, от чего нужно отталкиваться при проектировании данного помещения.

Игровая зона будет называться «Bambino» и находиться на летней террасе ресторана.

Детская игровая комната будет работать ежедневно с 10:00 до 20:00. Рассчитана на детей от 2 до 10 лет. Родители обязательно должны заполнить анкету, в которой нужно указать свои имя и фамилию, контактный телефон, имя и возраст ребенка, его особенности и предпочтения.

Оплата производится за стойкой приема и регистрации через администратора. Стоимость посещения детской игровой зоны почасовая: 1 час – в будни 150 рублей, в выходные и праздничные дни – 200 рублей.

Требования и правила касательно посещения детской зоны будут вывешены на входе и выражают следующие пункты:

- 1) ребенка должен приводить и забирать один и тот же человек;
- 2) если малышу меньше 2-х лет, он допускается только в сопровождении взрослого;
- 3) в комнату запрещено проносить еду и напитки (при необходимости персонал предоставит ребенку);
- 4) дети с инфекционными и другими болезнями, которые могут причинить вред другим людям, в детскую игровую зону не допускаются;
- 5) максимальное время нахождения ребенка в комнате – 4 часа;
- 6) при необходимости персонал детской игровой комнаты вправе оказать первую медицинскую помощь ребенку [1].

Детская игровая зона сможет вместить в себя одновременно 15 человек, при таком количестве детей потребуются, как минимум, 2 квалифицированных воспитателя, а в дни, когда будет большая загруженность, понадобится помощник.

Развлекательная программа для детей всегда будет улучшаться. В будние дни тематические, а в определенные дни недели будет составляться развлекательная программа.

Тематика мастер-классов будет периодически совершенствоваться. Это будут кулинарные, творческие, профессиональные мастер-классы. Для общего развития для детей будут проводиться различные творческие занятия по изготовлению пицц, паст. Необычные уроки лепки, рисования, мастерства.

По выходным в 18:00 на летней террасе будет проходить детская дискотека и мыльное шоу-представление. Маленькие гости будут участвовать в различных конкурсах и заданиях, где будут получать интересные призы. Также будут разыгрываться сертификаты на сумму 1000 рублей на посещение ресторана итальянской кухни «La Famiglia» [5].

Для осуществления проекта необходимо 518 500 тысяч рублей. Для финансирования предложенных мероприятий по созданию детской игровой зоны необходимо взять средства из собственных финансовых источников ресторана [7].

Закупка оборудования заключается в приобретении лабиринта стоимостью 200 000 рублей, карусели «Медуза» (150 000 рублей), надувного батута (30 000 рублей). Также сюда относится мебель, а именно столы и стулья для творчества, мягкие диванчики и кресла для родителей, шкафы для вещей, (25 000 рублей). В эту сумму можно отнести игрушки, игры для саморазвития и конструкторы (6 500 рублей). На ремонт будет потрачено 100 500 рублей.

Фасад разместится на летней террасе (стоимость 2 000 рублей). Баннер будет установлен при входе в ресторан (5 000 рублей). Реклама в социальных сетях будет бесплатной, но при этом не менее эффективной [7].

Таким образом, общая сумма первоначальных инвестиций составляет 519 000 рублей.

Правильный подход и верная стратегия при организации данного проекта помогут ресторану итальянской кухни «La Famiglia» увеличить свою прибыль и престиж среди туристов и жителей города.

Выводы. Мною были сделаны следующие выводы: достичь высокого положения конкурентоспособность можно при правильном и справедливым управлении, уникальным подходом к работе и организации безукоризненных дополнительных услуг, таких как разработка детской зоны, которая сможет удовлетворить потребности гостей ресторана «La Famiglia».

Список литературы

1. Анимационные программы в ресторане. – URL: <http://odiplom.ru/> (дата обращения: 09.03.21).
2. Внедрение дополнительных услуг как фактор повышения конкурентоспособность. – URL: <https://nauchkor.ru> (дата обращения: 10.03.2021).
3. Жилкова, Ю. В. Организация ресторанного бизнеса / Ю. В. Жилкова, 3. В. Макаренко, Л. А. Насырова, В. И. Шариков : учебное пособие. – Санкт-Петербург: Троицкий мост, 2014.
4. Ресторан «La Famiglia» Tripadvisor. – URL: <https://www.tripadvisor.ru> (дата обращения: 10.03.21).
5. Ресторан «La Famiglia». – URL: <https://kremlinnab.ru> (дата обращения: 9.03.21).
6. Современное состояние ресторанного бизнеса / Н. С. Родионова, В. М. Сидельников, Е. С. Попов, А. В. Богомоллов : учеб. пособие; Воронеж. гос. ун-т инж. технол. – Воронеж : ВИДИТ, 2018. – 227 с.
7. Стандартизация и сертификация как инструменты обеспечения качества продукции, работ и услуг. – URL: <https://studentlib.com/> (дата обращения: 10.03.21).

ФИЛОСОФСКИЙ ВЗГЛЯД: ПРОСМОТР ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БОКСЕРСКИХ ПОЕДИНКОВ

*Береснев И.М., аспирант
Казанский (Приволжский) федеральный университет,
г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.ф.н. Нигоматуллина Р.М.*

Актуальность. Профессиональный коммерчески ориентированный спорт сегодня может представлять зрителю вместо подлинного свободного состязания имитацию противоборства. В частности, в профессиональном боксе трансляция спортивного события строится согласно жанрам телевизионного шоу [1, С. 68], развитие событий которого предопределяется с одной стороны сценарной работой, с другой – зависимо от предпочтений зрительской аудитории. Интерпретация новой спортивной реальности связана с восприятием отдельных событий не как строго регламентированного состязания между спортсменами, а как объекта массовой культуры. Профессиональный бокс как зрелище вводит зрителя в состояние тревожного ожидания (*suspense*), а наличие элементов шоу, ТВ-трансляция, где присутствует искусный режиссерский монтаж создает вторичную по отношению к спортивной реальности. Для осмысления новой реальности уже недостаточно привычного взгляда спортивного эксперта, тренера, методиста. Современный спорт требует междисциплинарного изучения, что позволит открыть новые грани скрытых процессов, происходящих на арене. Актуальным и важным для понимания оказываются те экзистенциальные смыслы, что связаны с реализацией жизненного проекта боксера и те, что определяют его взаимоотношения и взаимодействия с *другим* (зрителем).

В статье мы попытаемся дать краткую интерпретацию спортивной реальности профессионального боксерского поединка, возникающей в моменте трансляции, искажающей нейтральность зрительского восприятия – такова основная цель исследования.

Результаты исследования и их обсуждение. Технологизация спорта, заключающаяся в наличии детально разработанного алгоритма действий, итоговым результатом которого является создание зрелищного и коммерчески успешного шоу, зачастую делает состязание боксеров-профессионалов предсказуемым. На это оказывает влияние практика организации матчей, позволяющая выбирать соперников более низкого класса для проспектов, боксеров, которые имеют шансы на завоевание значительных титулов. Поскольку в коммерческом спорте обращаются крупные капиталы, «случайное» поражение боксера-проспекта означает потерю вложенных инвестиций, чего пытаются избежать, используя все возможные способы, часть из которых может иметь даже криминальное содержание.

Боксер, рассматриваемый в качестве инвестиции, сегодня с подачи массмедиа, что, как оказалось сыграло не в пользу развития профессионального бокса, стремится сохранить нулевое значение в графе «поражения». Одной из стратегий является избегание серьезных и опасных оппонентов в ожидании наиболее благоприятной конъюнктуры, например, закономерного, определяемого процессом естественного старения, ослабления навыков оппонента. Так возникают эти обманчивые, но популярные бои, где легендарные боксеры терпят разгромные поражения от менее талантливых бойцов.

Однако есть еще один ускользающий смысл описанного явления. На языке экзистенциалистов мы могли бы представить неприятие поражения в качестве жизненного проекта – это путь непобежденного бойца. Атлет «есть лишь то, что сам из себя делает <...>»; это прежде всего проект, который переживается субъективно» [3, с. 323] – в такой ситуации должна наиболее полно раскрыться воля индивида. Однако в современных реалиях часто не профессиональный боксер несет ответственность за выбор жизненного проекта, а обезличенные институты спорта, представляющие интересы крупного капитала, вынуждающего к подмене конкурентной игры ее имитацией (предсказуемый матчмейкинг; поиск новых зрелищных форм состязаний). Если раньше мы полагали, что восприятие

другого (зрителя) есть возможность обнаружить индивидуальные характеристики, неосознаваемые без влияния извне, то в случае современного спортивного болельщика эта возможность сводится к минимуму. Пристальный взгляд *другого*, рассматривающего боксера профи под светом прожекторов или посредством операторской оптики, уже не способен обнаружить обмана и фальши, наоборот интерес массового зрителя, опирающийся на потребность яркого зрелища, структурирующего внимание извне самым банальным образом (показом физического насилия) лишь укрепляет позиции технологичного, алгоритмизированного, сценарного боксерского матча, в котором атлет лишь «предмет тотальной инструментализации» [4, с. 190]. Тело боксера с одной стороны становится источником зрелищных движений, но, еще источником физических страданий в особенно драматичных противостояниях, которые имеют шанс впоследствии стать культовыми и почитаемыми событиями в мире спорта. Все это выливается в массовую «болтовню о спорте» (бесконечные обсуждения увиденного; производство информационного контента; прогнозы и спортивная аналитика), которая возникает из «атлетического вауизма» массового зрителя, и которая все глубже проникает в различных формах в спортивную реальность [4]. Например, в некоторых трансляциях мы можем видеть, как в момент боя у тренеров соревнующихся боксеров берут короткие интервью; увеличивается объем инфографики, дополняющей спортивную реальность; растет число комментаторов; для популяризации матча привлекаются знаковые персоны массовой культуры.

Эмоциональная вовлеченность массового зрителя, формирующаяся под воздействием различных факторов: личной симпатии к атлету; национальной идентичности; визуального языка насилия, демонстрируемого боксерами – мешает взглянуть на происходящее в ринге отвлеченным и бесстрастным взглядом, оценивающим не кажущуюся реальностью имитацию, а скрытые в ней процессы.

Основным содержанием профессионального боксерского боя для массового зрителя является физическое насилие, представленное как регламентированное противоборство, ограниченное временными и пространственными рамками, главное, применяемое по согласию обеих сторон. В отличие от профессионального в олимпийском боксе благодаря сохранности традиций и ритуалов, обязывающих участников боя сохранять хотя бы внешне бесстрастное отношение друг к другу физическое насилие обретает особые эстетические характеристики. Это было наиболее ярко выражено в период истории олимпийского бокса, когда бойцы выступали в защитных шлемах и перчатках, модель которых сводила к минимуму риск нанесения нокаутирующего удара. Экипировка в определенной степени обезличивает боксера. Строгая стандартизированная форма боксеров красного и синего цветов, единые модели боевых перчаток, а также соблюдение требований к внешнему виду, исключают броскость и эпатаж, придают олимпийскому боксу черты элитарности. Индивидуальность атлета выражается лишь его технико-тактическим мастерством, в то время как арсенал средств для самовыражения в профи боксе выходит далеко за рамки только лишь телесных навыков.

Олимпийский бокс предъявляет более строгие требования к контролю за здоровьем бойца в ринге, в то время как в профессиональном боксе институционализируется профессия катмена, в чью задачу входит поддержание функционирования боксера, получившего серьезные травмы лица. Последние стали неотъемлемой составляющей боксерских шоу и служат негласным индикатором, определяющим уровень зрелищности боя. Кровь на лицах, телах и шортах боксеров вносит элемент драмы, исполненной человеческих страданий. Перед зрителем разворачивается целое полотно, где режиссер трансляции совмещает разные по смысловому содержанию кадры, после разгромного раунда, демонстрируется крупным планом лицо жены боксера, которое выражает страх и тревогу¹, что для спортивного содержания не должно иметь никакой ценности, если только спорт в данном контексте не

¹ Эффект Кулешова. В 1929 году один из основателей советской школы кино Лев Кулешов описал эффект, возникающий при сопоставлении двух соседствующих кадров, так содержание последующего кадра способно полностью изменить смысл кадра предыдущего.

предстает как произведение искусства. Об этом свидетельствуют и жесты боксеров, которые в разгар поединка обращаются с репликой или призывом к телекамерам, как бы напоминая зрителю, что наблюдаемый бой находится не только в рамках спорта, но еще и в пространстве новой формы сценического искусства. Для завершенности произведения искусства требуется особый вклад зрителя, его внимание и эмоциональная вовлеченность [2, С. 209], но, что еще более важно, та уникальная интерпретация увиденного яркого образа, которые создают наиболее талантливые боксеры, способные через язык тела выразить собственную сущность или идеи.

Физическое насилие в кадре может быть показано менее явно, если будут преобладать общие планы, как в случае с записью любительских боев, где ведется съемка с одной единственной точки и охватывается весь ринг целиком. При просмотре такой записи зрителю труднее идентифицировать личность атлета, различить его мимику и вообще как-то определить эмоциональное состояние боксера в ринге: в большей степени воспринимается техника движений атлетов, их непосредственные телесные навыки. Отстраненный взгляд, направленный на созерцание, позволяет зрителю сосредоточиться на поиске идеальной формы боксерских движений, в то время как трансляция профессионального бокса насыщена элементами, которые вовлекают зрителя в эмоциональную игру, и лишают наблюдателя восприятия спортивной реальности в чистом виде, предлагая взамен некую кинематографическую реальность, имитирующую образы спорта.

Выводы. Спортивные события сегодня, репрезентируемые массмедиа, обретают в большей степени черты произведения массовой культуры. В новых условиях спортивная реальность начинает функционировать в качестве отдельного жанра, как боксерское шоу, в центре которого преобладают образы физического, психологического насилия и страдания. В ситуации смены парадигмы восприятия преобразуются экзистенциальные смыслы, скрепляющие взаимоотношения атлета и зрителя (*другого*), который в новых условиях не помогает атлету обнаружить личностные характеристики уникального жизненного проекта, а лишь укрепляет в нем веру в исключительность институционального проекта, как например, в профессиональном боксе – бойца с нулевым показателем в графе поражений.

Список литературы

1. Зверева, В. Телевизионный спорт / В. Зверева // Логос. – 2006. – № 3 (54). – С. 63-75.
2. Кандель, Э. Век самопознания: поиски бессознательного в искусстве и науке с начала XX века до наших дней / Эрик Кандель ; пер. с англ. П. Петрова. – Москва : Изд-во АСТ: CORPUS, 2016. – 720 с.
3. Сартр, Ж.-П. Экзистенциализм – это гуманизм / Ж.-П. Сартр // Сумерки богов : сост. и общ. ред. А.А. Яковлева : перевод. – Москва : Политиздат, 1990. – С. 319-344.
4. Эко, У. Болтовня о спорте / У. Эко // Логос. – 2009. – № 6 (73). – С. 188-193.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ КАК ФАКТОР СОЦИАЛИЗАЦИИ В СИСТЕМЕ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

*Билалов И.Н., студент 9211 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.с.н., доцент Фатхуллина Л.З.*

Актуальность: в настоящее время государством особое внимание уделяется процессу социализации. Не просто так социально-личностное развитие и воспитание дошкольников является одним из составных частей проекта Государственного стандарта по дошкольному образованию. Повышение внимания к проблемам социализации связано с изменением социально-политических и социально-экономических условий жизни, с нестабильностью в обществе. При данных обстоятельствах острейшего дефицита культуры общения, доброты и внимания друг к другу педагоги испытывают трудности в вопросах профилактики и коррекции таких негативных проявлений детей, как грубость, агрессивность, эмоциональный кризис, враждебность, неспособность сочувствовать и т.п. Для детей дошкольного возраста необходимо создавать специальные условия, в которых ребенок мог бы не просто вступать во взаимоотношения со сверстниками и взрослыми, но и активно усваивать знания, нормы, правила общества, другими словами, формироваться как социально – компетентная личность.

Физическая культура способна решить данную проблему. Все зависит от того, какое средство было применено, от профессиональной компетентности педагога, также от материально-технической базы дошкольного образования. Использование всевозможных средств физической культуры обязательно приводит к преобразованию человека, его сущностных сил в виде физических качеств, состояния и ощущения здоровья, двигательных навыков, интеллектуально-психологических возможностей, общей культуры человека. Физическая культура подавляет степень агрессии на занятиях, предлагая активные движения, упражнения с предметами, игровые моменты.

Цель исследования: теоретически доказать эффективность применения средств физической культуры в процессе социализации дошкольников

Результаты исследования и их обсуждение. Для достижения поставленной в работе цели нами был проведен теоретический анализ научных публикаций на сайтах: eLibrary.ru (<https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>), КиберЛенинка (<https://cyberleninka.ru>), Молодой ученый (<https://moluch.ru/>) и синтез информации о применимости средств физической культуры в процессе социализации дошкольников.

По результатам теоретического анализа опубликованных результатов многочисленных исследований в области применения средств физической культуры для социализации дошкольников нами было выявлено следующее: проблема социализации дошкольников была изучена многими исследователями: О.О. Демьяненко, 2018; В.А. Лопатин, 2020; В.Е. Малыгин, В.П. Заварин, 2014; Т.М. Чурекова, В.Н. Пуранен, 2019.

Прежде чем приступить к теоретическому анализу данной темы, надо рассмотреть понятие «социализация». Впервые термин был введен в 1877 году американским социологом Генри Гиддингом в своем труде «Теория социализации». Там ученый рассматривал социализацию как подготовку человека к жизни и обществу.

Как утверждает О.О. Демьяненко, ранние занятия физической культурой и спортом развивают ребенка быстрее, чем остальные приемы социализации. Использование средств физической культуры вводят их в социальный социум, где посредством взаимодействия начинают формироваться морально-волевые качества: «они учатся помогать друг другу, действовать сложно, ведь любые соревнования проверяют на прочность, именно тут нужно уметь контролировать свои эмоции и справляться с волнением вместе с остальными участниками» [1].

О.О. Демьяненко было проведено исследование, где были созданы две группы, с одной из которых проводились занятия физической культурой. За основу занятий были взяты подвижные игры и игры на сплоченность. Исследование показало, что дети, занимающиеся физической культурой, более коммуникативные, социализированные, самостоятельные, умеют ставить цели и действовать слажено, легко справляются с волнением и контролируют эмоции, проявляют командную дружбу [1].

Как подчеркивает В.А. Лопатин, занятия физической культурой эффективно выполняют социализирующую функцию в процессе социализации дошкольников «процесс занятий физической культурой демонстрирует еще одну социализирующую сторону – это появление единомышленников. Дошкольник, включаясь в физкультурную деятельность, превращается в участника коллективного труда и обогащается взаимодействием с индивидами, находя в них те же предпочтения, потребности и видение жизненного уклада» [2].

По мнению В.Е. Малыгина и В.П. Заварина, спортивная деятельность в раннем детстве позволяет социализироваться, выстроить новые связи, включаться в разные общественные отношения по схеме «ребенок-родитель», «ребенок-судья», «ребенок-спортивный коллектив»: «придя в спортивную секцию детско-юношеской спортивной школы, юный спортсмен попадает в новую социальную сферу: тренеры, судьи, спортивный коллектив – это новые агенты социализации, конкретные люди, ответственные за воспитание и образование, обучение культурным нормам и образцам поведения, обеспечивающие эффективное освоение новой социальной роли, в которой оказывается юный спортсмен» [3].

Авторы В.Е. Малыгин и В.П. Заварин, считают, что «спортивная деятельность как один из социализирующих факторов как бы прорисовывает альтернативу современной культуры, формирует и укореняет сущностные процессы социально-культурной жизни ребенка и, перемещаясь в составляющие субкультуры, определяет его как социально компетентную личность» [3].

Выводы. Таким образом, по проведенному теоретическому анализу можно сказать, что социализация дошкольника наиболее интенсивно осуществляется посредством физической культуры и спорта. Социализация путем применения средств физической культуры и спорта проявляется в формировании социальной компетентности дошкольника, определяя тип поведения и влияя на определенные базовые социальные ценности. Социализация дошкольника допускает, что физическая культура и спорта нравственно и этически развивает его, приобщает к гуманистическим ценностям, формирует определенный стиль жизни и мотивационную установку на социальную активность. Интегрируя вышеуказанные тезисы, можно сделать вывод, что физическая культура и спорт приближает дошкольника к реализующему человеку и дает основу для дальнейшего процесса социализации.

Список литературы

1. Демьяненко, О. О., Роль физической культуры в социализации личности детей дошкольного возраста / О. О. Демьяненко // Наука-2020. – 2018. – № 1-2 (27). – С. 75-76.
2. Лопатин, В. А. Физическая культура как фактор социализации в системе образования / В. А. Лопатин // Актуальные вопросы образования. – 2020. – № 2. – С. 156-159.
3. Малыгин, В. Е. Роль детского спорта в процессе социализации личности / В. Е. Малыгин, В. П. Заварин // Молодой ученый. – 2014. – № 17 (76). – С. 515-517. – URL: <https://moluch.ru/archive/76/13050>.
4. Чурекова, Т. М. Особенности социализации детей дошкольного возраста в современном социуме / Т. М. Чурекова, В. Н. Пуранен // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2019. – С. 217-224.

ПРОЦЕСС МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА В СПОРТЕ

*Боголюбова Е.П., студент 1 курса 6 группы,
Пурвина С.А., студент 3 курса 2 группы
Воронежский государственный институт
физической культуры, г. Воронеж, Россия
Научный руководитель – к.п.н., доцент Холодов О.М.
Научный консультант – к.п.н., профессор Падин О.К.*

Актуальность этой статьи в современных условиях велика, так как с каждым годом инвестиции в спортивную сферу становятся все больше и больше. Но для того, чтобы получать хорошую и стабильную прибыль в сфере спорта, необходим грамотный менеджмент и маркетинг всех без исключения процессов.

Прежде чем подойти к изучению этих аспектов, сначала рассмотрим роль спорта в человеческой жизни и историческом прогрессе, а потом уже и сам процесс маркетинга и менеджмента в спорте.

Цель исследования: определить роль и место менеджмента и маркетинга в современном спорте.

Результаты исследования. С самых древних времен спорт играл первоочередную роль в жизни общества и человечества в целом. И оказывал не только духовное и физическое влияние на человеческое развитие. В мире современных технологий спорт стал еще и выгодной отраслью для получения больших капиталов и вложения денег.

Гонорары известных на весь мир спортсменов поражают воображение, на всевозможных состязаниях и мировых чемпионатах они зарабатывают за короткий период времени огромные деньги. Но еще больше зарабатывают люди, которые вкладывают в развитие спорта деньги. Не только во всевозможные спортивные состязания, но и в самих спортсменов.

Вероятно, всем известны невероятные суммы сделок за покупку игроков для футбольных команд, рекламные акции, дающие небывалую прибыль, с участием в них спортивных звезд, немалые суммы выделяются и правительством, компаниями, частными лицами на проведение соревнований, кубков и первенств.

Как самостоятельная бизнес-площадка спорт выделился буквально недавно. Раньше все спортивные клубы, организации, компании имели некоммерческий характер, и, следовательно, никаких вложений от физических лиц извне не получали.

Издавна инвестиции в спорт исполнялись только правительством. Отсюда привести можно интереснейший факт. Василий Сталин – сын Иосифа Виссарионовича Сталина, под поручительством правительства вкладывал относительно хорошие деньги в развитие советского спорта. Под его непосредственным руководством был основан и начал развиваться клуб «Крылья Советов» [3].

Такие инвестиции были достаточно редки, и очень долгое время никто из частных лиц не мог вносить свои средства в спортивную индустрию и иметь прибыль с этого [2].

На сегодняшний день положение изменилось. Глобальное развитие индивидуальная предпринимательская деятельность обрела в таких спортивных сферах, как аэробика, теннис, шейпинг, бодибилдинг, спортивные танцы, восточные единоборства.

По своей сути, менеджер спорта занимается теми же вещами, что и обычный менеджер, так же организует процесс, но только со спортивной направленностью. В его обязанности входят организационные вопросы, о которых во время своих тренировок и подготовки к соревнованиям спортсмен думать не должен. На данный момент эта специальность считается одной из наиболее престижных, так как приносит большие доходы и востребована в современном обществе. К настоящему времени маркетингу спорта всего около 30 лет, но в России его возраст и этого меньше – около 13-15 лет. Его формирование в нашей стране началось с того момента, как спортивные клубы профессионального уровня обрели самостоятельность.

На сегодняшний день принято считать, что российский менеджмент спорта возник с С. Куценко, который является действующим руководителем отдела маркетинга ЦСКА. Большинство российских клубов на сегодня еще не имеют личного маркетолога, который бы работал на продаже спортивного мероприятия [1].

Таким образом, спортивный менеджмент – это взаимное грамотное сотрудничество таких лиц, как спортивный менеджер, маркетолог и управление:

- задача менеджера – создать благоприятные условия и положительный эмоциональный фон для инвестирования в то или иное спортивное событие;
- задача маркетолога – ввести в оборот данные условия и заработать на них капитал, притягивая зрителя на стадион, спонсоров и средства массовой информации для сотрудничества;
- задача управления – рационально воспользоваться полученной прибылью [4].

При соблюдении этих трех условий будет обретаена максимальная прибыль.

Основоположником современного спортивного маркетинга считается П. Нейли, посвятивший себя в 1970-х годах поиску спонсоров для разных спортивных состязаний. Образование спортивного маркетинга как такового – спонтанно, т.к. долгое время на него не распространялись законы рынка, а спорт и спортивная деятельность относились к некоммерческой отрасли [2].

Проведенное исследование позволяет заключить, что спортивный маркетинг имеет ряд задач:

- оказать воздействие на зрителя, болельщиков, представить ему зрелище, от которого он не сможет оторваться, спровоцировать его на эмоциональное сопереживание, дать толчок к выбору чьей-то стороны, привлечь его внимание в развитии и исходе событий;
- вовлечь в процесс спонсора, развить в нем верность клубу, показать всю выгоду от сотрудничества с различными клубами, образовать ассоциативную связь между брендом профессионального клуба и брендом спонсора;
- находить новостные поводы, осведомить СМИ и вовлечь их в жизнь клуба, натолкнуть их принять сторону избранного клуба;
- иметь прибыль не только для самого клуба, но и для спонсоров, а также проанализировать зрительское впечатление и сделать необходимые выводы;
- изобразить иллюзию «эффекта присутствия», активно поддерживая связь с разнообразными культурными организациями [1].

Нередко спорт сравнивают с шоу-бизнесом только потому, что те или иные спортсмены становятся примерами для подражания у многих людей. Следовательно, нужно воспользоваться этим фактом и накалить обстановку вокруг какого-либо клуба, построить ему историю, частично драматического характера, чтобы зритель не только получал наслаждение от игры команды или отдельных игроков, но и сопереживал клубу, постоянно интересовался событиями, происходящими в нем.

Для того чтобы создать положительный образ, клуб профессиональной направленности должен наработать себе соответствующую репутацию, не отходить от нее, следовать установленным в ней правилам [3].

Все маркетинговые или рекламные компании ориентированы на потребителя. Например, потребитель приобретает товар какой-либо организации под эгидой акции для вложения средств в благотворительность.

Исходя из этого посещение спортивного мероприятия для болельщика может являть собой следующее: демонстрацию социального класса болельщика (например, VIP-места на каком-нибудь футбольном матче); выражение заботы по отношению к своим детям (семейный досуг, проведение времени в кругу семьи); демонстрацию принадлежности к определенному сообществу (фан-клубы); желание путешествовать и познавать мир, отправляясь вместе со своей командой в другую страну на какие-либо соревнования или матчи; освобождение от накопившегося отрицательного эмоционального напряжения.

Ключевым понятием в представлении любого продукта является «атрибут». Атрибут – это слово, которое обозначает качество и приходит на ум потребителю при озвучивании названия профессионально клуба [4].

Такие атрибуты существуют у каждого клуба, и чем богаче и насыщеннее история клуба, тем больше появляется таких ассоциаций.

Так же такие атрибуты есть и у каждого отдельного игрока. Такие атрибуты игроков, чаще всего, выражаются прозвищами, которые дают игрокам болельщики и СМИ.

Иногда выгодным маркетинговым шагом является смена названия команды, хотя это может и плохо повлиять на дальнейшую карьеру игроков, да и клуба в целом.

Но сам по себе такой атрибут, как удачное название, не гарантирует заполненных трибун на стадионе. Для того, чтобы так было, нужно, как минимум, чтобы выбранный вид спорта был раскручен в городе и в стране, вызывал интерес потребителя и принимал от него ответную реакцию.

К тому же раскрученный клубный пиар должен рассказывать болельщику не только о своих сильных сторонах, но и слабостях клуба (не в организации, естественно, но в продукте, который представляет клуб). Этот подход вызывает у болельщика сопереживание команде, максимально проявленный интерес к ее состоянию на данный момент, искать в слабых сторонах команды какие-то все же полезные качества, то есть привлекать внимание и держать название команды на слуху. Тем более, что средства массовой информации любят хвастаться такой информацией и освещать ее со всех сторон, что еще больше подогревает интерес к команде.

Не менее полезным атрибутом компании является противопоставление названия команд, их формы на поле. Противопоставление атрибутов порождает интригу. Там, где есть заинтересованный зритель, обязательно есть и спонсор. Интрига – основное оружие в борьбе за нового потребителя спортивного события и укреплении лояльности уже устоявшихся болельщиков.

Такие методы формируют интерес к спортивному событию у различных целевых аудиторий, внося элемент аттракциона, который не влияет на спортивную составляющую самого мероприятия.

Выводы. В данной работе мы рассмотрели темы, касающиеся менеджмента и маркетинга, их методы и ключевые аспекты.

Мы выяснили историю возникновения и развития спортивных менеджмента и маркетинга в мире и в России, выявили основные тенденции.

На сегодняшний день спортивный менеджмент и маркетинг становятся все более популярными в нашей стране, открывают новые сферы для вложения денег, новые рынки сбыта, новые рекламные возможности. Поэтому важно подготовить грамотные кадры для управления этими экономическими процессами, а также – достаточное количество литературы и учебных пособий, на основе которых молодые специалисты смогут постигать такую отрасль экономики, как спортивные менеджмент и маркетинг.

Список литературы

1. Власова, П. Е. Менеджмент и маркетинг в спорте / П. Е. Власова, А. В. Пищугин, О. М. Холодов // XIII Всероссийская научно-практическая конференция студентов «Научное содержание управленческих, экономических, социальных и юридических механизмов в условиях рыночных отношений» / Филиал ЧОУВО «Московский университет им. С.Ю. Витте» в г. Пенза. – Пенза, 2020. – С. 122-127.
2. Золотов, М. И. Настольная книга спортивного менеджера : справочное пособие / М.И. Золотов. – Москва : Физкультура, образование и наука, 2016. – 160 с.
3. Кузин, В. В. Мониторинг развития спонсорства российского спорта / В. В. Кузин. – Москва : Спонсорство, 2015. – 79 с.
4. Холодов, О. М. Необходимость совершенствования образовательной технологии подготовки менеджеров / О. М. Холодов, А. С. Свиридов, В. Н. Хламов, Э. Н. Валагура // VI Всероссийская научно-практическая конференция «Проблемы инновационного развития российской экономики». – Воронеж : Воронежский филиал ФГБОУ ВО «Государственный университет морского и речного флота имени адмирала С.О. Макарова», 2019. – С. 202-206.

ОЦЕНКА СТЕПЕНИ ВЛИЯНИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ НА ПРОЦЕСС АДАПТАЦИИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В СПОРТИВНОМ ВУЗЕ

Гайворонская В.О.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия*

Аннотация. Осуществлена оценка степени влияния глобальной эпидемиологической ситуации на процесс адаптации иностранных студентов в спортивном вузе на примере ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСиТ». Процесс адаптации иностранных студентов к социальной среде в условиях глобальной эпидемиологической ситуации проходит интенсивнее, чем в обычных условиях. Иностранные студенты активнее идут на контакт со своими сверстниками и с представителями вуза в том случае, если окружающая среда провоцирует их на выход из «зоны комфорта». Общность интересов, активизированная необходимостью преодоления сложностей, вызванных обстоятельствами непреодолимой силы, способствует формированию коллективной адаптации.

Актуальность. Пандемия COVID-19 затронула все сферы деятельности современного общества и оказала огромное влияние на сферу международного образования, внося свои коррективы в Концепцию экспорта образовательных услуг Российской Федерации. 2020 год стал глобальным вызовом для вузов, обнажив все преимущества и недостатки действующих адаптационных схем работы с иностранными студентами. Особенно сильно глобальная эпидемиологическая ситуация отразилась на адаптационной работе отраслевых вузов, отдельное место среди которых занимают вузы спортивной направленности. Вынужденный переход от очной системы образования к дистанционной в сфере физической культуры и спорта, с одной стороны, ограничил пространство для самореализации иностранных студентов, но с другой стороны, существенно расширил их коммуникационные возможности, что дало существенный стимул для их адаптационного роста и перехода от общинного к коллективному мышлению, которое послужило локомотивом адаптационного процесса.

Цель исследования. Основной целью исследования является оценка степени влияния глобальной эпидемиологической ситуации на процесс адаптации иностранных студентов в спортивном вузе.

Методы исследования. Настоящее исследование проводилось на базе отдела международного сотрудничества ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСиТ» в период 2018-2021 гг. В исследовании использовались следующие методы: наблюдение, сравнение, анализ и синтез, обобщение и систематизация, прогнозирование.

В ходе практической адаптационной работы с иностранными студентами ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСиТ» в количестве 98 человек были выявлены особенности адаптационного процесса в период пандемии COVID-19. Был осуществлен сравнительный анализ, выполненный на основе данных, полученных в ходе практической адаптационной работы с иностранными студентами ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСиТ» в период с 2018 по 2020 год. По итогам исследования было осуществлено обобщение и систематизация полученных результатов.

Результаты исследования и их обсуждение. Отличительной особенностью обучения иностранных студентов в спортивном вузе, как правило, является индивидуальный подход, что одновременно носит положительный и отрицательный характер. В наборе в спортивный вуз иностранных студентов, особенно из стран СНГ, зачастую непосредственное участие принимают тренеры по различным видам спорта. Курирующий тренер впоследствии играет ключевую роль в повседневной жизни студента-спортсмена и является для него основным модератором адаптационного процесса. Адаптационная модель в данном случае строится по принципу «тренер-студент» и часто является биполярной. При этом студент-спортсмен, как

правило, имеет структурированное расписание и лимитирован во времени, что существенно ограничивает его внешний круг общения. Таким образом, с одной стороны, студент достаточно четко и быстро адаптируется к своей среде обитания, но остается совершенно не адаптирован к своему окружению, что может повлечь за собой различного рода коммуникационные проблемы и психологический диссонанс с окружающей средой в случае, если в силу определенных обстоятельств тренер перестанет быть частью биполярной адаптационной модели.

В условиях глобальной эпидемиологической ситуации адаптационная модель «тренер-студент» претерпела значительные нарушения, так как, не имея постоянного прямого доступа к своим подопечным, тренеры не могли полностью контролировать адаптационный процесс и единолично влиять на него. В свою очередь, студенты-спортсмены вынуждены были мыслить самостоятельно и приспосабливаться к сложившимся условиям, которые были одинаковы для всех. Наиболее приемлемым для них окружением становились их сверстники, которые оказались в равных условиях и должны были действовать коллективно, чтобы минимизировать психологические потери от «выхода из зоны комфорта». Таким образом, первоначальное индивидуальное или общинное мышление, которое формировалось исходя из фокуса на тренера и на основной вид деятельности, постепенно трансформировалось в коллективное, что обеспечило активизацию адаптационного процесса. Эта новая адаптационная модель не носит одностороннего характера, так как она одновременно обеспечивает коммуникационное и культурное обогащение всего коллектива участников адаптационного процесса и является многополярной.

Однако данная многополярная адаптационная система, по мнению автора, не носит самостоятельного устойчивого характера. Так как биполярная система «тренер-спортсмен» формировалась длительное время и имеет гораздо более фундаментальный характер, чем многополярная модель, построенная на основе краткосрочного во временном масштабе исторического события, то есть большая вероятность того, что после стабилизации глобальной эпидемиологической ситуации адаптационные процессы в спортивном вузе постепенно вернуться в русло прежней модели. Принимая во внимание тот факт, что концепция экспорта образовательных услуг наряду с региональными программами, направленными на привлечение иностранных студентов в вузы Российской Федерации, изначально носят долгосрочный характер и требуют рационализации комплекса мер по обеспечению эффективного сопровождения участников образовательного экспорта, перед вузами стоит глобальная задача осуществить аналитическую оценку лучших адаптационных практик, которые были разработаны и применены в период пандемии и спроецировать их на последующий период с целью сохранения элементов конструктивной многополярной адаптационной модели, эффективность которой становится очевидной при ее практическом применении. Несомненно, предыдущая модель представляется наиболее комфортной непосредственно для спортивного вуза, так как не требует дополнительных человеческих ресурсов, способных организовывать адаптационный процесс. Однако, учитывая глобальные вызовы современного мира, в частности, потребность современных спортивных вузов в интернационализации системы образования, использование новой адаптационной модели представляется весьма целесообразным.

Выводы. На фоне сложившейся глобальной эпидемиологической ситуации в мире произошла трансформация процесса адаптации иностранных студентов, и, как следствие, сложилась новая модель коллективной адаптации в спортивном вузе. Устойчивость данной модели зависит напрямую от готовности вуза к интернационализации собственной образовательной политики. Сохранение и использование новой модели позволит повысить привлекательность вуза для иностранной аудитории и обеспечить его эффективное участие в развитии концепции экспорта российского образования.

Список литературы

1. Паспорт приоритетного проекта развитие экспортного потенциала российской системы образования на период с 2017 по 2025 годы // Кодификация РФ : [официальный сайт]. – URL: <https://rulings.ru/acts/Pasport-prioritetnogo-proekta-Razvitie-eksportnogo-potentsiala-rossiyskoy-sistemy-obrazovaniya/> (дата обращения: 01.04.2021).
2. Положение о регулировании пребывания иностранных граждан и лиц без гражданства, прибывших в Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма» с целью обучения или трудоустройства : [принято Ученым советом ФГБОУ ВО «Поволжская ГАФКСиТ» 28 сентября 2017 г., протокол № 2]. – 2017. – 15 с.
3. «Об утверждении плана мероприятий по адаптации и социализации иностранных студентов, обучающихся в образовательных организациях высшего образования, осуществляющих деятельность на территории Республики Татарстан, на 2017 – 2023 годы : [принято Распоряжением Кабинета министров Республики Татарстан 28 февраля 2017 № 340-р] // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов : [официальный сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/550306398> (дата обращения: 29.03.2021).
4. В Минобрнауки РФ решили повысить гибкость работы с иностранными студентами. // Интерфакс. Образование : [официальный сайт]. – URL: <https://academia.interfax.ru/ru/news/articles/6286/> (дата обращения: 30.03.2021).

