



МИНИСТЕРСТВО СПОРТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА»**



КГУФКСТ

**ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ
I НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ СТУДЕНТОВ
И МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ ВУЗОВ
ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА
(февраль – март 2023 г.)**

часть 2

**КРАСНОДАР
КГУФКСТ
2023**

УДК 796 (06)
ББК 75.1
Т 29

Печатается по решению редакционного совета
Кубанского государственного университета физической культуры,
спорта и туризма

Редакционная коллегия:

доктор экономических наук, профессор З.М. Хашева
доктор медицинских наук, профессор Е.М. Бердичевская
доктор психологических наук, профессор Г.Б. Горская
доктор педагогических наук, профессор Н.И. Дворкина
доктор педагогических наук, профессор А.П. Золотарев
доктор педагогических наук, профессор В.В. Костюков
доктор исторических наук, профессор Т.А. Самсоненко
доктор педагогических наук, профессор М.М. Шестаков
кандидат педагогических наук, доцент С.С. Воеводина
кандидат педагогических наук, доцент Е.А. Еремина
кандидат педагогических наук, доцент Л.И. Просоедова

Т 29 **Тезисы докладов I научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа (февраль-март 2023 г.) г. Краснодар (текст): материалы конференции / ред. коллегия: З.М. Хашева, Е.М. Бердичевская, Г.Б. Горская, Н.И. Дворкина, А.П. Золотарев, В.В. Костюков, Т.А. Самсоненко, М.М. Шестаков, С.С. Воеводина, Е.А. Еремина, Л.И. Просоедова. – Краснодар: КГУФКСТ, 2023. – Часть 2. – 288 с.**

УДК 796 (06)
ББК 75.1

©КГУФКСТ, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ В СПОРТЕ И ОБРАЗОВАНИИ.....	13
ПРОЦЕСС ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ.....	13
Аверина Е.А., Коваленко М.Г.	13
ЭФФЕКТИВНОСТЬ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ.....	15
Авчинников Н.М., Воеводина С.С.....	15
МУНИЦИПАЛЬНАЯ ПРОГРАММА КАК ДОКУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА	17
Авчинников Н.М., Воеводина С.С.....	17
СПОРТИВНЫЕ СООРУЖЕНИЯ КАК ОБЪЕКТ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	19
Авчинников Н.М., Воеводина С.С.....	19
УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК ЗНАЧИМЫЙ РЕСУРС ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	21
Аленина Н.С., Гетман Е.П.....	21
МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ	23
Аленина Н.С., Гетман Е.П.....	23
МАРКЕТИНГ В ВОЛЕЙБОЛЕ	25
Антощенко А.Ю., Гетман Е.П.	25
СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СПОРТА	26
Бурковская М.В., Хаджалдиева Е.А.....	26
КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОТРАСЛИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА	27
Григина Л.А., Хаджалдиева Е.А.....	27
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИ КУЛЬТУРНОЙ ЛИЧНОСТИ И ЗДОРОВОГО СТИЛЯ ЖИЗНИ.....	29
Дутова А.А., Хаджалдиева Е.А.	29
СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА	31
Козьма А.Д., Хаджалдиева Е.А.....	31
EVENT-МЕРОПРИЯТИЕ КАК СОВРЕМЕННОЕ СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	33
Кочарян Д.Г., Коваленко М.Г.	33
АЛГОРИТМ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	35
Кузьмичев М.А., Коваленко М.Г.	35
ФУНКЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	37
Кулаков Я.Р., Коваленко М.Г.....	37

РЕСУРСЫ МОТИВАЦИИ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОСВЕТИТЕЛЬНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА	39
Латоша А.И., Воеводина С.С.	39
РАЗВИТИЕ СТУДЕНЧЕСКОГО СПОРТА КАК НАПРАВЛЕНИЯ ПРОСВЕТИТЕЛЬНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА.....	41
Латоша А.И., Воеводина С.С.	41
СИСТЕМА АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ЧАСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	43
Махонин А.Н., Коваленко М.Г.	43
К ВОПРОСУ О НОРМАТИВНОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ БОРЬБЫ С ПРИМЕНЕНИЕМ ДОПИНГА.....	45
Морина М., Хаджалдиева Е.А.	45
УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ В ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	47
Морозов И., Гетман Е.П.	47
ФОРМИРОВАНИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И ЗДОРОВОГО СТИЛЯ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА.....	49
Новакова Л.С., Хаджалдиева Е.А.	49
PR-ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА.....	51
Плотников В.Р., Хаджалдиева Е.А.	51
ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРАКТИКОВАНИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ ЛИЦАМИ ПОЖИЛОГО ВОЗРАСТА.....	53
Раджабова С.М., Хаджалдиева Е.А.	53
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ, ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ И ПЕРЕПОДГОТОВКИ, КАДРОВ В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА.....	55
Солнышкин Г.Б., Хаджалдиева Е.А.	55
УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ В СПОРТИВНОМ МАРКЕТИНГЕ	58
Степанова Д.Д., Решетняк Д.А., Гетман Е.П.	58
КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СПОРТИВНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ	60
Степанова Д.Д., Гетман Е.П.	60
НЕОБХОДИМОСТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	62
Субботина А.Е., Коваленко М.Г.	62
РЕКЛАМНАЯ СТРАТЕГИЯ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	64
Тарас Я.А., Коваленко М.Г.	64

К ВОПРОСУ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕС ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ	66
Телешов А.С., Гетман Е.П.....	66
РАЗВИТИЕ БИЗНЕС ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ	68
Телешов А.С., Гетман Е.П.....	68
АЛГОРИТМ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	70
Ткачев М.В., Коваленко М.Г.....	70
ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА КАК ЗАЛОГ УСПЕШНОСТИ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	72
Трофименко А.С., Коваленко М.Г.....	72
ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА.....	74
Федощенко А.А., Воеводина С.С.....	74
РЕКЛАМА КАК НЕОБХОДИМОЕ СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ СПОРТИВНЫХ УСЛУГ	76
Чегин Д.А., Коваленко М.Г.....	76
РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ	78
Шаров О.А., Коваленко М.Г.....	78
СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	80
Шмотин А., Коваленко М.Г.....	80
КЛАССИФИКАЦИЯ УСЛУГ СПОРТИВНЫХ ЦЕНТРОВ.....	82
Щербина М.А., Коваленко М.Г.....	82
МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	84
Яровая О.В., Коваленко М.Г.....	84
АЛГОРИТМ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ	86
Ященко С.А., Коваленко М.Г.....	86
КАФЕДРА ТЕОРИИ И МЕТОДКИ ЗИМНИХ ВИДОВ ВЕЛОСИПЕДНОГО СПОРТА И СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА.....	88
СНЕЖНЫЕ ТРЕНИРОВКИ ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ ГОРНОЛЫЖНИКОВ В ЛЕТНИЙ ПЕРИОД	88
Верина С.Р., Яцык В.З.....	88
ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ ВЕСТИБУЛЯРНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ У СПОРТСМЕНОВ-ТУРИСТОВ	90
Голиков К.Е., Подгорная А.С.....	90
ОСОБЕННОСТИ ПИТАНИЯ ВЕЛОСИПЕДИСТОВ НА СБОРАХ	92
Захарова А.В., Капустин А.А.....	92