ИГРА КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СПОРТЕ

*Губайдуллин И.Р., студент 20103М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.ф.н., доцент Нигоматуллина Р.М.*

Актуальность. Современный спорт – это область жизни, где соединяются разнообразные трудовые и игровые практики. Под игрой можно понимать зрелище, шоу сродни театральному представлению, которое разыгрывают спортсмены для удовольствия зрителя. Соревнования различного рода тоже можно отнести к игре, в которой спортсмен демонстрирует свою трудовую спортивную подготовку. Однако сам процесс спортивной подготовки можно назвать тяжелым, иногда монотонным трудом, серьезная тренировочная деятельность практически исключает игру. Тем не менее, спортивное игровое начало позволяет спортсмену делать этот труд осмысленным.

Целью статьи является показать, что игра связана с трудом и является способом реализации трудовой деятельности.

Результаты исследования и их обсуждение. В спорте игра представляет собой соревновательную деятельность, где спортсмен может продемонстрировать свои навыки и умения. Соревновательный момент заставляет спортсмена показать максимум своих возможностей, стимулирует его проявить себя, потому что иначе соревнование может выиграть другой спортсмен.

Всесторонне изучив феномен игры, выдающийся нидерландский мыслитель и историк культуры Йохан Хейзинга (1872–1945) в своей книге «Homo Ludens. Опыт определения игрового элемента культуры» (1938г.) выделил ее определяющие свойства: непринудительный характер игры, разворачивающейся как свободный выбор; игра не является «обыденной жизнью», она не связана с непосредственным удовлетворением нужд и страстей; она «разыгрывается» в определенных границах места и времени; игра устанавливает порядок и невозможна без соблюдения определенных правил; в игре реализуется не только стремление человека к соперничеству, но и потребность в отдыхе, разрядке; с игрой тесно связано понятие выигрыша, то есть своеобразного возвышения в результате игры [3].

По мнению А.В. Разина, [2] если деятельность – это столкновение целеполагающей воли субъекта и объективность бытия, то деятельность игровая – это столкновение самих субъектов с целью показать себя первым, выиграть состязания силы, ума, энергии и т. д. Это желание первенства проявляется в различных формах. Через систему норм и ценностей, также представленных в культуре через определенного рода символику, осуществляется наследование исторически развитой сущности человека. Игра может включаться в этот сложный процесс как деятельность, заданная обществом.

Мы определяем труд как целесообразную и осознанную деятельность человека или группы людей, направленную на выполнение какого-либо действия, понимаемого в широком смысле слова (предмет, услуга, знание, способ деятельности или ее организации и т.д.) [1].

На сегодняшний день философия труда не может развиваться вне взаимодействия с другими дисциплинами. По мнению А.И. Кравченко можно выделить следующие наиболее важные философские проблемы трудовой деятельности:

1. Труд и свобода.
2. Смысл труда.
3. Человек и социум в трудовых отношениях.
4. Проблема организации труда.
5. Техника, технология и труд.

Труд в спорте в том виде, в котором мы привыкли его видеть, осуществляется в целях подготовки спортсмена, в его усилиях и выдержке. В условиях труда, трудовой деятельности спортсмен совершенствует свои возможности.

Игровой процесс в этом плане может только помешать подготовке спортсмена, однако, как соревновательный этап является частью подготовки спортсмена, так и игра является реализацией трудовой деятельности. В спорте игра может выступать как способ реализации возможностей спортсмена. В сухом остатке задача спортсмена для его реализации крайне проста: усердно тренируйся, выступай на соревнованиях, всегда побеждай или будь в числе победителей. Однако такой подход крайне сложно реализовать, и, если бы каждый мог ему следовать, человечество давно бы перестало им интересоваться. Конечно, спорт остался важным аспектом в жизни людей, но как хобби, в сущности, стал бы чем-то обыденным, и выполнялся наряду с повседневными вещами, например, такими как чистка зубов по утру или ношением украшений.

Как говорил Й. Хейзинга, игра – это выход за рамки обыденной жизни во временную сферу деятельности, которая имеет собственную направленность. Для играющего человека присущи особая настроенность, чувство удовольствия от игры. Это вызвано содержанием игры, которое состоит в особом смещении духовного и телесного, реального и нереального, поэтому столь существенен в ней антропологический момент [3].

Игра позволяет сохранять интерес в деятельности спортсмена, а интерес стимулирует стремление к победе. Сможет ли он победить на соревнованиях или проиграет? Возьмут ли его в сборную команду? Удастся спортсмену поехать на соревнования мирового уровня, или он так и будет выступать на любительском уровне? Эти, а также и другие вопросы заставляют спортсмена реализовывать и проявлять себя. Возможно, вышеописанные игровые переживания и составляют смысл напряженного и изматывающего труда спортсмена.

Выводы. Подготовка спортсмена включает элементы трудовой деятельности, сохраняющие всю серьезность, понимание факторов и результатов труда. Все игровые элементы в условиях усердной работы спортсмена, являются отвлекающей причиной, которые мешают спортсмену сосредоточиться и достичь поставленных целей.

Однако при демонстрации своих возможностей, игровой элемент позволяет спортсмену проявлять себя, демонстрируя свое превосходство над другими спортсменами, сохраняя главную составляющую спортивных состязаний, а именно игру как зрелищность.

Список литературы

1. Кравченко, А. И. Философия труда / А. И. Кравченко. – Москва : Давыдова, 2016. – № 3. – С. 57–67.
2. Разин, А. В. Философия : учебное пособие / А. В. Разин. – Москва, 2015. – 493 с.
3. Хейзинга, Й. Homo ludens. Опыт определения игрового элемента культуры / Й. Хейзинга. – Москва : Гостехиздат, 2015. – 416 с.

ПРОБЛЕМА ДОВЕРИЯ МОЛОДЫМ ФУТБОЛИСТАМ

*Егоров А.А., студент 20101М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.ф.н., доцент Нигоматуллина Р.М.*

Актуальность. Ежегодно футбольные академии выпускают тысячи молодых футболистов, которые переходя во взрослый футбол теряют свой талант, сидя на скамейке запасных. Тренер на тренировках зачастую использует юных игроков, как стоячие препятствия для более опытных. Чехля тем самым талантливых футболистов. Не давая проявить себя и предоставить шансы показать себя. Большинство футболистов в такой ситуации заканчивают с футболом, не выдерживая давления «скамейки» запасных. Часть продолжают тренироваться ежедневно и усердно. Некоторая часть молодых футболистов пытаются искать шанс в более слабых командах и по истечению долгих лет, когда уже сами становятся взрослыми, выходят на тот самый серьезный уровень доверия со стороны тренера. Так что же мешает тренерам, не глядя в паспорт, брать и ставить в состав молодого талантливого футболиста? Давайте разбираться.

Цель исследования. Изучить проблему доверия к молодым футболистам.

Результаты исследования и их обсуждение. С. Робинсон определяет доверие как «ожидания, предположения или веру (убеждение) в вероятность того, что будущие действия другого будут выгодными, благоприятными и, по крайней мере, не нанесут ущерба интересам другого» [1].

Т.П. Скрипкина считает, что «человек не может жить без доверия, без него он утрачивает связь с миром. Доверие выступает условием развития, изменения самого человека, именно оно позволяет ему рисковать и испытывать себя и свои возможности» [2].

У доверия есть две составляющие – рациональная и эмоциональная. К рациональной относится уверенность в том, что объект доверия способен выполнить взятые на себя обязательства. Она основывается на оценке его компетентности, результативности труда, а также последовательности, предсказуемости его поступков. Х. Шрадер отмечает, что традиция рассмотрения доверия как результата рационального выбора и расчета полезностей наиболее распространена в теории принятия решений и теории игр [1].

Д. Левис и А. Вейгерт определяют доверие как осознание человеком собственной уязвимости или риска, возникающих в результате неопределенности мотивов, намерений и ожидаемых действий людей, от которых он зависит [1].

Что говорят футболисты, тренеры, артисты по теме исследования?

Владислав Паршиков, футболист ФК «Факел», высказал свое мнение: «В России не доверяют молодым игрокам. ЦСКА купил Карлоса Страндберга. Я играл против него в матче юношеских сборных России и Швеции. Поверьте, в нем нет ничего неординарного. И по нашей юношеской сборной точно знаю: в России немало талантливых спортсменов. Хорошо, что сейчас в «Спартаке» стали больше доверять молодым. Но такое нечасто встретишь. Для того, чтобы с ними работать, нужно тратить время, терпеть, мыслить на годы вперед. А все живут сегодняшним днем и покупают иностранцев. Так легче» [3].

Старший тренер юношеской сборной России Дмитрий Хомуха как-то сказал: «У тренера стоят предельно простые задачи, если речь идет о профессиональном футболе: добиваться результата. Важно, насколько он готов дать шанс молодому футболисту, который менее опытен, который совершает ошибки, причем они могут повторяться. Только доверие тренеров позволяют юношам перерасти этот момент. Те, кто чувствуют это доверие, начинают прогрессировать и исправлять те ошибки, которые у них бывают» [4].

Народный артист России, певец и болельщик «Динамо» Лев Лещенко после вылета его клуба из еврокубков жестко высказался в адрес иностранных футболистов и сделал вывод: «Единственный выход – доверять молодым футболистам. Понятное дело, что они

тоже проиграют. Но их никто не будет осуждать. Потому что они молодые. У них есть перспектива какая-то и надежда. А какие перспективы у иностранцев? Заработать деньги и уехать» [5].

Старший тренер ФК Астана-М Константин Котов сказал: «Нужно больше доверять молодым футболистам. Еще один фактор – в первой команде высокие задачи и критерии, под которые берутся мастеровитые легионеры. Еще раз повторюсь: переход из юношеского футбола во взрослый – очень сложный. Игроки, которые показывали хороший уровень в юниорах, – далеко не факт, что они смогут проявить себя в профессиональном футболе. Много зависит от доверия тренера и игрового времени, которое они будут получать. Опять-таки у тренера главной команды стоят серьезные задачи, у него нет цели развивать молодых, ему нужно дать быстрый результат. В этом и проблема» [6].

Выводы. Главный тренер ФК «Ростов» Валерий Карпин, который, по моему мнению, – один из лучших отечественных тренеров, которые доверяют и не боятся ставить молодых футболистов в состав, в недавнем интервью сказал: «Для меня вообще не проблема поставить 18-летнего футболиста играть, если он как минимум не будет портить, а возможно, и улучшит игру» [7].

Напрашиваются следующие выводы по теме изучения. Не доверяют молодым футболистам, потому что:

1) Команда борется за высокие места. Нужен результат здесь и сейчас. Не время для экспериментов.

2) Команда борется за сохранение места в лиге. Тоже самое, что и в первом пункте. Нужен результат здесь и сейчас. В бой идут одни старики.

Список литературы

1. Купрейченко, А. Б. Психология доверия и недоверия / А. Б. Купрейченко. – Москва: Институт психологии РАН, 2008.
2. Скрипкина, Т. П. Психология доверия / Т. П. Скрипкина. – Москва : Академия, 2000.
3. РИА Воронеж. – URL: <https://riavrn.ru/news/voronezhskiy-futbolist-vladislav-parshikov-v-rossii-ne-doverayut-molodym-igrokam/> (дата обращения: 27.03.2021).
4. РФС.ру. – URL: <https://rfs.ru/news/211202>. (дата обращения: 27.03.2021).
5. Спортс24.ру. – URL: <https://sport24.ru/news/football/2020-09-18-leshchenko---o-vylete-dinamo-iz-le-eti-futbolisty-nichego-ne-prinosyat-krome-pozora-prosto-zarabatyvaniye-babok>. (дата обращения: 27.03.2021).
6. Sputnik.kz. – URL: <https://ru.sputnik.kz/sport/20200603/14141166/berdyev-trener-astana-m.html>. (дата обращения: 27.03.2021).
7. Ньюс.СпортБокс.ру. – URL: https://news.sportbox.ru/Vidy_sporta/Futbol/Russia/premier_league/spbnews_NI1299584_Valerij_Karpin_Ne_problema_postavit_v_sostav_18_letnego_futbolista_jesli_on_minimum_ne_budet_portit_igru. (дата обращения: 27.03.2021).

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ – РАЗВИТИЕ В СВЯЗИ С COVID-19: ИСТОРИЯ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Жандармова Е.А., студент гр. 20261

Туракалина Н.А., студент гр. 20261

Поволжский государственный университет

физической культуры спорта и туризма, г. Казань, Россия

Научный руководитель – к.и.н., доц. Салимов А.М.

Актуальность вопроса заключается в том, что за время пандемии учителям и учащимся школ, преподавателям и студентам вузов России и других стран практически одновременно пришлось перейти на дистанционный формат работы и обучения. Внезапно эта тема стала одной из самых популярных обсуждаемых в сфере организации образования. А самое главное, что пандемия поставила задачу выхода дистанционного обучения на качественно новый уровень.

Вместе с этим именно данная эпидемия выявила имеющиеся проблемы в области образования и поставила задачи по их скорейшему преодолению.

Одна из важнейших проблем данного явления – это качество дистанционного обучения в России, насколько оно влияет на уровень образования, качество знаний учащихся.

Объектом нашей работы является состояние дистанционного обучения школьников, и студентов высшей школы России на примере личного опыта его использования и анализе данных о современном его развитии.

Предметом изучения явилась история развития дистанционного обучения в связи с нагрянувшей пандемией Covid-19.

Целью работы является изучение выявления основных проблем в развитии дистанционного обучения школьников и студентов в России в связи с Covid-19 и перспектив его развития.

Наш личный опыт завершения обучения в средней школе в 2020 году, в разгар пандемии, говорит о том, что возможно, завершение образования в школе нами в форме дистанта в 2020 году, привело к снижению уровня и качества знаний. Наш опыт говорит также о том, что отечественные платформы дистанционного обучения недостаточно развиты для организации дистанционного образования и получения полноценных знаний обучающимися. Так ли это, узнаем в ходе нашей работы.

Мы определили следующие задачи:

- провести опрос среди школьников и студентов;
- провести анализ ответов;
- выявить плюсы и минусы дистанционного обучения;

Результаты исследования и их обсуждение. Образование – неотъемлемая часть жизни каждого человека. Оно является социокультурным феноменом и выполняет социокультурные функции. Образование с давних веков было в очном формате, но 2020 год внес свои коррективы из-за пандемии, вызванной новой коронавирусной инфекцией.

В 2020 году на весь мир стремительно надвинулась новая смертельноопасная болезнь – коронавирус. Примерная дата, начала пандемии, по мнению ученых, 17 ноября 2019 года. А в апреле 2020 года в России начинается режим самоизоляции для снижения распространения коронавирусной инфекции. Людям пришлось оставаться дома, работать и учиться в онлайн формате.

Все школы, вузы перешли на дистанционное обучение. Оно производится с помощью информационных и мультимедийных технологий. Такие резкие изменения сыграли роль и в нашем обучении на последнем этапе средней школы, актуальным оказался дистант и в высшей школе. Представления и мнения о целесообразности такой формы обучения самые различные, а часто и совершенно противоположные. Очный формат обучения был во все времена, и люди настолько привыкли к нему, что переход на ДО был для них сенсацией.

Хотим отметить, что дистанционное обучение было и до коронавирусной инфекции. Были различные курсы, вебинары в онлайн формате, которые предназначались для разных категорий, платные онлайн-школы. Но такой вариант выбирали немногие, потому что он имеет свои плюсы и минусы, которые мы выявили после проведения опроса среди обучающихся.

Мы создали гугл форму, в которой были размещены 6 вопросов для студентов разных вузов, преимущественно окончивших школу в 2020 году. Участие приняли более 115 человек. Выпускники 2020 года были первыми, кто узнал все плюсы и минусы дистанционного обучения.

Нами были предложены следующие вопросы:

1. Повлияло ли дистанционное обучение на качество ваших знаний?
2. Довольны ли вы организацией ДО в вашем учебном учреждении?
3. Хотели бы вы продолжить дистанционное обучение?
4. Как вы относитесь к возможному проведению экзаменов дистанционно?
5. Как вы считаете, сильно ли упал уровень образования за 2020 год?
6. Хотелось ли вам в старших классах школы или в период обучения в вузе бросить учебу и пойти работать?

Проведя опрос, мы получили следующие ответы (см. приложения):

1. Дистанционное образование сыграло огромную роль на качество знаний участников опроса.
2. Поэтому многие ответили, что они не хотели бы продолжить обучение в дистанционной форме.
3. 69,2% опрошенных считают, что уровень образования за 2020 год упал.
4. Большинство опрошенных (76,2%) довольны образованием в своей учебной организации, но есть и те, кому не нравятся те или иные аспекты.
5. На вопрос «Хотели бы вы уйти из своего учебного заведения?» люди отвечали по-разному. Конечно, большинство ответили, что нет, но были и те, кто каждый день задумываются об этом – причины были разными.
6. Вопрос, который волнует в нашем обществе не всех, но все же имеет место быть, переведут ли экзамены в дистанционный формат. Меньшинство ответили, что это плохая идея. Мы бы с этим поспорили, но об этом позже.

Перспективы дистанционной формы обучения.

1. Возможность обучаться в любом удобном месте. Студенты могут учиться, не выходя из дома или офиса, находясь в любой точке мира. Чтобы приступить к обучению, необходимо иметь компьютер с доступом в Интернет. Отсутствие необходимости ежедневно посещать учебное заведение – несомненный плюс для людей с ограниченными возможностями здоровья, для проживающих в труднодоступных местностях, отбывающих наказание в местах лишения свободы, родителей с маленькими детьми. Отсутствие обучающегося на учебном месте из-за болезни. Он сможет подключиться и не пропустить занятия.

2. Самостоятельность обучающегося. В современном мире нужно уметь полагаться на себя и решать все свои проблемы самим. Поэтому во время дистанционного обучения у учеников развивается самостоятельность. Особенно, когда родители работают оффлайн, приходится оставлять ребенка одного.

3. Нет лишних мероприятий. В учебных заведениях всегда проходят различные мероприятия: дежурства, концерты, линейки, тренинги и т.д. В дистанционном обучении сейчас также проводят онлайн-мероприятия, но их посещение для обучающихся по желанию.

4. Развитие информационных технологий. Человечество развивается. Поэтому, чтобы поддерживать дистанционное обучение в дальнейшем, нужно усовершенствовать интернет и гаджеты. Потому что во время учебных занятий и многих учеников и учителей зависит интернет, или гаджеты не поддерживают приложения.

5. Геймификация – некая механика или набор инструментов, позволяющие разнообразить учебный процесс и привнести в него не только развлекательную составляющую, но и учебную, социальную и мотивационную.

К сожалению, проблем больше, чем перспектив.

1. Общение – без него в жизни никак. Начнем с социализации, люди – социальные существа, которым необходимо общение, визуальный контакт, внимание и так далее. Обеспечить эти потребности онлайн-образование не способно. Отсутствие контакта обучающихся с преподавателями может привести к психологическим проблемам. Сложность организации групповой работы, которая необходима для деятельностного образования. Обучающихся невозможно собрать в группы, поэтому во время учебного процесса у них не формируются такие качества, как ответственность, коммуникабельность, лидерство.

Сюда же можно отнести и малоподвижность. В обычное учебное время после пар/уроков мы можем провести перерывы со своими друзьями отдохнуть, узнать что-то новое, переключиться с одного предмета на другой. Во время дистанционного обучения обучающиеся сидят на одном месте, что в свою очередь может повлиять на усвоение дисциплин. Также малоподвижность сказывается на здоровье обучающихся: мышцы атрофируются, набирается вес, застой крови в сосудах и т.д.

2. Нет возможности приобрести гаджеты. Не все могут приобрести гаджеты для обучения. В основном в семье не один ребенок, поэтому это очень затратно для родителей. Недостаточная компьютерная грамотность. В России особенная потребность в дистанционном обучении возникает в отдаленных районах. Однако в глубинке не у всех желающих учиться есть компьютер с доступом в Интернет.

3. Качество знаний ухудшается. Студенты стремятся получить, как можно больше баллов, нежели знаний. Из-за того, что дома приходится учиться в 2 раза больше, то обучающиеся выполняют работы быстро, не вникая в смысл, а лишь бы сдать, тем самым знания становятся поверхностными. Также нет гарантии самостоятельности выполнения всех работ. В дистанционном формате подача знаний совершенно другая.

4. Трудности в формировании связного монологического высказывания ученика.

От обучающихся часто можно услышать односложные ответы. Преобладание текста-примитива. Например: «самолет – быстрота, комфортность, надежность».

5. Личная дисциплина и мотивация. У каждого обучающегося должна быть личная дисциплина. Практически весь учебный материал студент-дистанционник осваивает самостоятельно. Это требует развитой силы воли, ответственности и самоконтроля. Поддерживать нужный темп обучения без контроля со стороны удастся не всем.

6. Недостаток практических знаний. Обучение специальностям, предполагающим большое количество практических занятий, дистанционно затруднено. Даже самые современные тренажеры не заменят будущим медикам и учителям «живой» практики.

7. Нет опыта работы в медиа технологиях. Отсутствие у большинства педагогов реальной практики и умения строить онлайн-обучение, многие из них не различают дистанционное и электронное обучение. Ввиду недостаточного опыта дистанционного обучения много времени приходится тратить на техническую организацию урока. На сегодняшний день объем материала меньше и качество онлайн-урока ниже, чем обычного школьного урока, проведенного в классе

Выводы. Проведенный нами анализ дистанционного обучения в условиях пандемии позволяет прийти к следующему выводу: «Все, что ни делается – все к лучшему; важнее то, как ты будешь принимать такие повороты судьбы и подстраиваться под новое развивающееся общество». Переход на дистанционную форму обучения оказал серьезное влияние на дальнейшие перспективы всей системы организации обучения учащихся и студентов, что, как нам кажется, приведет в будущем к прорывным открытиям и технологиям. Однако, полностью переходить на дистанционное обучение не лучшая идея для тех, кто хочет получить качественное высшее образование.

Список литературы

1. Пандемия цифрового образования. – URL: <https://vc.ru/education/153144-pandemiya-cifrovogo-obrazovaniya> (дата обращения: 13.03.2021).
2. Отзовик. – URL: https://otzovik.com/reviews/interneturok_ru-besplatnie_videouroki_po_predmetam_shkolnoy_programmi/ (дата обращения: 13.03.2021).

ОСОБЕННОСТИ ПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ ЮРИДИЧЕСКОГО КОЛЛЕДЖА СКПИП

Иваничкин В.В., студент

*Смоленский колледж правоохраны
и правосудия, г. Смоленск, Россия*

Научный руководитель – к.п.н., преподаватель Соколова Т.М.

Актуальность. Культура питания играет значительную роль в формировании здорового образа жизни человека. Большинство студентов с пренебрежением относятся к своему питанию. Нехватка времени, некомпетентность в вопросах культуры питания, темп современной жизни – все это привело к неразборчивости в выборе продуктов [1]. В связи с этим неправильное питание становится серьезным фактором риска развития многих заболеваний. К сожалению, статистика последних лет показывает резкое увеличение среди молодых людей лиц, страдающих ожирением, заболеваниями сердечно-сосудистой системы, сахарным диабетом и т.д. Предотвратить такие заболевания можно, если вести здоровый образ жизни и, в первую очередь, правильно питаться [3].

Цель исследования – определить отношение к соблюдению правильного режима питания современных студентов, обучающихся в системе среднего профессионального образования (на примере студентов СКПИП).

Задачи исследования:

- 1) установить отношение молодежи к рациональному питанию;
- 2) подготовить и провести опрос студентов СКПИП в отношении соблюдения правильного режима питания;
- 3) установить рацион питания среднестатистического студента.

Объект исследования – особенности режима питания современной молодежи.

Предмет исследования – особенности питания студентов СКПИП г. Смоленска.

Гипотеза исследования – предполагается, что студенты СКПИП имеют общее представление об особенностях организации правильного питания, однако редко соблюдают этот режим.

Методы исследования:

- 1) изучение научной литературы и интернет – источников по теме исследования;
- 2) анкетирование бланковым методом;
- 3) анализ и синтез изученных данных.

В исследовании приняли участие 29 студентов 3 курса Колледжа правоохраны и правосудия г. Смоленска. Исследование проводилось методом анкетирования. Вопросы имели несколько вариантов ответов. Студенты выбирали один из вариантов, который в большей степени соответствовал их мнению.

Обсуждение результатов исследования. Согласно опросу чуть больше половины опрошенных (53%) придерживаются принципов правильного питания и (47%) не придерживаются. Однако стоит отметить, что по данному вопросу трудно судить, что в представлении респондентов является правильным или не правильным питанием. Данное уточнение можно считать очень существенным и требующим детального изучения в дальнейшем.

На рисунке 1 представлены данные о наличии основных приемов пищи в режиме дня студентов по результатам опроса. Из диаграммы видно, что большинство респондентов завтракают, однако, более подробный опрос показал, что зачастую под завтраком студенты понимают чашку чая или кофе (75%), и только (25%) предпочитают плотный завтрак. Такие результаты свидетельствуют о неправильном питании студентов, так как завтрак является самым важным приемом пищи, который завершает наиболее длительный период без еды в течение суток – после сна [2].



Рисунок 1 – Результаты опроса респондентов о наличии основных приемов пищи в их режиме дня

Обед выпадает на учебное время, и в результате опроса оказалось, что практически все студенты питаются в перерывах между парами и делают это преимущественно в столовой (81%) и (19%) не обедают.

Почти все опрошенные совершают плотный ужин, аргументируя это тем, что «только вечером удастся плотно поесть» (70%). Остальные 20% способны отказаться от ужина, так как испытывают дискомфорт в желудке после приема пищи, еще 10% студентов стараются не есть после 18-00.

Подавляющее число опрошиваемых нами студентов совершает прием пищи 3 раза в день: утром, в обед и вечером (46%), у 54% распространено двухразовое питание: утром и вечером. При таком редком приеме пищи ухудшаются условия ее переваривания, происходит перегрузка пищеварительного аппарата большим ее количеством. В результате этого создается несоответствие между массой компонентов пищи и возможностями их ферментативного расщепления. Нутриенты не успевают полностью гидролизироваться и не могут использоваться организмом. При этом 77% студентов уверены, что у них вообще нет проблем с пищеварением, и только (33%) имеют проблемы.

На вопрос, употребляют ли студенты лапшу быстрого приготовления, отрицательно ответили (29%) опрошенных, а вот 71% употребляет этот продукт. Только (57%) опрошенных часто едят супы. Реже и вообще не едят (63%). Отрадно видеть, что мясные блюда на столе почти всегда присутствуют в среднем у 60% опрошиваемых, и почти 90% опрошенных старается регулярно покупать фрукты.

Выводы. Проанализировав данные, полученные в результате анкетирования, выявлено, что подавляющее большинство опрошенных студентов питаются неправильно, что в дальнейшем может привести к появлению заболеваний органов пищеварения, а позднее к развитию патологий других органов.

Список литературы

1. Воробьев, Р. И. Питание и здоровье / Р. И. Воробьев. – Москва : Медицина. 2010. – 156 с.
2. Горохов, В. А. Лечебно-сбалансированное питание – путь к здоровью и долголетию / В. А. Горохов, С. Н. Горохова. – Санкт-Петербург : Питер. 2011. – 278 с.
3. Унзорг, Р. Энциклопедия здоровья. Здоровое питание / Р. Унзорг. – Москва : «Кристина и Ко», 2012. – 234 с.

ФИЛОСОФИЯ ЛЯМПИАДЫ (ОПЫТ ЛИЧНОЙ РЕФЛЕКСИИ)

*Игушева Д.М., студент 91108 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.и.н., доцент Анпакова-Шогина Н.З.*

Актуальность. В современных условиях приобщение молодежи и в целом людей всех возрастов к физической культуре является одной из самых актуальных задач. Поиск способов привлечения волнует всех, кому не безразлично будущее нашей страны. Возрождение народных спортивных традиций является одним таких способов. Этот процесс к тому же тесно связан с воспитанием патриотизма и любви к своей родине – и малой, и большой.

Цель исследования. Изучить значение спортивного праздника Лямпиада, проходящего ежегодно в Республике Коми, как важного канала формирования основ здорового образа жизни, а также как воспитания патриотических ценностных ориентаций. методической основой является анализ собственных наблюдений как непосредственного участника этого события.

Результаты исследования и их обсуждение. Моя жизнь тесно связана с Лямпиадой – спортивными играми в Коми республике, которые проводятся, с одной стороны, как традиционные спортивные соревнования, с другой стороны, – как попытка возродить народные традиции коми, в том числе зимние охотничьи традиции. 10 марта 2007 года в селе Большелуг Корткеросского района Республики Коми впервые были проведены соревнования – любительские соревнования на лыжах, и – наряду с ними – соревнования на охотничьих лямпах и лыжах, традиционных для охотников этих мест приспособлениях для зимней охоты[1].

В детстве я не любила кататься на лыжах, но бабушка мне всегда говорила: «иди, сходи, покатайся на лыжах», и так постепенно я увлеклась лыжами, а сейчас просто не представляют свою жизнь без них. С самого зарождения соревнований на лямпах, с 2009 года, я участвовала в них, моей мечтой было завоевать первое место. И в 2018 году моя мечта сбылась – я стала победителем этих лыжных соревнований. В тот момент лыжи для меня были уже всем, они были образом жизни, частью меня, моей отдушиной, жизни без лыж я уже не представляла. Я стала членом сборной команды Республики Коми и добилась уже немалых результатов. Сначала я бегала только на лыжах, но однажды мой тренер сказал мне: «Диана, надо уже на лямпы становиться». Было не привычно. Первые впечатления были такие: они тяжелее и менее маневренные, чем лыжи. Но опять же, благодаря упорству, я смогла совладать и с лямпами. Первый раз, когда я выступила на лямпах, я заняла 3 место. С этого момента я загорелась и поставила себе цель занять в следующем году 1 место. И вот снова тренировки, тренировки, тренировки. Уже не просто каталась на лямпах, а готовилась занять 1 место. И вот долгожданный момент – Лямпиада. Да, волновалась, но настрой у меня был боевой. Я была готова. И вот опять моя цель достигнута. Через год, в 2017 году я опять заняла 1 место – но уже на лямпах. Поэтому для меня Лямпиада – это большой путь, на котором я не только полюбила лыжи, но и завоевала первые победы – не только на лыжне, но и над собой.

С 2007 года прошло чуть больше десяти лет истории нашей Лямпиады, а это событие – не столько соревнования, сколько наш народный праздник – стал неотъемлемой частью жизни всех моих односельчан. Если в первой Лямпиаде в 2007 году участвовало 300 человек, то через десять лет количество участвующих в этом празднике выросло в 10 раз, к нам сейчас на Лямпиаду приезжают лыжники не только из нашего района, но и со всей республики и даже из-за рубежа. На лыжи и лямпы встают люди разных национальностей, и именно через такие праздники, на мой взгляд, лучше всего складываются добрые и искренние отношения между народами.

Очень скоро соревнования расширили свои горизонты – стали проводиться разные соревнования, например, по национальной борьбе «зумид ош» и даже биатлон на лямпах!

Мне кажется, что Лямпиада очень многое рассказала мне о моем народе: не в книжках, а в поле я видела, как мои односельчане, как и наши предки, «ходили» на охоту – на лямпах, вооруженные койбеди (особой палкой, которая была и охотничьим приспособлением, и лыжной палкой) и в обязательных охотничьих жилетах. Перед началом соревнований женщины проводят древний обряд «проводов» мужчин на охоту. И даже организуется специальная выставочная тропа охотника «чос туй», где можно увидеть, как применяются традиционные народные средства для охоты и рыболовства. А на отдельной площадке можно даже покататься на оленьих упряжках, лошадях и собаках.

Лямпиада – не только спортивное, но и большое культурное событие, поэтому мы называем ее сейчас фестивалем, а не соревнованиями. Атмосфера праздника пронизывает весь день, когда устраивается Лямпиада, здесь всегда весело, везде играет музыка, пахнет вкусной едой, все улыбаются, приезжают друзья и знакомые. Концерты и народные игры, выставки народных промыслов – неотъемлемая часть праздника. В Лямпиаде участвуют все желающие, и стало доброй традицией открытие праздника самым старшим и самым младшим участниками соревнований, которым, кстати, в последний раз было 80 и 5 лет. И это является самой лучшей визитной карточкой Лямпиады, означающей, что в ней может участвовать любой желающий, независимо от возраста, статуса, умений и целей.

Лямпиада для каждого – это что-то свое. Для кого-то – это соревнование, ответственный старт, для других – это праздник или важное мероприятие, а кто-то хочет просто хорошо провести время. У каждого своя Лямпиада. Что же для меня значит «Лямпиада»? Прежде всего, это праздник, где я увижу много знакомых и друзей, смогу показать свою силу и выносливость. К этому празднику мы, я и мои односельчане, готовимся все вместе, каждый вносит вклад в это мероприятие, тем самым это мероприятие становится еще ценнее. И поэтому я считаю, что это один из лучших праздников, объединяющих людей, сохраняющий национальное достояние Республики и память о наших традициях.

Выводы. Исходя из моих наблюдений, я могу сказать, что:

1. Лямпиада недаром получила такое наименование, относя нас к традициям древнегреческих олимпиад. Так же, как и эти древние праздники спорта и духа, Лямпиада украшает жизнь людей, придает ей смысл и насыщает эмоциями, здоровьем и доброжелательной атмосферой. Олимпиады также были праздниками, вышедшими за рамки просто спортивных соревнований. Поэтому и название нашего фестиваля так неожиданно созвучно этому древнему празднику.

2. Лямпиада играет большую роль в развитии спорта среди всех слоев и возрастов, а также сохранению и развитию национальных видов спорта. Опираясь на свой опыт, могу отметить огромную роль этого праздника в пропаганде здорового образа жизни, приобщении молодежи к физической культуре, формированию зрелого характера, основанного на сильной воле.

3. Неожиданно для многих Лямпиада приобрела важную эстетическую составляющую: не только в плане возрождения народных промыслов, но и в стремлении участников соревнований придать своим выступлениям и играм в целом элемент эстетики. Например, я никогда не увлекалась живописью, но в прошлом году для соревнований я превратила свои лямпы в красочную картину, вооружившись красками и кисточкой. Возможно, мы наблюдаем пример гармоничного, в духе древнегреческой калокагии, развития личности, вовлеченной в праздничный калейдоскоп Лямпиады.

4. Учитывая быстро возросшую популярность праздника, могу предположить, что в глубине общества созрели потребности в развитии социальных (горизонтальных) связей, в сплоченности, в радостном взаимодействии и сотрудничестве. Лямпиада показывает, что усилия даже одного человека могут привести к серьезным масштабным результатам, если найдут такой глубокий отклик в ближайшем социальном окружении.

5. Безусловно, Лямпиада очень плодотворна в сохранении наших народных традиций, в первую очередь, промысловых, на которых основывалась жизнь в наших краях в прежние

времена. Встав на лямпы, любой молодой человек может почувствовать, как охотились, добывали себе еду наши предки. Сохранение и возвращение гордости за наш народ, за их умения также является важной составляющей лямпиад. Возможно, этому аспекту Лямпиады наиболее близко конфуцианство с его традицией ритуала как единственного пути сохранения физического и культурного единства народа.

Список литературы

1. Пайгунова, Ю. В. Национальные виды спорта как фактор развития гражданской идентичности: ценностно-нормативный подход / Ю. В. Пайгунова, А. В. Гут, Н. З. Аппакова-Шогина // Проблемы современного педагогического образования : сборник научных трудов. – Ялта, РИО ГПА, 2020. – Вып.68. – Ч.1. – С.340-343.

ШКОЛЬНЫЙ СПОРТИВНЫЙ КЛУБ: МНЕНИЕ УЧИТЕЛЕЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

*Калачева А.С., студент 91112 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.соц.н., доцент Хураמיшина А.З.*

Актуальность. В настоящее время растет значимость физической культуры и спорта, популяризируется здоровый образ жизни. Об этом свидетельствуют ежегодные отчеты Министерства спорта РФ [1], научные исследования [2]. Проблема сохранения и укрепления здоровья с раннего возраста играет довольно важную роль. К сожалению, в жизни современного общества наблюдаются негативные явления: распространение алкоголизма, наркомании, табакокурения, малоподвижный образ жизни, неправильное питание – все это не способствует укреплению здоровья учащихся. Поэтому очень важным аспектом в организации детского досуга стало создание школьных спортивных клубов (ШСК). Понимание важности вышеописанных вопросов на уровне государства привело к принятию нормативных правовых актов, регулирующих деятельность школьных спортивных клубов [3]. Организация и деятельность ШСК определяется также законами об образовании и о физической культуре и спорте [4, 5]. Качество и эффективность деятельности спортивных школьных клубов во многом зависит от отношения к ним непосредственных организаторов их деятельности – школьных учителей физической культуры. Это сделало актуальным выявление их мнения относительно ШСК.

Цель исследования: выявление мнения учителей физической культуры о школьных спортивных клубах.

Результаты исследования и их обсуждение. Школьный спортивный клуб является общественной организацией, созданной на добровольных началах по инициативе учащихся, учителей и родителей. Работа клуба строится в соответствии с уставом, принципами государственной системы физического воспитания при широкой инициативе общественности. Школьный спортивный клуб осуществляет свою работу на основе демократии, гласности, инициативы и самостоятельности своих членов, выборности руководящих органов и их отчетности перед коллективом. Основной целью школьного спортивного клуба является организация и совершенствование спортивно-массовой работы в школе, пропаганда здорового образа жизни, укрепление здоровья обучающихся, повышение их работоспособности, повышение спортивного мастерства членов клуба.

Эмпирическое исследование по выявлению мнения учителей физической культуры о школьных спортивных клубах проведено с 08.12.2020 по 10.12.2020 гг. с помощью метода социологического опроса. Анкетирование экспертов проводилось с использованием Google форм в сети интернет. Экспертами выступили учителя физической культуры. Количество опрошенных экспертов – 27 человек. Выборка осуществлялась стихийным способом. Структура выборочной совокупности представлена в Таблице 1.

По результатам анкетирования 96% учителей дали положительный ответ на вопрос: «Как вы относитесь к школьным спортивным клубам», лишь 4% из них затруднились ответить. Данные анкетирования можно наблюдать ниже: 77,8 % респондентов считают школьные спортивные клубы отличным способом привлечения детей вести здоровый образ жизни, 18,5% учителей считают, что это хороший способ обучения детей спорту, тем самым мы можем наблюдать положительное отношение учителей к ШСК (Рисунок 1).

Мы выяснили, что у 63% респондентов в школе имеются спортивные клубы, а у 37% респондентов их нет.

По результатам анкетирования были получены следующие результаты. На вопрос «Что мешает созданию школьных спортивных клубов» респонденты дают следующие ответы. Большую роль играют следующие факторы (Рисунок 2):

- плохая материальная база – так считает 81,5% опрошенных учителей

- недостаточное количество часов для занятий (51,9%)

Менее важные факторы:

- 37% респондентов отметили низкую зарплату;

-25,9% – приходится на недооценку роли физического воспитания учащихся.

Таблица 1 – Структура выборочной совокупности

Респонденты	Возраст	Стаж работы	Образование	Место работы
Эксперт №1	38	11 лет	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №29
Эксперт №2	42	13 лет	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №29
Эксперт №3	35	10 лет	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №29
Эксперт №4	47	19 лет	Высшее физкультурное	Лицей №4
Эксперт №5	31	4 года	Высшее физкультурное	Лицей №4
Эксперт №6	46	20 лет	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №9
Эксперт №7	29	5 лет	Среднее специальное (физкультурное)	МБОУСОШ №9
Эксперт №8	38	8 лет	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №5
Эксперт №9	32	4 года	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №5
Эксперт №10	40	9 лет	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №5
Эксперт №11	35	8 лет	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №6
Эксперт №12	35	6 лет	Среднее специальное (физкультурное)	Гимназия №2
Эксперт №13	31	4 года	Высшее физкультурное	Гимназия №2
Эксперт №14	30	3 года	Высшее физкультурное	Гимназия №2
Эксперт №15	30	3 года	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №16
Эксперт №16	32	4 года	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №16
Эксперт №17	44	9 лет	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №1
Эксперт №18	47	14 лет	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №1
Эксперт №19	33	5 лет	Среднее специальное (физкультурное)	Лицей №4
Эксперт №20	46	16 лет	Высшее физкультурное	Гимназия №2
Эксперт №21	44	13 лет	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №26
Эксперт №22	33	5 лет	Среднее специальное (физкультурное)	МБОУСОШ №26
Эксперт №23	49	16 лет	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №3
Эксперт №24	33	5 лет	Среднее специальное (физкультурное)	МБОУСОШ №3
Эксперт №25	40	12 лет	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №7
Эксперт №26	38	10 лет	Высшее физкультурное	МБОУСОШ №7
Эксперт №27	33	5 лет	Среднее специальное (физкультурное)	МБОУСОШ №7

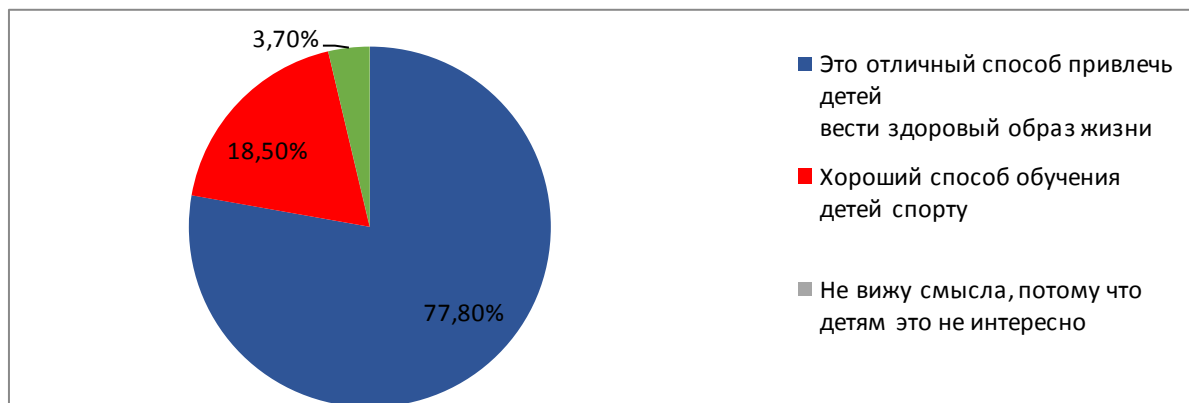


Рисунок 1 – Диаграмма ответов на вопрос «Как Вы относитесь к школьным спортивным клубам?»



Рисунок 2 – Диаграмма ответов на вопрос: «Какие основные факторы, по Вашему мнению, в настоящее время больше всего мешают созданию ШСК?»

Выводы. По результатам всех показателей, можно смело утверждать, что учителя физической культуры считают, что наличие школьных спортивных клубов очень важно для здоровья детей. Важно отметить, что неудовлетворительная материальная база и недостаточное количество часов для занятий мешают созданию школьных спортивных клубов, что оказывает негативное влияние. В настоящее время, главная цель школьных спортивных клубов – является внедрение физической культуры, спорта и здорового образа жизни в повседневную жизнь и быт школьника.

Список литературы

1. Министерство спорта Российской Федерации. – URL: <https://minsport.gov.ru/sport/physical-culture/statisticheskaya-inf/> (дата обращения: 24.02.2021).
2. Хурамшина, А. З. Занятия физической культурой и спортом в бюджете времени населения г. Казани / А. З. Хурамшина, И. Г. Хурамшин // Проблемы и перспективы физического воспитания, спортивной тренировки и адаптивной физической культуры : материалы Всероссийской с международным участием научно-практической конференции (21 февраля 2018). – Казань : Поволжская ГАФКСиТ Казань, 2018. – С. 622-625.
3. Письмо Минобрнауки РФ N МД-1077/19, Минспорттуризма РФ N НИ-02-07/4568 от 10.08.2011 «О методических рекомендациях по созданию и организации деятельности

школьных спортивных клубов» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/c513e9ad0fda1278d83dd2c04f2561c6264c2eff/.

4. Статья 19. Спортивные клубы Федерального закона «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 04.12.2007 N 329-ФЗ // «Консультант Плюс» – законодательство РФ: кодексы, законы, указы, постановления Правительства Российской Федерации, нормативные акты. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/c513e9ad0fda1278d83dd2c04f2561c6264c2eff/.

5. Статья 27. Структура образовательной организации, Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 17.02.2021) «Об образовании в Российской Федерации». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/168256bdc9538e86c8375f663d57802eac03dcf/

К ИСТОРИИ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР

*Калмыков М.Д., студент 20104 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.полит.н., доцент Шабалина Ю.В.*

Актуальность. Начало третьего тысячелетия ознаменовано бурным развитием наук, особенно гуманитарных. Меняются парадигмы, концепции, теории, модели и понятийные системы гуманитарных наук. Современная российская наука стремительно развивается. Президент Российской Федерации В.В. Путин объявил 2021 год Годом науки и технологий.

Меняется мир и меняются законы, но очевидным остается, что Россия – это великая спортивная держава. У нашей страны славное олимпийское прошлое и настоящее. Мы по праву гордимся, тем, что наш спорт воспитал выдающихся спортсменов – чемпионов Олимпийских игр. Также верим, что новое поколение спортсменов продолжит традиции и преумножит достижения России на олимпийских играх и в других международных состязаниях. Верим, что российских спортсменов будут представлять специально подготовленные юристы, специалисты высокого класса в области национальной и международной юриспруденции. Без этого России будет просто невозможно удержать завоеванные позиции в мировом спорте, сохранить статус великой спортивной державы [1].

Факты последних лет свидетельствуют: на международных спортивных соревнованиях российские спортсмены раз за разом проигрывают не на аренах, где происходят состязания, а в юридических дебатах.

Цель исследования – рассмотреть историю олимпийских игр и участие в них российских спортсменов.

Результаты исследования и их обсуждение. Физическая культура наряду с материальными и духовными видами культуры представляет исключительно разностороннее явление, которое всегда занимало важное место в жизни людей. Пожалуй, именно физическая культура и спорт являются самым первым видом культуры личности и общества, представляя собой базовый, фундаментальный слой, интегрирующее звено общей культуры. Подтверждением справедливости такого умозаключения служат факты, свидетельствующие о том, что различные ее элементы играли важную роль на всех этапах зарождения и развития человечества начиная с самых древних времен [2].

В истории возникновения Олимпийских игр древности немало неясностей, а порой просто легенд и мифов. Да и сроки их проведения еще вызывают споры ученых. Но бесспорно, что родиной Олимпийских игр является Древняя Греция, а именно считавшееся греками-язычниками священным место Олимпия, расположенное в западной части Пелопоннесского полуострова. Здесь у подножья горы Кронос, в долине реки Алфей, до сих пор зажигают олимпийский огонь современных игр. Отсюда начинается факельная эстафета.

Соревнования в Олимпии были самыми популярными и самыми известными. А зачем проводились все эти – кстати, довольно многочисленные – соревнования? Древние люди, впрочем, как, увы, и современные, часто воевали. А потому рядовые воины просто обязаны были становиться мастерами борьбы, кулачного боя, должны были отлично метать копье и на всякий случай быстро бегать. Но греки понимали и другое: игры помогают им не только хорошо воевать, но и хорошо... дружить – регулярно встречаться, разговаривать, осуществлять культурный обмен. Олимпийские игры способствовали разрушению образа врага. А ведь это, пожалуй, важнее всего в деле общения народов друг с другом.

Первые достоверно известные Олимпийские игры состоялись в 776 году до новой эры по общепринятой сегодня хронологии – то есть летоисчислению.

Кто же имел право участвовать в олимпийских играх? Отбор был довольно суров. Олимпийцами могли стать только греки по происхождению, причем только свободные люди и только мужчины. Выступать на Играх считалось большой честью. В преддверии этого великолепного праздника прекращались все распри и войны. Каждый атлет должен был

десять месяцев готовиться дома и еще месяц тренироваться в Олимпии. За будущими олимпийцами внимательно и строго наблюдали элладники – судьи и распорядители Игр.

В программу древних Игр входило самое популярное состязание – пентатлон. В него входили бег, прыжки в длину, метание копья и диска, борьба, кулачный бой, верховая езда, гонки на колесницах.

В начале все соревнования Олимпийских игр укладывались в один день. В храмах перед открытием Игр все участники давали клятву. «Я честно и упорно готовился, и буду честно соревноваться со своими соперниками!» Эта клятва и была своего рода правовым урегулированием данных соревнований.

Победители, олимпионики, награждались оливковой ветвью или лавровым венком. Их ждала бессмертная слава не только в своем городе, но и во всем греческом мире. Миновали средние века. Пришла эпоха Возрождения. По-настоящему древними играми заинтересовались, лишь когда начались раскопки Олимпии. А к тому времени уже проводились тысячи соревнований по многим видам спорта. Олимпийские игры просто должны были состояться. Нужен был человек, который положил бы на это жизнь. Такой человек нашелся. Его звали Пьер де Кубертен. Его вдохновенные мысли легли в основу олимпийской философии, которая по его предложению, высказанному 1912 году, именуется олимпизмом. Вот одна из важнейших идей олимпизма: спорт, культура, наука, искусство должны соединиться в прочный и прекрасный сплав, который и будет называться олимпийским движением. Двадцать девять лет он был бессменным президентом МОК. Он стал автором важнейшего документа – Олимпийской хартии. Игры открылись 6 апреля 1896 г. собрались 241 спортсмен из 14 стран. Среди этих стран не было нашей страны. Рука об руку с человечеством развивалось и крепло великое интеллектуальное открытие людей – олимпийское движение [3].

Физическое воспитание всегда было одним из средств подготовки человека к трудовой деятельности и приспособления к социальной среде. Игровое воспроизведение охоты, трудовых процессов в древних ритуальных состязаниях – один из способов совершенствования трудовых навыков и физического воспитания молодежи на начальных стадиях развития человеческого общества.

Со временем люди перешли от простого копирования физических нагрузок и технических приемов трудовых процессов в простейших играх к более широкой тематике игр с определенными правилами и к созданию искусственных спортивно-игровых снарядов – элементов современной физической культуры и спорта.

Характерно, что в современных видах спорта отчетливо прослеживаются элементы, присущие основным формам физической активности человека в древности. Виды деятельности, связанные с охотой и боевыми действиями, нашли отражение в таких видах спорта, как стрельба из лука, метание диска, копья, борьба; активность, связанная с передвижением и преодолением препятствий, отразилась в конном, лыжном и конькобежном спорте, беге, прыжках, плавании. За современными гимнастикой, акробатикой, играми, тяжелой атлетикой просматриваются древние трудовые процессы, посвящения, обряды и ритуалы.

Хотя там, где не было Олимпийских игр, все равно человечество развивалось физически разными способами. Вот, например, олицетворением гармонично развитой личности в Древней Руси являлся образ былинного богатыря. Каждому периоду исторического развития соответствовал и свой образ героя-богатыря. Старинные русские былины и сказки показывают идеальный образ богатыря-воина – Ивана крестьянского сына, Никиты Кожемяки, Ильи Муромца, Добрыни Никитича, Алеши Поповича и др. Богатырь предстает перед нами не только как физически непобедимая личность, но и как человек, в совершенстве владеющий трудовыми навыками, обладающий умственным превосходством над своими врагами.

Наши предки в свободное от работы время устраивали игрища между селами, на которые сходились почти все люди от мала до велика. Во время игрищ проводились состязания в различных прыжках, борьбе, рукопашном бое, «медвежьей борьбе», играх с

бегом, стрельбе из лука, конных скачках и др. Массовой народной формой физического воспитания на Руси были кулачные бои.

К концу XIX – началу XX в. в России зарождаются и начинают свое развитие многие современные виды спорта, по которым проводятся национальные первенства, создаются всероссийские спортивные организации, Россия начинает активно участвовать в работе международных спортивных объединений.

В 1908 г. впервые русские легкоатлеты выходят на международную арену. Российские спортсмены Г. Линд и А. Петровский принимают участие в Олимпийских играх в Лондоне, но неудачно. До революции 1917 г. легкоатлеты России еще раз участвовали в Олимпийских играх – в 1912 г. в Стокгольме, но вновь успеха не имели. Эти неудачи объясняются элементарным невниманием к развитию спорта в России, неудовлетворительными комплектованием и подготовкой олимпийской команды.

В начале XX в. физическое воспитание и спорт в России развиваются в основном благодаря общественным физкультурно-спортивным организациям. Между тем в 1911 и 1913 гг. создаются два крупных органа управления, основная цель которых – регулирование отношений, связанных с физическим воспитанием и спортом. Первый из них – Российский олимпийский комитет – был образован в связи с началом участия России в Международном олимпийском движении, а создание второго – Канцелярии главного наблюдающего за физическим развитием народонаселения Российской империи – было обусловлено плохой физической подготовкой молодежи. Создание Российского олимпийского комитета явилось знаковой вехой в истории развития физической культуры и спорта. В 1894 г. в состав Международного олимпийского комитета (МОК) впервые вошел представитель России – генерал А.Д. Бутовский.

С 1920 по 1948 год шесть раз прошли Олимпийские игры без нашего участия. В нашей стране – она стала называться не Российской империя, а Советская Россия, а потом Союз Советских Социалистических Республик – «забыли» об Олимпийских играх почти на сорок лет.

Но уже в первые послевоенные годы в нашем спорте начались серьезные преобразования. Рос интерес к спорту у молодежи, начиналась интенсивная подготовка тренеров, развивалась спортивная наука, ведущие спортсмены стали получать государственную поддержку. И все это вместе взятое сразу же привело к успехам на чемпионатах мира и Европы. В 1952 г. на Играх XV Олимпиады состоялся дебют советских спортсменов. И без лишней скромности заметим: многие имена наших мастеров были вписаны в историю Игр золотыми буквами!

Именно высокий уровень правосознания является основным методом разрешения многих спортивных противоречий и споров, при этом важно именно добровольное зарождение у спортсменов правосознания, при котором правомерное поведение есть результат внутренней уверенности в необходимости соблюдения правовых норм в области спорта и физической культуры. Мы можем прийти в тупик, до бесконечности ужесточая санкции за нарушения правовой сферы, поэтому снижение угрозы массового нарушения норм в спорте должно достигаться другими средствами.

Выводы. По моему мнению, в России пока еще не очень высокоэффективная нормативная база для разрешения спортивных споров и разногласий, что не соответствует современному уровню развития российского государства и общества. Также можно уверенно заявить, что решение многих спортивных проблем требует деятельности по интенсивному развитию физкультурной и спортивной области путем взаимного сотрудничества федерального центра и периферии, что смогло бы полностью лишить сферу спортивного права внутренних и внешних разногласий. Соответственно, в спортивную сферу необходимо внести меры по повышению уровня правосознания и правовой культуры, в первую очередь это должно коснуться лиц, чья деятельность непосредственно связана с российским и мировым спортом.

Список литературы

1. Международное спортивное право: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям 030500 «Юриспруденция» и 032101 «Физическая культура и спорт» / С.В. Алексеев ; под ред. П.В. Крашенинникова. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2008. – 895 с.
2. Спортивное право России: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Юриспруденция» и «Физическая культура и спорт» / С. В. Алексеев ; под ред. П.В. Крашенинникова. 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2012. – 1055 с.
3. Твой олимпийский учебник: учеб. пособие для олимпийского образования / В.С. Родиченко и др.: Олимпийский комитет России. – 25-е изд., перераб. и дополн. – Москва : Советский спорт, 2014. – 224 с.

ПРОБЛЕМА «СПОСОБНОСТИ СУЖДЕНИЯ» СУДЕЙ В ТЕХНИКО-ЭСТЕТИЧЕСКИХ ВИДАХ СПОРТА

*Кияшева Д.Д., студент 20102М гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
научный руководитель – доцент, к.ф.н. Нигоматуллина Р.М.*

Актуальность. Данная статья посвящена специфике судейства в фигурном катании, суждения и оценки которого неизбежно отличаются субъективностью, так как данный вид спорта является творческим, схожим с искусством.

Судейство в спорте – это один из обязательных элементов соревнования, и практически в каждом виде спорта тренеры или сами спортсмены подают апелляции в сторону судейства. Особенно остро эта проблема касается технико-эстетических видов спорта, где судьи оценивают артистизм. Субъективность судей можно рассмотреть в двух значениях: как манипуляции, преследующие корыстный интерес и как субъективность суждения о прекрасном, неизбежная для технико-эстетических видов спорта.

Цель исследования. В данном случае наша цель заключается в выявлении противоречия между субъективностью эстетического вкуса и необходимостью объективного судейства эстетической стороны фигурного катания (артистизма).

Результаты исследования и их обсуждение. Судьи во всех видах спорта стремятся к объективной, беспристрастной оценке результатов спортсменов, и для этого, прежде всего, повсеместно внедряются все более сложные технические элементы, которые дают основание для объективных выводов. Фигурное катание не стало исключением, но проблема в том, что от спортсмена требуется не только техника исполнения, но и артистизм, создание художественного образа на льду. Зрители любят фигурное катание, в том числе и за эстетическое впечатление, которое оно производит. Но впечатление субъективно, однако изменения, которые вносятся в судейскую систему и в программы соревнований фигуристов предполагают, что артистизм будет оцениваться по отдельной программе выступления [5]. Таким образом, получается, что потребность в объективном суждении о красоте и эстетической стороне исполнения спортивной программы еще больше возрастает.

Перед судьей стоит сложная задача, так как строгих критериев оценивания нет. Артистизм, например, в фигурном катании складывается из трех компонентов:

Представление – физическая, эмоциональная и интеллектуальная вовлеченность фигуриста в то, как он передает содержание музыки и композиции программы.

Композиция – специальное создание или оригинальная аранжировка всех типов движений в соответствии с принципами музыкальных фраз, пространства, рисунка и структуры.

Интерпретация – индивидуальная, творческая и оригинальная интерпретация ритма, характера и содержания музыки средствами фигурного катания.

Так может ли судья объективно оценивать спортсменов технико-эстетических видов спорта? Объективность в первоначальном виде означает такое содержание человеческих знаний, которое не зависит от воли и желаний субъекта. Истина не конструируется по воле и желанию людей, а определяется содержанием отражаемого объекта, что и обуславливает ее объективность. Субъективность же истины заключается в ее зависимости от сознания субъекта познания.

Один из факторов, который влияет на ситуацию противоречивого отношения объективной и субъективной способности эстетического суждения – это собственный эстетический вкус, на который опирается судья при вынесении решения.

Философы говорили об эстетическом вкусе с давних времен, когда отдельного термина еще не существовало. Мыслители использовали понятие вкуса как умение человека различать красивое и некрасивое, истинно прекрасное и уродливое.

Позицию субъективистов защищал Дэвид Юм (английский мыслитель XVIII в.), в своей статье «О норме вкуса» он писал, что красота не есть объективно присущее вещам качество, она существует в глазах смотрящего [4]. То есть собственно вещи индифферентны, нейтральны, прекрасными или уродливыми их делает восприятие человека. С другой стороны, И.Г. Гердер (немецкий философ XVIII в.) говорил, что эстетический вкус – врожденное свойство каждого человека, но его проявление зависит от окружения, места проживания, культуры, образа жизни, от этого различия во вкусах [1]. Он подчеркивал, что эстетический вкус имеет общую, универсальную основу. Этот совершенный вкус позволяет духовно развитым людям чувствовать красоту в принципе, вне зависимости от ее частного воплощения.

По И. Канту, эстетическая способность суждения относится не к самому предмету, а к нашему восприятию его, (носит субъективный характер). «Суждения вкуса должны иметь в своей основе субъективный, но всеобщий принцип, который через чувство общезначимо определяет, что нравится, а что не нравится» [2].

Кант говорил, что суждение о красоте, к которому примешивается малейший интерес, пристрастно и не является чистым суждением вкуса. Для того чтобы выступать судьей в вопросах вкуса, надо быть совершенно незаинтересованным в существовании вещи, о которой идет речь, и испытывать к этому полное безразличие. Интерес вредит суждению вкуса и лишает его беспристрастности.

Наше мировоззрение, система ценностей, убеждения не могут пропустить что-то в первичном (истинном) виде. Каждый человек не может быть совершенно объективным. Если мы находимся в сознании, то анализ любого события тесно связан с личным отношением и прошлым опытом. Отсюда и пошло выражение «Истина субъективна». Следовательно, оценивание в технико-эстетических видах спорта – субъективно.

Хотя с другой стороны у каждой судьи разный опыт, вкус, уровень насмотренности. Иногда судьи при выставлении баллов за компоненты руководствуются титулами спортсмена, принадлежностью к школе, федерации, сложностью контента, что для них самих является объективными факторами, опорой в оценивании спортсмена.

Выводы. Таким образом, эстетическое суждение противоречиво. Но имея ввиду положение Канта о том, что суждение о красоте должно быть бескорыстным и беспристрастным, можем сделать вывод, что судья, оценивающий артистизм в фигурном катании должен быть совершенно незаинтересованным в выигрыше этого спортсмена, испытывать безразличие, т.е. состояние холодности, бесстрастности.

Список литературы

1. Гердер, И. Г. Избранные сочинения ; под ред. В.М. Жирмунского / И. Г. Гердер. – Москва; Ленинград : Худож. лит., 1959. – 392 с.
2. Кант, И. Сочинения / Иммануил Кант. – Москва : Мультимедийное издательство Стрельбицкого, 2013. – 392 с.
3. Философский словарь ; под ред. И. Т. Фролова. – 4-е изд. – Москва : Политиздат, 1981. – 445 с.
4. Юм, Д. Сочинения в 2 томах (комплект) / Давид Юм. – Москва : Мысль, 2017. – 662 с.
5. Эволюция судейства в фигурном катании / Н. Ф. Сингина // Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта. – 2019. – №5 (171). – С. 299-305. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-sudeystva-v-figurnom-katanii/viewer> (дата обращения: 09.03.2021). – Режим доступа: Научная электронная библиотека «КиберЛенинка».

УРОВЕНЬ ЗНАНИЙ СОВРЕМЕННОКОВ О ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ: ОПРОС НАСЕЛЕНИЯ

*Луконина А.С., студент 91112 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – Хураמיшина А.З.*

Актуальность. На данный момент сфера физической культуры и спорта интенсивно развивается. Открываются новые спортивные школы, новые фитнес клубы и другие спортивные организации, возрастает число людей, занимающихся спортом и физической культурой, проводятся различные мероприятия и реализуются проекты. Ежегодно, по данным Министерства спорта РФ, все эти показатели повышаются [1,2]. Спорт в современной жизни продолжает набирать популярность у людей от детского возраста до пожилого [3]. Соответственно, становится актуальным понимание того, насколько население России информировано о физической культуре и спорте, каков уровень их теоретических знаний в этой сфере.

Цель исследования: выявить уровень знаний современников о физической культуре.

Результаты исследований и их обсуждение. Опрос проводился в виде социологического анкетирования с использованием Google форм в среде интернет среди представителей разных возрастов (Рисунок 1), пола и различных регионов проживания. В опросе приняли участие 95 человек, преимущественно женщины (61%).

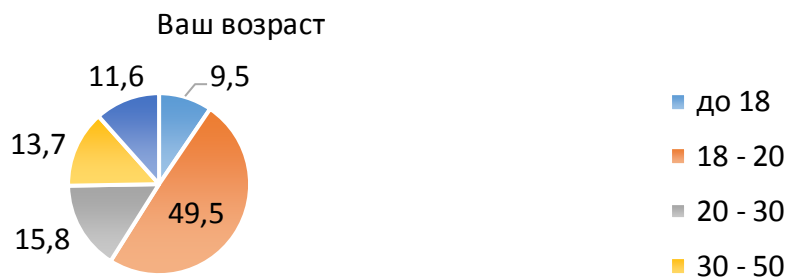


Рисунок 1 – Результаты ответов на вопрос о возрасте опрошиваемых

Так как теоретические знания системно формируются в ходе образовательной деятельности, мы задали вопросы об уровне информированности о физической культуре студентов. Большинство людей уверены, что количество получаемой информации зависит от того, в каком заведении учатся студенты: так ответили 67% опрошиваемых. 8% респондентов считают, что информации предоставляется слишком мало и чуть меньше четверти выбрали ответ, что в любом вузе знаний о физической культуре дают достаточно (Рисунок 2). В целом можно сделать вывод, что, по мнению респондентов, высшие учебные заведения формируют необходимые знания о физической культуре, в том числе на факультетах или в вузах, не имеющих отношения к спорту.

Узнав о том, сколько информации в данной области получают студенты, мы задались очередным вопросом: а достаточно ли знаний получают дети о значении физической культуры в жизни человека на уроках? К сожалению, 77% респондентов ответили, что знаний предоставляется недостаточно. Из них 27% ответили, что хотелось бы больше информации, 35% считают, что многим детям ничего не объясняют о значении, они просто делают упражнения, и 15 % ответили, что информации предоставляется мало. Таким образом, можно сделать вывод, что большая часть людей считает, что информации детям идет очень мало, их призывают делать некие упражнения, но не объясняют теоретических основ физической культуры. Это достаточно

большой минус в развитии физической культуры населения, ведь к спорту нужно призывать с детства и формировать необходимые знания в этой области необходимо как можно раньше.

Достаточно ли информации информации получают студенты о влиянии физической культуры на жизнь человека?



Рисунок 2 – Результаты ответа на вопрос об информированности студентов о физической культуре

Так же опрашиваемым предложен вопрос, касающийся оценки своего уровня теоретических знаний в области физической культуры. И результаты ответа на данный вопрос не могут не радовать: 78% всех участников оценили свои знания в данной области выше среднего, а 33% оценили свои знания на высоком уровне (8-10 баллов). То есть население высоко оценивает свои знания в области физической культуры.

Так как получить дополнительный источник знаний и мотивации можно непосредственно на мероприятиях, посвященных здоровому образу жизни, стало интересно узнать у людей, посещают ли они их и как часто. К данным мероприятиям можно отнести Кросс нации, Лыжню России, турниры по различным видам спортивной деятельности и т.д. Исходя из результатов, указанных на диаграмме рисунка 3, можно сделать вывод, что более 30% людей стараются посещать данные мероприятия. Примерно столько же респондентов делают это достаточно редко, а вот все остальные (38%) либо не посещают их вообще, либо делают нехотя, по обязательству. В целом же результаты удовлетворительны.

Посещаете ли вы мероприятия, посвященные здоровому образу жизни (забеги, различные турниры и т.д.?)

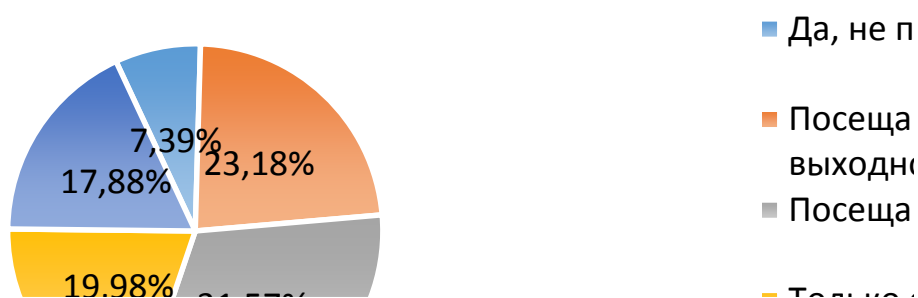


Рисунок 3 – Результаты ответа на вопрос о посещении мероприятий, посвященных здоровому образу жизни

Но не только посещение спортивных мероприятий может повысить знания в этой сфере. Этому способствуют еще и просмотр некоторых спортивных новостей, передач, и прочтение конкретной литературы, относящейся к физической культуре. Исходя из результатов опроса, любителей посмотреть новости о физической культуре несколько больше, чем любителей читать. 67% опрашиваемых отметили, что следят за новостями, из них 44% делают это редко, но все же интересуются. А вот с книгами и статьями дело обстоит несколько хуже. 54% не интересуются книгами на спортивную тематику. Следовательно, в среднем чуть больше половины участников опроса пытаются получить информацию из таких источников, как книги, телевидение, интернет статьи и т.д. Но другая часть в этом не

заинтересована, а не получая достаточного количества теоретической информации из достоверных источников не получится разобраться в данной сфере достаточно хорошо. К сожалению, еще только чуть более 50% (53%) заинтересованы в вопросах влияния физической культуры на качество здоровья населения. То есть практически половина людей относится к этому равнодушно.

Важно было узнать, сколько времени опрошенные готовы потратить на изучение материалов о физической культуре, и готовы ли они развиваться в данной деятельности. Как мы видим на диаграмме рисунка 4, ответы достаточно разнообразные. Основная часть опрашиваемых отметила, что готова тратить на изучение материалов не более 2 часов в неделю (41%), 19% готовы уделить этому примерно 5 часов в неделю и столько же готовы заниматься этим ежедневно. Что является достаточно хорошим результатом. Что же касается желаний людей дальше развиваться в данной области, то чуть больше половины ответили, что хотят пройти дополнительные курсы, примерно 9% уже их закончили. Это говорит о том, что 60% хотят развиваться дальше.



Рисунок 4 – Результаты ответов на вопрос о готовности потратить время на изучение материалов по ФКиС

Выводы. По данным опроса можно сделать вывод, что уровень знания населения в области физической культуры и спорта выше среднего. Исходя из того, что в опросе принимали участие люди разных возрастов и профессий, не имеющих отношения к спорту, можно сказать, что результаты являются достаточно обнадеживающими. Большая часть респондентов все-таки уделяет время на прочтение статей, посещение спортивных мероприятий и различных спортивных залов. В высших учебных заведениях любого направления людей знакомят с теорией физической культуры и дают основную необходимую информацию. Что же касается времени, уделяемого на развитие в данной области, то многие из опрашиваемых уделяют в неделю по несколько часов, следовательно, область физической культуры является интересной для большего числа участников. Более половины не желают останавливаться на достигнутом и готовы пройти дополнительные курсы для повышения знания в этой области. К сожалению, несмотря на это, чуть меньше половины опрашиваемых отметили, что их не интересует влияние физической культуры на качество здоровья.

Список литературы

1. Министерство спорта Российской Федерации. – URL: <https://minsport.gov.ru/sport/physical-culture/statisticheskaya-inf> (дата обращения: 24.02.2021).
2. Хурамшина, А. З. Динамика представленности занятий физической культурой и спортом в бюджете времени населения г. Казани в 2018-2019 гг./ А. З. Хурамшина, И. Г. Хурамшин // Олимпийское движение, физическая культура и спорт в современном обществе: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 14-15 ноября 2019 г. / Моск. гос. акад. физ. культуры ; ред.-сост. Ю. А. Фомин. – Малаховка, 2019. – С.393-397.
3. Федеральный проект «Спорт – норма жизни». – URL: https://www.sportacadem.ru/home/federalnyj_proekt_sport_norma_zhizni (дата обращения: 25.02.2021).

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ СПОРТА НА ЧУКОТКЕ

Мальцева А.Р., гр. 20109

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – доцент, к.и.н. Салимов А.М.*

Актуальность. Проблема развития спорта и физической культуры значима во всем мире, но наиболее актуальна, сложна и интересна, в районах Крайнего Севера. Поэтому я хочу раскрыть эту тему на примере развития спорта на Чукотке.

Чукотский автономный округ, называемый также крайний север, – является субъектом Российской Федерации, расположенным в Дальневосточном федеральном округе. Этот субъект считается малоразвитым и отстающим. Первый руководитель Чаунского райкома Науп Пугачев писал о Чукотке (1933г.): «Мрачные морские берега, вековые льды, мороз, пурга, хилые кочевые яранги, каменный молоток, примитивный лук и стрелы, шаманство, патриархальщина». Условия для жизни, конечно, экстремальные, но даже в такой местности люди научились жить, растить детей, строить, выращивать скот и заниматься спортом.

Цель исследования. Изучить основные особенности развития спорта на Чукотке. В большей степени мы будем рассматривать центр края – город Анадырь, с населением, на данный момент, 15.819 человек.

Результаты изучения. До открытия Чукотки на этой территории проживали только чукчи, эвены, эскимосы. Условия их жизни были тяжелее, чем сейчас. Они жили в ярангах посреди тундры. Их физическая культура, как и у древних славян, носила больше прикладной характер: охота, скотоводство, рыболовство. Чукчи были маленького роста, но у мужчин и у женщин было крупное, крепкое телосложение, это естественно, так как в тундре выживать было не просто. Они очень много двигались, а иногда вступали в схватки с медведями или волками.

Также у северных народов была своя культура: это были различные игры, соревнования, танцы, песни, которые передавались из поколения в поколение и в будущем превратились в национальные виды спорта, которые продолжают развиваться и по сей день. Позже мы их рассмотрим.

3 августа 1889 года выполняя указ правителя правительства Российской империи об образовании на самой северо-восточной территории государства Анадырского округа, русский военный врач и полярный исследователь Лев Францевич Гриневецкий заложил в устье реки Казачка пост Нова-Мариинск. С него и начал развиваться город Анадырь, но его строительство шло очень медленно.

25 октября 1917г. в России произошла революция. Это событие почти не затронуло Чукотку. Пока революционная волна докатывалась до Северо-Востока, уже успела утихнуть. Итак, на Чукотке не было революционных организаций, поэтому она спокойно переходила от первобытного строя к классовому.

В 30-х годах создают Чукотский национальный округ, включающий в себя 6 регионов. Идет развитие хозяйства (рыбная и угольная промышленность) и культурно-бытовое освоение территории. Создаются культурные базы, которые ведут разъяснительную работу и антирелигиозную пропаганду, борьбу с шаманством.

После Великой Отечественной войны и до распада СССР очень быстро растет город Анадырь и население за счет эмигрантов. Профессионального спорта в это время еще нет, физическая культура носит все еще прикладной характер, но появляются школы и детские сады, где у детей развивают физические навыки. Приезжают бывшие спортсмены из других регионов и организуют небольшие клубы (в основном это были игровые виды спорта). В 70-х годах в Анадыре построили первую детско-юношескую спортивную школу, одновременно с этим идет строительство катков в других районах края.

В 1980 году Чукотский округ получил автономию.

26 декабря 1991 года Совет Республик Верховного совета СССР принял декларацию о прекращении существования СССР. Всей стране было тяжело в это время, в том числе и Чукотке. Но спустя время спорт продолжил свое развитие.

В 1995 году в Анадыре построили Ледовый дворец.

В 1996 году национальные виды спорта стали входить в программу соревнований на Кубок Губернатора Чукотского автономного округа и проводились каждый год:

Проводятся такие спортивные мероприятия, как гонка на собачьих упряжках «Надежда», регата на чукотско-эскимосских байдарках «Берингия», гонки на оленьих упряжках «Ръилет», Кубок Губернатора по северному многоборью и национальной борьбе.

А также проводятся национальные состязания в рамках спортивных и культурных мероприятий:

- игра в чукотско-эскимосский мяч,
- метание чаата на «вертушку»,
- метание гарпуна в цель,
- бег на голицах (снегоступах),
- перетягивание палки по-эскимосски и др.

С наступлением 2000-х годов на Чукотку приезжает Роман Аркадьевич Абрамович, который стал 2-м губернатором ЧАО, именно про него говорят: «Поднял Чукотку». В это время происходит пик расцвета города Анадырь и других регионов, в том числе и расцветает спорт.

1. В Анадырской ДЮСШ появляются такие виды спорта как: хоккей, северное многоборье, тяжелая атлетика, греко-римская борьба, дзюдо, спортивная аэробика, развивается баскетбол, волейбол и мини-футбол.

2. В городах Певек и Билибино появляются детско-юношеские спортивные школы.

3. Как итог работы нового губернатора, в Чукотском АО на 2013 год спортом и физической культурой занималось 10.763 человека.

Про спорт на Чукотке начинают говорить не как про хобби, а как про образ жизни.

В 2014 году, как мы знаем, в Сочи состоялись зимние Олимпийские игры. 12 ноября олимпийский огонь побывал на главных улицах столицы Чукотского АО. Эстафета взяла свой старт от площади возле Дома народного творчества и в завершение прибыл в Ледовый дворец, где и произошло торжественное зажжение чаши олимпийского огня. Почетное право зажечь ее было предоставлено губернатору Роману Копину и капитану сборной Чукотки по гребле на байдарках Максиму Тыненеуту.

Впервые за всю историю олимпийского движения огонь Игр прибыл на Чукотку, сделав жителей округа участниками события мирового масштаба. К этому времени в округе уже есть свои чемпионы. Правда, пока не по олимпийским видам спорта, а по национальным. Роман Копин верил, что рано или поздно житель Чукотки взойдет на олимпийский пьедестал.

В 2015 в Анадыре состоялось первое ледовое шоу, приуроченное к 10-летию Ледового дворца. Проект объединил людей различных профессий и возрастов. Подготовка к мероприятию длилась два месяца. Руководство досугового комплекса предоставило участникам лед для занятий. На лед вышли 12 пар. Победители получили главный приз – 50 тысяч рублей. Кроме того, всех конкурсантов наградили ценными подарками. Это мероприятие не было профессиональным, но благодаря ему в городе появились любители фигурного катания.