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФУТБОЛА В ГОРОДЕ КРАСНОДАРЕ.....	94
Казанджян А.Т., Васильченко О.С.	94
ПРОБЛЕМА ВЫБОРА КОНЬКОВ В ХОККЕЕ НА ЛЬДУ	96
Касьянов Г.В., Васильченко О.С.	96
СПОРТИВНАЯ ОДЕЖДА ФИГУРИСТОВ ДЛЯ ТРЕНИРОВОЧНОГО ПРОЦЕССА НА ЛЬДУ	98
Киркач А.А., Яцык В.З.	98
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЛОВКОСТИ СПОРТСМЕНОВ-ТУРИСТОВ В ГРУППЕ ДИСЦИПЛИН «ДИСТАНЦИЯ-ПЕШЕХОДНАЯ»	100
Коваленко А.М., Подгорная А.С.	100
СОДЕРЖАНИЕ ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ У ФИГУРИСТОВ 6-7 ЛЕТ	102
Котлярова В.В., Яцык В.З.	102
ФИГУРНОЕ КАТАНИЕ В КАЗАХСТАНЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	104
Кривошея Д.С., Яцык В.З.	104
СИЛОВАЯ ВЫНОСЛИВОСТЬ ЛЫЖНИКА-ГОНЩИКА	105
Митин И.Д., Васильченко О.С.	105
СОДЕРЖАНИЕ И ПОСТРОЕНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА ПО ЛЫЖНОЙ ПОДГОТОВКЕ В ВЫСШИХ И СРЕДНИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ.....	107
Нагибин Г.Ю., Нагибина Ю.М., Васильченко О.С.	107
МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ БЫСТРОТЫ У СПОРТСМЕНОВ-ТУРИСТОВ В ГРУППЕ ДИСЦИПЛИН «ДИСТАНЦИЯ-ПЕШЕХОДНАЯ»	109
Науман В.А., Подгорная А.С.	109
БАЗОВАЯ ПОДГОТОВКА СПОРТСМЕНОВ-ФРИСТАЙЛИСТОВ В ДИСЦИПЛИНЕ «BIG AIR»	111
Некрасов Д.М., Горбиков И.И.	111
СРЕДСТВА И МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ ВЫНОСЛИВОСТИ У СПОРТСМЕНОВ- ТУРИСТОВ ГРУППЫ ДИСЦИПЛИН «ДИСТАНЦИЯ ПЕШЕХОДНАЯ».....	113
Никитенко А.И., Подгорная А.С.	113
ТРАВМАТИЗМ В ЛЫЖНОМ СПОРТЕ	115
Новикова А.Р., Нихаенко Н.Н.	115
ЗНАЧЕНИЕ ХОРЕОГРАФИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В ФИГУРНОМ КАТАНИИ... 	117
Платовская А., Степанова В.Н., Васильченко О.С.	117
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЛЫЖНЫХ ГОНОК В РОССИИ.....	119
Прус В.С., Яцык В.С.	119
ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ФИГУРНОГО КАТАНИЯ	121
Сборик Н.А., Яцык В.З.	121

ОТБОР ЮНЫХ ЛЫЖНИКОВ-ГОНЩИКОВ В ШКОЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ	123
Степанова В.Н., Яцык В.З.	123
АНАЛИЗ МОЩНОСТИ ПЕДАЛИРОВАНИЯ ПОБЕДИТЕЛЬНИЦЫ ЧР 2022 ПО ВЕЛОСИПЕДНОМУ СПОРТУ В ГРУППОВОЙ ГОНКЕ НА ШОССЕ	125
Сучков В.А., Агасьян В.А., Яцык В.З.	125
МОНИТОРИНГ ВАРИАБЕЛЬНОСТИ СЕРДЕЧНОГО РИТМА КАК СПОСОБА ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ ТРЕНИРОВОЧНОГО ПЛАНА В ЦИКЛИЧЕСКИХ ВИДАХ СПОРТА.....	127
Филиппов Н.А., Яцык В.З.	127
ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СПЕЦИАЛЬНОЙ ВЫНОСЛИВОСТИ У ЛЫЖНИКОВ.....	129
Черняев А.С., Яцык В.З.	129
ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ЮНЫХ ХОККЕИСТОВ	131
Шалин Н.А., Васильченко О.С.....	131
ВОЗДЕЙСТВИЕ МУЗЫКАЛЬНОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ НА ПОКАЗАТЕЛИ ТЕСТИРОВАНИЯ СПЕЦИАЛЬНОЙ АНАЭРОБНОЙ ВЫНОСЛИВОСТИ У ВЕЛОСИПЕДИСТОВ-ШОССЕЙНИКОВ	133
Шарахматова В.Г. Сучков В.А., Капустин А.А.	133
КАФЕДРА ТЕОРИИ И МЕТОДИКИ ПЛАВАНИЯ.....	135
РАЗВИТИЕ СКОРОСТНО-СИЛОВЫХ КАЧЕСТВ У ПЛОВЦОВ НА ЭТАПЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СПОРТИВНОГО МАСТЕРСТВА НА ОСНОВЕ ИЗМЕРЕНИЙ СПЕЦИАЛЬНЫХ ЭРГОМЕТРИЧЕСКИХ ТРЕНАЖЕРОВ.....	135
Абитова М.К., Аришин А.В.....	135
ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ СИЛОВОЙ ПОДГОТОВКИ НА СУШЕ ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ ПЛОВЦОВ-БРАССИСТОВ	136
Бабахин А.А., Погочев А.В.....	136
КАФЕДРА ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	137
ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ СИЛОВОЙ АЭРОБИКИ НА УРОВЕНЬ ФИЗИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И СИЛОВУЮ ВЫНОСЛИВОСТЬ ЖЕНЩИН 25-35 ЛЕТ.....	137
Аллав Жад, Дворкина Н.И.....	137
ВЛИЯНИЕ СИЛОВОЙ АЭРОБИКИ НА СОСТОЯНИЕ ДЫХАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ЖЕНЩИН 25-30 ЛЕТ.....	139
Андрейцева М.В., Дворкин Л.С.....	139
СПЕЦИАЛЬНЫЕ И ОБЩЕПЕДАГОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА УЛУЧШЕНИЯ ФИЗИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ И СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО САМОЧУВСТВИЯ ЖЕНЩИН 55-60 ЛЕТ	141
Андрейцева М.В., Манакоев Я.А.	141
СОДЕРЖАНИЕ СКОРОСТНО-СИЛОВОЙ ПОДГОТОВКИ ДЕТЕЙ 14-15 ЛЕТ НА ОСНОВЕ СРЕДСТВ КАРАТЭБИКИ.....	143
Аняшкина В.С., Дворкина Н.И.	143

ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ АКВАФИТНЕСОМ НА МОРФОФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЖЕНЩИН 36-40 ЛЕТ	145
Бадосова Е.А., Ончукова Е.И.....	145
ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ АКВАФИТНЕСОМ НА МОРФОФУНКЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ	148
Вардазарян В.В., Романенко Н.И.....	148
МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ НА PILATES REFORMER.....	150
Галабир Е.А., Трофимова О.С.....	150
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МИОФАСЦИАЛЬНОГО РЕЛИЗА НА ЗАНЯТИЯХ ПИЛАТЕС С ЖЕНЩИНАМИ ПЕРВОГО ЗРЕЛОГО ВОЗРАСТА	152
Горбунова С.А., Романенко Н.И.....	152
ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МИОФАСЦИАЛЬНОГО РЕЛИЗА В СИЛОВОЙ ТРЕНИРОВКЕ.....	154
Засыпкина С.А., Трофимова О.С.....	154
МЕТОДИКА ЗАНЯТИЙ ВОДНЫМ ФИТНЕСОМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АКВАТРАНАЖЕРОВ ЖЕНЩИН 21-30 ЛЕТ.....	156
Каминский А.А., Романенко Н.И.....	156
АКВААЭРОБИКА КАК СРЕДСТВО СОХРАНЕНИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ЗДОРОВЬЯ ДЕТЕЙ 8-9 ЛЕТ	158
Картамышева М.А., Лызарь О.Г.....	158
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВЛИЯНИЯ ЗАНЯТИЙ ВОСТОЧНЫМИ ЕДИНОБОРСТВАМИ НА ВЫПОЛНЕНИЕ НОРМ ГТО 2 СТУПЕНИ.....	160
Коваленко В.А., Ончукова Е.И.	160
ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ СЛАЙД-АЭРОБИКОЙ НА ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ ДЕВУШЕК 16-17 ЛЕТ.....	163
Комаровских Д.С., Трофимова О.С.....	163
ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ ПАМП-АЭРОБИКОЙ НА УРОВЕНЬ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ ЖЕНЩИН МОЛОДОГО ВОЗРАСТА	165
Крупчин В.Д., Дворкин Л.С.....	165
ЛОНГИТУДНЫЕ СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СТАНОВОЙ СИЛЫ У ТЯЖЕЛОАТЛЕТОВ И ФУТБОЛИСТОВ 7-11 ЛЕТ, ПРОЖИВАЮЩИХ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ	167
Кузьменко В.Е., Дворкин Л.С.....	167
ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ СТЕП-АЭРОБИКОЙ НА ПОКАЗАТЕЛИ ЗДОРОВЬЯ ЖЕНЩИН ПЕРВОГО ПЕРИОДА ЗРЕЛОГО ВОЗРАСТА.....	169
Мартыненко Д.Д., Сударь В.В.....	169
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ ДЕТСКОГО ФИТНЕСА В ПРОЦЕССЕ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ЮНЫХ АКРОБАТОК	171
Медялко Д.Н., Сударь В.В.....	171
МЕТОДИКА ЗАНЯТИЙ ЖЕНЩИН ПЕРВОГО ЗРЕЛОГО ВОЗРАСТА НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИЙ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ	173
Пирог В.А., Дворкина Н.И.	173

К ВОПРОСУ О ВНЕДРЕНИИ СРЕДСТВ ФИТНЕСА В ПРОЦЕСС ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ	175
Роговая В.В., Трофимова О.С.....	175
АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОМБИНИРОВАНИЯ ОСНОВНЫХ КОМПОНЕНТОВ НАГРУЗКИ В СИЛОВОЙ ТРЕНИРОВКЕ СТУДЕНТОВ.....	177
Ткаченко Д.А., Лызарь О.Г.....	177
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАНЯТИЙ СИЛОВОЙ АЭРОБИКОЙ С ЖЕНЩИНАМИ 25-30 ЛЕТ	180
Фомина А.В., Ончукова Е.А.....	180
ОСОБЕННОСТИ ФИЗИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПО ИНДЕКСУ МАССЫ ТЕЛА СЕЛЬСКИХ ШКОЛЬНИКОВ 6-7 КЛАССОВ	183
Черняк Д.В., Романенко Н.И.	183
ПОВЫШЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИЗИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ЖЕНЩИН 25-30-ЛЕТНЕГО ВОЗРАСТА СРЕДСТВАМИ АКВАФИТНЕСА.....	185
Щендригина А.А., Сударь В.В.....	185
МЕТОДИКА РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ С ДЕВОЧКАМИ ПОДРОСТКАМИ ИМЕЮЩИХ ИЗБЫТОЧНУЮ МАССУ ТЕЛА.....	187
Ярковая К.А., Манакова Я.А.....	187
КАФЕДРА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА И ТУРИЗМА	189
СПЕЦИФИКА МЕЖЛИЧНОСТНОГО ОБЩЕНИЯ РАБОТНИКОВ СЕРВИСНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ПРОЦЕССЕ ОКАЗАНИЯ УСЛУГИ	189
Беляева Е.А., Ползикова Е.В.	189
РАЗВИТИЕ ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМА В ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ ФЕОДОСИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ.....	193
Бережная С.Р., Юрченко А.А.	193
РАЗРАБОТКА ВОЕННО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРА ВЫХОДНОГО ДНЯ ПО ТЕРРИТОРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ «ДОРОГА ПО МЕСТАМ ВОИНСКОЙ СЛАВЫ»	195
Венгеренко Л.Ю., Поддубная Т.Н.....	195
ОРГАНИЗАЦИЯ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ ПРИЁМОВ И БАНКЕТОВ.....	197
Веретенникова Н.С., Ползикова Е.В.....	197
ОСОБЕННОСТИ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ.....	199
Гринькив А.А., Митрошкина Д.В., Еремина Е.А.	199
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ СИТУАЦИИ.....	201
Дергачёва А.А., Шпырня О.В.....	201
ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ КАК ФАКТОРА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА РЫНКЕ УСЛУГ	203
Дроздова Т.С., Заднепровская Е.Л.....	203

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ.....	205
Ежкова И.А., Шпырня О.В.	205
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СИСТЕМЫ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОГО СПОРТА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ.....	207
Еремина А.С., Поддубная Т.Н.	207
ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ С РАЗНЫМИ ГРУППАМИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ТУРИЗМЕ	209
Ирхина Н.А., Минченко В.Г.	209
УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ.....	212
Килочек Ю.С., Шпырня О.В.	212
ЛИЧНОСТЬ РУКОВОДИТЕЛЯ И СТИЛИ РУКОВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ КОМПЛЕКСНОГО ТУРИСТСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ.....	214
Коротких Я.А., Минченко В.Г.	214
ПАМЯТНИКИ ИСТОРИИ И КУЛЬТУРЫ КОСТАНАЙСКОЙ ОБЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА	216
Кривонос Т., Юрченко А.А.	216
КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ ГОРОДА-ГЕРОЯ ТУЛЫ КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА.....	218
Кузякин А.А., Юрченко А.А.	218
ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ РАЗЛИЧНЫХ ФАЗАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА	220
Лапшина А.Н., Шпырня О.В.	220
ЗНАЧИМОСТЬ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ	222
Ледовская И.В., Заднепровская Е.Л.	222
СЕРВИС КАК ОБЩЕСТВЕННОЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ	224
Лопаткина Д.И., Ползикова Е.В.	224
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЭТНОТУРИЗМА В РОССИИ И ОРИЕНТИРЫ ЕГО РАЗВИТИЯ	227
Лопаткина Д.И., Кучеренко И.М.	227
ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ.....	229
Малыхина А.А., Кучеренко И.М.	229
ЭТИКЕТ И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ КОМПЛЕКСНОГО ТУРИСТСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ.....	231
Малыхина А.А., Ползикова Е.В.	231
ОБЗОР ОСНОВНЫХ ОБЪЕКТОВ ЭТНОТУРИЗМА В КЫРГЫЗСТАНЕ	234
Мамыралиева М.Д., Ползикова Е.В.	234