В 2016 году в знаменитом лагере «Орленок» проходили Президентские игры, которые собрали детей и молодежь со всех уголков нашей страны, в их числе была и Чукотка. Эти игры включали большое количество различных видов спорта: шашки, стритбол, настольный теннис, плавание и тэг-регби. Команду ЧАО представляли 10 юношей и 10 девочек до 14 лет. Призовых мест команда не заняла, но посмотрела на ребят из других регионов, на то как они готовятся и тренируются. Для северных ребят это был первый и бесценный опыт. С тех пор каждый год команда ЧАО выступала на подобных мероприятиях.

В этом же году в Анадыре открылся бассейн, с первых дней в плавательную секцию «Юниор» попало около 300 человек. На следующий год состоялось первое Первенство города, в котором были выявлены первые чемпионы.

В Анадырь все больше стали приезжать спортсмены из разных городов, которые начинали здесь свою тренерскую деятельность, а также действующие спортсмены, например, такие как:

1. Мария Андреевна Уракова – российская боксерша. Чемпионка Европы 2018 года. Двукратная чемпионка России. Член сборной России по боксу. В 2017 году она побывала на Чукотке и провела мастер классы среди секций по боксу.

2. Максим Андреевич Шабалин – российский фигурист (танцы на льду), бронзовый призер Олимпийских игр, чемпион мира, двукратный чемпион Европы, победитель серии Гран-При. Приехал на Чукотку в 2021 году накануне фестиваля «Золотой ворон», провел мастер класс в Ледовом дворце

Помимо таких масштабных мероприятий, каждый год по всей Чукотке проходят Кубки мэра, Кубки Губернатора, Спартакиады по баскетболу, волейболу и мини-футболу. Проводят и всероссийские мероприятия, такие как «Лыжня России», «Оранжевый мяч», «Кросс наций».

В 2019 году чукотские баскетболисты стали принимать участие в чемпионате ШБЛ «КЭС БАСКЕТ» среди дальневосточных регионов. А футболисты уже второй год подряд участвуют в Общероссийском проекте «Мини-футбол в школу»

Финансирование всех этих мероприятий и выездов в другие регионы, осуществляется, как правило, спортсменами за свой счет. Чукотка занимает второе место в России по уровню зарплат, поэтому многие могут себе это позволить, либо они пользуются грантами. Например, в 2019 году правительство Чукотского автономного округа утвердило порядок предоставления грантов некоммерческим организациям на реализацию мероприятий в сфере физической культуры и спорта в Чукотском автономном округе; контроль за исполнением настоящего постановления возложило на Департамент культуры, спорта и туризма Чукотского автономного округа; общий размер гранта составил 1 500 000 рублей.

Чтобы все честно распределить, определяют лучшие проекты по всей Чукотке и выделяют им определенную сумму. Что касается спорта, то на соревнования «на материк» может выехать только лучший спортсмен или лучшая команда, победитель краевых соревнований. Так самый большой грант в размере 500 тысяч рублей получила Региональная общественная организация «Ассоциация коренных малочисленных народов Чукотки» на реализацию проекта «Мы за здоровый образ жизни! Сельский спорт»; еще 300 тысяч рублей выиграла Чукотская окружная спортивная общественная организация «Федерация бокса». Средства были выделены на приобретение и доставку боксерского ринга, проведение учебно-тренировочных сборов и поощрение спортсменов; еще одним победителем по итогам конкурса стала Чукотская региональная детско-молодежная спортивная общественная организация «Бей-Беги», 250 тысяч рублей пойдут на реализацию проекта «Организация и проведение соревнований по мини-футболу».

За последние 20 лет население Чукотки, упало на 20 тысяч человек, и на сегодняшний день здесь проживает 49,527; 71,1% от этого числа составляют городские жители, а 28,9 – сельские. По последним данным (на 2013 год) на территории региона систематически занимаются физической культурой и спортом почти 13 тысяч человек, из которых более 8,6 тысяч составляют дети и подростки. На базе детско-юношеских спортивных школ (их всего 3) функционируют 26 секций, более 430 кружков организовано в образовательных учреждениях Чукотки. Такое маленькое количество спортивных школ обусловлено тем, что в них пока нет нужды, то есть люди занимаются спортом на площадках на улице или в спортивных залах школ, которых насчитывается 29, а также 13 центров образования.

До сих пор на начальной стадии развития находится плавание, дальше Первенства города чукотские пловцы не выходили. Появились такие виды спорта как: бадминтон и лыжный спорт. Каждый год приезжают молодые бывшие спортсмены, чтобы начать здесь

свою тренерскую карьеру и реализовать идеи. Также в Анадыре планируют построить новую спортивную школу, план находится на стадии разработки.

Выводы. В заключении хочу сказать, что спорт на Чукотке можно и нужно развивать. Сейчас есть все необходимое, нужны только талантливые и перспективные новаторы, которые возьмут на себя смелость реализовать задуманные идеи.

Список литературы

1. Архивы из музейного центра «Наследие Чукотки». – URL: <https://www.chukotka-museum.ru/>.
2. Материалы из научного проекта «Я и мое отечество». – URL: <http://pedrazvitie.ru/servisy/publik/publ?id=21546>.

ЦЕННОСТНЫЙ ПОДХОД К ПЛАВАНИЮ

*Михайлов П.Н., студент 91110 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.и.н., доцент Аппакова-Шогина Н.З.*

Актуальность. Спорт развивает не только физические качества человека, но оказывает большое влияние и на ценностный мир спортсмена. Аксиологический потенциал спортсмена является столь же значимым условием спортивных успехов, как и физическая подготовка. Данный аспект личности спортсмена изучают гуманитарные науки, в том числе философия. Однако работ, посвященных аксиологии спорта не так уж и много, что обуславливает актуальность данной работы.

Цель исследования. Целью работы является изучение аксиологического потенциала спорта в целом и плавания – в частности.

Результаты исследования и их обсуждение. Спорт является важным объектом философского интереса с самого зарождения философии. Древнегреческие философы и в целом древнегреческое сообщество уделяло огромное внимание телесному совершенству человека, определяя его как обязательную составляющую греческого идеала калокагатии. Любое направление философии может найти значимый объект исследования в сфере спорта. Например, проблемы онтологической природы спорта (спорт как особая форма бытия современного человека). Гносеологическая проблематика дает перспективы расширения методологической базы научного исследования спорта. Й. Хейзинга, написавший в 1938 году книгу «Человек играющий», заложил начало философско-антропологических исследований «человека спортивного». В социальной философии и социологии XX века тема спорта актуализировалась и приобрела политические, экономические, социально-психологические аспекты: институционализация, политизация, коммерциализация спорта являются важными точками современного философского анализа. Социальная футурология также поднимает вопрос о перспективах спорта в обществе будущего: возможно, виртуализация социального бытия и спорта превратит его в виртуальный? И будет ли виртуальный спорт будущего спортом, выполняющим принципиально важные функции современного «традиционного» спорта?

Наконец, аксиология спорта. В спорте, ориентированном на физическое совершенствование человека, порой пренебрежительно относятся к духовным аспектам развития спортсмена. Точнее, ценностное, духовное развитие спортсмена воспринимается как вспомогательное «средство» (а не «цель» в соответствии с кантовским этическим императивом) в достижении спортивных результатов. Возникает вопрос: что важнее в спорте – достижение цели (победа) или перманентный процесс физического развития и совершенствования независимо от игровых результатов? Что важнее – победа или участие? Ответ на данный вопрос прост: у каждого спортсмена эти ценности свои. Может ли быть ценностью победа? И да, и нет. Почему? Потому что спортсмены, заняв даже последнее место, не уходят, а продолжают Путь. А спортсмены победившие – тоже не уходят в небытие, а остаются на поле «боя». Мы считаем, что главной ценностью спорта является все же сам процесс подготовки к соревнованиям. Тогда спортивные состязания становятся лишь вехами на долгом пути развития спортсмена, как физического, так и духовного. Соревнования (и победы, и поражения) обретают содержание «средства» в достижении главной «цели» – развития, изменения, совершенствования человека. Может показаться, что такая позиция приведет к «потере» спортсмена (потере мотивации побеждать, улучшать результаты). Мы верим, что такая позиция будет оптимальной, т.к. спортсмен будет оставаться в своей сфере деятельности, несмотря на проигрыш и при правильном подходе тренера продолжать самосовершенствоваться. А это, в свою очередь, не даст спортсмену потеряться в обществе по окончании своей непродолжительной спортивной карьеры. Таким образом, изменение ценностных ориентиров (и спортсменов, и тренеров) может в итоге

благотворно сказаться на психологическом и физическом состоянии спортсмена как в процессе развития своей карьеры, т.к. и после окончания ее [1].

Такое изменение ценностных ориентиров может изменить как тренировочный, так и соревновательный процесс. От тренировок можно начать получать удовольствие, а спортивные соревнования станут праздником. Тогда и ценностью будет не победа, а участие в соревнованиях.

Еще одной интересной, на наш взгляд, проблемой являются аксиологические особенности различных видов спорта [2]. Например: плавание, лыжи – это циклические и индивидуальные виды спорта, что может вести к замкнутости спортсмена и плохой адаптации в обществе, но в то же время особенности этих видов спорта дают прекрасную возможность уединенного умения размышлять о бытии. Пространственно-временная цикличность с одной стороны, и «одинокость» с другой стороны, создают благоприятную почву для некоего медитативного состояния, рефлексивности, возможности заглянуть «внутри» себя. Хоккей, футбол, гандбол – это игровые командные виды спорта, что предполагает успешную адаптацию в обществе, формирование «коллективного» мышления, ощущение синергии в процессе игрового действия, развитие тактического ситуативного мышления. Однако, эти особенности игровых видов спорта создают и трудности личностного характера: неспособность к независимому мышлению, автономности, так как победа «равенства» (коллективности) неизбежно приводит к поражению «свободы» (индивидуальности). Синхронное плавание, синхронное фигурное катание относятся к ациклическим и командным видам спорта. Это так же может привести к привязанности к одному коллективу, трудности адаптации в новом коллективе. Но, если коллектив отлажен, то положительной стороной будет слаженность и эффект синергии, как уже отмечалось выше. Но эти виды спорта не развивают ситуативное мышление, и, к тому же, так же создают трудности в формировании независимости мышления, ощущения своей «отдельности» и «эксклюзивности».

Такой же глубокой является тема аксиологического потенциала отдельных видов спорта [3]. Рассмотрим ее на примере плавания. Эксклюзивную особенность аксиологии плавания составляет вода, точнее, тесное соприкосновение с ней. Когда человек оказывается в воде, то он чувствует эту стихию, ощущает, что все плохие и ненужные мысли «смываются». Так физическое очищение тела в воде сопровождается ощущением духовного очищения. Можно выделить еще одну особенность плавания: нахождение в воде порой рождает ощущение нахождения в «Космосе», невесомости, свободы вне ориентиров. Плывая на скорости, ты чувствуешь единство со стихией, словно соприкасаешься с сутью бытия. Именно этим плавание отличается от других видов спорта – ощущением соприкосновения с иным началом, иной реальностью, формированием особого мироощущения. В качестве гипотезы могу предположить, что возможность существования не только на суше, но и в воде, с одной стороны, расширяет горизонты человеческого бытия, а, с другой стороны, учит трепетно, с уважением относиться к Иному – иной культуре, иным взглядам, иным чувствам. Интересно, что часто тренеры, обучающие детей плавать, говорят, что воду нельзя бить, иначе вода «ответит аналогично». Вот так уважение к воде формирует уважение и к другим основам нашего мира – человеку, природе, культуре и т.д. Аналогичный пример – только гендерного порядка – я вынес из своего тренерского опыта. Я заметил, что не умеющие плавать девушки боятся воды гораздо больше, чем не умеющие плавать юноши. В качестве такой мотивации я сравниваю отношения девушки с любимым человеком и с водой. Вода, подобно близкому человеку, защищает, успокаивает, дает ощущение единства и силы. Вот такая ценностная мотивация оказывается гораздо более эффективной, нежели объяснение техник плавания, и позволяет девушкам гораздо быстрее «принять», перестать бояться воду и научиться плавать.

Что может дать человеку плавание? Это вопрос, на который каждый спортсмен ответит по-разному. Ведь помимо хорошей осанки, развития сердечно-сосудистой системы и т.д., плавание меняет человека. Плавание влияет на восприятие мира: будучи в воде, ты ощущаешь себя «запертым в себе», ведь в воде во время тренировочного процесса особо не

поговоришь ни с тренером, ни с другими пловцами, а это всегда заставляет думать и смотреть не только «во вне» – на бортик, но и смотреть «в себя», т.е. смотреть на мир шире. Важным, на мой взгляд, является развитие системности, упорядоченности мышления. Плавание, как и любой вид спорта имеет свою философию, но, мне кажется, что если ты имеешь дело с водной стихией, то эту философию, ты должен не просто понимать, ты должен с ней быть на одной волне для получения наилучшего результата.

Вывод. Будучи частью социальной реальности, философия является важным и интересным объектом для философского анализа. Каждое направление философии может найти «свои» темы в спорте, в том числе аксиология. Аксиологический подход позволяет обозначить новые грани как целых направлений спорта, так и отдельных его видов. Плавание позволяет расширить горизонты человеческого бытия как способа соприкосновения с Иным, формирует благоприятные условия для саморефлексии.

Список литературы

1. Быховская, И. Аксиология телесности и здоровья: вертикали и горизонталы сравнительного анализа / И. Быховская, И. Люлевич // Международный журнал исследований культуры. – 2018. – № 4 (33).
2. Литинская, Е. А. Аксиология спорта высших достижений в современном обществе / Е. А. Литинская // дисс. на соискание степени к.ф.н. – 2013. – URL: <http://cheloveknauka.com/v/378423/a?#?page=1>.
3. Соколова, С. Н. Аксиология современного спорта / С. Н. Соколова А. А. Соколова // Журнал Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. – 2018. – № 1.

ДАО ДЭ ЦЗИН И СПОРТ (РЕФЛЕКСИЯ ПО МОТИВАМ ДАОСИЗМА)

*Папко Е.К., студент 91101 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.и.н., доцент Анпакова-Шогина Н.З.*

Актуальность. Философия является одним из источников развития личности спортсмена. Актуальность данной работы обусловлена огромным потенциалом восточной философии для саморефлексии, мотивации и в целом – развития наших современников.

Цель исследования. Целью работы является выявить аксиологический потенциал философии даосизма для развития осознанности и мировоззренческих установок спортсменов. Методом исследования является опыт рефлексии в процессе изучения философского источника «Дао дэ Цзин» [1].

Результаты исследования и их обсуждение. Путь спортсмена – есть Дао спортсмена. Он, показывая перформанс всем своим телом, эмоциями и душой проживает свое эксклюзивное Дао. Так как его невозможно выразить словами, Дао представляется во плоти спортсмена перед самим собой, раскрываясь полностью.

Имя человека с рождения является всего лишь ярлыком, но то, что вытворяет тело – это и есть Дао, такое глубокое и неповторимое. То «безымянное – есть начало неба и земли», способное на самовыражение, несмотря ни на что. Оно чудесно и прекрасно, подобно духу спортсмена, бессмертно и нескорогаемо в пожаре побед и поражений. Раскрывая свою сущность, происходит волшебство под названием «жизнь». Она своя у каждого, такая неповторимая и захватывающая, открывает новые двери для большего самопознания. Когда у спортсмена возникает выгорание, возрождается иная сторона Дао, которая противоположна прекрасному. За счет нее человек узнает то, что ранее было недоступно его уму. «Трудное и легкое создают друг друга», то есть не бывает красоты без некоего уродства. Мудрость помогает уберечь от деяний, которые противопоставлены принципам души даоса. Он умеет учиться, слышать и слушать себя, переступая человеческие пороки во благо одухотворения. Высокие импульсы способны быть ощутимы только тому, кто умеет работать над собой, верно определяя дальнейшие пути своего развития. Когда наступает момент утомления и усталости, спортсмену следует окунуться в себя, послушать свой внутренний крик и пережить его самостоятельно. Даосизм ему в этом главный помощник, который дает высшую энергию, чтобы выйти на новый уровень.

Не нужно сомневаться в том, что человек будет одарен судьбой за его мудрые шаги к великому перерождению. Пустое сердце без бед свободно, как птица в небе, готово парить на соревновательной площадке, вариться в котле бушующих страстей. Золотая медаль, первое место, уже на пьедестале и заслуженные разряды – всего лишь названия, а не путь, поэтому совершенномудрый и так это получит, но с отношением не тщеславия и самолюбия, а благодати и благодарности.

Дао беспрекословно пополняет ресурс спортсмена, делая его неисчерпаемым. Только беспорядок и хаос в голове у завистливого и наглого способно сбить его с пути, а то есть сбить с пути себя. Соблюдая меру, человек сможет сохранить баланс между всеми сферами жизни, что сделает его голову светлой и невозмутимой. Она же действует своим личным интересам, при этом ставя себя позади других. Этот момент можно наблюдать, когда спортсмен готовится выйти на соревновательную площадку, где нужна своя индивидуальная концентрация, весь акцент только на внутри себя и свое дело.

Это необходимо для того, чтобы соединить в себе энергию, которая скоро взорвет сердца зрителей и судей, а также, чтобы не совершить ошибок, которые могут быть обидными для самого же себя. После выступления спортсмен должен устраниваться, «в этом закон небесного Дао». Глубочайшее ДЭ заключается в том, чтобы все шло настолько гармонично, что не нужно прикладывать лишних усилий, что все движется в соответствии с твоим телом и разумом; они едины и их связи слиты. Пустота – это то, что должно

происходить в теле спортсмена после очередного «усилия». На самом деле, «усилие» не является как таковым усилием, как современные люди привыкли считать. Дао утверждает, что не должно быть такого усилия, иначе это не то, что по-настоящему нужно человеку. Пустота – это как последствие очищения изнутри, позволяет двигаться дальше, только уже более преисполненным в сознании.

Представьте это чувство, когда профессионал выступает, и все его поддерживают, аплодируя. Кажется, что он «иной» и не такой как все, но это лишь иллюзия со стороны. Тот самый в этот момент такой же, как и смотрящие. Он с ними, и они чувствуют одно и то же – силу и страх перед неизвестным. Получается, что Дао есть у любого человека, независимо от его статуса или чина. Каждый, кто будет владеть собой, сможет его ощущать, а оно в свою очередь поможет человеку, подсказывая маршрут. Его не стоит пытаться найти, так как оно «едино и бесконечно, не может быть названо». Так много этапов нужно пройти спортсмену, чтобы завоевать долгожданную награду, но по итогу он возвращается всегда к началу, которое является успокоением. При таком душевном состоянии в голове человека возникает ясность, и он по-новому смотрит на мир. Безопасность является сама по себе, когда Дао следуют и становятся ему непоколебимыми. Естественность – дар от Дао, где для тебя складывается все наилучшим образом без извращений и страданий. Это о простоте и скромности, без какой-либо страсти обыграть всех, ощущать овации, гордясь собой и своим выигрышем. Такое желание возникает у человека от того, что придумана боль и радость, добро и зло, ученость и печаль и т.д. Избавившись от предрассудков, можно познать начало всех вещей, подобраться к истине еще ближе. Совершая путь мелкими шагами, ты придешь намного быстрее к тому, чего хочешь достичь, при этом желая по минимуму, иначе без заблуждения не обойтись. «Только сомнения порождают неверие».

Сомневаться в Дао не стоит, так как его сила безгранична и чиста, а недоверие сводит с ума человека, становясь врагом самого же себя. Раздумья ночью перед соревнованиями могут затуманить голову, так как начинается перебирание всех исходов завтрашнего дня. Поселив недоверие в Дао, возникают сплошные неудачи и провалы, которые еще больше докручивают разум, ухудшая его положение и повышая тревогу. Вести себя слепо опасно, ведь тот образ, который был придуман до выхода на площадку, в действительности осуществится. Дао доверяет вам, а если вы нет, тогда вы будете в нем очередной раз разочарованы (идентичная опасная слепота).

Дао – субстанция, из которой создан наш мир. Она невидима, непонятна, проявляет себя через добродетель, и от нее веет мистикой. Тот, кто излучает добродетель, тот и следует пути Дао. Интуитивно спортсмен не избегает постоянной нагрузки, не покидает тренировок, а погружается в них, потому что знает, что преодолев трудное, оно будет казаться ему легче. Он действует с упорством, а значит, обладает волей, что помогает прожить долгую и счастливую жизнь, в которой способен на то, что другим не под силу.

До сих пор люди помнят тех великих спортсменов, которые жили задолго до них, отдавая им свое почтение и честь. Их вклад в общество является бесценным, а главное это то, что их имена – БЕССМЕРТНЫ. Рождается новое поколение маленьких атлетов, оно учится слышать Дао внутри себя через тех, кого невозможно забыть. Один взгляд олимпийского чемпиона может передать и описать многое, необъяснимое. Он служил Дао изо дня в день, соблюдая его без расточительства и уменьшая свои желания, останавливаясь только на одном, которое итак внутри постепенно исполнялось. Его тренер имел обильную добродетель, соответственно теперь этого спортсмена можно по нему познать.

Спокойный тренер знает, что если он не действует, то занимающийся находится в самоизменении, и сам способен исправляться. Неисчерпаемая сила внутри гласит, что чрезмерная деятельность ведет к несчастью. Несчастье порождает ненависть к спорту, а на нее нужно отвечать добром, то есть быть снисходительным к тому, что пока не получается, понимая, как много ты уже имеешь, избавившись от страсти сделать еще больше. «Совершенномуудрый относится к делу как к трудному, поэтому он не испытывает трудности». Бороться ради победы – это пропавшее дело, а вот не делая поспешных и резких

движений, чутко ощущая Дао внутри себя, ставя себя позади всех, приведет к тому, что ты будешь превознесен народом, так как ты будешь непобедим.

Если случилось возмущение, и сердце спортсмена разгневалось, то этот неосознанный поступок принесет последствия. За порицание и неблагодарность так же следуют последствия, которые дадут понять, насколько было ценно то, что имелось, и как глупость и жадность может прервать путь Дао. Все слова, которые выражаются после пренебрежения Дао, абсолютно не изящны, от того и верны, в то время как красивые слова, услада для ушей, являются ложью дабы избежать уроков Дао. Настоящий тренер не будет хвалить за победу или поражение, он даст направление для познания Дао, оставит его на ученика. Он больше делает, чем говорит, потому что Дао – это бесконечное движение, оно везде, оно всемогуще и велико настолько, что ты – это то, что у тебя внутри, невероятно великое и необъятное!

Выводы. Философия даосизма – бесценный источник развития и мотивации спортсмена, работы с его эмоциональным состоянием, расширения мировоззренческих установок и ценностных ориентаций.

Список литературы

1. Лао Цзы. Дао дэ Цзин (перевод Ян Хин Шуна). – URL: http://psylib.org.ua/books/_laotz01.htm.

ТРАНСГРАНИЧНЫЙ ЕВРОРЕГИОН «БУТ» КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ РАЙОН МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

*Сетун В.М., магистрант 512 гр.
Белорусский государственный университет
физической культуры, г. Минск, Беларусь
Научный руководитель – к.г.-м.н., доцент Штефан Л.В.*

Актуальность. В современных условиях интеграция стран в мировое сообщество рассматривается как один из факторов их экономического роста и устойчивого развития. В решении этой задачи важная роль отводится трансграничному сотрудничеству. В силу своего регионального и одновременно международного характера этот вид международного сотрудничества сопредельных государств является одним из эффективных способов комплексного решения проблем устойчивого развития территории и способствует развитию надежных экономических и культурных связей. В связи с этим еврорегиональное сотрудничество заслуживает пристального внимания, так как на современном этапе признается высшей институциональной формой трансграничного сотрудничества [3].

Цель исследования – оценить влияние трансграничного положения Брестской области на развитие международного туризма.

Результаты исследования и их обсуждение. Еврорегион – это форма трансграничного сотрудничества между территориальными общинами или местными органами власти приграничных регионов двух или более государств, имеющих общую границу, которая направлена на координацию их взаимных усилий и осуществления согласованных мероприятий в различных сферах жизнедеятельности в соответствии с национальным законодательством и нормами международного права для решения общих проблем и в интересах людей, населяющих его территорию по обе стороны государственной границы.

Возникновению еврорегионов, например, на постсоветском пространстве, послужил тот факт, что некоторые страны присоединились к Европейскому союзу, хотели сохранить культурные и экономические связи со своими соседями. Для осуществления прежнего межгосударственного взаимодействия и наращивания объемов сотрудничества, чтобы смягчить отрицательные последствия, нужно было использовать все возможные инструменты и механизмы традиционных ценностей общества. Самым эффективным и перспективным способом сотрудничества стало создание еврорегионов.

В современных условиях взаимодействие трансграничных территорий позволяет совершенствовать внутреннюю и внешнюю политику соседствующих стран. Кроме того, еврорегионы привлекают иностранный капитал различных фондов для решения региональных проблем, а, следовательно, местные власти получают дополнительные ресурсы, в том числе и для развития трансграничного туризма.

Одним из факторов, способствующих развитию международного туризма, является географическое положение Республики Беларусь, которая сотрудничает со многими странами, а также имеет общие границы с Россией, Украиной, Польшей, Литвой и Латвией. Во всем мире туристы из соседних стран являются наиболее приемлемой и перспективной целевой аудиторией, поскольку страны находятся близко друг к другу и, таким образом, туристам проще приехать. Наибольшее количество туристов в Республику Беларусь приезжает из соседних стран, и их число неизменно растет. В 2015 году Республику Беларусь с туристическими целями посетило 2 762 60 туристов, а уже к 2019 году 4 054 72. Из них из России – 53,7 %, из стран ЕС (Литвы, Польши, Латвии, Германии, Эстонии и т.д.) – 40,8 %, что составляет 94,5 % от общего въездного потока [5]. Такая тенденция связана с тем, что между странами существуют дружественные отношения, имеются крепкие культурные связи, налажена хорошая транспортная сеть и т.д. Тесные связи между соседними странами стимулируют развитие туризма, бизнеса, торговли, науки, культуры, способствуют

взаимному решению экологических проблем, возможности для обмена недостающими ресурсами (человеческими, финансовыми и т.д.).

Международный туризм в Республике Беларусь все еще не играет в экономике страны такой значимой роли, как это имеет место быть в развитых странах [1]. Он составляет 2,2 % ВВП. Однако можно проследить, что по сравнению с 2016 годом количество организованных туристов и экскурсантов, посетивших Республику Беларусь, составило 217,4 тыс. человек, а уже к 2019 году 405,5 тыс. человек [2].

Несмотря на имеющийся туристический потенциал, выгодное географическое положение, наличие богатого культурного и природного наследия, Республика Беларусь занимает весьма скромное место на мировом туристическом рынке и существенно отстает от соседних государств. Поэтому изучение проблем, имеющих на данном этапе развития туризма, является весьма актуальным и необходимым для повышения конкурентоспособности белорусского туризма. Республика Беларусь активно сотрудничает с соседними странами и развивает с ними трансграничное сотрудничество в различных направлениях. На сегодняшний день Республика Беларусь входит в состав пяти Европейских образований трансграничных регионов: «Буг», «Неман», «Беловежская пушка», «Озерный край», «Днепр». Развитие туризма в указанных еврорегионах является актуальным направлением туристической политики, важным инструментом повышения международного сотрудничества. Создание любого еврорегиона призвано решать проблемы сотрудничества между соседними (приграничными) районами сопредельных государств.

Особое внимание в Беларуси уделяется еврорегиону «Буг», так как через него проходят важнейшие транспортные коммуникации, соединяющие страны Западной Европы, Россию, Украину, Беларусь и Прибалтику. Здесь находятся пассажирские и товарные пограничные переходы европейского значения, развита индустрия транспортных перевозок. Территория еврорегиона «Буг» богата разнообразными рекреационными ресурсами, являющимися хорошей основой для развития международного туризма. Еврорегион «Буг» является одним из первых восточноевропейских трансграничных проектов, он был создан в 1995 году по инициативе польской и украинской сторон, а в дальнейшем расширен белорусским участием. В настоящее время в состав еврорегиона «Буг» входят: Брестская область, Люблинское воеводство Польши, Волынская область и два административных района Львовской области Украины. Еврорегион «Буг» является одним из самых больших в Европе, его территория составляет 81 тыс. кв. км.

Основные направления деятельности еврорегиона – развитие взаимовыгодных отношений между приграничными регионами соседних стран; межрегиональное сотрудничество в социальной и культурной сферах, а также межрегиональное взаимодействие по вопросам экологии, предупреждения чрезвычайных ситуаций; содействие развитию контактов между соседними регионами в сферах экономики, коммуникаций, транспорта, связи, территориального планирования; межрегиональное сотрудничество органов местного самоуправления и контактов простых людей.

Брестская область, целиком входящая в еврорегион «Буг», находится на третьем месте после г. Минска и Гродненской области по числу туристических прибытий. По данным статистического комитета Республики Беларусь в Брестской области в 2016 году численность туристов и экскурсантов составила 64,8 тыс. человек, тогда как в 2019 году там отмечено уже 105,7 тыс. туристов и экскурсантов, обслуженных организациями, осуществляющими туристическую деятельность [4]. У Брестской области, учитывая ее географическое положение и широкие международные связи, осуществляемые в рамках трансграничного сотрудничества, имеется большой потенциал для развития международного туризма. Очевидно, что развитию туризма будет способствовать наличие достаточного количества средств размещения, однако число гостиниц и аналогичных средств размещения на 2019 год в Брестской области по факту оказалось меньше, чем в Минской и Витебской областях, и составило 92 по сравнению со 128 и 102 объектами средств размещения соответственно. Решение этого вопроса, по нашему мнению, является одним из факторов

развития как внутреннего, так и международного туризма в белорусском секторе евروهана «Буг», поэтому ему необходимо уделить особое внимание.

Выводы. Трансграничное объединение «Буг» демонстрирует широкие возможности взаимовыгодного межрегионального партнерства соседних стран. Международные контакты в рамках евروهана демонстрируют как объективную, так и субъективную заинтересованность приграничных партнеров в развитии отношений с Республикой Беларусь, что предоставляет дополнительные возможности реализации внутри- и внешнеполитических интересов Республики. Сотрудничество Республики Беларусь с соседними странами также укрепляет ее имидж как деловой, надежной, ответственной и дружелюбной страны, что очень важно для развития международного туризма. Участие страны в трансграничных объединениях напрямую влияет на рост эффективности развития приграничных регионов, в том числе способствует активизации культурных и экономических связей, развитию международного туризма.

Список литературы

1. Ванюкевич, Е. В. Особенности развития современного финансового кризиса в Республике Беларусь: его влияние на туристическую индустрию / Е. В. Ванюкевич // Мировой финансовый кризис и его влияние на экономику страны: материалы междунар. науч.-практ. конф. – Минск, 12-13 марта 2009 г. – Минск, 2009. – 398 с.
2. Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2021 – 2025 годы // Министерство спорта и туризма Республики Беларусь. – Минск, 2021. – 28 с.
3. Литвинюк, А. И. Трансграничное сотрудничество и евروهональная кооперация : монография; под. науч. ред. д.э.н. Л. Н. Давыденко / А. И. Литвинюк.– Минск : БГПУ, 2009. – 181 с.
4. Регионы Республики Беларусь: статистический сборник / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь ; [редкол.: В. И. Зиновский – пред. и др.]. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2020. – 776 с.
5. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь : буклет / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь; [редкол.: В. И. Зиновский – пред. и др.]. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2020. – 30 с.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В РФ

*Смирнова Е.А., студент 20111 гр.
Королькова П.С., студент 20111 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.полит.н., доцент Шабалина Ю.В.*

Актуальность. В настоящий момент и в руководстве страны, и в обществе растет осознание роли человеческого фактора в социально-экономическом развитии. Оздоровление и формирование здорового образа жизни населения напрямую влияют на процессы социально-экономического развития общества. В нашей стране продолжают оставаться очень сложными социально-демографическая ситуация и положение состояния здоровья населения.

Актуальность работы обусловлена необходимостью определения экономического эффекта на спорт. Также это подтверждается тесным взаимодействием экономики страны и спорта. Спорт и экономика в современном обществе тесно связаны между собой.

Россия является лидером мирового спорта. Спорт – это патриотизм, национальная гордость, имидж страны. Однако, развитие профессионального спорта не должно исключать поддержку со стороны государства спорта массового. В первую очередь государству необходимо сосредоточиться на физической культуре и массовом спорте, как на одном из важных факторов формирования здорового образа жизни, разработать комплекс программ, а главное – выделить финансирование с целью активного вовлечения в занятия физической культурой и спортом россиян всех возрастов от 3 до 79 лет.

Государству следует помнить, что образование и физическая культура не только развивают физические данные человека, его нравственные и моральные качества, но и способствуют развитию оборонного и экономического потенциала страны. И чтобы поднять экономику страны, необходимо поднять ее образование и физическое воспитание.

Современное состояние физической культуры и спорта определяется итогами реализации государственной политики, обозначенной в указах Президента Российской Федерации и Стратегии развития до 2020 года.

Цель исследования – рассмотреть актуальные проблемы развития физической культуры и спорта в России, выделить причины их образования и методы их устранения.

Результаты исследования и их обсуждение. Массовый спорт имеет целый ряд важных социально-значимых функций, таких как воспроизводство рабочей силы, социализация, воспитание здорового, физически крепкого поколения и идеологическую функцию. Именно массовый, а не спорт высших достижений, играет важнейшую роль в осуществлении перечисленных функций. Спорт высших достижений также важен, но он не способен стать инструментом решения демографических и социальных проблем страны в отрыве от интенсивного развития массового спорта.

Несмотря на наметившиеся изменения и положительные моменты в развитии физической культуры и спорта, в РФ стоят глобальные проблемы, решать которые необходимо незамедлительно.

Проблемы сферы физической культуры и спорта в современной России можно подразделить на несколько направлений:

1. Недостаточное привлечение населения к регулярным занятиям физической культурой и спортом.

За прошедшие пять лет в федеральном законодательстве появились понятия, на основании которых за рамки детско-юношеского спорта выведен школьный и студенческий спорт. Нужно поменять концепцию, которую использовали, применяя программы спортивной подготовки только в спортивных школах. Их надо применять и в общеобразовательных школах, и в вузах. До этого времени тут использовались только

программы дополнительного образования, к которым спорт отнесен вообще не был. На мой взгляд, этих различий быть не должно. Необходимо создание единой системы физической культуры, спорта и образования. Дети должны начинать заниматься физической культурой и спортом с раннего возраста. Конечно, желательно, в шаговой доступности от места проживания. Кроме того, нужно сделать все, чтобы нормы ГТО стали популярнее, и сдача их носила соревновательный характер, а организация процесса должна быть интересной. На сегодняшний день участниками движения комплекса ГТО стали 13,6 миллионов человек, среди них 122694 человека – инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья [1].

Еще одной основной причиной является высокая стоимость физкультурно-спортивных услуг. Это служит основным барьером для массового вовлечения в занятия физкультурой, причем, как представителей среднего и старшего возраста, так детей и молодежи. В этой ситуации регионам необходимо предоставлять россиянам больше альтернативы в виде бесплатных и доступных сооружений для занятий спортом.

2. Несоответствие уровня материальной базы и инфраструктуры физической культуры и спорта задачам развития массового спорта в стране и их моральный и физический износ.

В ряде регионов есть высококласные спортивные объекты, которые были возведены для проведения крупных спортивных соревнований. Эту инфраструктуру нужно использовать эффективнее, в том числе и для развития массового спорта в стране. На одних бюджетных средствах новую спортивную инфраструктуру необходимого качества создать вряд ли удастся, поэтому властям на местах нужно привлекать частных инвесторов [2].

Существует проблема – это отказ местных властей эксплуатировать имеющуюся спортивную инфраструктуру. Часто встречается ситуация, при которой местные власти просто закрывают спортивные объекты шаговой доступности, чтобы не тратиться на их содержание [3].

Зависимость материальной базы от развития экономики очевидна. Ведь если государство не будет развивать материально-техническую базу, будет наблюдаться старение нации и потеря здорового общества. Так же государственная политика может способствовать стимулированию постройки спортивных объектов, путем снижения для таких граждан налоговой базы.

На сегодняшний день в России действует 311,9 тысяч различных спортивных сооружений. С 2016 по 2020 гг. построено и завершается строительство 270 спортивных объектов, дополнительно к ним построено 12 супер современных стадионов и 96 площадок к чемпионату мира по футболу – 2018. В 2021 году планируется ввести в строй еще 196 объектов [4].

3. Недостаточное количество профессиональных тренерских кадров.

Сейчас средний возраст тренеров составляет 50 лет, а замену им пока не воспитали. Специалистов в этой области готовят лишь 14 вузов на всю страну.

Мне кажется, чтобы как-то мотивировать молодого специалиста, необходимо увеличить денежную начальную ставку.

Во многих детских садах физическое воспитание детей осуществляют специалисты, имеющие среднее и даже высшее образование. Но в большинстве дошкольных учреждений по-прежнему не хватает специалистов такого рода. Необходимо возратить тренерам статус педагога, как это было в советское время. А это педагогический стаж, это пенсия, отпуск и т.д. Необходимо ввести должность тренера-преподавателя в штат общеобразовательных школ и организаций детско-юношеского спорта.

Еще один вопрос, связанный с кафедрами физической культуры, которые есть в университетах: было бы желательно, если бы среди преподавателей кафедры были бывшие спортсмены. Но, естественно, они на зарплату ассистента не придут. Было бы неплохо, если бы Правительство подумало о поддержке преподавателей кафедр физкультуры. В сфере образования есть ограничения по работе с детьми для людей, которые имеют судимость или психические отклонения, а в спорте нет таких ограничений. Это правила, которые имеют существенное значение в ходе воспитательного процесса.

4. Отсутствие на государственном уровне активной пропаганды занятий физической культурой и спортом как составляющей здорового образа жизни.

а) развитие физической культуры и спорта в образовательных учреждениях;

Отмечается колоссальный упадок в развитии студенческого спорта. В половине ВУЗов отсутствует такой предмет, как физкультура. Самая большая проблема связана с отсутствием соответствующих методик физической подготовки. Не принимается во внимание индивидуальность личности обучающихся. В определенной степени это может относиться к новому Всероссийскому комплексу ГТО с его нормативной системой. В соответствии с этим нужна разработка учебно-воспитательных систем, которые способны создать условия для подготовки успевающих и отстающих в развитии обучающихся.

Практика спортивной деятельности показала, что технологические программы должны учитывать индивидуальные и возрастные особенности занимающихся.

б) развитие физической культуры и спорта по месту жительства граждан;

Спортивных площадок шаговой доступности в городах катастрофически не хватает. Уберечь наследство советского времени в виде спортивных площадок и хоккейных коробок не удалось. Территории этих объектов были захвачены парковками, а сами объекты сдали на металлолом. Большое количество спортплощадок находятся в неудовлетворительном состоянии. К тому же в последние года при жилищном строительстве застройщики совершенно не обращали внимания на строительство спортивных площадок.

в) организация пропаганды физической культуры и спорта;

Люди должны знать, где и как организован для них спортивный досуг, иметь возможность найти места для занятий спортом. Для этого нужно задействовать современные технологии, цифровые, информационные ресурсы. Причем людей следует информировать не только о расположении спортивных центров и объектов, но и о программах, рассчитанных на индивидуальных спортсменов и физкультурников, а также групповые занятия, в том числе для всей семьи, для разных возрастов, уровней здоровья и спортивной подготовки. Необходимо создавать единую цифровую платформу.

г) оценка динамики привлечения граждан РФ к систематическим занятиям физической культурой и спортом;

Сегодня нуждается в помощи вся система физкультурно-оздоровительной и спортивной работы на предприятиях, в учреждениях и организациях, которая бы была направлена на осуществление реабилитационных мероприятий, проведение профессионально-прикладных занятий в режиме рабочего дня, снижение неблагоприятных воздействий производства на человека, повышение его адаптации к профессиональной деятельности и общего уровня сопротивляемости разным заболеваниям.

д) развитие научно-исследовательских работ по спортивной психологии и педагогике, спортивной медицине, другим наукам, определяющих современное состояние и прогресс сферы физической культуры;

Без передовых научных разработок физическая культура и спорт, в том числе спорт высших достижений, развиваться не может. Исходя из этого, необходимо подготовить комплексный план научных исследований в области спортивной медицины. Он включает научные темы о повышении работоспособности спортсменов в экстремальных режимах тренировок и соревнований. Необходимо в научных центрах проводить исследования по развитию спортивной медицины. Было бы замечательно, если бы при каждом стадионе, манеже, спортивном зале, даже просто для детей, которые ходят в секции, был медицинский центр, чтобы там могли восстанавливаться профессиональные спортсмены или любители спорта. На сегодняшний день таких учреждений очень мало.

е) внедрение научных достижений в практику работы тренеров с целью совершенствования учебно-тренировочного процесса;

При подготовке кадров необходимо развивать подготовку высокопрофессиональных специалистов с использованием потенциала международного сотрудничества. Необходимо обеспечить научно-технологическое развитие и ускоренное внедрение инноваций

в подготовку спортивного резерва и спорт высших достижений, а также создавать центры, которые будут разрабатывать методики для спорта высших достижений.

ж) развитие системы антидопингового контроля;

Качество антидопинговой деятельности сегодня как никогда актуально. У нас почти полное отсутствие специалистов необходимой квалификации. Речь идет о профессионалах, которых на всю страну единицы. Необходимо готовить специалистов по данному направлению и широко пропагандировать здоровый образ жизни с тем, чтобы наши спортсмены понимали, как правильно готовиться к крупным соревнованиям. И я думаю, что такую подготовку могли бы делать наши университеты.

5. Нехватка финансовых средств на строительство спортивных объектов в регионах нашей страны.

В существующем законодательстве четко не определено, кто должен выделять средства на строительство объектов. На практике строительство спортивных комплексов финансируется из муниципальных бюджетов, которые справляются с трудом. Под предлогом экономической нецелесообразности, предприятия отказываются от содержания спортивных и оздоровительных объектов, закрывают, продают, передают их другим собственникам или используют не по назначению.

6. Большая стоимость инновационного спортивного оборудования.

Данная проблема связана с тем, что наша страна не может позволить себе полностью закупить весь комплект инновационных спортивных ресурсов во все комплексы страны, что в целом снижает конкурентоспособность наших спортсменов на международной арене.

Выводы. Таким образом, социально-экономические проблемы спорта стоят очень остро в современной политике, решение этих проблем подразумевает высокую и качественную подготовку спортсменов и населения нашей страны, повышение оздоровительного уровня граждан в целом. Несмотря на многие отрицательные экономические факторы, которые препятствуют занятию спортом и физической культурой, существует и масса положительных социальных факторов, которые доказывают, что занятия спортом и активная жизнь просто необходимы современному человеку. Подводя итог, можно сказать, что развитие физической культуры нужно осуществлять во всех направлениях, не обделяя как специализированные комплексы, так и детские сады, школы и людей, желающих совершенствоваться для себя, ведь физическая культура – залог здоровой нации. Требования к самой стратегии и к выполнению задач должны быть более жесткими, а эффективность работы всех, кто будет задействован в ее реализации, в разы выше. Тем более что далеко не все цели, намеченные в Стратегии-2020, достигнуты.

Список литературы

1. Антонов, М. В. Муниципальная политика в сфере физической культуры: организационные и правовые основы / М. В. Антонов // Молодой ученый. – 2015. – № 15 (95).
2. Виноградов, П. А. Физическая культура и спорт трудящихся / П. А. Виноградов, Ю. В. Окуньков. – Москва : Советский спорт, 2015.
3. Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/902169994>. (дата обращения: 13.03.2021).
4. Указ Президента Российской Федерации от 24 марта 2014 г. №172 «О Всероссийском физкультурно-спортивном комплексе (Готов к труду и обороне)».

АКТУАЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ СОРЕВНОВАНИЙ ПО ФРИРОУПУ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ

*Сушилова Е.А., студент 8271 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.соц.н., доцент Хураמיшина А.З.*

Актуальность. В настоящее время набирают популярность веревочные городки, скай-парки и т.п. Фрироуп как инновационное, доступное и массовое направление физкультурной и спортивной деятельности также вливается в эту сферу как актуальное средство популяризации рекреационной деятельности молодежи. При этом в физкультурно-спортивной среде не наблюдается активного применения этого направления спортивного туризма. Это делает актуальным прикладное исследование фрироупа: уровня популярности и востребованности, а также перспектив его применения для рекреации студентов.

Цель исследования: проанализировать потребность и актуальность проведения соревнований по фрироупу среди членов турклуба «Академия».

Результаты исследования и их обсуждение. Фрироуп – новый вид спорта, сформировавшийся в России. Это преодоление дистанций, созданных на деревьях или искусственных опорах из веревок, досок, покрышек. Правила просты: не коснуться земли от старта до финиша. Доступность оборудования, система обучения инструкторов, свобода творчества в создании дистанций – также преимущества фрироупа [1].

Дистанция как правило состоит из разного рода препятствий, каждое из которых преодолевается без касания земли. При установке дистанции можно использовать бревна, веревки, цепи, автомобильные покрышки и многое другое. Препятствия подвешивают на искусственных или естественных опорах невысоко над землей. И в отличие от спортивного туризма и альпинизма, где все предусмотрено, чтобы избежать падения участника, фрироуп это допускает. Из-за вероятности потери равновесия, касания земли и потери зачетной попытки создается атмосфера экстремальности. Фрироуп рассматривается как одна из прогрессивных форм для активной рекреации студенческой молодежи [1].

В исследовании заинтересованности студентов ПГАФКСиТ во фрироупе был использован социологический метод опроса (анкетирование) [2]. В ходе исследования было проведено анкетирование с целью выяснения общественного мнения об актуальности подобных соревнований для студентов ПГАФКСиТ, занимающихся спортивным туризмом. Генеральная совокупность – 60 человек (члены Турклуба «Академия»). Выборка случайная, шаг выборки – 2. В выборочную совокупность попали 28 человек. Анкетирование проводилось с 9 ноября 2020 года по 23 ноября 2020 года. Опрос был проведен с использованием Google форм в электронной среде интернет. Количество опрошенных составило 28 человек.

Диаграмма на Рисунке 1 иллюстрирует, что 82% респондентов знакомы со спортивным туризмом, 7% опрошенных не знакомы со спортивным туризмом и 11% знакомы отчасти. Такое соотношение объясняется тем, что опрос был проведен в начале учебного года, студенты только вступили в ряды Турклуба, помимо этого многие из них учатся на факультетах не связанных со спортивным туризмом.

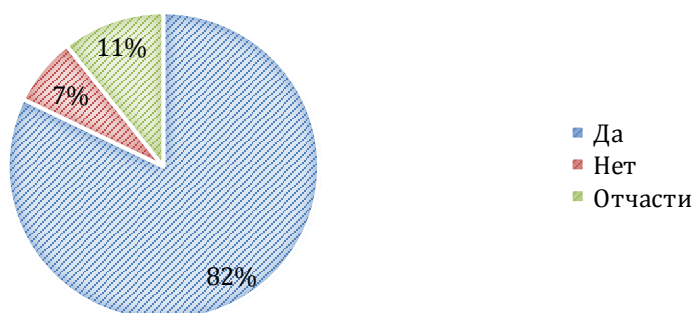


Рисунок 1 – Результаты ответов на вопрос «Знакомы ли вы со спортивным туризмом?»

Диаграмма на рисунке 2 иллюстрирует, что 32% респондентов знают, что такое фрироуп, 46% опрошенных не знают и 21% знают отчасти.

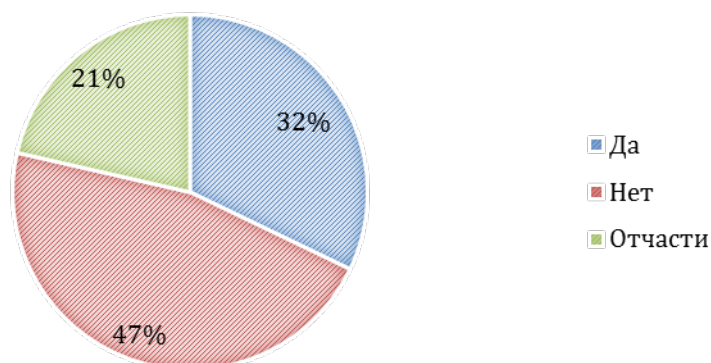


Рисунок 2 – Результаты ответов на вопрос «Знаете ли вы что такое фрироуп?»

Анализ результатов ответов на вопрос: «Были ли вы когда-либо в скай-парке/веревочном парке?» показали, что 88% респондентов когда-либо посещали скай-парки/веревочные парки и 12% опрошенных не посещали.

Анализ результатов ответов на вопрос: «Заинтересовал ли Вас этот вид физической активности?» показал, что 79% респондентов заинтересованы в этом виде физической активности и 21% заинтересованы отчасти. Здесь важно пояснить, что в сноске перед вопросом было определение вида спорта фрироуп, после чего следовал данный вопрос.

Диаграмма на рисунке 3 иллюстрирует, что 14% опрошенных не готовы потратить деньги на тренировки, 7% меньше 100 рублей, 59% готовы потратить от 100 до 500 рублей, 17% – от 500 до 1000 рублей, 3% – от 1000 до 1500.

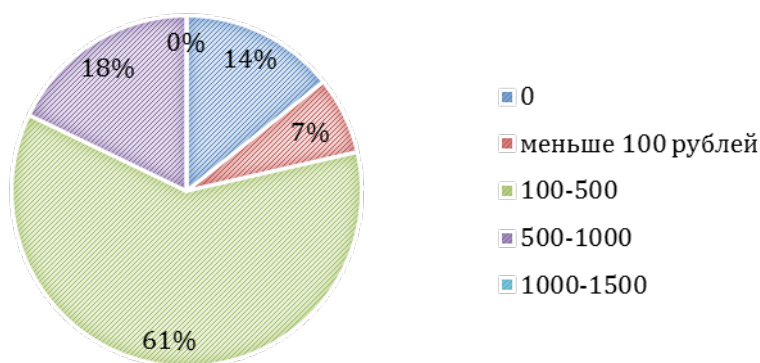


Рисунок 3 – Результаты ответов на вопрос «Какую сумму вы готовы потратить на участие в подобных тренировках?»

Диаграмма на рисунке 4 иллюстрирует, что 42% опрошенных примут участие в соревнованиях, 29% не будут участвовать и 29% возможно будут участвовать в соревнованиях на веревочной дистанции.

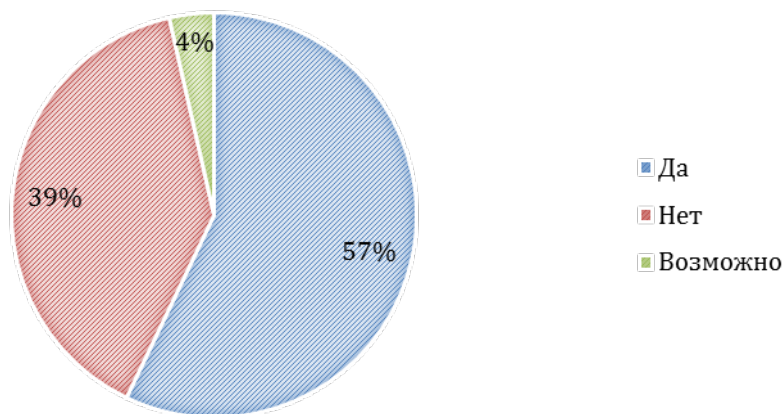


Рисунок 4 – Результаты ответов на вопрос
«Примете ли вы участие в соревнованиях на веревочной дистанции?»

Выводы: Результаты анкетирования показали следующее:

- 1) 82% опрошиваемых знакомы со спортивным туризмом;
- 2) 46% не знают, что такое фрироуп и 32% знают о фрироупе;
- 3) большинство респондентов были в скай-парке или веревочном парке (88%);
- 4) 79% респондентов заинтересованы в этом виде физической активности;
- 5) большая часть (59%) опрошиваемых готовы потратить на такое соревнование от 100 до 500 рублей;
- 6) большинство (42%) опрошенных готовы принять участие в соревнованиях и 29% возможно будут участвовать в соревнованиях на веревочной дистанции.

Таким образом, проведение соревнований по фрироупу в студенческой среде ПГАФКСиТ актуально. Тренировки по фрироупу не должны стоить более 500 рублей, соревнование должно быть легкого и среднего уровня сложности. Количество участников, вероятно, не будет превышать 20 человек.

Список литературы

1. Захарова, Е. Ю. Новая социальная и педагогическая технология – фрироуп / Е. Ю. Захарова, Н. А. Константинова. – Вестник научных конференций, 2017. – №1-3 (17) – С. 37-39. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28391053> (дата обращения: 23.02.2021) – Режим доступа: Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.
2. Хурамшина, А. З. Социология физической культуры и спорта : учеб. пособие / А. З. Хурамшина, И. Г. Хурамшин. – Казань : Центр инновационных технологий, 2020. – 144 с.

СПОРТИВНАЯ БЛОГОСФЕРА

*Трифорова Е.А., студент гр. 7215
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.и.н., доцент Салимов А.М.*

Актуальность. В условиях развития информационного общества, цифровизации экономики, средств массовой информации в том числе, значительная часть коммуникации переносится в «мировую паутину», в блогосферу. Наряду с существующими традиционными газетами и журналами, спортивными каналами на телевидении, самозародилось новое информационное пространство. Быстрее реагирующее, более независимое и сложнее контролируемое.

Блог является наиболее эффективным средством трансляции информации спортивной тематики. Неоспоримое преимущество блогосферы перед классическими информационными источниками заключается в способности молниеносно реагировать на события сферы спорта. Конечно, следить за ходом матча в режиме online можно в прямом эфире телевидения, но и здесь спортивный блогинг имеет преимущество – возможность обсуждать событие, следить за реакцией единомышленников, делиться мнениями. Объединение людей в единую аудиторию, их сплочение и коммуникация делают блогосферу инструментом массового внимания. Поэтому сегодня интерес к конкретному событию (или к спорту в целом) объединяет тысячи, а, порой, и сотни тысяч пользователей сети.

Цель исследования: проанализировать состояние современной российской спортивной блогосферы.

Результаты исследования и их обсуждение. В то время, как сфера спорта в условиях пандемии утратила свою динамику, спортивный блогинг начал стремительно набирать популярность. Происходит это по причине того, что аудиторию спортивного блога составляют не только спортсмены, но и те, кому интересны спортивные события и новости спорта в целом. Рост аудитории блога не всегда говорит о популярности его автора, скорее, это совокупность нескольких факторов или наличие одного, но качественно развитого.

Из проведенного нами анкетирования, в котором приняли участие студенты Поволжского ГУФКСиТ, было выявлено, что наиболее важным критерием при выборе блога является популярность вида спорта. Далее по убыванию располагаются зрелищность вида спорта, личностные качества автора, наличие полезного контента и наличие мотивационной информации.

Развитие спорта как сферы деятельности обуславливает блогосферу как средство популяризации физической культуры и спортивно-этических ценностей, которое не уступает традиционным средствам массовой информации, а превосходит их.

В ходе исследования мы собрали актуальную статистику по аудитории самых популярных в России Интернет-площадок и представили результаты в таблицу 1. Проанализировано шесть крупнейших социальных сетей.

Таблица 1 – Самые популярные в России Интернет-площадки

Название платформы	ВКонтакте	YouTube	Instagram	Одноклассники	TikTok	Facebook
Ежедневное количество пользователей в РФ	42,4 млн человек	35,6 млн человек	28,3 млн человек	20,8 млн человек	6,3 млн человек	1,3 млн человек
Среднее время, проводимое пользователем на платформе	35 минут в сутки	51 минута в сутки	26 минут в сутки	22 минуты в сутки	27 минут в сутки	9 минут в сутки

Динамика посещений платформы (за год)	Рост на +7%	Рост на +9%	Рост на +9%	Рост на +16%	Быстрый рост	Рост на +11%
Демографические показатели пользователей	54,9% женщин, 45,1% мужчин	52,8% женщин, 47,2% мужчин	59% женщин, 41% мужчин	57% женщин, 43% мужчин	54,8% женщин, 45,2% мужчин	54,9% женщин, 45,1% мужчин
Большинство пользователей в возрасте	25-34 года	25-34 года	25-34 года	25-44 года	12-24 года, 25-34 года	24-46 лет
Количество подписчиков у самого популярного пользователя	6 млн Павел Дуров	176 млн T-Series	254 млн Криштиану Роналду	96 тыс Борис Коновалов, Олеся Новикова	38 млн Loren Gray	85 млн Rihanna

Сегодня спортивный блогинг имеет несколько направлений, из которых принято выделять два основных: спортивные новости и фитнес.

В ходе исследования нами был составлен рейтинг самых популярных блогов на территории РФ в направлениях «фитнес» и «спортивные новости».

Отличным примером фитнес-блога послужит блог Дмитрия Путилина, который входит в шестерку самых мотивирующих спортивных аккаунтов в «Инстаграме», по мнению Championat.com. Ежедневно, в каждой публикации читатели находят информацию о правильном питании, калорийности продуктов, об эффективных упражнениях и правилах по видам спорта.

В Таблице 2 представлен топ-5 фитнес-блогов России. Также мы указали рекомендованную стоимость публикации рекламы, которая была высчитана с учетом средних цен на рекламу, активных подписчиков из России и количества ботов в аккаунте.

Таблица 2 – Топ-5 фитнес-блогов

	Пользователь	Название платформы	Количество подписчиков	Стоимость рекламы
1	Елизавета Громова (@kto takaya)	Instagram	7,2 млн	260-640 тыс. руб.
2	Серов Никита (@serovski)	Instagram	3,7 млн	35-60 тыс. руб
3	Екатерина Усманова (@usmanovakate)	Instagram	3,6 млн	114-257 тыс. руб
4	Антонина Верьемина (ВЕРЬЕМИНА – здоровье и фитнес)	YouTube	3,5 млн	60-75 тыс. руб
5	Евдокия Лар (@evdklar)	Instagram	2,1 млн	62-86 тыс. руб

В Таблице 3 представлен топ-5 спортивных блогов в России, тематика которых заключается в подаче спортивных новостей.

Так как в пятерку лучших входят пользователи одной платформы, было справедливо добавить в таблицу характерный для данной площадки критерий – количество просмотров.

На YouTube можно зарабатывать на рекламе на основе СРМ (стоимость за 1000 показов), СРV (стоимость за просмотр) и СРС (стоимость за клик). В среднем, монетизация YouTube-канала составляет от 0.5 до 6 долларов за 1000 просмотров в зависимости от местоположения и целевой аудитории. Доходы сильно отличаются, но большинство блогеров стран СНГ в среднем получают 3 доллара за 1000 просмотров.

Таблица 3 – Топ-5 спортивных блогов

	Пользователь	Название платформы	Количество подписчиков	Просмотры	Заработок в рублях*
1	TRUE GYM MMA	YouTube	3.9 млн	1.2 млрд	69,3 млн
2	2DROTS	YouTube	3 млн	651.1 млн	39,2 млн
3	Матч ТВ	YouTube	2.5 млн	963.5 млн	58,7 млн
4	STRELKA – Street Fight Championship	YouTube	2.4 млн	1.1 млрд	65,7 млн
5	WORKOUT	YouTube	2.3 млн	72.6 млн	4,4 млн

*Указан заработок с даты создания канала

Сегодня TRUE GYM MMA зарабатывает на YouTube 0.347 рублей в секунду или 899503 рубля в месяц. Таким образом, с даты создания (29.11.2014 год) канал TRUE GYM MMA заработал 69,5 миллионов.

Выводы

1. Самой часто посещаемой интернет-площадкой в России является ВКонтакте (42,4 млн человек проводят на платформе в среднем 35 минут в сутки).

2. Самым популярным фитнес-блогером является Елизавета Громова (@kto_takaya) с 7,2 млн подписчиков в Instagram; самым популярным спортивным блогом является TRUE GYM MMA с 3,9 млн подписчиков на YouTube.

3. Доход 5 самых популярных фитнес-блогов России варьируется от 35 до 640 тысяч рублей за публикацию; доход 5 самых популярных спортивных блогов России варьируется от 4,4 до 69,3 млн рублей за время существования блога.

Таким образом, спортивная блогосфера в России активно набирает популярность, в результате чего приобретает коммерческий интерес. Наблюдается количественный и качественный рост блогов спортивной тематики, растет количество активных подписчиков.

Список литературы

1. Аудитория шести крупнейших соцсетей в России в 2020 году. – URL: <https://ppc.world/articles/auditoriya-shesti-krupneyshih-socsetey-v-rossii-v-2020-godu-izuchaem-insayty/>.

2. Поиск и анализ инстаграм-аккаунтов для размещения рекламы. – URL: <http://adinblog.ru/>.

3. Узнать, сколько зарабатывает Youtube-канал. – URL: <https://uznatbablo.ru/>.

КУЛЬТУРА СПОРТСМЕНА

Трифорова Е., студент гр.7215

Лоткова Т., студент гр.71101

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.и.н., доцент Салимов А.М.*

Актуальность. Спорт давно стал частью жизни многих людей. Спортсмены – это особая категория людей, имеющая свои ярко выраженные особенности, которые в совокупности образуют культуру спортсмена. Культура спортсмена несколько отличается от культуры человека, никогда не занимающегося спортом. Спортсмены отличаются особым отношением к себе, своему здоровью, отличаются характером и возможностями организма.

Цель исследования. Весомая часть мирового общества, в частности российского, проявляет постоянный интерес к сфере спорта. И.М. Быховская считает, что этот сегмент социальной жизни устойчиво удерживает одну из ведущих позиций в современном обществе – и по темпам распространения, и по масштабам заинтересованной аудитории, и по уровню участия в масс-медиа пространстве [1]. Во многом эта тенденция обуславливается интересом непосредственно к личности спортсмена. Попытаемся выяснить, в чем заключаются особенности, своеобразие культуры спортсмена.

Результаты исследования и обсуждение. За всю свою многовековую историю (со времени зарождения в древних цивилизациях) спорт еще не был так популярен, как сейчас. В около-спортивной речи появились такие выражения, как «массовый спорт» и «большой спорт», «спорт для всех» и «элитный спорт», «любительский спорт» и «профессиональный спорт» [5]. Что же отличает спортсменов от людей далеких от спорта? Кроме того, что они проводят значительную часть своей жизни на тренировках, выступают на соревнованиях различного уровня, на каждой тренировке, в каждом состязании борются прежде всего с самим собой?

Спортсмены являются неотъемлемой частью современного общества. Формируется их отдельная субкультура, которая имеет свои особенности, свою специфику, внутреннее и внешнее содержание.

Самое главное, что отличает спортсмена – это комплекс внутренних качеств, характер. «Характер – приобретенное качество личности. Общество создает систему тех отношений человека с другими людьми, которые определяют его характер. Человек не рождается трудолюбивым или ленивым, общительным или замкнутым, а становится таким или другим под влиянием воспитания в процессе жизни и деятельности, в частности своей спортивной деятельности. Вместе с тем природные свойства человека в определенных условиях могут способствовать или препятствовать формированию определенных черт характера». [4].

Именно у спортсменов чаще всего наиболее ярко проявляются такие черты характера, как стремление к победе и сила воли. При этом спортсмены «одиночных» видов спорта могут рассчитывать только на собственные силы, а представители командных видов становятся единым целым с коллективом и вместе идут к своей цели.

Академик И.П. Павлов называл характер «сплавом» врожденных и приобретенных форм поведения. При этом он подчеркивал решающее значение среды и воспитания в формировании характера [4].

Очень часто именно выдающиеся спортсмены формируют у подрастающего поколения социальные идеалы, нравственные, моральные и волевые качества. Специалисты считают, что занятия каждым отдельно взятым видом спорта требуют наличия у спортсмена вполне определенных качеств/свойств характера и непрерывное их развитие. Например, А.Ц. Пуни считает, что целеустремленность, увлеченность, трудолюбие, добросовестность, самостоятельность и творчество, настойчивость и упорство являются типичными чертами

характера советских спортсменов. К этому набору качеств спортивные психологи также добавляют: силу воли, волю к победе, смелость, активность, инициативность и мужество.

Анализируя черты характера, отражающие отношение спортсменов к коллективу, А.Ц. Пуни отличает такие качества, как: коллективизм, доброжелательность, критичность, требовательность, честность, бескорыстие, внимательность, корректность, готовность прийти на помощь другому [5].

А.Ц. Пуни, О.А. Черникова и другие спортивные психологи выделяют также следующие черты характера, отражающие отношение спортсмена к самому себе: требовательность, самокритичность, дисциплинированность, принципиальность, выдержку и самообладание, высокий уровень притязаний, эмоциональную устойчивость и самоконтроль, уверенность в своих силах, аккуратность, скромность, способность к самопожертвованию.

Еще одной отличительной чертой спортсменов является их противоречивое отношение к своему здоровью. С одной стороны, атлеты не жалеют себя, выступают порой с такими серьезными травмами, что рискуют на всю жизнь остаться инвалидами, а с другой – относятся к себе бережно. Рвение к честной победе воспитывает в спортсменах способность к самопожертвованию. В связи с этим спортсменов любого уровня контролируют врачи. Чем выше уровень спортсмена, тем выше доля самоконтроля и контроля профессионалов.

Специалисты по психологии, физиологии, культурологии отмечают, что занятия спортом, как никакая другая деятельность, позволяют формировать психические качества и свойства личности, приобщать спортсменов к жизненным и культурным ценностям.

Также многие исследователи отмечают, что спортсмены легче входят в новый коллектив, уверенно себя в нем чувствуют, быстрее находят решение спорных проблем. Известный спортивный психолог И.П. Волков пишет: «такие качества, как дружелюбие, чувство коллективизма, трудолюбие, настойчивость, целеустремленность, формируемые в спорте, нужны человеку в его трудовой жизни. А такие психомоторные свойства, как быстрота реакции, выносливость, концентрация внимания и др., выявляемые у спортсменов, являются необходимыми свойствами для успешной профессиональной адаптации в ряде современных профессий – оператора, диспетчера, летчика и т.д.» [3].

Другим важнейшим аспектом культуры спортсмена являются их жизненные установки, ценностные ориентиры (аксиология), что в совокупности составляет спортивную этику. Болельщики, зрители, специалисты в области спорта знают, что спортсменам присуще очень уважительное отношение к сопернику. В спорте принято поздравлять соперников с их победами, поддерживать и помогать друг другу. Ни для кого не секрет, что даже после тяжелого матча проигравшая команда найдет в себе силы, чтоб пожать руки команде-победителю, что, в свою очередь, свидетельствует о высокой степени самообладания спортсменов, уважения к сопернику и виду спорта. Это наглядный пример культуры спортсмена. «Традиционное пожатие руки – не дежурный жест, призванный формально продемонстрировать уважение к чемпиону. Нет, он свидетельствует о том, что недавние противники в борьбе, всеми силами стремившиеся вырвать друг у друга победу, по окончании состязания превращаются в товарищей, друзей по спорту. Он как бы символизирует те искренние, дружеские отношения, которые устанавливаются между спортсменами» [2].

Выводы. Таким образом, можно утверждать, что современные спортсмены облают рядом врожденных и/или приобретенных качеств, которые позволяют говорить об особом явлении – спортивной этике, культуре спортсмена. В группу этих качеств входят: целеустремленность, увлеченность, трудолюбие, добросовестность, самостоятельность и творчество, настойчивость и упорство. К другой группе качеств отнесем: требовательность, дисциплинированность, выдержку и самообладание, эмоциональную устойчивость и самоконтроль, уверенность в своих силах, способность к самопожертвованию. И, наконец, именно упорные занятия спортом формируют: быстроту реакции, выносливость, концентрацию внимания, умение работать над собой, впитывать все новое как в своем виде спорта, так и в плане приобщения к культурным ценностям. Таким образом, спортсмены

имеют свою специфическую культуру (субкультуру) и выделяются на фоне людей, не занимающихся спортом.

Для настоящих спортсменов, которые не представляют ни дня без спорта, спорт – это смысл жизни. Именно спортсмены наглядно демонстрируют всем людям, молодежи, прежде всего, что человек может добиться очень многого. Спортсмены, их достижения, высокий уровень культуры являются хорошим жизненным примером для подрастающего поколения, они являются представителями спортивного общества, сохраняющей и передающей из поколения в поколение очень важные для человечества ценности.

Список литературы

1. Быховская, И. М. Спорт: культурологические векторы анализа феномена / И. М. Быховская // Культурологический журнал. – 2011. – №1.
3. Друзья-соперники. – URL: <http://www.offsport.ru/2/druzya-soperniki.shtml>.
4. Обухова, К. А. Роль физической культуры в формировании ценностного отношения к здоровью у студентов / К. А. Обухова// Профессиональное педагогическое образование. – 2015.
4. Психологическая культура спортсмена – ГКДЖ <https://mental-sport.ru/psixiologicheskaya-kultura-sportsmena/>.
5. Спорт для всех и спорт не для всех. – URL: <http://sportlib.info/Press/SFA/1999N1-2/p15-18.htm>.
6. Черты характера спортсменов разного уровня мастерства. – URL: <https://www.fizkulturai sport.ru/psixologiya/psixologiya-sporta/432-cherty-xaraktera-sportsmenov-raznogo-urovnya-masterstva.html>.

ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ПЛАТФОРМ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ УЧАЩИМИСЯ И СТУДЕНТАМИ

Туракалина Н.А., студент гр. 20261

Жандармова Е.А., студент гр. 20261

*Поволжский государственный университет
физической культуры спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – к.и.н., доц. Салимов А.М.*

Актуальность. Развитие дистанционного обучения в России и других странах стало одной из важнейших задач в сфере организации обучения, начиная с 2020 года. В связи с внезапно разразившейся пандемией Covid-19, в первую очередь учителя и учащиеся отечественных школ, студенты и преподаватели вузов оказались перед необходимостью обучать и учиться дистанционно, через Интернет.

Карантин, на который перешли учащиеся и студенты, обнажил массу проблем в области Дистанционного обучения, стояла задача по их скорейшему преодолению.

Одна из выявившихся проблем, – отсутствие, или «нераскрученность» отечественных площадок дистанционного обучения. Поэтому, первоначально обучающиеся (прежде всего средней школы), вынуждены были заниматься на зарубежных сервисах.

Объектом нашей работы является состояние дистанционного обучения школьников, и студентов высшей школы России на примере личного опыта его использования и анализе данных о современном его развитии.

Предметом изучения явилось современное состояние дистанционного обучения.

Целью работы является изучение выявления основных проблем в развитии платформ дистанционного обучения школьников и студентов в России по отзывам пользователей.

Мы определили следующие задачи:

- провести опрос среди школьников и студентов;
- провести анализ ответов;

- сравнить анализ зарубежных и отечественных площадок для дистанционного обучения.

Результаты исследования и их обсуждение. Использование иностранных площадок (минус для развития РФ). В основном школьники, студенты и преподаватели используют иностранные платформы, потому что они удобные в использовании и популярны во всем мире. Что нужно людям для работы и обучения в интернете? Удобность в использовании, доступность, возможность отправить в любую точку мира. Самыми популярными платформами являются иностранные, они имеют все необходимые характеристики, о них все слышаны, ими пользуются очень многие образовательные учреждения, рабочие компании и не только. Да, люди пользуются чаще ими. А что с отечественными платформами? Безусловно они есть, и некоторыми мы пользуемся, но они проигрывают зарубежным. Мы провели опрос, который позволил нам более тщательно проанализировать, сравнить иностранные площадки дистанционного образования с российскими.

Вопросы, которые мы задали:

1. Какими обучающими платформами вы пользуетесь чаще всего? (использует ваше учреждение образования) ZOOM – иностранная*.

2. Какие вы знаете российские платформы? Какими пользуетесь?

На опрос ответили 127 человек. Из них 92,1% использует иностранные образовательные платформы.

На 2 вопрос чаще всего ответы были «никакие, не знаю».

Мы считаем, что это связано с тем, что российские платформы не до конца разработаны и не готовы для того, чтобы обучающиеся ими пользовались.

Так, в ходе анализа, опроса респондентов нам удалось выявить несколько отечественных площадок. Как они выглядят на фоне зарубежных? Предлагаем сравнить:

Таблица 1 – Показатели отечественных платформ дистанционного обучения

Отечественные платформы			
Название	Описание	Количество пользователей	Отзывы
Интернет-урок	Образовательная онлайн-платформа для школьного обучения, библиотека видео уроков по основным предметам школьной программы, частная онлайн-школа с 1 по 11 классы. Создатель М. И. Лазарев	2,2 млн посещаемость 3,5 млн уникальных пользователей в месяц. Количество учеников на 2020 год – 14000	Цена не соответствует качеству. Есть пробная неделя. Доступность, возможность выбора программы обучения, наглядность. Отмечают также имеющееся хамское отношение к клиентам
Решу ЕГЭ	Площадки, посвященные Единому государственному экзамену. Создатель Дмитрий Гуцин	Все учащиеся 9-х и 11-х классов	Большая база задач с решениями. Возможность создавать тематические тесты. Совершенно бесплатно. К минусам – не самый стабильный сайт, имеется реклама, не всегда подробное пояснение ответов к заданиям
Stepik	Образовательная платформа и конструктор онлайн-курсов. Создатель Николай Вяххи	5 млн зарегистрированных	Бесплатно, разные направления, учиться можно в любое время, тесты для контроля. Недостатки: На полноценное прохождение любого курса нужно время
Онлайн школа фоксфорд	Онлайн-школа для учеников 1–11 классов, учителей и родителей. На онлайн-курсах и индивидуальных занятиях с репетитором школьники готовятся к ЕГЭ, ОГЭ, олимпиадам, изучают школьные предметы. Занятия ведут преподаватели МГУ, МФТИ, ВШЭ и других ведущих вузов страны. Алексей Половинкин	1 млн пользователей	Удобный онлайн-режим, платформа, сильные преподаватели. Недостатки: система оплаты. Один из отзывов: «Фоксфорд абсолютно не дорожит репутацией. Менеджеры сидят в Москве, СПб, Ставрополе, Новосибирске. И на мои письма отвечает каждый раз новый. Куратора нет. Брали пробный урок по математике, так методист не смог камеру на ПК включить»

Uchi.ru	Условно бесплатная образовательная онлайн-платформа. Основана в 2012 году. Проект основали выпускники МФТИ – Иван Коломоец и Евгений Милютин	В России и за рубежом составило около 7 млн человек	Сайт работает со школами, как результат многих детей регистрируют на портале учителя, передавая записки с логином и паролем. Бесплатный сервис только 20 вопросов в день, что подталкивает родителей к оплате. После оплаты какой-либо услуги, подключается авто-платеж, без предупреждения абонента. Плохая проработка графики, угловатые чудовища, примитивное передвижение по крану персонажей. Приучает детей к компьютерным играм.
Яндекс репетитор	Подготовка к ЕГЭ и ОГЭ. Создатели: Аркадий Волож и Илья Сегалович	Нет данных	
Telegram	Кроссплатформенный мессенджер, позволяющий обмениваться сообщениями и медиафайлами многих форматов. Владельцы: Николай и Павел Дуровы	Количество ежемесячных активных пользователей сервиса, по состоянию на январь 2021 года, составляет около 500 млн человек	Многофункциональный, удобный, легко можно создать бот, легко создать канал.

Таблица 2 – Показатели зарубежных платформ дистанционного обучения

Зарубежные платформы			
Название	Описание	Количество пользователей	Отзывы
ZOOM	Предоставляет сервис видеотелефонии, который позволяет подключать одновременно до 100 устройств бесплатно, с 40-минутным ограничением для бесплатных аккаунтов. Во время пандемии COVID-19 произошел наибольший всплеск популярности Zoom для удаленной работы, дистанционного обучения	В начале апреля 2020 года количество ежедневных пользователей Zoom выросло до 200 млн. человек. Для сравнения, в декабре 2019г. максимальное	Бесплатная платформа, но есть ограничения по времени. Имеются платные тарифы. Zoom очень удобен тем, что в конференции могут участвовать более 100 человек. Простой интерфейс. Не нужна регистрация.