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ	236
Манохина Б.Р., Кучеренко И.М.	236
СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТА КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА.....	238
Мартыненко К.Р., Шпырня О.В.	238
ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ «ВИРУСНОГО» МАРКЕТИНГА	240
Масенко В.С., Шпырня О.В.....	240
ИНТЕГРАЦИЯ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ ЗАБРОШЕННЫХ АУЛОВ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ ПОТЕНЦИАЛЕ ТЕРРИТОРИЙ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ.....	242
Митрошкина Д.В., Еремина Е.А.	242
ПРОЕКТ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРА ДЛЯ МОЛОДЁЖИ ПО ТЕРРИТОРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ.....	244
Мухамедова Н.Ш., Поддубная Т.Н.	244
СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ БЕЗБАРЬЕРНОГО ТУРИЗМА	247
Паневина Ю.А., Ползикова Е.В.	247
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	250
Поддячая К.Н., Шпырня О.В.....	250
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ.....	252
Прасолова А.С., Заднепровская Е.Л.....	252
ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ РАЗМЕЩЕНИЯ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА	254
Рябцева А.А., Заднепровская Е.Л.	254
АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ СЕРВИСА КАК СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ЧАСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	256
Скобелева Ж.П., Шпырня О.В.	256
ОПТИМИЗАЦИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХНА ПРИМЕРЕ ООО «Кактус Тревел».....	258
Смолин А.А., Заднепровская Е.Л.....	258
ОСОБЕННОСТИ ЭТИКЕТА ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ ЕВРОПЕЙСКИХ И АЗИАТСКИХ СТРАН	260
Сорока В.М., Ползикова Е.В.....	260

КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ АРХИТЕКТУРНОГО МУЗЕЯ-ЗАПОВЕДНИКА «СТАРАЯ САРЕПТА»	262
Сорока В.М., Юрченко А.А.....	262
ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ ДЛЯ СЕМЕЙНОЙ АУДИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ.....	264
Сохина А.В., Заднепровская Е.Л.....	264
ФЕНОМЕН КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ В ФИЛОСОФИИ ТУРБИЗНЕСА.....	266
Столетова М.О., Ползикова Е.В.....	266
ОСОБЕННОСТИ ОТСЛЕЖИВАНИЯ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА САНАТОРНО- КУРОРТНЫХ УСЛУГ	268
Стыценко А.С., Шпырня О.В.....	268
ПРОБЛЕМЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РАЗМЕЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ	270
Тюльтева А.М., Заднепровская Е.Л.	270
PR СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	272
Удинцева Е.Г., Еремина Е.А.	272
ФОРТИФИКАЦИОННЫЕ СООРУЖЕНИЯ КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ВОЕННО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ГОРОДЕ СЕВАСТОПОЛЕ	275
Усенко И.А., Юрченко А.А.	275
АНАЛИЗ ТРЕНДОВ РЫНКА РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ РЕАЛИЯХ	277
Ханас Д.Л., Заднепровская Е.Л.	277
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СЕРВИСА С УЧЁТОМ НАЦИОНАЛЬНО-РЕГИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ОБСЛУЖИВАНИЯ	279
Шаповалова А.А., Ползикова Е.В.....	279
ОСОБЕННОСТИ ПСИХОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ КОМПЛЕКСНОГО ТУРИСТСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ.....	281
Шеметов А.И., Ползикова Е.В.....	281
СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В СТРУКТУРЕ КОМПЛЕКСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА.....	283
Щеблыкина Е.П., Минченко В.Г.	283
ОСОБЕННОСТИ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ОРИЕНТАЦИИ ОТРАСЛИ НА ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ	285
Щеблыкина Н.П., Минченко В.Г.....	285

КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ В СПОРТЕ И ОБРАЗОВАНИИ

УДК: 796.075

ПРОЦЕСС ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

Аверина Е.А.

Научный руководитель доцент Коваленко М.Г.

Аннотация. В данной работе рассматривается основная роль спортивного менеджера в управленческой деятельности спортивной организации, функции и основные обязанности, которые принимает на себя менеджер для функционирования спортивной индустрии.

Ключевые слова: спортивная индустрия, организация, менеджер, физическая культура, спорт.

Как в России, так и во всем современном мире, в последнее время стала набирать обороты сфера спортивной индустрии. Основным стимулом к развитию в Российской Федерации сферы услуг физической культуры и спорта послужили социальные, экономические и политические изменения в нашей стране и в мире в целом. При социальных и экономических переменах, которые связаны с переходом к рыночной экономике, послужили причиной возникновения проблем в организационно-управленческой деятельности с кадрами как в спортивных школах, так и в других спортивных организациях. Вследствие этого возникает вопрос о высококвалифицированных кадрах в сфере физической культуры и спорта, иными словами об спортивных менеджерах, которые имеют огромную актуальность в наше время.

Как мы знаем, менеджмент – это наука, которая изучает отношения, складывающиеся в процессе управленческой деятельности [1]. А менеджер в спорте – это специалист, который работает как внутри самой организации, так и за ее пределами, со внешними связями. Основная цель спортивного менеджмента заключается в обеспечении эффективного функционирования физической культуры и спорта, а также организаций в рыночных условиях страны.

Можно выделить, что в спортивной организации существуют различные виды управленческой деятельности. Вследствие этого, менеджеры бывают разных уровней, в них выделяют три основных, таких как: стратегический, тактический и исполнительский уровень [2].

Спортивные менеджеры, являясь субъектом деятельности, выполняют определенные функции, среди них:

1. Функция принятия управленческих решений;
2. Информационная функция;
3. Функция руководителя [3].

На сегодняшний день работа спортивного менеджера является востребованной и прибыльной при грамотном подходе и умении правильно применять организаторские способности на практике. Но в то же время не будем забывать, что данная деятельность несет профессиональные риски, поскольку менеджер отвечает за финансы организации и ее репутацию в целом. Для того чтобы являться спортивным менеджером, нужно быть фанатом того вида спорта, в котором работаешь. Нужно знать все его тонкости, историю возникновения, особенности поведения того или иного спортсмена, их индивидуальные черты.

Рассмотрим основные обязанности менеджера в спортивной организации, в них входят: закупка инвентаря и оборудования, поиск спонсоров, введение переговоров, распределение финансовых ресурсов и др.

Находясь в спортивной организации, менеджер должен обладать следующими личностными характеристиками: коммуникабельность, иметь высокий интеллект,

внимательность к своей работе, проявлять интерес к спортивной индустрии, быть креативным [4]. Он изучает всевозможные варианты развития спортивных клубов, команд, контролирует и планирует бюджет организации. Менеджер должен хорошо ориентироваться в спортивной индустрии и иметь большое количество контактов в данной сфере, поэтому мы зачастую видим спортсменов, пришедших в спортивный менеджмент, которые в прошлом не смогли достигнуть высоких результатов в спорте или же перестали им заниматься по определенным причинам [5].