	и социального общения с использованием интернета. Автор-создатель: Эрик Юань	количество пользователей в день составляло 10 млн	
Microsoft Teams	Корпоративная платформа, объединяющая в рабочем пространстве чат, встречи, заметки и вложения. Разработана компанией Microsoft	115 млн	Удобство планирования звонков. Сложный интерфейс. Плохое качество связи. Имеется много функций, но некоторые люди считают это минусом
Whatsapp	Службы мгновенных сообщений, программы онлайн-консультанты и программы-клиенты для обмена сообщениями в реальном времени через Интернет. Обладатели: Ян Борисович Кум, Брайан Эктон.	Приложением пользуется более миллиарда человек. К 2015 году WhatsApp стал самым популярным приложением для обмена сообщениями в мире, и по состоянию на февраль 2020 года в нем насчитывалось более 2 млрд пользователей	Небольшой расход трафика. Сообщения, которыми мы обмениваемся, бесплатны независимо от количества символов; Есть возможность отсылать и получать голосовые сообщения; В приложении есть и видеосвязь; Мгновенно можно отправить любую фотографию из галереи смартфона; А также через приложение можно звонить без видеосвязи, т. е. пользоваться как обычным телефоном, только связь будет через интернет; Можно создавать группу и общаться в группе, т. е. только с определенными людьми Сообщения и картинки, видеозаписи приходят моментально на твой смартфон;
Discord	Проприетарный бесплатный мессенджер с поддержкой VoIP, видеоконференций, предназначенный для использования различными сообществами по интересам, наиболее популярен у геймеров и учащихся. Владелец Джейсон Цитрон	Зарегистрировано более 250 млн участников при среднем ежемесячном онлайн в 56 млн пользователей	Бесплатные сервера, не требует большого количества ресурсов, многофункционален. Работает довольно стабильно. Дискорд всегда с Вами: в браузере, на ПК, телефоне или планшете. Выбирайте самые удобные варианты использования программы. Программа является условно-бесплатной. Нечеткое изображение во время видеозвонка. Редкие перебои в работе
Google Класс	Бесплатный веб-сервис, разработанный Google для	Общее количество	В обзоре eLearningIndustry о Google Класс выделили много

	школ, который призван упростить создание, распространение и оценку заданий безбумажным способом. Основная цель Google Класс – упростить процесс обмена файлами между учителями и учениками. Google разработаны много платформ, позволяющих дистанционно заниматься и работать, например: meet, docs. Главный плюс всех платформ Google связанность и обобщенность всех площадок	пользователей всех Google платформ 5 млрд человек.	положительных и отрицательных аспектов. Среди сильных сторон Класса в обзоре были отмечены простота использования, универсальная доступность устройств, использование Google Диска в качестве эффективного способа для учителей быстро делиться заданиями с учениками, безбумажный процесс, а также система быстрой обратной связи между учениками и преподавателями. Среди недостатков Класса в обзоре выделена тесная интеграция сервиса приложений и сервисов Google с ограниченной или отсутствующей поддержкой внешних файлов или сервисов, отсутствием живых чатов, которые могут помочь в обратной связи.
Moodle	Система управления курсами, также известная как система управления обучением или виртуальная обучающая среда. Создатель: Мартин Догиамас	Нет данных	Наш личный опыт использования говорит об удобстве данной платформы и об огромном ее потенциале

Только сравнив количество пользователей российскими платформами и зарубежными, можно понять, что иностранные явно опережают и являются более популярными чем отечественные обучающие платформы.

Обратим внимание на то, что многие зарубежные обучающиеся используют единые интернет-ресурсы, например, Google и Microsoft – это крупные площадки, у которых миллиарды пользователей, что нельзя сказать о российских. Все отечественные платформы созданы на разных ресурсах, что, возможно, говорит о малой популярности. Пандемия 2019 года продемонстрировала отсутствие в России единых универсальных платформ для дистанционного обучения. Учителя, учащиеся даже в рамках одной школы вынуждены были использовать до десяти различных площадок, несовместимых друг с другом, что очень затрудняло образовательный процесс.

Еще почти все отечественные обучающие площадки платные. А отзывы пользователей некоторых отечественных платформ, говорят о том, что качество подачи знаний, функции сайта не соответствует цене. Это явно отталкивает пользователей. Не каждая российская семья может позволить себе купить ноутбук или телефон ребенку, а их надо два, иногда и три! а тут необходимо платить и за саму онлайн школу.

«Это сервисы, которые просто были мобилизованы на период пандемии, чтобы закрыть отсутствие каких-то специализированных сервисов и платформ. На самом деле у нас есть немало рабочих региональных платформ (например, «Московская электронная школа»), которые могли бы использоваться в качестве такой площадки в будущем. Но им нужен какой-то импульс, чтобы доделать, до шлифовать, до вложиться. У меня самого двое

сыновей: один – первоклассник, второй скоро пойдет в школу. За время пандемии мы с ними все платформы посмотрели, попробовали, и из всего того, что есть на рынке, более-менее доработанной, посчитали «Учи.ру». Но это локальные системы, и надо понимать, что сегодня централизованной платформы нет, и вряд ли она появится в ближайшее время», – Александр Лукичев, директор Центра НТИ по nano-технологиям, технологиям виртуальной и дополненной реальности.

Также мы в таблицу добавили мессенджеры от иностранных – WhatsApp, и от отечественных – Telegram. Отзывы у этих программ положительные, отличаются только количеством пользователей. Но хочется отметить, что Telegram вышел позже на 4 года, тем самым, можно доказать, что программисты России могут делать хорошие площадки. Что будет дальше в истории человечества, никто не знает. Но карантин в связи с COVID-19 показал нам, что нужно развивать IT-технологии, онлайн школы на территории всей России.

На наш взгляд, можно развивать новую онлайн школу (площадку для обучения и работы) на Яндекс, т.к. на этом сервисе возможно создать удобную программу, с помощью которой люди бы смогли без проблем обмениваться документами, создавать формы, добавлять документы (задания для учащихся). У Яндекса акции за 5 лет выросли в 5 раз (29 января 2016 года – 1007 RUB, 22 января 2021 – 5015,80 RUB). Следовательно, Яндекс становится более востребованным, у него есть множество функций, включая Яндекс репетитор, программу «Алиса», так почему же не сделать бесплатную онлайн школу на платформе Яндекса. Возможности данной IT-корпорации позволит развернуть массовый охват потребителя, включая корпоративного. Согласимся с мнением Сергея Люшина, руководителя департамента компании Step Logic: «Возможно, расширение аудитории корпоративных пользователей, которое идет в настоящее время у российских производителей, рано или поздно позволит преодолеть критический барьер, после которого продвижение этих продуктов в массовом сегменте уже будет происходить в режиме цепной реакции» [1,27].

Таким образом, России нужно развивать свои онлайн школы, платформы, с помощью которых люди смогут дистанционно работать и учиться. Это, возможно, послужит огромным скачком в социальной и образовательной сферах страны.

Список литературы

1. Грамматчиков, А. Разговорится ли «русский Zoom»? / А. Грамматчиков // Эксперт. – № 9. – 22-28 февраля 2021 г. -Сс.26-27.
2. Пандемия цифрового образования. – URL: <https://vc.ru/education/153144-pandemiya-cifrovogo-obrazovaniya> (дата обращения: 13.03.2021).

СОСТОЯНИЕ И ПОТРЕБНОСТЬ В РАЗГОВОРНОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ У МАГИСТРАНТОВ ПРОФИЛЯ «МЕНЕДЖМЕНТ» В ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТЕ

*Фатыхова Д.Ф., студентка 20215м гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – д.п.н., профессор Голубева Г.Н.*

Актуальность. Спортивный менеджмент представляет собой организацию и управление в области физической культуры и спорта не только в пределах страны, но также на международном уровне. Для подготовки квалифицированных спортивных менеджеров высокого уровня, которые будут сотрудничать на международной арене, необходимо иметь знания не только на русском языке, но также и на иностранном.

Кроме того, владение иностранным языком является одним из ключевых компонентов успешной профессиональной деятельности современного конкурентоспособного специалиста для эффективного решения профессиональных задач в условиях динамично меняющихся реалий.

Цель исследования: оценить состояние и потребность в разговорном английском языке у магистрантов профиля менеджмент в физической культуре и спорте.

Методы исследования: анализ научно-методической литературы, анкетирование.

Результаты исследования и их обсуждение. По мнению Н.Г. Ершовой, Е.В. Дытко и Е.В. Павлюченковой [2]: подготовка специалиста в системе высшего образования направлена на формирование социально активной, творческой личности, обладающей профессиональной компетентностью, информационной культурой, гибким мышлением и иноязычной коммуникативной компетенцией.

В период развития и расширения международных контактов специалисту необходимо уметь быстро воспринимать и анализировать актуальную, достоверную информацию из различных источников, в том числе иноязычных источников, выявлять новые, важные сведения с целью их использования для решения конкретных профессиональных задач.

В соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта для вузов физической культуры целью курса иноязычного обучения является профессиональная подготовка через обучение иностранному языку. Знания и навыки, полученные в процессе изучения иностранного языка, способствует повышению качества профессиональной компетенции и общекультурного уровня студентов физической культуры [1].

Для оценки состояния и потребности в разговорном английском языке, в ходе исследования, нами было проведено анкетирование.

В анкетировании приняли участие магистранты Поволжского ГУФКСиТ, обучающиеся по профилю менеджмент в физической культуре и спорте, очного и заочного отделения.

На рисунке 1 представлены результаты ответов на вопрос «Оцените ваш уровень английского языка по 10-ти бальной шкале».

Из рисунка 1 видно, что 70% магистрантов оценивают свой уровень разговорного английского не выше, чем на 5 баллов. В свою очередь, это свидетельствует о том, что студенты не способны свободно применять английский язык на практике, а также в своей профессиональной деятельности. И только 30% опрошенных респондентов оценили свой уровень разговорного языка свыше 5, но ниже 9 баллов.

Результаты ответов на вопрос: «Хотели бы Вы дополнительно изучать английский язык в процессе подготовки?» представлены на рисунке 2.

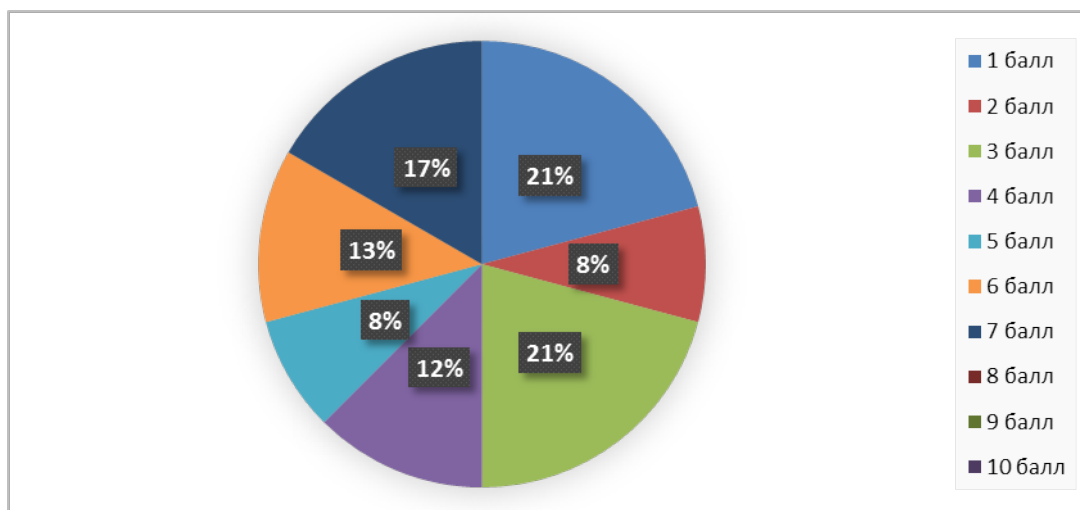


Рисунок 1 – Результаты ответов на вопрос
«Оцените ваш уровень разговорного английского языка по 10-ти бальной шкале»

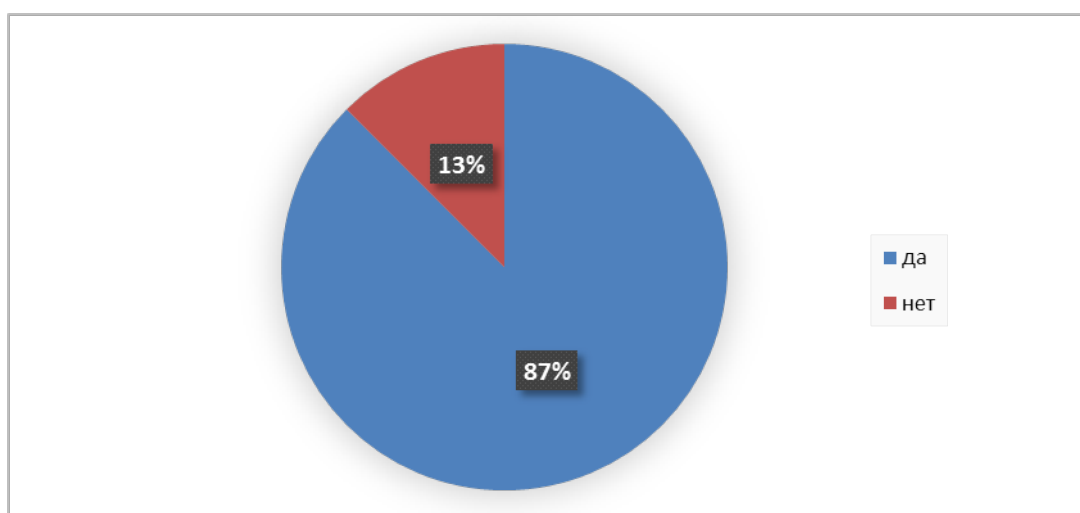


Рисунок 2 – Результаты ответов на вопрос
«Хотели бы Вы дополнительно изучать английский язык в процессе подготовки?»

Как видно из рисунка 2, 87% опрошенных респондентов предпочли бы дополнительно изучать английский язык для повышения уровня владения иностранным языком.

Выводы. Таким образом, на сегодняшний день большинство магистрантов профиля менеджмент в физической культуре и спорте не уверены в своем уровне владения разговорным английским языком, что в свою очередь проявляется в потребности изучения английского языка дополнительно.

Список литературы

1. Бганцева, И. В. Когнитивно-систематизирующее развитие иноязычной коммуникативной компетенции студентов нелингвистического вуза: монография / И. В. Бганцева. – Волгоград: ВГАФК, 2017. – 201 с. // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/158109> (Дата обращения: 25.03.2021).
2. Ершова, Н. Г. Important Issues Of Adapted Physical Education: учебное пособие / Н. Г. Ершова, Е. В. Дытко, Н. А. Павлюченкова. – Великие Луки: ВЛГАФК, 2017. – 280 с. // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/151098> (Дата обращения: 25.03.2021).

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ПЛАВАТЕЛЬНОГО КОСТЮМА

Федорова А.С., студент 20105 гр.

Томашевская Я.А., студент 20105 гр.

Поволжский государственный университет

физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия

Научный руководитель – к. полит. н., доцент Шабалина Ю.В.

Актуальность. История плавания, является частью истории физической культуры, а, следовательно, всей системы социально гуманитарных аспектов ФК и С. Данная тема является актуальной, так как сегодня большое количество пловцов стремится быть первыми, находятся в поиске самого лучшего плавательного инвентаря, чтобы показать наилучший результат. Каждый год структура ткани плавательного костюма улучшается для повышения обтекаемости тела и скорости спортсмена в воде. Спортсмены, которые выступают в специальных плавательных костюмах, показывают высокие спортивные результаты. Рекорды улучшаются, несмотря на тот факт, что даже сейчас, когда по правилам FINA спортсмены плывут в костюмах, покрывающих меньшую площадь тела, чем это было в прошлые годы, когда разрешалось выступать в гидрокостюмах, которые закрывали почти все тело пловца. Большая победа – это результат не только упорного труда, но и сумма маленьких побед.

Цель работы. Рассмотреть этапы развития плавательных костюмов, их роль в плавании и влияние на спортивные результаты и достижения спортсменов.

Результаты исследования и их обсуждение. Р.И. Кашапов, Ю.В. Шабалина в своих исследованиях отмечают: «Рациональная тренировочная программа и выбор обдуманного пищевого поведения для спортсмена, являются необходимыми для достижения высоких результатов» [1]. В ряде работ исследователей отмечается значение цветовых характеристик при выборе тренировочных костюмов [2]. В научной литературе значительное внимание уделяется этическим аспектам плавания [3].

Обратимся к истории вопроса. Так, в 285 г. н.э. на фресках в центральной части Сицилии были изображены первые люди в купальных костюмах. В античное время мужчины и женщины любили отдыхать на морских берегах Эллады. Прослеживалось воспевание идеальных форм обнаженного тела, что нельзя сказать про Средневековье, где это вызывало презрение со стороны церкви, из-за чего была утрачена полезная для организма культура купания. В то время женщины не могли себе представить, что можно купаться в общественных местах. По-настоящему плавать в купальном костюме в то время было невозможно. Наличие таких элементов как корсаж, воланы, оборки и длина в пол делали его огромным. Для того, чтобы эта система не поднималась внизу купального костюма, пришивали утяжелители. Поэтому главными забавами в водных процедурах были брызганья и барахтанья на одном месте, желательнее не в глубоком водоеме.

Позже стали появляться более компактные и удобные варианты купального костюма, но еще слабо напоминающие современные купальники они по-прежнему были максимально закрытыми и облегающими. Женщины в то время особо не стремились к загару – это считалось дурным тоном (признаком принадлежности к «третьему сословию»).

В конце XIX века плавание было официально внесено в список олимпийских видов спорта. С этого времени началось стремительное развитие плавательных костюмов. Первые серьезные изменения претерпели мужские купальные костюмы. Именно профессиональные спортсмены по плаванию впервые выступили в коротких треугольных плавках красного цвета.

Затем последовали изменения и в женском плавательном костюме. В 80-х годах XIX века был создан первый слитный купальный костюм, похожий на сшитые вместе шорты и кофту, которого дополняли головной убор и юбка ниже колен. В 1907 году Аннет Келлерман совершила настоящую революцию в мире пляжной моды. Она появилась на пляже в облегающем купальном костюме сшитым из мужского трико, за что была арестована, но

позже ее отпустили. Через несколько лет такой плавательный костюм оценили за его удобство и простоту использования. Не малую роль в этом понимание сыграло и то, что любительский спорт становится важной частью развития личности.

В 1914 году Александр МакРэй создал одну из ведущих мировых компаний, производящих товары для плавания – «Speedo» [4]. Все костюмы для плавания производились из шерсти, и в мокром состоянии вес увеличивался до 5 кг, поэтому в 1928 году компания выпустила костюм для плавания, что сделало его революционным для своего времени. В нем тренировался и выступал, среди прочих, чемпион мира Арни Борг.

Уже во второй половине XX века произошел качественный всплеск «купальной моды». В 1956 были выпущены спортивные плавательные костюмы из нейлона. Этот материал был легче, чем шелк, тем самым уменьшал сопротивление воды на тело спортсмена, позволяя развивать более высокую скорость. Благодаря этому костюмы мгновенно стали популярны во всем мире среди спортсменов. В 70-х годах были внедрены в производство ткань нейлон/лайкра, которая и на данный момент является самой популярной тканью для создания плавательных костюмов.

В 1992 году на Олимпиаде в Барселоне *Speedo* представила миру свой новый полностью закрытый костюм для плавания из новой сверхэластичной ткани S2000, состоявший из эластана и специального обработанного полиэстера. Коэффициент сопротивления этой ткани был на 15 % ниже традиционной, именно поэтому на той Олимпиаде пловцы, экипированные в купальные костюмы из S 2000, установили четыре мировых рекорда и собрали больше половины всех медалей. К Олимпиаде 1996 года в г.Атланте внедряется еще более усовершенствованный костюм «*Aquablade*», поверхностное сопротивление которого было еще на 8 % ниже, чем у S2000 и на 23 % ниже традиционных костюмов. Отметим, что спортсмены, выступавшие в «*Aquablade*», выиграли в Атланте 77 % медалей и установили 3 из 4 мировых рекорда. На Олимпиаде в Сиднее, произошла настоящая революция в мире плавания: пловцы выступали в новейших костюмах для плавания, получившие название «*Fastskin*». Специалисты стремились воссоздать строение кожи акулы, разрабатывая специализированную текстуру ткани. Коэффициент сопротивления ткани *Fastskin* был на 7,5 % ниже, чем у аналогов и на 3 % ниже, чем у *Aquablade*. В Сиднее спортсмены, выступавшие в «*Fastskin*» завоевали в общей сложности 83% от всех медалей, и установили 12 мировых и 22 олимпийских рекордов!

В 2008 года был выпущен костюм – *LZR Racer*. Достаточно привести один простой факт, чтобы понять, какие возможности дает эта новая разработка спортсменам: к 7 июня 2009 года в костюмах *LZR Racer* было побито 182 мировых рекорда по плаванию. Но после Олимпиады FINA выдала запрет на использование гидрокостюмов, которые наилучшим образом проявляли себя на спринтерских отрезках, сделанных из полиуретанового пластического материала, где на первом плане всегда выступают гидродинамические особенности пловцов [5]. Согласно статистике, за последние 20 лет результаты в плавании постепенно возрастали, однако потом был зафиксирован резкий спад после запрета на них и столь же резкий скачок после введения костюмов.

Выводы. Таким образом, исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать следующие выводы.

1. Исторические особенности плавательного костюма находятся в русле исторического процесса и отражают от части моду тех времен.

2. С изменением структуры ткани плавательного костюма обтекаемость пловца повысилась, тем самым увеличилась скорость преодоления толщи воды.

3. Обновление плавательных костюмов вносит качественное изменение в тренировочный процесс, технико-тактическую подготовку спортсмена, что прямым образом отражается на повышении спортивного результата.

4. Не малую роль в этом понимание сыграло и то, что любительский спорт становится важной частью развития физических качеств человека.

Список литературы

1. Дедловский, М. А. Эстетические аспекты спорта / М. В. Дедловская, М. А. Дедловский // Вестник научных конференций. – 2016. – № 1-5 (5). – С. 62-63.
2. Назарова, К. И. Гендерные особенности выбора тренировочных костюмов сборной РФ по бадминтону / К. И. Назарова, Р. А. Джеджула, А. Д. Ярцев, Ю. В. Шабалина // Актуальные проблемы теории и практики физической культуры, спорта и туризма. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов. – Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма. 2017. – С. 276-279. – URL:<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30750656> (дата обращения: 12.02. 2021).
3. Шабалина, Ю. В. Биохимические и гендерные характеристики пищевого поведения сборной РФ по открытой воде / Ю. В. Шабалина, Р. И. Кашапов // Известия Тульского государственного университета. Физическая культура. Спорт. 2017. № 3. – С. 162.
4. FINA вводит запрет на гидрокостюмы. – URL: <http://rulife.ru/View.php?id=2380>-Текст: электронный (дата обращения: 12.02. 2021).
5. Speedo-история компании. – URL: <https://www.proswim.ru/article/speedo-istoriya-kompanii/> (дата обращения: 12.02. 2021).

Секция 17

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
СПОРТИВНОГО ПРАВА

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СПОРТИВНОГО ПРАВА

*Алиева А.М., студент 101 гр.
Волгоградская государственная академия
физической культуры, г. Волгоград, Россия*

Актуальность. На сегодняшний день, в мире наблюдается активное развитие правовых отраслей, в том числе и спортивное право. Связано это, прежде всего, с популяризацией спорта, активным ростом экономических отношений, оказывающие влияние на многие сферы общественной жизни, в том числе и спортивной индустрии.

В России система права охватывает около 30 отраслей, важнейшими из которых выделяют следующие: Конституционное (государственное) право, Гражданское, Административное и Уголовное.

Цель исследования заключается в выявлении актуальных проблем в области спортивного права Российской Федерации.

Цель исследования конкретизируется в ряде задач: необходимость совершенствования спортивного законодательства; создание нормативной базы для разрешения спортивных споров и разногласий; улучшения методов борьбы с употреблением допинга; решение вопросов касающихся политизации спорта; совершенствование системы подготовки кадров, включающие в себя высококвалифицированных юристов в сфере спортивного законодательства; защита прав спортсменов внутри страны и международной арене; развитие спорта как средства воспитания детей, организация активного досуга для всех возрастных категорий и многое другое.

Результаты исследования и их обсуждение. В отличие от иностранных коллег, в Российском законодательстве отдельная отрасль спортивного права находится в разработке и на данный момент существует Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 04.12.2007 N 329-ФЗ, который в системе российского спортивного права устанавливает правовые, организационные, экономические и социальные основы деятельности в области физической культуры и спорта [1].

Из-за быстроразвивающегося спортивного направления и мира в целом, зачастую принятые нормативные акты теряют свою актуальность, что приводит к незамедлительным поправкам и к необходимости определения отраслевой принадлежности с юридической точки зрения [3].

На сегодняшний день выделяются глобальные проблемы, связанные со спортивным правом России, которые, условно, можно разделить на две группы:

1. Трудовые, гражданские, финансовые отношения в сфере спортивной деятельности;
2. Отсутствие компетентных, юридических кадров в области спортивного права приводят к более длительному разрешению тех или иных вопросов, что значительно осложняет путь к оперативному достижению поставленных целей и задач.

Для того чтобы решить проблемы, связанные со спортивным законодательством, необходимо провести комплекс мер по их устранению.

Рассмотрим некоторые из них:

Во-первых, необходимо рассмотреть вопросы о подготовке высококвалифицированных, узконаправленных юристов-специалистов в области спортивного права для наиболее точного и своевременного урегулирования возникших вопросов и проблем.

Во-вторых, следует уделить больше внимания правосознанию всех лиц участников спортивного законодательства, это и тренеры, и спортсмены, и организаторы, и болельщики, и т.д. Каждый из участников должен осознавать значимость данного законодательства, и в полной мере нести ответственность за неправомерные деяния.

В решении данных проблем также могут принять участие и субъекты РФ, обладающие полномочиями в сфере физической культуры и спорта:

1. Определение основных задач и направлений развития;
2. Принятие и реализация государственных региональных программ развития;

3. Учреждение различных форм поощрения: почетных званий, наград, премий и так далее;

4. Организация и проведение региональных официальных физкультурных мероприятий, направленных на оздоровление населения и проведение активного досуга среди всех возрастных категорий, приобщение к физической культуре, воспитание здорового поколения, внедрение спорта в повседневную жизнь [2, 4].

Выводы. Проанализировав действующие нормативно-правовые акты, научные труды и материалы в области физической культуры и спорта в России был подведен итог и сформулирован следующий вывод: только при комплексном принятии мер, грамотных и последовательных решений возможно достичь существенных результатов в области спортивного законодательства России.

Список литературы

1. Федеральный закон от 4 декабря 2007 г. № 329-ФЗ (ред. от 28.07.2012 № 136-ФЗ). «О физической культуре и спорте в Российской Федерации от 4 декабря 2007 г. Электронный журнал.
2. Алексеев, С. В. Спортивное право России / С. В. Алексеев. – Москва : Юнити-Дана, 2018. – 762 с.
3. Захарова, Л. Международное спортивное право : учебник для бакалавров / Л. Захарова. – Москва : Проспект, 2017. – 901 с.
4. Спортивное право России : учебник для магистров / Коллектив авторов. – Москва : Проспект, 2016. – 667 с.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НЕСПОРТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ В БОЛЬШОМ СПОРТЕ

*Гиматдинова Н.А., студент 91106 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия*

Актуальность исследования. В наше время неспортивное поведение, которые предполагают определенные последствия, приобретают все большее распространение. Чаще и масштабнее всего за неспортивное поведение наказывают в теннисе и футболе – там санкции примерно соизмеримы со статусами турниров и самих видов спорта. Также, стоит отметить, что большой спорт и большие деньги, стали неотделимы друг от друга. Помимо успехов самих спортсменов огромное значение играют противостояние влиятельных лиц, бизнес и, безусловно, чьи-то интересы. Чем громче спортивное событие, тем больше вокруг него завяжется персон, имеющих весьма отдаленное отношение к спорту.

Целью работы является проведение комплексного теоретико-правового анализа трудового правоотношения профессионального спортсмена, исследование дифференциации правового регулирования трудовых отношений профессиональных спортсменов. Правовые нормы выступают юридической базой правового регулирования спортивных отношений, предусматривают регулирование государством целого комплекса вопросов, связанных с организацией физического воспитания населения.

Введение. В правилах любого вида спорта существует пункт о неспортивном поведении и тех санкциях, которые могут быть применены к атлетам и работающему в их командах спортивному персоналу. На соревнованиях высокого статуса штрафы за плохое поведение выглядят очень внушительно, наказывают не только деньгами, спортсмена могут отстранить на какое-то время или совсем дисквалифицировать с турнира. В командных видах спорта потеря атлета может сильно сказаться на результате, а удаленный с площадки тренер тоже уже ничем не поможет. Эмоции играют в спорте важнейшую роль. «Спортивная злость», «горечь поражения» и «радость победы» постоянно сопровождают спортсменов. Эмоции ярко проявляются в предстартовом состоянии, а также во время спортивной борьбы. Спорт он про эмоции, и не все способны их контролировать, даже самые опытные спортсмены.

Общие положения о правах и обязанностях спортсменов. Анализ действующих правовых норм позволяет сформулировать следующие специальные обязанности лиц, имеющих спортивные разряды и звания:

- вести себя в духе следования спортивной этике, добропорядочности и воспитания;
- постоянно повышать свой культурный уровень, физическую подготовленность и спортивное мастерство;
- состоять в коллективе физической культуры (спортивном клубе) и систематически выступать на соревнованиях за ту спортивную организацию, в которой они состоят на учете;
- соблюдать спортивный режим, выполнять гигиенические требования, укреплять свое здоровье;
- активно участвовать в общественной работе, передавать другим спортсменам свой спортивный опыт и знания.

Особой спецификой обладают права и обязанности спортсменов, предусмотренные правилами соревнований по отдельным видам спорта. Последние определяют содержание прав и обязанностей спортсмена, указывают каким должно быть их поведение на соревнованиях и вне их. Юридически значимыми являются официальные спортивные соревнования, проведение которых связано для их участников с конкретными последствиями. Так, если спортсмен выполнил установленные разрядные нормы и требования по виду спорта на соревнованиях, предусмотренных календарным планом и обслуживаемых судьями соответствующей квалификации, то у него возникает право на получение спортивного звания или разряда. По этому праву спортивная организация после

проверки документов обязана своим постановлением или приказом присвоить спортсмену спортивное звание или разряд. Следовательно, наделяя спортсменов правами и обязанностями, государство направляет их поведение. Как только у спортсмена появляется персональное право или персональная обязанность, он должен согласовать свое поведение с тем, что предоставлено ему правом или возложено на него обязанностью. Если поведение данного спортсмена соответствует его правам и обязанностям, то оно является правомерным, если поведение не соответствует его правам и обязанностям, то оно неправомерно. Противоправные действия спортсмена связаны с понятием правонарушения. При этом вина может иметь форму умысла и неосторожности. Умысел предполагает, что спортсмен, совершивший противоправный проступок, предвидел вредные последствия своего поведения (например, сознательное причинение травмы другому спортсмену). При неосторожности (проявляющейся в форме самонадеянности или небрежности) имеет место пренебрежительное и безответственное отношение к своим обязанностям. На практике, к сожалению, часто имеют место случаи недостойного поведения отдельных спортсменов во время соревнований, неуважение к зрителям, партнерам по игре, судьям, нарушение спортивного режима. Однако правонарушением является лишь такое действие спортсмена, которым нарушена норма права (например, правила соревнований). К числу наиболее распространенных правонарушений относятся дисциплинарные – подрывающие дисциплину и наносящие вред нормальному ходу соревнований, функционированию спортивных организаций.

В зависимости от степени и характера проступка правовыми нормами предусматриваются соответствующие санкции. К их числу относятся:

- ✓ условная дисквалификация (например, на несколько игр или до конца спортивного сезона);
- ✓ предупреждение;
- ✓ строгий выговор;
- ✓ дисквалификация.

Спортсмены, нарушившие порядок перехода из одной спортивной организации в другую, подвергаются дисциплинарному взысканию (вплоть до дисквалификации).

В большом теннисе известным случаем явился поступок мировой знаменитости Серены Уильямс, которая слишком эмоционально стучала ракеткой о корт, не заботясь о состоянии площадки и тех, кто будет играть после нее. Такое поведение обошлось в 10 000 долларов за порчу травяного покрытия.

Россиянин Даниил Медведев вел себя не лучше Уильямс, он отказался пожать руку судьбе на вышке после проигранного матча – для тенниса это обязательное действие, прописанное в регулирующих документах. За свои проступки Медведев заплатит 5 500 долларов.

Американец Эрл Кочелл оскорблял судей еще до того, как это стало мейнстримом, а на одном из матчей внутреннего чемпионата досталось и зрителям. Тогда Кочелл продемонстрировал публике средний палец за то, что она его освистывала, протестуя против неспортивного поведения игрока. Закончилось все нецензурным оскорблением рефери турнира и пожизненной дисквалификацией.

Неспортивное поведение в теннисе стало обычным делом только в последнее время, на самом деле история тянется еще с 50-х годов прошлого века. Уже тогда игроки позволяли себе всякого рода эмоциональные выходки.

Но непобедимая в звании «Лучший хулиган тенниса» – Серена Уильямс. Самый яркий и дорогой для теннисистки эпизод с оскорблениями датируется 2009 годом, когда она заплатила штраф в 82 000 долларов за угрозы линейному судье «затолкать мяч в глотку».

Нарушения и недисциплинированное поведение в футболе. Американская спортивная телевизионная сеть ESPN создала свой рейтинг «самых плохих парней» в истории спорта. Возглавил форвард «Барселоны» и сборной Уругвая Луис Суарес. В 2011 году во время матча с голландским «ПСВ» (Суарес тогда играл за «Аякс») уругваец укусил за шею игрока команды-оппонента Отмана Баккала, за что был дисквалифицирован на семь матчей.

На чемпионате мира по футболу в Бразилии футболист попробовал на вкус плечо итальянца Джорджо Кьеллини. Тогда рефери эпизод пропустил и даже не дал Суаресу желтую карточку. Тем не менее, чуть позже FIFA рассмотрела эпизод и отстранила уругвайского графа Дракулу на девять матчей, плюс на четыре месяца от любой деятельности, связанной с футболом. Игрок до сих пор считает, что такое наказание было бесчеловечным. Даже всеми любимый и известный Месси показал свои не лучшие манеры, он выступал с критикой в адрес судей по итогам полуфинального матча Кубка Америки против команды Бразилии, в котором аргентинцы уступили хозяевам первенства со счетом 0:2. Также футболист отказался присутствовать на церемонии награждения в знак протеста против судейства на турнире и обвинил КОНМЕБОЛ в коррупции после встречи за третьей место с командой Чили (2:1). При этом по ходу матча он был удален за неспортивное поведение.

Неспортивным поведением отличаются не только мужчины – девушки в футболе порой ведут себя не лучше. На женском чемпионате мира по футболу 2019 года во Франции FIFA открыла дисциплинарное дело против игроков сборной Камеруна за «неподобающее поведение команды» и «оскорбительные действия». Девушки очень болезненно отреагировали на второй гол от сборной Англии, который изначально не был засчитан, но благодаря VAR рефери постановил, что взятие ворот было. Перед вторым таймом футболистки плакали в подтрибунном помещении и отказывались выходить на поле, но представителю FIFA удалось вернуть их в игру.

В зимних видах спорта тоже горячо. Конькобежец Кореи (KSU) официально сообщил, что двукратный олимпийский чемпион по шорт-треку Ли Сын Хун будет отбывать годовую дисквалификацию за систематические издевательства над коллегами по команде. Как именно это происходило, KSU не раскрывает, так же, как и имена пострадавших конькобежцев, отмечается лишь, что против Ли удалось собрать достаточную доказательную базу.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что можно очень много приводить подобных примеров. Из всего этого можно сделать вывод, что если негативные действия спортсмена сказываются на результативности коллег или соперников, то это в чистом виде неспортивное поведение, к которому можно применять спортивные санкции.

Инновационные методы общения на различных возрастных уровнях могут помочь тренерам в формировании у молодого поколения благоприятного отношения к спорту, принципиальных убеждений, к приобретению социально значимых моральных качеств, а также приемлемых моделей поведения спортсменов.

Список литературы

1. Горбатенко, К. Двойка за неспортивное поведение / К. Горбатенко // Daily Storm : новостной форум. – 2019. – 11 июля.
2. Федеральный закон от 04.12.2007 N 329-ФЗ (ред. от 31.07.2020) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.09.2020).
3. Неспортивное поведение // regista : новостной форум.
4. Английская федерация футбола вводит послематчевые наказания за симуляцию.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ОЛИМПИЙСКОГО ДВИЖЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ

*Злобина И.А., студент 91110 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – Исламов Д.Р.*

Цель нашего исследования – выявить взаимосвязь Олимпийского движения и государственной политики через анализ истории Олимпийских игр.

Результаты исследования и их обсуждение. *«О СПОРТ! ТЫ – МИР! Ты устанавливаешь хорошие, добрые, дружественные отношения между народами. Ты – согласие. Ты сближаешь людей, жаждущих единства» (Пьер де Кубертен, IX глава, «Ода спорту»).* Олимпийские игры – состязания, существовавшие в мире на протяжении нескольких веков. Соревнования, имеющие первоначально древнегреческую природу, были созданы для того, чтобы показать всестороннее гармоничное развитие человека. Победителем старта являлся не только хорошо развитый спортсмен, имеющий лучшее время на дистанции, но и личность, обладающая физическим совершенством. Если подробно разобрать это понятие, то мы увидим, что лидер Олимпийских игр – это человек, который обладает «высшей степенью гармонического физического развития и всесторонней физической подготовленностью, оптимально соответствующей требованиям трудовой и др. сфер жизнедеятельности» (из понятия о физическом совершенстве) [1]. По своей сути, это понятие многогранно, и различия соответствуют тем особенностям эпохи, к которому оно применимо. Если говорить про зарождение Олимпийских игр и первых древнегреческих состязаниях, то победителем являлся спортсмен, развитый и физически, и духовно. Такой человек был эталоном красоты: умен, обладал набором сильных личностных качеств, непомерной силой воли, имел стойкий характер, был полностью здоров, отличался хорошим телосложением, а также непосредственно связан с искусством.

Однако у Олимпийских игр античности были свои особенности: первоначально участвовали лишь свободные мужчины, обладающие полными гражданскими правами. Женщины даже не имели право смотреть на спортивные состязания. Стоит отметить, что во многих древних источниках указаны разделения состязаний на расы – «Цветные» дни. В 394 году н. э. Игры были и вовсе запрещены. Поспособствовал этому император Римской империи Феодосий I, целью которого было увеличение социального влияния религии и отведение от христианства всех возможных внешних «мелькающих» факторов [2]. Все выше перечисленные данные указывают на «переплетение» спорта с другими сферами общественной жизни.

Несмотря на то, что Олимпийские игры долго время попали в тень, многие страны проводили свои соревнования, во многом схожие с древним стартом спортивного сезона. Уже в XIX веке мыслители и философы стали побуждать народ вновь организовать эту древнегреческую традицию, так как спорт обладал большим комплексом социальных функций. Панайотис Суцос был первым поэтом, кто упомянул об идеи возрождения Олимпийских игр: в 1833 году он опубликовал стихотворение «Диалог мертвых», в котором призрак Платона с тревогой оглядывает его изодранную землю, задается вопросом, действительно ли он смотрит на Грецию и обращается: «Где все ваши театры и мраморные статуи? Где твои Олимпийские игры?» [3]. Произведение являлось своеобразным побуждением и повлияло на мировоззрение многих политиков. Анализ данных строк позволил выявить, что древнегреческие старты являлись характерной особенностью того времени и непосредственно влияли на жизнь общества в целом.

Одной из главных причин возобновления Олимпийских игр стало слабое физическое состояние французских солдат при поражении во Франко-прусской войне 1870–1871 г. г. Барон Пьер де Кубертен стремился решить две основные задачи: улучшить физическую подготовку армии, а также перенести «поле битвы» на спортивную арену посредством возрождения Игр. То есть, первоначально этот старт был направлен не на утешение

желающих разнообразить свои будни новым хобби, а помочь политикам сплотить страны посредством более мирных сражений. Именно благодаря этой цели соревнования решили устраивать каждые 4 года, меняя место проведения, увеличивая «ротацию» между государствами [2].

Говоря о современном Олимпийском движении, нельзя не упомянуть о жестоком XX веке, который принес людям немало бед. К сожалению, в истории Олимпийских игр произошли случаи, когда проявлялись заметные нарушения основных принципов Пьера де Кубертена – гуманизма и честной игры. Одно из первых и главных на сегодняшний день серьезных «скарификаций» – террористический акт на Играх 1972 года в Мюнхене, в ходе которого были убиты 17 мирных жителей, 11 из которых являлись членами сборной Израиля, выступавшие на соревнованиях. Стоит отметить, что в истории главных стартов также немало политических противостояний, проявлявшихся в бойкоте Олимпийских игр стран, по которым я и составила ниже представленную таблицу (Таблица 1).

Таблица 1 – Список стран, бойкотировавших Олимпийские игры во второй половине XX века [4]

<i>№</i>	<i>Год</i>	<i>Главный старт</i>	<i>Место проведения</i>	<i>События</i>	<i>Причина</i>
1	1956, 1960, 1964, 1968, 1972	XVI-XX летние Олимпийские Игры	Мельбурн (Австралия), Рим (Италия), Токио (Япония), Мехико (Мексика), Мюнхен (ФРГ)	Сборная КНР бойкотировала из-за приглашения на соревнования команды Тайваня.	Китайская народная республика считала остров Тайвань неотъемлемой частью своей территории.
2	1976	XXI летнюю Олимпиаду	Монреаль (Канада)	Тайвань отказался от участия в Играх, протестуя против решения властей Канады не рассматривать тайваньских спортсменов как представителей суверенного государства.	В 1970 году Канада признала Китайскую народную республику единственным легитимным представителем китайского народа.
3	1980	XIII зимние Игры, XXII летние Игры	Лейк-Плэсид (шт. Нью-Йорк, США) и Москва (СССР)	Сборная Тайваня бойкотировала, так как протестовала против решения МОК.	Решение Международного олимпийского комитета 1979г., согласно которому право выступать на Олимпиадах под наименованием «Китайская Республика» получила КНР, а Тайваню надлежало соревноваться как «Китайский Тайбэй»
4	1956	XVI летние Олимпийские Игры	Мельбурн (Австралия)	Наряду с КНР, отказались от участия на Олимпиаде еще семь стран.	Сборные Египта, Ирака и Ливана бойкотировали в знак протеста против англо-израильской оккупации Синайского полуострова в ходе Суэцкого кризиса (1956-1957).

					Сборные Швейцарии, Испании, Нидерландов и Лихтенштейна отказались от участия в Играх, протестуя против подавления советскими войсками антикоммунистического восстания в Венгрии в 1956 году.
5	1964	XVIII летние Олимпийские игры	Токио (Япония)	Сборные Индонезии и КНДР бойкотировали, т. о. страны выразили протест против решения МОК не допустить к Олимпиаде спортсменов, принявших участие в Играх новых развивающихся сил.	GANEFO были организованы в 1963 году в Джакарте по инициативе президента Индонезии Сукарно для стран «антиимпериалистической» ориентации.
6	1976	XXI летние Олимпийские игры	Монреаль (Канада)	От участия на Олимпиаде отказались команды более 20 африканских стран.	Они протестовали против допуска на Игры Новой Зеландии, чья национальная сборная по регби совершила турне по ЮАР, где действовал режим апартеида, и провела ряд матчей с местными командами. Выразив солидарность с африканскими командами, на Играх также не выступили Ирак и Гайана.
7	1980	XXII летние Олимпийские игры	Москва (СССР)	От участия на Олимпийских играх отказались сборные США, Канады, ФРГ и еще около 50ти стран.	Ввод советских войск в Афганистан в 1979 году.
8	1984	XXIII летняя Олимпиада	Лос-Анджелес (шт. Калифорния, США)	СССР отказался от участия на Олимпийских играх. Помимо СССР, в Играх не приняли участие команды большинства стран Организации Варшавского договора, за исключением Румынии.	Формальной причиной было отсутствие гарантий безопасности советским спортсменам со стороны организаторов Игр, но фактически это был ответный шаг в связи с бойкотом московской Олимпиады 1980 года со стороны государств Запада.
9	1984	XXIII летняя Олимпиада	Лос-Анджелес (шт. Калифорния, США)	Ливия отказалась от участия в Играх.	Отказ властей США допустить журналистов из Ливии для освещения спортивных мероприятий из-за подозрения в связях с террористами.
10	1980, 1984	XXII и XXIII летние	Москва (СССР) и	Иран отказался от участия в Играх.	В СССР – из-за войны в Афганистане. В США – из-

		Олимпийские игры	Лос-Анджелес (шт. Калифорния, США)		за «вмешательства США в дела Ближнего Востока».
I I	1988	XXIV летняя Олимпиада	Сеул (Республика Корея).	Сборная КНДР отказалась от выступления. Куба и Эфиопия также бойкотировали эту Олимпиаду, выразив солидарность Корейской народной демократической республике.	Отклонение оргкомитетом Игр требования северокорейского руководства провести часть соревнований в городах КНДР.

В прошлом столетии целых 3 Олимпиады были отменены из-за военных действий. В 1916г. – во время Первой Мировой, в которой приняли участие 33 страны, а также в 1940г. и в 1944г. – во время проведения Второй Мировой войны. Всем трем состязаниям был присвоен порядковый номер, однако соревнования не состоялись. Люди сражались на поле битвы каждый за свою страну, поэтому даже не было мысли о том, чтобы увидеть спортивный праздник [6].

Не могут остаться без внимания и допинговые скандалы, которые разгораются в последнее время между влиятельными странами. Они начались в 2015г. во ВФЛА (расшифровка – Всероссийская федерация легкой атлетики) и не заканчиваются и по сей день. Причиной стали расследования, установившие неоднократные случаи применения допинга в российском спорте, а также попытки манипулировать результатами тестов со стороны тренеров. Конечно, доказательства достоверности этих фактов является самой обсуждаемой спортивной темой на сегодняшний день, однако общественное мнение не имеет влияния на решения МОК по данному вопросу. Отличительной чертой этого конфликта является то, что суждения поддерживают лишь государства, конкурирующие с обвиняемой страной, что непосредственно является отражением политического разногласия на спортивной арене.

Результаты исследования и их обсуждение. Подводя черту, хочется отметить, что во время проведения Олимпийских игр Античности запрещалось проведение военных действий, и зажигался священный огонь. Состязание являлось не только соревнованием, но и большим праздником для зрителей и народа страны в целом. Люди смотрели Игры, объединяясь и радуясь. Они восхищались подготовкой других и намечали собственные планы на совершенствование. Олимпиада являлась тем звеном, который сплачивал народ и позволял хоть на несколько дней забыть о конфликтах, погружая в атмосферу торжества.

Со временем политика все больше и больше стала проникать в спорт, тем самым забывая об истинных задачах и функциях физической культуры в целом. «Олимпизм – это философия жизни, возвышающая и объединяющая в сбалансированное целое достоинства тела, воли и разума» [5]. И он ни в коем случае не должен быть основан на политических разногласиях. Для предотвращения будущих возможных конфликтов следует применять все возможные средства, в том числе и популяризацию первоначальных философских идей спорта. Идеологические функции Олимпийского движения состоят в том, чтобы увеличить возможности межкультурного диалога и повлиять на отношения между государствами посредством главного спортивного старта.

Олимпийское же движение – это искусство. Искусство состязаться и побеждать. Искусство отстаивать место страны в общем рейтинге. Олимпиада не просто старт, это возможность доказать высокое положение своего государства мирным путем. Когда есть стадион, арена, дорожка или полоса, а твой организм – единственный инструмент, то нет смысла участвовать в других национальных конфликтах.

Спорт позволяет организовывать сражения, где отмечается победа амбиций, а не территориальных захватов. Он раскаляет патриотические эмоции, но также – обеспечивает

полноценную долгую подготовку, которая занимает все мысли человека и не дает погружаться в политику, тем самым «ограждая» личность от возможности мыслить и конфликтовать по этому поводу. Когда есть мяч, эстафетная палочка или клюшка, то воевать незачем, да и некогда [7].

Выводы. Спорт и политика – социальные сферы, непосредственно переплетенные между собой плотной невидимой нитью. И, которые, к сожалению, в последнее время все больше теряют свои отличительные характеристики. Олимпийское движение, по моему мнению, проявляется в международных отношениях в двух кардинально противоположных формах:

1. Как средство межкультурного диалога.
2. Как инструмент политических конфликтов.

Первая, гуманистическая форма проявляется для достижения мирных связей между государствами посредством собраний общественных объединений и состязаний на спортивных аренах. Вторая, враждебная и наиболее применяемая – существует для выяснения лидерства среди ведущих влиятельных стран. Вышеприведенные мною высказывания позволяют отнести Олимпийское движение к самостоятельному социальному институту со своими целями и задачами, непосредственно влияющими на институт государственной политики.

В заключении хотелось бы призвать всех интересующихся спортом пропагандировать первую приведенную в этой статье названную форму Олимпийского движения во всех ее проявлениях.

Список литературы

1. Большая советская энциклопедия : сборник статей / 3-е изд. – Москва : Советская энциклопедия, 1976. – С. 120-121.
2. История Игр // История Олимпийских игр. – URL: <http://olimp-history.ru/node/10>.
3. Панайотис Соутсос – Panagiotis Soutsos Панайотис Соутсос // Qaz Wiki. – URL: https://ru.qaz.wiki/wiki/Panagiotis_Soutsos (дата обращения: 16.10.2018).
4. Случаи отказов сборных от участия в Олимпийских играх. Досье. // ТАСС. – URL: <https://tass.ru/info/4789249> (дата обращения: 6.12.2017).
5. Роль Пьера де Кубертена в развитии современного Олимпийского движения // StudMe. – URL: https://studme.org/337750/meditsina/rol_pera_kubertena_razvitiu_sovremennogo_olimpiyskogo_dvizheniya
6. Несостоявшиеся Олимпийские игры: 1916, 1940, 1944. Как это было // Vespo. – URL: <http://vespo.com.ua/interesnye-fakty-o-sporte/nesostoyavshiesya-olimpiyskie-igryi-1916-1940-1944-kak-eto-byilo/> (дата обращения: 11.12.2014).
7. Радзиховский, Л. Спортивные войны / Л. Радзиховский // Российская газета. – Федеральный выпуск. – 2004. – №3507.

ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ПО РАЗВИТИЮ СПОРТА НА ИЗМЕНЕНИЕ УРОВНЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

*Луконина А.С., студент 91112 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия
Научный руководитель – Ислямов Д. Р.*

Аннотация. В данной статье рассматривается вопрос о влиянии государственной политики по развитию спорта на изменение уровня качества жизни. Какими методами политика влияет на спорт с целью изменения уровня качества жизни. Положительное воздействие политики спорта на изменение качества жизни населения. **Ключевые слова:** Государственная политика, спорт, уровень жизни населения, спорт-норма жизни, спортивные сооружения, статистика, Министерство спорта.

Актуальность: в настоящее время значение и популярность физической культуры и спорта значительно выросли. Все больше людей стремятся заниматься спортом, посещать фитнес центры и др. В отличие от тех, кто не занимается и не собирается заниматься спортом, активные и физически развитые люди обладают рядом преимуществ. У них более крепкий иммунитет, сильное тело, что избавляет их от многих проблем со здоровьем и тем самым повышает их физическую активность и хорошую работоспособность, что способствует повышению уровня качества жизни не только отдельно взятой личности, но и страны в целом, путем изменения статистики общей продолжительности жизни и рабочей выносливости граждан. В заинтересованности людей занятиями спортом большую роль имеет государственная политика. Постройка различных залов, спортивных физкультурно-оздоровительных комплексов, спортивных школ, проведение каких – либо спортивных мероприятий, привлечение СМИ и т.д. – все это способствует вовлечению в спорт все большего количества людей.

Исходя из этого, зная, что спорт может значительно улучшить качество жизни население, а государственная политика по развитию спорта обладает возможностями заинтересовать большее количество людей заниматься данной деятельностью, тема влияние государственной политики по развитию спорта на изменение уровня качества жизни населения является актуальной.

Цель исследования: для тренеров и педагогов физической культуры вопрос заинтересованности населения к занятиям спортом является достаточно важным. Привлечение к данной сфере большего количества людей положительно сказывается не только на развитии спортивного движения в Российской Федерации, но и на общих показателях статистики уровня качества жизни населения, так как занятия спортом и физической культурой способны улучшить здоровье занимающихся, что способствует увеличению общей продолжительности жизни граждан.

Государственная политика по развитию спорта уделяет этому весьма большое значение: обеспечивает людей достаточным количеством спортивных сооружений, привлекает народ различными методами, дает возможности жителям страны любого возраста улучшить качество жизни, занимаясь спортом и поддерживая здоровый образ жизни. Обеспечивает материальную поддержку физкультурно-оздоровительным комплексам, детско-юношеским спортивным школам и другим государственным спортивным заведениям. Проводит различные мероприятия, проекты, турниры, соревнования различных уровней от районного до Всероссийского или даже мирового, тем самым привлекая народ.

Целью данного исследования является изучение статистики изменения числа занимающихся спортом и физической культурой в спортивных клубах, на предприятиях и в учреждениях дополнительно образования на примере показателей ведомости 2019 и 2016 годов. Сколько сооружений было построено на данных этапах и как это повлияло на количество увлеченных сферой ФКиС. Сколько средств было потрачено на достижение

данных целей и к чему это привело. Как все это повлияло на увлеченность людей спортом и их желание поддерживать физическую активность и следовать правилам здорового образа жизни. И какой эффект на изменение уровня качества жизни произвели данные действия.

Результаты исследования и их обсуждение. Первая часть исследования заключалась в анализе показателей развития ФКиС и средней продолжительности жизни в России. Как показывают данные Министерства спорта, развитие ФКиС в России в период с 2016 по 2019 год значительно изменилось. Государство выделяет все больше денег, строятся больше новых сооружений, число занимающихся фитнесом и профессиональным спортом значительно растет. Численность занимающихся на предприятиях, в организациях, в учреждениях дополнительного образования также увеличивается. Вместе с этим увеличивается и продолжительность жизни граждан. Снижается процент зависимых от алкоголя и курения. Например, процент курящих, по результатам опроса, с 2016 года (31%) упал на 6,8% к 2019 году (24,2%), что значительно улучшает качество жизни населения. А снижение числа алкоголе зависимых уменьшает риск развития беспредела и воровства в стране.

Таблица 1 – Показатели развития ФКиС в РФ

	2016	2019
Всего построено спортивных сооружений	290 947	322 758
Всего израсходовано на ФКиС	2881,2 (на 1 жителя, руб.)	747 912 852,4
Численность занимающихся	46 659 209	58 539 988
Численность занимающихся в учреждениях дополнительного образования	4 338 851	4 480 538
Численность занимающихся на предприятиях, учреждениях, организациях	16 506 756	22 588 480
Численность занимающихся в клубах	3 388 615	12 687 825
Численность занимающихся в группах и секциях по видам спорта	25 329 260	30 252 903

Далее приведена статистика Министерства Спорта Российской Федерации за 2016 и 2019 годы.

Таблица 2 – Средняя продолжительность жизни в России

Показатели	2016	2017	2018	2019
Оба пола	71,9	72,7	72,91	73,3
Мужчины	66,5	67,5	67,85	68,2
Женщины	77	77,64	77,8	78,2

Таблица 3 – Процент курящих в РФ

	2016	2019
Общий процент курящих в России	31%	24,2%

Но не только количество вложенных средств и построенных сооружений повлияло на заинтересованность людей заниматься спортом. В России проводились различные турниры, соревнования, спортивные праздники и т. д. Также с 1 января 2019 года в России стартовал Федеральный проект «Спорт – норма жизни», целью которого и является повысить качество жизни россиян через физическую активность и сформировать культуру спортивной жизни. Как отметил Олег Матыцин, за последний год число граждан, регулярно занимающихся спортом, выросло до 40%. Также проект продвигает массовый спорт, например, кросс нации, лыжня России, день физкультурника и т. д. Создает условия для занятий физической культурой и спортом для жителей всех возрастов и особенностей.

Во всех городах страны строятся не только физкультурно – оздоровительные комплексы, но и спортивные площадки во дворах, парках. Дети получают бесплатную возможность профессионально заниматься конкретными видами спорта в специально отведенных для этого учреждениях.

Заключение. По результатам всех показателей, можно смело утверждать, что физкультурно – спортивное движение в России увеличивается с каждым годом. И достаточно большую роль во всем этом играет государственная политика по развитию спорта: сооружения строятся, проводятся различные мероприятия и программы, посвященные спорту и здоровому образу жизни, количество граждан, занимающихся физической культурой и спортом, растет. Люди интересуются данной сферой все больше. Снижается процент зависимых вредными привычками, что в некотором роде влияет на уровень качества жизни не только отдельно взятой личности, но и на общий показатель продолжительности жизни населения в России.

Государство заинтересовано в привлечении граждан к занятиям спортом, строит планы на будущее, обеспечивает спортивные школы, чтобы с детства привлекать людей к данной деятельности. Проводят различные мероприятия с бесплатным участием для граждан, не отказываются проводить крупные международные соревнования. Показывают различные спортивные игры и турниры в прямой трансляции. Все это способствует привлечению большего количества людей в спорт, особенно детей. Во многих больших городах достаточно фитнес клубов, что позволяет заниматься в ближайшем районе. А люди, не имеющие возможности тренироваться в залах и спортивных школах по каким-либо причинам, могут поддерживать свою физическую активность во дворах и парках, где уже имеются спортивные снаряды. Возможностей для занятий спортом и поддержания здорового образа жизни достаточно для каждого человека. И большую роль в обеспечении населения таким огромным количеством ресурсов играет именно государство.

Список литературы

1. Федеральный проект «Спорт – норма жизни». – URL: https://www.sportacadem.ru/home/federalnyj_proekt_sport_norma_zhizni/ (дата обращения: 27.12.2020).
2. Косицын, И. Курение в России.
3. Министерство спорта Российской Федерации. – URL: <https://minsport.gov.ru/sport/physical-culture/statisticheskaya-inf/> (дата обращения: 17.12.2020).
4. Статистика и показатели Региональные и Федеральные. – URL: <https://rosinfostat.ru/> (дата обращения: 20.12.2020).

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ПРАВОВОГО СТАТУСА МЕЖДУНАРОДНОЙ ФЕДЕРАЦИИ БАСКЕТБОЛА

*Перова Д.И., студент 91113 гр.
Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма, г. Казань, Россия*

Аннотация. Статья посвящена правовым вопросам понятия и системы субъектов международных спортивных отношений. Определены особенности правового статуса субъектов международных спортивных отношений. **Ключевые слова:** спорт, субъекты, субъекты международных спортивных отношений, спортсменов, международные спортивные организации.

Актуальность. Международная спортивная деятельность – сложная и специфическая социально-экономическая система. В ней задействованы, кроме спортсменов и тренеров, спортивные организации, спортивные агенты, спортивные врачи, психологи, спонсоры, зрители и тому подобное. Средства массовой информации постоянно транслируют различные спортивные соревнования. В связи с этим возникает необходимость определения субъектного состава международных спортивных отношений, поскольку от правильного определения их круга, особенностей зависит качество правового регулирования.

Исследованием вопроса субъектов международных спортивных отношений занимались ученые С. Алексеев, Г. Бордюгова, В. Васькевич, Дж. Нафziger, К. Фостер, А. Шевченко и другие. В то же время особенности правового статуса субъектов международных спортивных отношений обуславливают потребность в новых исследованиях как на национальном, так и на международном уровнях.

Цель – определение круга субъектов международных спортивных отношений и их характеристик.

Результаты исследования. ФИБА – Международная федерация баскетбола (Fr. Fédération Internationale de Basketball) – ассоциация национальных организаций, которая управляет международным баскетболом. ФИБА устанавливает международные правила баскетбола, определяет экипировку, регулирует переход игроков между клубами и контролирует назначение международных судей. В настоящее время он объединяет более 200 национальных федераций, а с 1989 г. они начинают объединяться в пять зон или «комиссий»: Африка, Азия, Европа, Океания и Америка.

Основанная в Женеве в 1932 г., через два года после того, как баскетбол был официально представлен Международному олимпийскому комитету.

С 1950 года для мужчин и 1953 года для женщин ФИБА проводила чемпионаты мира, как правило, каждые четыре года.

В 1989 году ФИФА открыл двери для Олимпийских игр профессионалов, например, из НБА в Соединенных Штатах. Поэтому Международная федерация баскетбола среди любителей была изменена на Международная федерация баскетбола, но аббревиатура ФИФА осталась.

Все российские соревнования проводятся по действующим правилам Международной федерации баскетбола (ФИФА). Уточнение важное и актуальное, поскольку далеко не во всех национальных чемпионатах других стран также действуют правила ФИФА. Например, в китайской лиге, матчи которой сейчас в прямом эфире показывает «ТВ Старт», играют не четыре периода по 10 минут чистого времени, а 4 периода по 12 минут. По целому ряду нюансов отличаются от правил ФИФА те правила игры, которые действуют в мужской Евролиге и Еврокубке, в североамериканской НБА и студенческой лиге США, и так далее.

В заявку команды мастеров могут быть включены только игроки, достигшие 15-летия. Верхнего предела, естественно, нет. В истории чемпионатов России есть уникальные баскетболисты, выступавшие в возрасте близко к 50 или даже более того (Сергей Иванов, Владимир Жигилий).

Общий устав и Внутренний регламент ФИБА служат основой миссии ФИБА и определяют институциональные структуры и органы, необходимые для ее выполнения.

За прошедшие годы эти структуры претерпели множество изменений и корректировок, чтобы обеспечить структуру управления, адаптированную к реалиям баскетбола, а также к глобальной спортивной и политической среде в любой момент времени.

Это включает в себя размещение основных членов ФИБА, национальных федераций-членов, в самом центре управления спортом. Коллективно и с равным правом голоса они образуют высший орган ФИБА – Конгресс.

Таким образом, прямо или косвенно все лица, структуры и решения ФИБА зависят от 213 национальных федераций-членов. Сюда входят четыре организации, которые исторически занимали центральное место в деятельности ФИБА: Центральное Правление, Президент, Генеральный секретарь, Комиссии.

Миссия ФИБА была расширена и теперь включает объединение общества, а также продвижение и развитие этого вида спорта.

Чтобы отслеживать, чего хочет достичь ФИБА, она определила 8 стратегических целей на цикл 2019-2027 годов, которыми будет руководствоваться вся организация и ее национальные федерации-члены в ближайшие годы, а также три стратегических приоритета на 2019-2023 годы

Выводы. С момента своего основания в 1932 году ФИБА многого достигла и добилась значительного развития во всех областях баскетбола. Теперь пришло время сделать шаг на следующий уровень, чтобы увидеть, как наш спорт достиг новых высот.

Последовательная стратегия с четкими целями и четкой дорожной картой для достижения этих целей была изложена на период 2019-2023 гг.

Были определены ценности, которые представляют собой основные достоинства баскетбола, и, наряду с четким видением нашего вида спорта, теперь они будут определять ФИБА во всей ее деятельности.

Список литературы

1. Алексеев, С. Международное спортивное право : учебник ; под ред. П. Крашенинникова. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 895 с.
2. Алексеев, С. Спортивное право России : учебник ; под ред. П. Крашенинникова. – 2-е изд., стереотип. – Москва : ЮНИТИ-ДЛНЛ, Закон и право, 2012. – 671 с.
3. Васькевич, В. Гражданско-правовое регулирование отношений в области профессионального спорта : дис. ... канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 «Гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право» / В. Васькевич. – Казань, 2006. – 216 с.
4. Медведев, С. Теоретико-правовые аспекты функционирования физической культуры и спорта в Российском государстве : дис. ... канд. юрид. наук : спец. 12.00.01 «Теория и история права и государства; история учений о праве и государстве» / С. Медведев. – Майкоп, 2006. – 236 с.
5. Юрлов, С. Правовая природа, особенности и общая характеристика спортивных правоотношений / С. Юрлов // Вестник РУДН. – 2014. – №4. – С. 170-175.

ПРОБЛЕМА КАДРОВОГО МЕДИЦИНСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СБОРНЫХ КОМАНД СТРАН – ЛИДЕРОВ ПО СПОРТИВНОЙ ГИМНАСТИКЕ

Сафонова М.В., студент 91101М гр.

Шмидт В.В., студент 91101М гр.

*Поволжский государственный университет
физической культуры спорта и туризма, г. Казань, Россия*

Аннотация. Спорт высших достижений это сфера, где помимо непосредственно спортсменов работает еще множество самых разных специалистов [1]. В их числе, разумеется, и медики – а именно, спортивные врачи, которые специализируются исключительно на спортивных травмах и профессиональных болезнях спортсменов [5]. Спортивная гимнастика как вид спорта относится к сложно-координационному, технико-эстетичному виду спорта, специфика которой заключается, прежде всего, в управлении движениями собственного тела в зависимости от ранее заданной программы и в искусственности двигательных форм, являющихся предметом соревнований [2]. Именно поэтому спортивная гимнастика является одним из самых травмоопасных видов спорта и находится на 4 месте по травматизму, следовательно, профессиональное медицинское обеспечение сборных команд является обязательным. Целью данной работы является анализ медицинского обеспечения сборных команд по спортивной гимнастике на примере 2 лидирующих стран: Российская Федерация и Соединенные Штаты Америки. **Ключевые слова:** спортивная гимнастика, спортивный врач, сборная команда.

Актуальность. Спортивная гимнастика представляет собой сформировавшийся на протяжении двух последних столетий вид деятельности, предполагающий состязание с демонстрацией гимнастических упражнений по установленным правилам и с выявлением победителей в личном и командном первенствах [2]. По травматизму гимнастика занимает 4 позицию, после таких видов спорта как единоборства, баскетбол и футбол. Каждая сборная команда стремится показать наивысший результат на главных мировых стартах, а это напрямую зависит от здоровья спортсменов. В последние годы ведущими странами является сборная США и сборная Российской Федерации, поэтому мы провели анализ состава медицинских работников в сборных командах этих стран.

Цель исследования. Провести сравнительный анализ состава медицинских работников сборных США и Российской Федерации по спортивной гимнастике.

Результаты исследования и их обсуждение. С помощью метода анализа, мы выявили количество спортивных врачей и спортсменов. В Российской Федерации в сборной команде есть три состава: основной состав, молодежный состав и юношеский состав. Данные представлены в Таблице 1.

Таблица 1 – Количественный состав спортсменов и медицинского персонала сборной команды Российской Федерации по спортивной гимнастике

Сборная Российской Федерации				
Гимнасты		Врачи		
Мужчины	Женщины	Врач по спортивной медицине	Тренер-массажист	Медсестра по массажу
Основной состав				
14	13	3	1	1
Молодежный состав				
11	11	1	0	0
Юношеский состав				
7	6	0	0	0

В основном составе состоят 28 человек, из которых 14 мужчин и 14 женщин. В составе молодежной сборной числится 22 гимнаста, в числе которых 11 юношей и столько же девушек. В юношеском составе насчитывается 13 спортсменов, 7 мужского пола и 6 женского пола. По данным официального сайта федерации спортивной гимнастики России у каждого из вышеперечисленных составов имеется свой медицинский персонал [3]. В основном составе осуществляют деятельность 5 врачей. А именно 3 специалиста по спортивной медицине, 1 тренер массажист и 1 медсестра по массажу. Состав молодежной сборной курирует один врач по спортивной медицине. У юношеского состава медицинского персонала не обнаружено. Со слов спортсменов юношеского состава медицинский контроль осуществляет врач молодежной сборной.

В сборной команде Соединенных Штатов Америки также есть три состава: основной состав, молодежный состав и юношеский состав. Данные представлены в Таблице 2.

Таблица 2 – Количественный состав спортсменов и медицинского персонала сборной команды Соединенных Штатов Америки по спортивной гимнастике

Сборная Соединенных Штатов Америки					
Гимнасты		Врачи			
Мужчины	Женщины	Врач по спортивной медицине	Руководитель отдела здоровья спортсменов США	Медицинский директор	Спортивный психолог
Основной состав					
12	16	1	1	1	1
Молодежный состав					
13	11	0	0	0	0
Юношеский состав					
13	0	0	0	0	0

В основном составе состоят 28 человек, из которых 12 мужчин и 16 женщин. В составе молодежной сборной числится 24 гимнаста, в числе которых 13 юношей и 11 девушек. В юношеском составе насчитывается 13 спортсменов, все мужского пола. По данным официального сайта спортивной гимнастики США медицинский персонал курирует только основной состав [4]. В основном составе осуществляют деятельность 4 специалиста. А именно 1 врач по спортивной медицине, 1 руководитель отдела здоровья спортсменов США, 1 медицинский директор и 1 спортивный психолог. У молодежного и юношеского составов по данным официального сайта медицинский персонал отсутствует.

Заключение. Проведя сравнительный анализ двух ведущих стран по спортивной гимнастике, мы выявили некоторые различия в количестве медицинских работников, а также в их должностных обязанностях. А именно в составе Российской сборной насчитывается 5 врачей: 3 врача по спортивной медицине, 1 тренер-массажист и 1 медсестра по массажу. В составе сборной команды США осуществляют деятельность 4 специалиста, а именно 1 врач по спортивной медицине, 1 руководитель отдела здоровья спортсменов США, 1 медицинский директор и 1 спортивный психолог. Так как эти страны показывают высокие результаты на мировых чемпионатах и Олимпийских играх, мы можем сделать вывод, что такой состав медицинских работников является оптимальным.

Список литературы

1. Алексеев, С. В. Правовые основы профессиональной деятельности в спорте : учебник / С. В. Алексеев. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Спорт-Человек, 2017. – 672 с. // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/97544> (дата обращения: 14.11.2020). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Гавердовский, Ю. К. Теория и методика спортивной гимнастики : учебник : в 2 томах / Ю. К. Гавердовский. – Москва : Советский спорт, [б. г.]. – Том 1. – 2014. – 368 с. // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/69824> (дата обращения: 14.11.2020). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Официальный сайт федерации спортивной гимнастики Российской Федерации Сайт. – URL: <https://sportgymrus.ru/> (дата обращения: 14.11.2020).

4. Официальный сайт федерации спортивной гимнастики США Сайт. URL: <https://usagym.org/> (дата обращения 14.11.2020).

5. Поляев, Б. А. Зарубежный и отечественный опыт организации службы спортивной медицины и подготовки спортивных врачей : учебное пособие / Б. А. Поляев, Г. А. Макарова, И. А. Белолипецкая. – Москва : Советский спорт, 2005. – 152 с. // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/4105> (дата обращения: 14.11.2020). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ПРАВА В РОССИИ

*Стрельникова Д.А., студент 303 гр.
Российский государственный
университет правосудия, г. Воронеж, Россия
Научный руководитель – преподаватель Прыткова Е.С.*

Аннотация: в статье рассмотрены основные проблемы развития спортивного права в Российской Федерации в XXI веке, отражено настоящее положение российского спорта на международной арене. **Ключевые слова:** спорт, спортивное право, спортсмен.

Сегодня во всем мире отмечается динамичные изменения в сфере спортивного права. Наблюдается тенденция отделение спортивного права в составе общей системы права как самостоятельная, независимая отрасль права. Это и логично, ведь спорт влияет на почти все сферы социальной жизни. Цель данной работы – определить основные проблемы совершенствования спортивного права, рассмотреть нормативно-правовые акты, регламентирующие спортивную деятельность.

Смысл спорта в настоящее время основан на признании безотносительной значимости этой деятельности для человека, страны, а также общества в общей сложности. С позиции гуманизма наибольшее значение при этом имеет сам человек, его физическое, моральное и психологическое благополучие, свобода мыслей и действий, а также чести и достоинства, всестороннее и согласованное развитие, создание условий для продуктивного проявления всех его умений и навыков, возможность развиваться и реализовывать свои потребности.

В настоящее время в России действует Федеральный закон от 04.12.2007 №329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» (далее ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»). Данный правовой акт дает понятие «спорт» и «физическая культура», тем самым разграничивает их, хотя законодатель указывает, что спорт – составляющее звено, элемент культуры. Следовательно, спорт – сфера социально-культурной деятельности как совокупность видов спорта, сложившаяся в форме соревнований и специальной практики подготовки человека к ним [5]. Вдобавок в первый раз установлены на законодательном уровне такие понятия, как: массовый спорт, национальные виды спорта, паралимпийские движения, спортивная дисциплина, спортивная федерация и др. Однако такой закон всего лишь устанавливает общие положения, не затрагивая нюансы общественных отношений в области физической культуры и спорта, которые, в свою очередь, имеют очевидную важность.

Сейчас наблюдаются масштабные перемены и трансформации в области спортивного права, поэтому многие правовые акты, к сожалению, стали неактуальны и требуют пересмотра и качественной корректировки. Данный вопрос можно отнести к первой группе проблем развития спортивного права в России. Стоит отметить, что для более эффективной защиты спортсменов нашей страны целесообразно вести речь о создании единого кодифицированного акта, который может быть именован как «Спортивный Кодекс Российской Федерации». В этой связи немаловажное значение имеет то, что проблема отсутствия в отечественном законодательстве какого-либо кодифицированного акта, объединяющего все правовые нормы о спортивной деятельности, поднималась еще в XX веке советскими учеными, например, В.Н. Уваровым [4], И.М. Чемакиным [6], А.В. Оболонским [2] и др. Этот факт еще раз подтверждает актуальность рассмотрения данного вопроса в настоящее время.

Ко второй группе проблем развития спортивного права в России можно отнести трудность защиты прав и законных интересов российских спортсменов. В четвертом принципе олимпизма указывается: «Занятие спортом есть право человека, каждый индивид должен иметь возможность заниматься спортом». Ограничение правового статуса спортсмена как гражданина выражается в таких существенных нарушениях положений сразу нескольких отраслей права как лишение его возможности оперировать принципом презумпции невиновности, отстранении от участия в спортивных состязаниях вследствие

правонарушений и неисполнения своих обязательств третьими лицами и запрете на обращение в органы судебной власти страны.

В спортивной сфере популярны отношения, связанные с рекламой. Данный вид отношений регламентируется Федеральным Законом «О рекламе». В этой сфере большой интерес вызывает институт спонсорства. Целесообразно рассматривать спонсорство как один из самых популярных видов маркетинговых коммуникаций. К сожалению, в настоящее время недостаточно нормативной базы для четкого регулирования данного вопроса.

Таким образом, в настоящее время с уверенностью можно сказать, что спортивное право – это жизненно необходимый продукт для государства, каждого индивида и любой сферы деятельности человека. Именно поэтому целесообразно выделить спортивное право в отдельную учебную дисциплину, которая подробно изучалась бы в учебных заведениях. Это поможет обеспечить достойную подготовку кадров для дальнейшей защиты российских спортсменов на мировой арене, а также поддерживать уровень российского спорта на высоком уровне.

Список литературы

1. Алексеев, С. В. Спортивное право России : учеб. пособие / С. В. Алексеев ; под ред. д.ю.н., проф. П.В. Крашенинникова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТА-ДАНА, Закон и право, 2012. – 1055 с.
2. Оболонский, А. В. Проблемы системного исследования социально-культурной отрасли управления (методологические аспекты): Автореф. дис. ... канд. юрид. наук / А. В. Оболонский. – Москва, 1974. – С. 20.
3. Соловьев, А. А. Актуальные проблемы спортивного права: Кодификация законодательства о спорте. Спорт и вузы / А. А. Соловьев. – Москва, 2008. – 156 с.
4. Уваров, В. Н. Руководство физической культурой и спортом в Казахстане / В. Н. Уваров. – Алма-Ата, 1980. – С. 70–71.
5. Федеральный закон « О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 16.11.2007 № 329 – ФЗ (ред. от 30.12.2020) // Российская газета. – 2007. – № 276.
6. Чемакин, И. М. Кодификация законодательства о физической культуре, спорте и туризме / И. М. Чемакин // Правоведение. – 1984. – № 1. – С. 20–30.

К ВОПРОСУ О ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ОРГАНИЗАЦИИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИТНЕС-ЦЕНТРОВ (КЛУБОВ) В РОССИИ

Ханданян Е.А., студент 107 гр.

*Волгоградская государственная академия
физической культуры, г. Волгоград, Россия*

Научный руководитель – к.ю.н. Бондаренко О.А.

Актуальность. В настоящее время одним из самых популярных направлений в российском спорте является фитнес-аэробика. Фитнес – один из наиболее «здоровых» видов физической активности, который включает в себя мероприятия, направленные на улучшение качества жизни и на оздоровление человеческого организма. Фитнес несет в себе только позитивный настрой здорового образа жизни, направленный на достижение совершенной физической формы.

По причине стремительного распространения данного направления и нехватки квалифицированных «тренеров по фитнесу» стали появляться «специалисты», не имеющие должного образования. «За скобками» остаются прохождение тренингов, курсов, сертификация. В итоге люди, желающие укрепить свое здоровье и привести себя в форму, при занятиях с не профессионалами, получают различные травмы. В свою очередь, работа фитнес-центров (клубов) нередко осуществляется в помещениях, не соответствующих санитарно-эпидемиологическим, противопожарным и иным требованиям.

Таким образом, вопросы правового регулирования организации и деятельности фитнес-центров (клубов) в нашей стране являются актуальными и своевременными.

Цель исследования. Целью исследования выступают общественные отношения в области организации и правового регулирования фитнеса в Российской Федерации.

Результаты исследования и их обсуждение. Государство столкнулось с тем, что сфера, связанная со здоровьем людей, оставалась до конца не урегулированной. По этой причине в Федеральный закон от 04.12.2007 №329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» [1] Федеральным законом от 02.08.2019 №303-ФЗ была введена «Статья 30.1. Фитнес центры» [2]. В указанной статье закреплены как права фитнес-центров и их объединений, так и обязанности, среди которых: создание благоприятных условий для занятий фитнесом; привлечение профессиональных работников, которые обладают теоретическими знаниями и практическими навыками в данной сфере и способны подтвердить квалификацию.

Фитнес является «малорентабельным бизнесом». По данной причине фитнес-центрам (клубам) выгоднее работать «на аренде». Это значит, что тренер платит фитнес-центру (клубу) за тренировку либо за определенное время. В большинстве случаев при такой форме работы не заключаются договоры с тренерами. Следовательно, это чистая прибыль и «уход» от налогов и ответственности за травмы. По причине отсутствия системного контроля за работой тренеров и организации деятельности центров (клубов), недобросовестные «предприниматели» предоставляют некачественные услуги. Поэтому, нередко обращения граждан в судебные и правоохранительные органы.