На основании вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что менеджеры в спорте или спортивные менеджеры – это важная составляющая любого спорта. Хороший менеджер будет стремиться привести организацию к финансовому благополучию, также подбирать таланты и спонсировать развитие организации.

Литература:

1. Общий менеджмент : учебное пособие / Л. С. Ружанская [и др.] ; под общ. ред. Л. С. Ружанской, И. В. Котляревской. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 116 с.
2. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта [Текст] : учеб. пособие / А. В. Починкин. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : Советский спорт, 2010. – 264 с.
3. Спортивный менеджмент : учебно-методическое пособие / Т. Э. Круглова : СПб ГУФК им. П. Ф. Лесгафта. – СПб. : (б.и.), 2006.
4. Менеджмент : учебник. – 4-е изд., перераб. и доп. / В. Г. Веснин. – М. : Проспект, 2012. – 616 с.
5. Менеджмент : учебник для бакалавров / Э. М. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп., 2014.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ

Авчинников Н.М.

Научный руководитель доцент Воеводина С.С.

Аннотация. В работе рассматриваются показатели эффективности муниципального управления физической культурой и спортом с учетом методических подходов оценки деятельности органов местного самоуправления.

Ключевые слова: физическая культура и спорт, органы местного самоуправления, эффективность управления, социально-экономическое развитие территории, методика оценки.

Развитие физической культуры и спорта на муниципальном уровне зависит не только от уровня финансового состояния муниципального образования, но и от эффективности деятельности органов местного самоуправления. В теории менеджмента признается, что одним из условий обеспечения социально-экономического развития территорий является эффективное муниципальное управление, что относится и к физической культуре и спорту [4].

В зарубежной практике эффективность управления связана с достижением поставленной цели и созданием потребительских благ, в отечественной – с оптимальным использованием имеющихся ресурсов (материальных, кадровых, финансовых, информационных), затраченных на ее выполнение.

Муниципальное управление физической культурой и спортом в современных условиях основано на использовании программно-целевого метода, включающего принципы экономичности и результативности данной системы, взаимодействие отраслевых органов управления, спортивных федераций, физкультурно-спортивных организаций, коммерческих структур (действующих в рамках регионального спортивного кластера) для достижения стратегической цели – формирование культуры здорового образа жизни, развитие массовой физической культуры и спорта по месту жительства граждан.

Методические подходы оценки эффективности деятельности отраслевых муниципальных органов, начиная с 2008 г., постоянно модернизируются, что является показателем нерешенности данного вопроса. Формой планирования и организации муниципального управления физической культурой и спортом на современном этапе социально-экономического развития муниципальных образований является муниципальная программа, которую можно определить как комплекс взаимосвязанных и планируемых мероприятий (с учетом задач и ресурсов) в отраслевой сфере [1, 2, 5].

К содержанию муниципальной программы единых требований на федеральном и региональном уровне нет (за исключением отдельных сфер деятельности – энергосбережения и энергетической эффективности – Постановление Правительства Российской Федерации № 161 от 11.02.2021) [3]. Администрация муниципального образования самостоятельно устанавливает требования к содержанию муниципальной программы посредством муниципального правового акта: наличие паспорта программы, общая характеристика ее реализации с указанием этапов, прогноз развития регулируемой сферы, перечень подпрограмм с обобщенной характеристикой мероприятий, финансирования, сроков и исполнителей.

Таким образом, в настоящее время одним из методических подходов оценки муниципального управления физической культурой и спортом является выполнение отраслевой муниципальной программы как документа стратегического планирования.

Литература:

1. Гетман, Е. П. Экономика и право в спорте и образовании: коллективная монография / Е. П. Гетман, Л. А. Гремина, С. С. Воеводина. – Краснодар : КГУФКУСТ, 2019.

– 137 с.

2. Воеводина, С. С. Управленческий механизм экономического развития физической культуры и спорта / С. С. Воеводина, А. А. Тарасенко // В сборнике : Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 188-190.

3. Канаев, Ю.Н. Муниципальные образования как субъекты гражданского права: монография. – М. : Юстицинформ, 2020. – 192 с.

4. Починкин, А. В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие : [12+] / А. В. Починкин. – Москва : Спорт, 2017. – 385 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454524> (дата обращения: 10.11.2022). – Библиогр.: с. 368-371. – ISBN 978-5-906839-55-8. – Текст : электронный.

5. Тарасенко, А. А. Управление спортивным потенциалом муниципального образования / А. А. Тарасенко, С. В. Фомиченко, С. С. Воеводина // В сборнике: Физическая культура и спорт. Олимпийское образование. Материалы международной научно-практической конференции ; Редколлегия : А. И. Погребной, Е. М. Бердичевская, Г. Б. Горская, Е. А. Еремина, Т. А. Самсоненко. – Краснодар, 2022. – С. 450-453.

МУНИЦИПАЛЬНАЯ ПРОГРАММА КАК ДОКУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Авчинников Н.М.

Научный руководитель доцент Воеводина С.С.

Аннотация. В работе рассматриваются основные положения муниципальной программы в области физической культуры и спорта, включающие показатели стратегического планирования отраслевой сферы (на примере сельского поселения).

Ключевые слова: физическая культура и спорт, муниципальная программа, органы местного самоуправления, эффективность управления, стратегическое планирование.

Программно-целевой метод управления физической культурой и спортом на муниципальном уровне реализуется посредством муниципальной программы, требования к которой местная администрация устанавливает самостоятельно [1, 2]. Проанализируем содержание муниципальной программы сельского поселения на примере Медведского сельского поселения Новгородской области, включающей планируемые мероприятия и проблемы их реализации.

Так, администрацией Медведского сельского поселения разработана муниципальная программа «Развитие физической культуры и массового спорта на территории Медведского сельского поселения» на период 2022-2026 гг. на основе концепции социально-экономического развития данного муниципального образования. Исполнителем программы является местная администрация, деятельность которой направлена на обеспечение прав всех категорий граждан и групп населения на занятия физической культурой и спортом. Общий объем бюджетного финансирования программы составляет 90 тыс. руб. [3]

Планируемые показатели касаются увеличения доли граждан поселения, систематически занимающихся физической культурой и спортом (конкретный планируемый показатель в программе не определен) и количества спортивно-массовых мероприятий (каждый год планируется проведение 5 мероприятий) с учетом наличия спортивной инфраструктуры – плоскостного сооружения и спортивного зала.

На территории сельского поселения физической культурой и спортом занимаются более 300 человек из 1046 жителей (большинство из которых – обучающиеся общеобразовательных учреждений, взрослое население – любители спорта), более 200 чел. – ежегодно принимают участие в спортивно-массовых мероприятиях.

Отраслевого органа управления в данном поселении нет. Вопросами развития физической культуры и спорта занимается местная администрация в лице Главы поселения, контроль целевого использования бюджетных средств на реализацию муниципальной отраслевой программы осуществляет главный бухгалтер администрации.