Например, Судебная коллегия по гражданским делам Восьмого кассационного суда общей юрисдикции рассмотрела в открытом судебном заседании гражданское дело о возмещении вреда здоровью. Гражданка обратилась в суд с иском к тренеру о защите прав потребителя. Требования мотивированы тем, что гражданке причинены телесные повреждения на занятии йогой в гамаках в фитнес-клубе «Тонус». В ходе выполнения упражнения под руководством тренера истец совершила неверное движение, вследствие чего она получила травму, что квалифицируется как тяжкий вред здоровью. Решением Советского районного суда г. Красноярска от 24 декабря 2019 г. постановлено: взыскать с тренера в пользу потребителя в счет компенсации морального вреда, в счет возмещения дополнительных расходов [3].

Так, Судебная коллегия по гражданским делам Второго кассационного суда общей юрисдикции рассмотрела в открытом судебном заседании гражданское дело по иску

гражданина к ООО «Спорт Клуб», ООО «Альфа Плюс». Истец просил признать заключенные с ответчиками договоры недействительными и мошенническими, взыскать с них уплаченную истцом денежную сумму, неустойку, денежные средства за украденные вещи из арендованного шкафа, компенсацию морального вреда за причиненные физические и нравственные страдания. Решением Тимирязевского районного суда г. Москвы от 13 августа 2020 г. постановлено: Исковые требования гражданина к ООО «Спорт Клуб», ООО «Альфа Плюс» о признании договоров недействительными, взыскании денежных средств, неустойки, компенсации морального вреда, возмещении ущерба удовлетворить частично [4].

Нередки коллективные жалобы клиентов фитнес-клубов. Так, Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по г. Санкт-Петербургу обратилось в суд с иском к ООО «СПОРТ ФОРУМ» об обязанности устранить нарушения санитарно-эпидемиологического законодательства. В обоснование заявленных требований указало, что в Управление Роспотребнадзора по г. Санкт-Петербургу поступила коллективная жалоба граждан – клиентов фитнес-клуба. Судебная коллегия по гражданским делам Московского городского суда от 30 октября 2019 г. постановила: обязать ООО «СПОРТ ФОРУМ» устранить нарушения санитарного законодательства, взыскать с ООО «СПОРТ ФОРУМ» в доход бюджета г. Москвы госпошлину [5].

Выводы. Итак, благодаря распространению фитнеса, все больше людей стали заниматься своим здоровьем, а государственные органы обратили внимание на необходимость системного регулирования и контроля фитнес индустрии. При этом проведенное нами исследование по данной проблеме, анализ законодательства и судебной практики дает основание сформулировать ряд собственных предложений.

Во-первых, необходимо увеличить количество проверок соблюдения Федерального закона от 04.12.2007 № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» со стороны органов Прокуратуры в части выполнения требований, предъявляемым к организации и деятельности фитнес-клубов (центров) в качестве «превентивных мер» для предотвращения правонарушений.

Во-вторых, с целью недопущения травматизма на занятиях, необходимо привлекать к работе специалистов, соответствующих требованиям Профессионального Стандарта, предъявляемым к должностям работников фитнес-центров (клубов), проводящих тренировки. Усилить контроль со стороны Федеральной службы по труду и занятости и ее региональных отделений за соблюдением Трудового кодекса РФ в части заключения договоров с работниками фитнес-индустрии.

В-третьих, нужно усилить контроль Управлений Роспотребнадзора за соблюдением «Санитарно-эпидемиологических требований к размещению, устройству и содержанию объектов спорта» и за созданием благоприятных условий для занятий спортом в фитнес-центрах (клубах).

Список литературы

1. Федеральный закон от 04.12.2007 № 329-ФЗ (ред. от 30.12.2020) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2007. – № 50. – Ст. 6242.
2. Федеральный закон от 02.08.2019 № 303-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» в части совершенствования деятельности фитнес-центров» // Собрание законодательства РФ. – 2019. – № 31. – Ст. 4462.
3. Решение Советского районного суда г. Красноярска от 24 октября 2019 г. // СПС КонсультантПлюс.
4. Определение Второго кассационного суда общей юрисдикции от 13 августа 2020 г. по делу № 88-12754/2020 // СПС КонсультантПлюс.
5. Апелляционное Определение Московского городского суда от 30 октября 2019 г. по делу № 33-49673/2019 // СПС КонсультантПлюс.

АКТУАЛЬНОСТЬ КОДИФИКАЦИИ СПОРТИВНОГО ПРАВА

*Четверикова К.С., студент 3 курса 302 гр.
Российский государственный
университет правосудия, г. Воронеж, Россия
Научный руководитель – преподаватель Прыткова Е.С.*

Аннотация. Фундаментальные положения отечественного спортивного законодательства о физической культуре и спорте претерпевает период стремительного развития. Одним из наиболее важных этапов развития является его кодификация. В данной статье рассмотрим перспективу и актуальность кодификации спортивного права в России.
Ключевые слова: спортивное право, закон о спорте, кодификация, анализ, накопление.

Спортивное право – это молодое почти не изученное направление для законотворчества в России. Многие законы о спорте, которые были разработаны много лет назад, изменяются под действием внешних факторов. Наиболее важными факторами изменения законов о спорте можно считать увеличение заинтересованности в данной сфере государства в целом, а также популяризацию спорта. Несмотря на то, что спортивное право в нашей стране есть, оно существует не структурированной форме кодекса, а в виде разрозненных подзаконных актов. Весь массив имеющихся норм должен быть собран воедино для обеспечения законодательного регулирования спортивной деятельности, а также обеспечения безопасности спортсменов. Кодекс поможет защитить спортсменов, тренеров, болельщиков от нередко возникающих спорных ситуаций.

Помимо всего прочего, на развитие спорта на территории Российской Федерации оказал влияние новый Федеральный Закон. В рамках настоящей исследовательской работы рассмотрим данный закон. Итак, в декабре 2007 году вступил в силу ФЗ под номером 329 «О физической культуре и спорте в России». Именно с этого момента в России стали происходить качественные изменения в области спорта и физической культуры.

К сожалению, как отмечают эксперты данной области, новый закон о спорте имеет ряд негативных черт. К ним относят то, что он не предусматривает регулирование всех общественных отношений, связанных со спортом, в связи с этим некоторые вопросы так и остались не решенными. Данный закон можно назвать «рамочным». Он не учитывает всех особенностей спортивной деятельности. Поэтому будет разумно первоначально разработать ряд подзаконных актов, которые заполнят пробелы действующего ФЗ.

О необходимости развития законодательства в области спорта говорил еще в 2009 году Дмитрий Анатольевич Медведев. Он подчеркнул, что необходимо создать целостную программу мотивации граждан для занятия спортом, в целях повышения уровня их здоровья и качества жизни. Важно приучать детей еще со школы к спорту, воспитывать в них молодых спортсменов, если они выказывают соответствующее желание.

За последние несколько лет внимание к спорту и его развитию только увеличивается. Возможно, это связано со многими внешними факторами. Причем интерес к спорту возрос не только среди обычных граждан, но и среди ученых данных областей. Раз в год стала проводиться международная конференция, посвященная вопросам развития спорта и физической культуры – «Спортивное право и перспективы его планомерного развития». В несколько раз повысилось число научных работ в области спорта. Причем многие работы – это кандидатские и докторские диссертации. В рамках настоящей темы важно отметить тот факт, что Ассоциация Юристов Российской Федерации ведет активную деятельность по адаптации спортивного права под современные условия. Основное направление всех изменений – это адаптация спортивного законодательства. Больше всего внимания уделяется вопросам кодификации спортивного законодательства на территории России.

По мнению Сергея Алексеева, создание кодифицированного нормативного акта в системе спорта и физической культуры необходимо, для планомерного развития данной области. Его научный коллега М.В. Лукин так же высказывает предположение о целесообразности создания единого спортивного кодекса России. Проведя анализ всех

высказываний по вопросам создания спортивного кодекса, можно смело утверждать, что именно Андрей Александрович Соловьев выступает в роли главного приверженца данной концепции. На протяжении всей своей жизни он проводил соответствующие исследования в области создания спортивного кодекса. Вместе с тем он опубликовал множество работ по теме развития спорта и физической культуры в России. Соловьев утверждает, что один единственный закон о спорте не способен решить всех проблем спорта. А Олимпийские игры в Сочи послужили хорошим доказательством его теории.

В своих работах Соловьев часто проводит анализ кодифицированного законодательства Соединенных Штатов Америки и Бразилии. Хотя, по словам ученого, оптимальным законодательством в области спорта по праву можно считать французское законодательство. Андрей Соловьев даже говорит о том, что России целесообразно перенять опыт Франции. Без сомнения, спортивный кодекс – это весьма удобный и прогрессирующий правовой документ. Так как кодекс выполняет роль интегратора различных сфер жизни общества и всего законодательства страны в целом.

Нужно учесть мнение Ю.А. Тихомирова, который отмечает, что часто кодекс возникает без достаточных оснований для этого, так как имеющегося материала слишком мало и кодексу попросту нечего кодифицировать. Следует помнить, что кодификация – это не процесс правотворчества, деятельность по систематизации уже существующих нормативно-правовых актов. В наше время необходимого количества материала для осуществления такой деятельности нет. Именно поэтому можно говорить, что появление спортивного кодекса в России является перспективой, которую невозможно реализовать в ближайшие годы. С.В. Алексеев также высказывается в пользу кодификации лишь после накопления «свода» отдельных законов со специальным предметом, предлагая сначала разработать и принять определенное количество федеральных законов и только после этого приступить к планомерному процессу кодификации.

Владимир Борисович Исаков проводил собственные исследования данного вопроса. По результатам проведенных исследований он выявлял, что общее процентное соотношение нормативного регулирования складывается в пользу подзаконных нормативных правовых актов, причем этот процент соотношения остается относительно стабильным весь период становления, так называемого, нового Российского государства. Из этого напрашивается обоснованный вывод о том, что все подзаконные правовые нормы не могут быть кодифицированы без перенесения их содержания на новый уровень Федерального Закона.

В рамках настоящей исследовательской работы предельно важно рассмотреть вопрос о структуре спортивного кодекса. Структура кодекса, которая была предложена специалистами, весьма понятна и удобна для восприятия и исполнения. Дело в том, что она затрагивает широкий спектр спортивных отношений между всеми заинтересованными лицами в процессе спортивной деятельности. Хотя, несмотря на кажущуюся идеальность, она таковой не является. У нее есть ряд негативных черт, как, впрочем, и у вышеупомянутого Федерального Закона о спорте. Дело в том, что структура спортивного Кодекса России весьма схожа со структурой кодекса Франции. Но данный подход нельзя назвать верным, так как для реалий Российской Федерации структура должна быть несколько иной. Помимо всего прочего, сложно говорить об идеальной структуре кодекса, так как характер спортивного права Российской Федерации весьма сложен и неординарен по своей сути.

Исходя из всего сказанного выше, целесообразно сделать обоснованный вывод о том, что планомерное развитие и адаптация отдельных институтов спортивного права помогут создать оптимальные условия для кодификации действующего закона о спорте.

Подводя итог настоящей исследовательской работы важно сказать о том, что Сергей Викторович Алексеев был прав, когда говорил о том, что цель развития спорта – это создание правильного кодекса. Ведь именно благодаря упорядоченному закону можно создать наилучшие условия для развития и поддержания спорта в нашей стране. Спортивный кодекс должен выступать в роли эволюционного толчка для развития спортивного права на территории Российской Федерации. Для осуществления данной цели необходимо на данном

этапе развития спорта накапливать все законодательные и подзаконные материалы, которые в той или иной мере нужны для кодификации, а также провести научное исследование особенностей систематизации спортивного законодательства в России опираясь на зарубежный опыт.

Список литературы

1. Алексеев, С. В. Спортивное право России. Правовые основы физической культуры и спорта : учебник ; под ред. П. В. Крашенинникова / С. В. Алексеев. – 2-е изд., стереотип. – Москва : Юнити-Дана; Закон и право, 2007. – 671 с.
2. Соловьев, А. А. О понятии «спорт» с правовой точки зрения / А. А. Соловьев // Власть. – 2010. – № 6. – С. 112-114.
3. Соловьев, А. А. Российский и зарубежный опыт систематизации законодательства о спорте / А. А. Соловьев. – Москва, 2016.-320 с.
4. Федеральный закон от 04.12.2007 № 329-ФЗ (ред. от 25.11.2009) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2007. – № 50. – Ст. 6242.
5. Холодов, Ж. К. Теория и методика физического воспитания и спорта / Ж. К. Холодов, В. С. Кузнецов. – Москва : Академия, 2016. – 480 с. – С. 312-321.

СОДЕРЖАНИЕ

Секции 12–17

Секция 12. ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА СПОРТИВНОЙ ПОДГОТОВКИ В ВОДНЫХ ВИДАХ СПОРТА _____ 3

Абазадзе Р.Д. ПЛАВАТЕЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА СПОРТСМЕНОВ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ СИНХРОННЫМ ПЛАВАНИЕМ НА ЭТАПЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СПОРТИВНОГО МАСТЕРСТВА _____	4
Арманов С.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СКОРОСТНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ ПЛОВЦОВ 17-18 ЛЕТ _____	6
Архипова О.В. ИССЛЕДОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ СИНХРОНИСТОК 15-18 ЛЕТ _____	8
Доброхотова Ю.Д. МОДИФИКАЦИЯ КОНТРОЛЬНО-ПЕРЕВОДНЫХ НОРМАТИВОВ ДЛЯ ПЛОВЦОВ ВЫСОКОГО КЛАССА _____	10
Елгешина Е.А. ВЛИЯНИЕ ТИПА ТЕМПЕРАМЕНТА ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СПОРТСМЕНОВ НА ПРЕДСОРЕВНОВАТЕЛЬНУЮ ПОДГОТОВКУ _____	13
Качурина В.Р. ТРАВМАТИЗМ ПРИ ЗАНЯТИЯХ ПРЫЖКАМИ В ВОДУ _____	15
Кислякова А.В. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТЕХНИКИ ВЫПОЛНЕНИЯ ФИГУР СИНХРОННОГО ПЛАВАНИЯ НА ОСНОВЕ ВЫТАЛКИВАНИЯ ВОЗРАСТНОЙ КАТЕГОРИИ 13-15 ЛЕТ _____	19
Киямова Е.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ХОРЕОГРАФИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ СИНХРОНИСТОК НА ЭТАПЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СПОРТИВНОГО МАСТЕРСТВА _____	22
Колчина И.А. ТЕНДЕНЦИИ ПОСТАНОВКИ ОЛИМПИЙСКИХ СОРЕВНОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ В СИНХРОННОМ ПЛАВАНИИ _____	25
Кузнецов Р.С. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОРЕВНОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛИДЕРОВ МИРОВОГО ПЛАВАНИЯ (ДИСТАНЦИЯ 200 М НА СПИНЕ, МУЖЧИНЫ) _____	28
Курцебо К.Р., Лех Я.А. КЛАССИФИКАЦИЯ АКРОБАТИЧЕСКИХ ВЫБРОСОВ В ПРОИЗВОЛЬНЫХ ГРУППОВЫХ ПРОГРАММАХ СИНХРОНИСТОК СРЕДНЕЙ ВОЗРАСТНОЙ КАТЕГОРИИ _____	31
Лебедев И.М. КОРРЕКЦИЯ ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ПЛОВЦОВ МЕТОДОМ БИОЛОГИЧЕСКОЙ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ _____	33
Микрюкова А.Е. ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ СИЛОВЫХ СПОСОБНОСТЕЙ СИНХРОНИСТОК 10-11 ЛЕТ _____	36
Митрофанова Т.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ НА ЭТАПЕ ВЫСШЕГО СПОРТИВНОГО МАСТЕРСТВА В СИНХРОННОМ ПЛАВАНИИ _____	38
Сайфутдинова Д.Р. ВЛИЯНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ ПЛАВАНИЕМ НА СКОРОСТНО-СИЛОВЫЕ КАЧЕСТВА И ГИБКОСТЬ ДОШКОЛЬНИКОВ _____	40
Сергеева Д.А. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТЕХНИКИ СТАРТА ПРИ ПЛАВАНИИ КРОЛЕМ НА СПИНЕ _____	43
Тарабрина Р.Р. ФОРМИРОВАНИЕ МОРАЛЬНО-ВОЛЕВЫХ КАЧЕСТВ СПОРТСМЕНОВ В ВОЗРАСТЕ 7-8 ЛЕТ В СИНХРОННОМ ПЛАВАНИИ _____	46
Филиппова Е.О. РАЗВИТИЕ ВЫНОСЛИВОСТИ СИНХРОНИСТОК 13-15 ЛЕТ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПЛАВАТЕЛЬНЫХ ЛАСТ _____	49

Хасбиева Д.Д. ИССЛЕДОВАНИЕ ГИБКОСТИ СИНХРОНИСТОК 11-12 ЛЕТ _____ 51

Шкретов В.К. ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЫСТУПЛЕНИЯ
ЖЕНСКОГО ДУЭТА ОТ СМЕШАННОГО ДУЭТА В СИНХРОННОМ ПЛАВАНИИ _____ 54

Секция 13. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА _____ 57

Бакирова А.Л. ТЕХНОЛОГИЯ МАСШТАБИРОВАНИЯ
ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ УСЛУГИ _____ 58

Бармина К.В. ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ФЕДЕРАЦИЙ ФЕХТОВАНИЯ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА _____ 61

Благова Н.О. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ДЕПАРТАМЕНТЕ
ОРГАНИЗАЦИИ, ПРОВОДЯЩЕЙ СПОРТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ _____ 63

Бурганова А.Р. КРАУДСОРСИНГ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ
ВОВЛЕЧЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ
В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА _____ 67

Ванюйчжоу Ч. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ
В СОВРЕМЕННЫХ КИТАЙСКИХ ШКОЛАХ _____ 70

Васильева А.А. РАЗВИТИЕ ШОРТ-ТРЕКА В РЕГИОНАХ РОССИИ _____ 73

Гаврилова А.А. МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ
КОННО-СПОРТИВНОГО КОМПЛЕКСА _____ 76

Перепелицына С.А. ИМИДЖ СПОРТСМЕНА:
ЗНАЧЕНИЕ И ОСНОВЫ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ _____ 79

Городецкий Р.И., Объедкова Л.П. АНАЛИЗ МОТИВАЦИОННЫХ СИСТЕМ
В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТИЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ _____ 81

Другова Д.Ю. ВИДЫ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ И ОСОБЕННОСТИ
ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА _____ 84

Дуткина Л.Р. ПРИМЕНЕНИЕ CRM-СИСТЕМ
В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНЫХ ШКОЛ _____ 87

Ершов И.А. К ВОПРОСУ О ДИСКРИМИНАЦИОННЫХ ПРОЯВЛЕНИЯХ
НА МАТЧАХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ФУТБОЛЬНЫХ КЛУБОВ _____ 90

Каримова К.И. ПОТРЕБНОСТЬ В ПОВЫШЕНИИ УРОВНЯ ОБРАЗОВАНИЯ
СПОРТСМЕНОВ В СФЕРЕ АНТИДОПИНГОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ _____ 93

Краснова А.А. ВЛИЯНИЕ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА
НА ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ _____ 96

Леонтьева Е.Е. АНАЛИЗ МНЕНИЯ СТУДЕНТОВ О НЕОБХОДИМОСТИ СОЗДАНИЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО КУРСА ДЛЯ ПОДГОТОВКИ СУДЕЙ В БАДМИНТОНЕ _____ 100

Локалов А.С. ВАРИАНТЫ РАЗЛИЧНЫХ ПОДХОДОВ РАСЧЕТА
ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ
ВОЛОНТЕРСКОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ СПОРТИВНЫХ СОБЫТИЙ _____ 103

Матвеева Д.В., Сурков М.В. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ
В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ _____ 106

Медведев Б.Ю., Обьедкова Л.П. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ КРЕАТИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ_____	109
Назмиева Г.И. МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ДЕТСКОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ ФУТБОЛЬНОЙ ШКОЛЫ_____	112
Нугманова А.И. ОРГАНИЗАЦИЯ УСТРОЙСТВА ЛЫЖНО-БИАТЛОННОГО КОМПЛЕКСА_____	114
Окулова С.В. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОГО СТУДЕНЧЕСКОГО СПОРТИВНОГО СОЮЗА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ_____	117
Романчева И.С. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ДЕТЕЙ К ЗАНЯТИЯМ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТОМ В РАМКАХ ВНЕУЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ_____	120
Садриев Р.А. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУДЕЙСКОЙ КОЛЛЕГИИ ЧЕМПИОНАТА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН ПО ПЛАВАНИЮ_____	122
Сапацинская К.М. ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ НА ПОПУЛЯРИЗАЦИЮ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ_____	125
Ситдииков Б.Ф. МАРКЕТИНГ ДЕТСКИХ КОММЕРЧЕСКИХ ФУТБОЛЬНЫХ ШКОЛ_____	128
Файзерахманов А.А. СОЗДАНИЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО КОНТЕНТА ДЛЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ СПОРТИВНОГО КЛУБА_____	131
Фаттахова А.Ф. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ИНДУСТРИИ СПОРТА_____	134
Фатыхова Д.Ф. СОСТОЯНИЕ И ПОТРЕБНОСТЬ В РАЗГОВОРНОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ У МАГИСТРАНТОВ ПРОФИЛЯ «МЕНЕДЖМЕНТ В ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТЕ»_____	138
Хайруллин Р.Р. ПРОЕКТ ПО ОТКРЫТИЮ ДЕТСКОГО СПОРТИВНОГО КЛУБА «АЙС ТАЙМ», ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИЕ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫЕ УСЛУГИ КАТАНИЯ НА СИНТЕТИЧЕСКОМ ЛЬДУ ДЛЯ ДЕТЕЙ С 3 ДО 14 ЛЕТ_____	140
Хисамова А.И. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ К ТРЕНИРОВОЧНЫМ ЗАНЯТИЯМ ПО АДАПТИВНОМУ СПОРТУ_____	144
Чернов А. ТЕХНОЛОГИЯ АДАПТАЦИИ СПОРТСМЕНОВ С ОВЗ В УЧЕБНО-ТРЕНИРОВОЧНОМ ПРОЦЕССЕ_____	147
Чернов А.Ю. СПЕЦИФИКА ОНЛАЙН ОБУЧЕНИЯ В ФУТБОЛЕ_____	151
Шаповалова Д.С. ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ В ФИТНЕС-КЛУБ ПРЕМИУМ-КЛАССА_____	153
Шестопалова И.А. МОДЕЛЬ КОММУНИКАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕДИА В СПОРТИВНОЙ ФЕДЕРАЦИИ_____	157
Юматова М.М. РОЛЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДСЕДАТЕЛЕЙ ПОВОЛЖСКОЙ ГАФКСИТ_____	160
Секция 14. РЕКРЕАЦИЯ И СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ_____	162
Альмухаметов А.М. ОЦЕНКА ТУРИСТСКО-ПРИРОДНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН ДЛЯ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ТРОПЫ_____	163
Андрюкова Е.П. РЕКРЕАЦИОННОЕ МЕРОПРИЯТИЕ С ЭЛЕМЕНТАМИ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА ДЛЯ СТУДЕНТОВ В ЭКОПАРКЕ «ДУБРАВА»_____	165

Березний Е.Д. ВЫЯВЛЕНИЕ НАСТОЙЧИВОСТИ КАК ЛИДЕРСКОГО КАЧЕСТВА У СТУДЕНТОВ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ СПОРТИВНЫМ ТУРИЗМОМ_____	168
Вологжанина А.В. РЕКРЕАЦИОННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ С ВВЕДЕНИЕМ ЭЛЕМЕНТОВ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В САНАТОРИЯХ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН_____	170
Галиев Р. ИНФОРМИРОВАННОСТЬ О СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ И СПОРТИВНОМ ОРИЕНТИРОВАНИИ ШКОЛЬНИКОВ_____	172
Гафиатуллина Ю.И. ПРОЕКТ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО МАРШРУТА ПО ОКРЕСТНОСТЯМ КАЗАНИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ 1 КУРСА НАПРАВЛЕНИЯ РиСОТ___	175
Дементьев М.Ю. РОЛЬ ОБОРУДОВАНИЯ НА ДЕТСКИХ ПЛОЩАДКАХ В РАМКАХ ИЗУЧЕНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА_____	177
Дунаева А.Д. ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ В ПРОВЕДЕНИИ ДИСТАНЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ТУРИЗМОМ СРЕДИ ДЕТЕЙ 10-11 ЛЕТ__	180
Загорская З.А. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТУРИСТСКИХ РАЙОНОВ УРАЛА ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ КАТЕГОРИЙНЫХ ПЕШИХ ПОХОДОВ_____	183
Киселева В.В. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА: РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ОСОБЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ СИБИРИ И ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА)_____	187
Колесников В.В. ПОДГОТОВКА НАЧИНАЮЩИХ СПОРТСМЕНОВ ОРИЕНТИРОВЩИКОВ В ДЕТСКОМ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ЛАГЕРЕ_____	190
Лисина К.С. ТЕХНИКО-ТАКТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СПОРТСМЕНОВ-ТУРИСТОВ НА ФОНЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОГО ПРЕОДОЛЕНИЯ ПРЕПЯТСТВИЙ В ПРИРОДНЫХ УСЛОВИЯХ_____	193
Миронов А.А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЮМОРА В ПЕШЕХОДНОМ ТУРИЗМЕ_____	196
Петрова А.Д., Фатхуллина Р.Ф. ПРОГРАММА ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ВНЕШКОЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ С ЭЛЕМЕНТАМИ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА КАК СРЕДСТВО УЛУЧШЕНИЯ УРОВНЯ ЗДОРОВЬЯ И ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ ДЕТЕЙ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА_____	198
Плаксина Д.С. МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ СПОРТИВНОГО СУДЬИ ПО СПОРТИВНОМУ ТУРИЗМУ_____	202
Платонова Я.А. ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ ШКОЛЬНИКОВ 7-8 КЛАССОВ В СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ_____	204
Попова Е.А. САМОСТОЯТЕЛЬНЫЕ ЗАНЯТИЯ ФИЗИЧЕСКИМИ УПРАЖНЕНИЯМИ___	206
Самсонова К.В. НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО И СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ_____	208
Сибгатуллина М. УРОВЕНЬ ИНТЕРЕСА К РЕКРЕАЦИОННО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫМ ЗАНЯТИЯМ ШКОЛЬНИКОВ 6-Х КЛАССОВ_____	211
Сушилова Е.А. ПРОЕКТ СХЕМЫ ДИСТАНЦИИ ПО ФРИРОПУ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКИХ СОРЕВНОВАНИЙ_____	213
Тарасов Д.В. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ РАЗВИТИЯ ГОРНОЛЫЖНЫХ ЦЕНТРОВ (КУРОРТОВ) СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА_____	216

Транькова А.А. ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ ЗАНЯТИЯ С ЭЛЕМЕНТАМИ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА КАК СРЕДСТВО УЛУЧШЕНИЯ ПСИХОЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ ДЕТЕЙ С ОВЗ 13-14 ЛЕТ _____	219
Тюрина Е.А. РАЗРАБОТКА МАРШРУТА БЕГОВОЙ ЭКСКУРСИИ «БЕГОМ ПО САМАРЕ» С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АУДИОГИДА _____	221
Халтурина Е.Н. ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПОХОДА ВЫХОДНОГО ДНЯ ДЛЯ СЛАБОСЛЫШАЩИХ ДЕТЕЙ СРЕДНЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА _____	224
Харина Т.С. ПОКАЗАТЕЛИ ЧАСТОТЫ СЕРДЕЧНЫХ СОКРАЩЕНИЙ ТУРИСТОВ ПЕРЕД ПРОХОЖДЕНИЕМ ВОДНОГО ПОХОДА _____	226
Царева М.И. СИСТЕМА КРИТЕРИЕВ ПОИСКА СПИКЕРА В РАМКАХ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО МЕРОПРИЯТИЯ ШОУ «HELLO ТУРИСТ» _____	228
Шакирова А.Ф. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО РАБОТОДАТЕЛЯ, ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ И СТУДЕНТА НА ЭТАПЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ _____	230
Шакирова А.Ф. МОНИТОРИНГ ВНЕУЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ УЧЕБНОЙ ГРУППЫ 9271 НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 49.03.03 «РЕКРЕАЦИЯ И СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ» _____	232
Шигабиева Р.Р. ОРГАНИЗАЦИЯ ПОХОДА ВЫХОДНОГО ДНЯ ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ В САБИНСКОМ РАЙОНЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН _____	235
Секция 15. СЕРВИС КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА _____	237
Алимова Д.Р. ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ «МИРАЖ») _____	238
Артамонова Д.В. ОБ ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ _____	241
Булатова А.А. О ТУРИСТСКИХ ИННОВАЦИЯХ КАК ДЕТЕРМИНАНТЕ РАЗВИТИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ТУРИСТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ _____	244
Бикметова А.И. СЕРВИСНЫЕ ИННОВАЦИИ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ _____	247
Габбазова А.А. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ГЛАВНОЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ _____	249
Гайфуллина А.Х. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ _____	251
Галеева А.Р. СПЕЦИФИКА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ СЕРВИСА _____	254
Галимуллина Э.А. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСА _____	256
Гальцова Д.Н. РАЗРАБОТКА ГЛЭМПИНГА В ЛАИШЕВСКОМ РАЙОНЕ КАК ЭЛЕМЕНТ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН _____	259
Гаязова Д.М. ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РОССИИ _____	263

Габдрахманова З.З. К ВОПРОСУ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ И ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ В ГОСТИНИЦЕ	266
Гимазова Д.И. ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ НА СОСТОЯНИЕ МИРОВОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ	269
Давлетярова Э.Р. О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИЛИАЛА ТУРОПЕРАТОРСКОЙ КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЛЕГАС ТУРИСТИК»	272
Егорова Т.М. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕТИ ИНТЕРНЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	275
Емельянова А.В. ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ КЛИЕНТСКИХ ОТНОШЕНИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСА	277
Ишмакова А.Р. О РАЗВИТИИ СПОРТИВНО-СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	279
Кличникова С.Д. РАЗВИТИЕ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ КАК ФАКТОР УСПЕХА КОМПАНИИ В СФЕРЕ УСЛУГ	281
Краснова А.В. О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРАГЕНТСТВА «ТУЗЕМЕЦ»	283
Кузнецова В.А. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА НА КАМЧАТКЕ	286
Кузьмин К.А. К ВОПРОСУ О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ РАБОТЫ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА	289
Кулумбегова К.О. О МЕТОДАХ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛИДЕРОВ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ	291
Маркова А.В. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	294
Мавлекаева Е.В. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ В ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ «МИРАЖ», г. КАЗАНЬ)	296
Михайлова А.В. ОБ ОРГАНИЗАЦИИ КЕМПИНГОВ КАК ОДНОГО ИЗ СПОСОБОВ РАЗВИТИЯ АВТОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	299
Музафаров К.А., Хакимов Р.Р. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН	302
Мустаева А.Т. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА	304
Нафикова А.В. О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ РАБОТЫ МУЗЕЯ КАК ЭЛЕМЕНТА ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ	306
Охотина А.В. ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ	308
Понкратова А.В. РОЛЬ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ	310
Пирогова А.М. О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ СТИЛЯ УПРАВЛЕНИЯ РУКОВОДИТЕЛЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	312
Петрова А.О. ВЛИЯНИЕ АУДИОГИДА НА РАЗВИТИЕ ЭКСКУРСИОННОГО ТУРИЗМА	315

Рычкова Е.С. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАЧЕСТВА СЕРВИСА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ПРОДАЖ_____	317
Смирнов Д.А. ВЛИЯНИЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ COVID-19 НА СОСТОЯНИЕ КРУИЗНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2020 ГОДУ_____	320
Салтыкова П.В. О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОРА ПРЕУСПЕВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ТУРАГЕНТСТВА RTC. TRAVEL_____	322
Семенова В.Э. О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА БАЗЕ ПОВОЛЖСКОЙ ГАФКСИТ_____	325
Спиридонова Л.Н. ТУРЫ ВЫХОДНОГО ДНЯ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН_____	328
Уварова Д.Ю. ОБ УПРАВЛЕНИИ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ «TEZTOUR»_____	331
Фаррахова Л.Ф. РОЛЬ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ_____	334
Фаттахова А.А. НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ_____	336
Хусаенова Ф.Ф. О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ СИСТЕМЫ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ_____	338
Чернышева А.С. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ_____	340
Шакирова Э.И. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСКУРСИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЦАХ И ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСАХ_____	342
Шаймарданов Р.Р. О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ УПРАВЛЕНИЯ РАБОТОЙ ТРАНСФЕРМЕНОВ В ТУРОПЕРАТОРСКИХ КОМПАНИЯХ ПО ПРИЕМУ ТУРИСТОВ_____	344
Яппарова З.Т. О ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЛИДЕР КАЗАНЬ»_____	346
Mingalieva A.V. MANAGING CHANGES IN SERVICE AND TOURISM ORGANIZATIONS_____	349
Fedorova K.I. NON-TRADITIONAL METHOD OF PERSONNEL SELECTION IN THE ORGANIZATION OF SERVICE AND TOURISM_____	352
Секция 16. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ АСПЕКТЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА, ТУРИЗМА И СЕРВИСА_____	355
Алексеев М.Е. ПОТРЕБНОСТЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЯХ: РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА_____	356
Ахатова Р.Р., Полякова В.Э. ПРОБЛЕМЫ НЕДОПУЩЕНИЯ ФАЛЬСИФИКАЦИИ СПОРТИВНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ_____	358
Бакина В.А., Хевроница Т.М. РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ДЕТСКОЙ ИГРОВОЙ ЗОНЫ В РЕСТОРАНЕ «LA FAMIGLIA»_____	361
Береснев И.М. ФИЛОСОФСКИЙ ВЗГЛЯД: ПРОСМОТР ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БОКСЕРСКИХ ПОЕДИНКОВ_____	364

Билалов И.Н. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ КАК ФАКТОР СОЦИАЛИЗАЦИИ В СИСТЕМЕ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ_____	367
Боголюбова Е.П., Пурвина С.А. ПРОЦЕСС МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА В СПОРТЕ_____	369
Гайворонская В.О. ОЦЕНКА СТЕПЕНИ ВЛИЯНИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ НА ПРОЦЕСС АДАПТАЦИИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ В СПОРТИВНОМ ВУЗЕ_____	372
Губайдуллин И.Р. ИГРА КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СПОРТЕ_____	375
Егоров А.А. ПРОБЛЕМА ДОВЕРИЯ МОЛОДЫМ ФУТБОЛИСТАМ_____	377
Жандармова Е.А., Туракалина Н.А. ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ – РАЗВИТИЕ В СВЯЗИ С COVID-19: ИСТОРИЯ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ_____	379
Иваничкин В.В. ОСОБЕННОСТИ ПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ ЮРИДИЧЕСКОГО КОЛЛЕДЖА СКПИП_____	382
Игушева Д.М. ФИЛОСОФИЯ ЛЯМПИАДЫ (ОПЫТ ЛИЧНОЙ РЕФЛЕКСИИ)_____	384
Калачева А.С. ШКОЛЬНЫЙ СПОРТИВНЫЙ КЛУБ: МНЕНИЕ УЧИТЕЛЕЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ_____	387
Калмыков М.Д. К ИСТОРИИ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР_____	391
Кияшева Д.Д. ПРОБЛЕМА «СПОСОБНОСТИ СУЖДЕНИЯ» СУДЕЙ В ТЕХНИКО-ЭСТЕТИЧЕСКИХ ВИДАХ СПОРТА_____	395
Луконина А.С. УРОВЕНЬ ЗНАНИЙ СОВРЕМЕННОКОВ О ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ: ОПРОС НАСЕЛЕНИЯ_____	397
Мальцева А.Р. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ СПОРТА НА ЧУКОТКЕ_____	400
Михайлов П.Н. ЦЕННОСТНЫЙ ПОДХОД К ПЛАВАНИЮ_____	404
Папко Е.К. ДАО ДЭ ЦЗИН И СПОРТ (РЕФЛЕКСИЯ ПО МОТИВАМ ДАОСИЗМА)_____	407
Сетун В.М. ТРАНСГРАНИЧНЫЙ ЕВРОРЕГИОН «БУГ» КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ РАЙОН МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА_____	410
Смирнова Е.А., Королькова П.С. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В РФ_____	413
Сушилова Е.А. АКТУАЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ СОРЕВНОВАНИЙ ПО ФРИРОУПУ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ_____	417
Трифорова Е.А. СПОРТИВНАЯ БЛОГОСФЕРА_____	420
Трифорова Е., Лоткова Т. КУЛЬТУРА СПОРТСМЕНА_____	423
Туракалина Н.А., Жандармова Е.А. ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ПЛАТФОРМ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ УЧАЩИМИСЯ И СТУДЕНТАМИ_____	426
Фатыхова Д.Ф. СОСТОЯНИЕ И ПОТРЕБНОСТЬ В РАЗГОВОРНОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ У МАГИСТРАНТОВ ПРОФИЛЯ «МЕНЕДЖМЕНТ» В ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТЕ_____	432
Федорова А.С., Томашевская Я.А. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ПЛАВАТЕЛЬНОГО КОСТЮМА_____	434

Секция 17. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СПОРТИВНОГО ПРАВА	437
Алиева А.М. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СПОРТИВНОГО ПРАВА	438
Гиматдинова Н.А. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НЕСПОРТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ В БОЛЬШОМ СПОРТЕ	440
Злобина И.А. ВЗАИМОСВЯЗЬ ОЛИМПЕЙСКОГО ДВИЖЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ	443
Луконина А.С. ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ПО РАЗВИТИЮ СПОРТА НА ИЗМЕНЕНИЕ УРОВНЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ	448
Перова Д.И. О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ ПРАВОВОГО СТАТУСА МЕЖДУНАРОДНОЙ ФЕДЕРАЦИИ БАСКЕТБОЛА	451
Сафонова М.В., Шмидт В.В. ПРОБЛЕМА КАДРОВОГО МЕДИЦИНСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СБОРНЫХ КОМАНД СТРАН – ЛИДЕРОВ ПО СПОРТИВНОЙ ГИМНАСТИКЕ	453
Стрельникова Д.А. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ПРАВА В РОССИИ	456
Ханданян Е.А. К ВОПРОСУ О ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ОРГАНИЗАЦИИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИТНЕС-ЦЕНТРОВ (КЛУБОВ) В РОССИИ	458
Четверикова К.С. АКТУАЛЬНОСТЬ КОДИФИКАЦИИ СПОРТИВНОГО ПРАВА	460
СОДЕРЖАНИЕ	463