На достижение целей муниципальной программы могут повлиять следующие риски (они указаны в программе):

- внутренние: низкая исполнительная дисциплина, несвоевременное принятие администрацией документов, необходимых для реализации мероприятий программы;
- внешние: снижение уровня экономического развития и инвестиционной активности сельского поселения, бюджетный дефицит, недостаточное нормативно-правовое обеспечение программы, экологические и техногенные риски.

Таким образом, муниципальная программа развития физической культуры и спорта в сельском поселении является составной частью стратегии его социально-экономического развития, реализация которой зависит от внутренних и внешних рисков [4, 5]. Приоритетное финансирование программы определено администрацией муниципального образования как мера управления указанными рисками, от эффективности которого зависит развитие физической культуры и спорта на муниципальном уровне.

Литература:

1. Воеводина, С. С. Управленческий механизм экономического развития физической культуры и спорта / С. С. Воеводина, А. А. Тарасенко // В сборнике : Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 188-190.
2. Гетман, Е. П. Экономика и право в спорте и образовании: коллективная монография / Е. П. Гетман, Л. А. Гремина, С. С. Воеводина. – Краснодар : КГУФКУСТ, 2019. – 137 с.
3. Официальный сайт муниципального образования Медведское сельское поселение Новгородской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://медведское.рф> (дата обращения 04 ноября 2022 г.).
4. Починкин, А. В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие : [12+] / А. В. Починкин. – Москва : Спорт, 2017. – 385 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454524> (дата обращения: 10.11.2022). – Библиогр.: с. 368-371. – ISBN 978-5-906839-55-8. – Текст : электронный.
5. Тарасенко, А. А. Управление спортивным потенциалом муниципального образования / А. А. Тарасенко, С. В. Фомиченко, С. С. Воеводина // В сборнике: Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции ; Редколлегия : А. И. Погребной, Е. М. Бердичевская, Г. Б. Горская, Е. А. Еремина, Т. А. Самсоненко. – Краснодар, 2022. – С. 450-453.

СПОРТИВНЫЕ СООРУЖЕНИЯ КАК ОБЪЕКТ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Авчинников Н.М.

Научный руководитель доцент Воеводина С.С.

Аннотация. В работе рассматриваются вопросы использования спортивных сооружений, составляющих муниципальную собственность, связанную с системой отраслевого управления и управления имущественным комплексом муниципального образования.

Ключевые слова: физическая культура и спорт, спортивные сооружения, муниципальная собственность, эффективность управления, муниципальное образование.

Развитие физической культуры и спорта зависит от ряда факторов, одним из которых является наличие необходимой спортивной инфраструктуры (объектов спорта, спортивных сооружений). В муниципальной собственности находится более 73% спортивных сооружений (в региональной – 14%, федеральной – 4%), эффективность управления которыми зависит от системы отраслевого управления и управления имущественным комплексом муниципального образования, имеющим конституционно-правовую основу [4].

В литературе муниципальная собственность трактуется как совокупность экономических отношений, связанных с управлением имущественным комплексом муниципального образования, а объекты спорта – объекты недвижимого имущества (или их комплексы), предназначенные для проведения физкультурных и спортивных мероприятий, в том числе спортивные сооружения [3, 4].

Для спортивных сооружений как собственности муниципальных образований характерны специальные способы их приобретения – приватизация муниципального имущества, безвозмездная передача имущества в процессе его разграничения между муниципальными образованиями, перераспределение собственности между регионом и муниципальными образованиями, между муниципальными образованиями различных типов [5]. Специфическим способом приобретения права муниципальной собственности на спортивные сооружения является передача государственного имущества в муниципальную собственность в связи с разграничением полномочий между государственными и муниципальными органами с учетом финансово-экономических интересов муниципального образования в решении вопросов развития физической культуры и спорта, включая финансовую поддержку при недостаточности средств на их содержание. В этом случае следует учитывать не только фактическую заинтересованность муниципального образования в спортивном объекте, но и объективную необходимость его передачи в муниципальную собственность, способы эффективного управления, обеспечивающие возмещение затрат на его содержание. Следует отметить, что обязанность принятия в муниципальную собственность имущества, предназначенного для решения социальных вопросов (в том числе в области физической культуры и спорта), предусмотрена законодательством (при этом не учитывается состояние таких объектов). Поэтому такие объекты становятся часто причиной дополнительных расходов местного бюджета (связанных с их модернизацией, уровнем морального и физического износа).

Недостаток финансовых и материальных ресурсов для реализации программ социально-экономического развития муниципального образования, включая целевые отраслевые программы, на практике выражается в его отказе от принятия спортивных объектов из федеральной собственности.

Таким образом, специфика муниципальной собственности, к которой относятся спортивные сооружения, обусловлена способами их приобретения и осуществления. Муниципальное управление спортивными сооружениями (оценка его эффективности) определяется органами местного самоуправления в принимаемых нормативно-правовых актах.

Литература:

1. Воеводина, С. С. Управленческий механизм экономического развития физической культуры и спорта / С. С. Воеводина, А. А. Тарасенко // В сборнике : Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 188-190.
2. Гетман, Е. П. Экономика и право в спорте и образовании: коллективная монография / Е. П. Гетман, Л. А. Гремина, С. С. Воеводина. – Краснодар : КГУФКУСТ, 2019. – 137 с.
3. Починкин, А. В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие : [12+] / А. В. Починкин. – Москва : Спорт, 2017. – 385 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454524> (дата обращения: 10.11.2022). – Библиогр.: с. 368-371. – ISBN 978-5-906839-55-8. – Текст : электронный.
4. Сводный отчет 1-ФК по Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minsport.gov.ru/sport/physical-culture/statisticheskaya-inf/> (дата обращения 18.07.2022).
5. Тарасенко, А. А. Управление спортивным потенциалом муниципального образования / А. А. Тарасенко, С. В. Фомиченко, С. С. Воеводина // В сборнике : Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции ; Редколлегия : А. И. Погребной, Е. М. Бердичевская, Г. Б. Горская, Е. А. Еремина, Т. А. Самсоненко. – Краснодар, 2022. – С. 450-453.

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК ЗНАЧИМЫЙ РЕСУРС ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аленина Н.С.

Научный руководитель доцент Гетман Е.П.

Аннотация. В статье анализируются вопросы выстраивания мотивационных управленческих систем в организациях. Исследуются подходы к оценке удовлетворенности персонала работой. Оценивается роль измерений удовлетворенности персонала условиями труда в организации.

Ключевые слова: удовлетворенность, мотивация, персонал, организация, внутренний маркетинг.

Вопрос важности проведения измерений удовлетворенности персонала условиями труда остается актуальным и в настоящее время. В бизнесе есть два диаметрально противоположных подхода. Одни компании и их руководство игнорируют этот процесс, другие бесконечно «мучают» своих сотрудников разного рода измерениями, связанными с удовлетворенностью персонала оплатой труда, отношениями с коллективом, гигиеническими и санитарными факторами. Так, в маркетинге существует понятие – внутренний маркетинг, который направлен на стремление к созданию гармоничного и справедливого климата в коллективе, стремлению к созданию комфортной среды для персонала [3]. В научной литературе и практике управления накоплен большой опыт и методики, связанные с измерением удовлетворенности трудом. По оценкам специалистов эффективность используемых российскими организациями систем оплаты труда составляет примерно 25 %, начиная от окладно-премиальной, сдельной систем и включая современные, такие как ключевые показатели эффективности (keyperformanceindicators (KPI)) [5]. Проводятся многочисленные семинары, предлагающие к использованию и внедрению в организации различных критериев, такие как «мониторинг трудовых мотивов» [4]. Важно как применение самих методик, так и наличие персонала способно к оцениванию результатов проводимых измерений и также принятия управленческого решения направленного на улучшения условий труда. С целью мотивации персонала на первый план в работе менеджеров по кадрам выходит работа по определению факторов, которые направлены на мотивирование к его развитию и выработке соответственного перечня вознаграждений за вклад в достижения. Интересен подход, в котором организована обратная связь от сотрудников, когда они вносят свои предложения о том, кого и за что вознаграждать [1]. Выстроенная система получения информации от подчиненных дает возможность менеджерам своевременно включать изменения в стимулирующие программы. Так в ряде организаций, в том числе спортивной направленности сложились стимулирующие системы в виде организации разного рода развлечения и/или путешествий [1]. Такого рода активный отдых включает различные спортивные – футбол, баскетбол, посещение аквапарка, спуск по канату. В такой неформальной обстановке иногда проводятся тренинги по поиску новых идей, связанных с бизнесом. Отметим, что подобного рода мотивационные мероприятия носят характер совместного отдыха и развлечений, куда сотрудники приглашаются с семьями.

Таким образом, периодическое изучение, посредством мониторинга удовлетворенности персонала позволяет выстроить в организации более действенную систему мотивации персонала, которая напрямую связана с увеличением производительности и эффективности труда.

Литература:

1. Ащеулов, А. В. Особенности мотивации персонала физкультурно-спортивных организаций / А. В. Ащеулов, Е. А. Трофименко // Креативная экономика. – 2022. – Т. 16, № 10. – С. 4071-4082.

2. Воеводина, С. С. Предпринимательство в физической культуре и спорте: экономико-правовые аспекты: коллективная монография / С. С. Воеводина, Е. П. Гетман, Л. А. Гремина. Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ : Экоинвест, 2016. – 282 с.
3. Гремина, Л. А. Экономическая и маркетинговая культура в управленческой деятельности в физической культуре и спорте : практикум / Л. А. Гремина, Е. П. Гетман. Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ, 2020. – 125 с.
4. Мониторинг трудовых мотивов [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://imaton.com/catalog/monitoring-trudovyyh-motivov/?utm>(дата обращения 30.11.2022).
5. HR-менеджмент: как измерять удовлетворенность сотрудников и почему это важно для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://topfactor.pro/blog/?group=&rubric=495> (дата обращения 27.12.2022).

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Аленина Н.С.

Научный руководитель доцент Гетман Е.П.

Аннотация. В публикации рассматриваются управленческие проблемы, связанные с мотивацией персонала. Анализируются теоретические и практические аспекты реализации этой важной функции управления. Оценивается роль мотивационных подходов к организации управления деятельностью субъектов хозяйствования.

Ключевые слова: управление, мотивация, персонал, организация, материальное и моральное вознаграждение.

Одной из важных функций управления, которая выходит на сегодняшний день, на первый план становится функция мотивации персонала. Функция мотивации всегда находилась в поле зрения научных сотрудников и управленцев [1-3]. Однако большинство руководителей и раньше и сейчас уверены, что для повышения удовлетворенности работника достаточно его материально вознаградить и, что денежное вознаграждение всегда выходит на первый место в мотивационном плане организации и более значимо для персонала.

В контексте современной теории управления под мотивацией понимается процесс побуждения персонала к деятельности для достижения целей организации [4]. Истоки мотивационных теорий уходят корнями в глубокую древность. Так называемый метод «кнута и пряника» прослеживается с античных времен и даже проявляется в действиях сказочных персонажей. Постепенно с развитием научного подхода к управлению вырабатывались разнообразные нормы и нормативы, способствующие повышению эффективности персонала, и тем самым повышалась и общая эффективность бизнес-деятельности. До определенного момента времени мотивации персонала изучалась с позиции науки психологии. Такой подход и сужает и расширяет количество факторов, которые влияют на человека мотивирующих его к трудовой активности. Наука об управлении, опираясь на психологические выкладки, сформулировала, и постулировала ряд так называемых «мотивационных моделей». В менеджменте теории мотивации принято рассматривать через призму содержательного и процессуального подхода.

Основой содержательной теории мотивации является изучение разного рода внутренних побудительных мотивов, оказывающих существенное воздействие на персонал. К содержательным теориям мотивации относят труды Абрахама Маслоу, Дэвида Макклеланда и других. Процессуальные теории мотивации объясняют действия человека в психологических дефинициях «восприятия и познания», что возвращает исследователя к необходимости обращения к психологическим методам изучения человека труда. Процессуальные теории считаются в менеджменте более современными. К ним относят следующие теории – ожидания, справедливости и ряд других моделей [4].

Обозначенные теории получили широкое распространение в мотивационной теории управления, но до сегодняшнего дня продолжается изучение и поиск наиболее эффективных инструментов, влияющих на повышение эффективности персонала в организации. Ученые используют различные методики, например, методику «Мониторинг трудовых мотивов» [5]. Исследования показывают, что одни и те же факторы, влияющие на одних работников, совершенно не действуют в другом коллективе на других работников. Бывает, что мотивационный инструмент, ранее действующий на работника, теряет свое мотивационное воздействие. Отсюда возникает понимание, что мотивация персонала связана, как с общей организацией системы вознаграждения в организации, так и неограниченным разнообразием мотивационных инструментов, которые снова могут быть сведены к названным выше «кнуту и прянику».

Следовательно, в конкретной организации следует изучить, как применяемы системы мотивации, побуждения и потребности работников и, основываясь на теоретических инструментах разрабатывать систему материального и морального вознаграждения персонала.

Литература:

1. Ащеулов, А. В. Особенности мотивации персонала физкультурно-спортивных организаций / А. В. Ащеулов, Е. А. Трофименко // Креативная экономика. – 2022. – Т. 16, № 10. – С. 4071-4082.
2. Воеводина, С. С. Предпринимательство в физической культуре и спорте: экономико-правовые аспекты : коллективная монография / С. С. Воеводина, Е. П. Гетман, Л. А. Гремина. Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – Краснодар: КГУФКСТ : Экоинвест, 2016. – 282 с.
- 3 Воеводина, С.С. Исследование направлений совершенствования организационно-управленческой деятельности в области спорта / С. С. Воеводина, Е. П. Гетман, Л. А. Гремина // Материалы научной и науч. метод конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2021. – № 1. – С. 76-78.
4. Мескон, М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 2018. – 704 с.
5. Мониторинг трудовых мотивов [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://imaton.com/catalog/monitoring-trudovyh-motivov/?utm>(дата обращения 30.11.2022).

МАРКЕТИНГ В ВОЛЕЙБОЛЕ

Антощенко А.Ю.

Научный руководитель доцент Гетман Е.П.

Аннотация. В данной работе рассматривается влияние маркетинга в волейболе, двустороннее развитие деятельности не только в данном виде спорта, но и в отрасли экономики, путём привлечения зрителей.

Ключевые слова: спортивный маркетинг, волейбол, экономика, спрос, предложение, индустрия спорта.

Маркетинг в индустрии спорта представляет собой деятельность, которая направлена на развитие не только сферы спорта и ее практическую активизацию, но представляет комплекс спортивно-оздоровительных мероприятий, осуществляемых с целью восстановления желаемого нормального самочувствия и удовлетворения потребностей [2, 5]. Главная цель спортивного маркетинга направлена на определение нужд и интересов потребителей и, соответственно, удовлетворение их в области спорта. Кроме того, задачей является поиск возможных вариантов решения проблем в отрасли экономики, а именно: повысить спрос клиентов и осуществить реализацию нужных предложений [1]. Все названное относится и к маркетингу в волейболе. Так, маркетинг в волейболе осуществляет пропаганду и развитие в спортивной индустрии, путём привлечения не только спортсменов профессионального уровня, но и обычных людей, которые проявляют желание участвовать в различных мероприятиях данной сферы, а также зрителей и болельщиков [3]. Заданная деятельность призвана решать следующие задачи: определить прошлые и текущие показатели занимающихся; сравнить эти показатели и выявить причину изменений (если они имеются); принять решения для реализации поставленной цели, без вреда для потребителей [4].

Спортивно-оздоровительные маркетинговые мероприятия, реализуемые в волейболе, в свою очередь, имеют широкое распространение, поскольку в большей степени являются массовыми. В этом случае маркетинг в индустрии спорта является необходимой и важной деятельностью, которая проявляется в развитии спортивной отрасли в экономике целом. Что отражается на увеличении спроса потребителей и реализации предложений со стороны спортивных организаций.

Таким образом, маркетинг в волейболе напрямую воздействует на развитие анализируемого вида спорта, оказывая двусторонний процесс выполнения работы в области спорта и экономики.

Литература:

1. Ащеулов, А. В. Бизнес-проектирование в сфере спорта / А. В. Ащеулов, А. С. Тютюнников ; Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ, 2017. – 87 с.
2. Гетман, Е. П. Спортивный маркетинг: курс лекций ; Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ, 2018. – 95 с.
3. Гетман, Е. П. Экономическая и маркетинговая культура в управленческой деятельности в физической культуре и спорте : практикум / Е. П. Гетман, Л. А. Гремина.– Краснодар : КГУФКСТ, 2020. – 124 с.
4. Воеводина, С. С. Предпринимательство в физической культуре и спорте: экономико-правовые аспекты : коллективная монография / С. С. Воеводина, Е. П. Гетман, Л. А. Гремина.– Краснодар : КГУФКСТ : Экоинвест, 2016. – 282 с.
5. Воеводина, С.С. Управление интеллектуальной собственностью в спортивной индустрии / С. С. Воеводина, Е. П. Гетман, Л. А. Гремина // Управленческий учет. – 2022. – № 12-2. – С. 398-404.

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СПОРТА

Бурковская М.В.

Научный руководитель старший преподаватель Хаджалдиева Е.А.

Аннотация. В данной работе рассматривается влияние пандемии на индустрию спорта в период с 2020 по начало 2022 года. Особое внимание уделяется социальным проблемам физической культуры и спорта. Представленные данные подтверждают актуальность данного материала.

Ключевые слова: социальные трудности, физическая культура и спорт, спорт высших достижений, спортивные организации, пандемия, Олимпийские игры, спортивная индустрия.

Социальные трудности в Российской Федерации в последнее время привели к существенным изменениям организации физической культуры и спорта [4]. В период с 2020 по начало 2022 года в Российской Федерации начались перемены, которые прямо сказались на сфере спортивной индустрии [1]. В первую очередь данные проблемы напрямую затронули спорт высших достижений [5]. Профессиональные спортсмены были очень ограничены в возможности участия в спортивных и физкультурно-оздоровительных соревнованиях. Они потеряли целый сезон, а также не получили финансовую поддержку. Спортивные организации также претерпели убытки, поскольку по-прежнему сохранялась расходная часть бюджета вне зависимости от уровня доходности деятельности [2]. Помимо этого проблема безработицы в сфере спорта обострилась: увольнение спортсменов, сотрудников и иных работников организаций. Отрасли, которые также были связаны с физической культурой и спортом, тоже наблюдали неудачи. Представители многих отраслей были вынуждены менять бизнес-стратегии в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Нельзя не упомянуть о серьезном давлении на психологическое состояние спортсменов. Удавалось систематически тренироваться лишь трети спортсменов. Другим же не получалось поддерживать оптимальную физическую форму, они испытывали апатию и опустошенность [3].

Самым громким событием в спортивном мире с начала пандемии стал перенос на следующий год Олимпийских игр в 2020 году в Токио. Но и в таких условиях проходили некоторые мероприятия, за которыми болельщики могли наблюдать удаленно. Сфера спорта все больше ориентировалась на онлайн-формат. А основную поддержку данной индустрии оказывали национальные правительства.

Литература:

1. Архипов, В. А. Организация международных спортивных мероприятий: политический аспект / В. А. Архипов. – Текст: непосредственный // Вестник студенческого научного общества ГОУ ВПО «Донецкий Национальный Университет». – 2021. – № 13-1. – С. 14-20.
2. Воеводина, С. С. Управленческая деятельность в области физической культуры и спорта: монография / С. С. Воеводина, Л. А. Гремина, Е. П. Гетман. – Краснодар : КГУФКСТ, 2021. – 122 с.
3. Дайджест Департамента Международного и регионального Сотрудничества «Спорт в условиях пандемии COVID-19» URL.:20200720_Дайджест_спорт_итог.pdf (ach.gov.ru)
4. Починкин, А. В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие : [12+] / А. В. Починкин. – Москва : Спорт, 2017. – 385 с.
5. Спорт и коронавирус: главное. – Текст: электронный // sport-express.ru: [сайт]. – URL: <https://www.sport-express.ru/others/stories/sport-i-koronavirus-glavnoe-1648510/> (дата обращения: 26.11.2021).

КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОТРАСЛИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Гринина Л.А.

Научный руководитель старший преподаватель Хаджалдиева Е.А.

Аннотация. В работе рассматривается необходимость эффективного обеспечения отрасли физической культуры и спорта кадровыми ресурсами как задачи государства. Объясняется, почему стране нужны квалифицированные и компетентные специалисты. Предлагаются способы решения данной задачи, поставленной перед государством.

Ключевые слова: кадровое обеспечение, законодательство, квалифицированные специалисты, повышение квалификации, переподготовка кадров, пропаганда здорового образа жизни, образовательные услуги.

В Федеральном законе «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» в статье 38 за государством, а также за его субъектами закреплены обязанности: финансировать спортивные сборные команды Российской Федерации, сборные команды ее субъектов и организовывать проведение физкультурных и спортивных мероприятий различного уровня [3].

Однако, без должного кадрового обеспечения данной отрасли, выделяемые денежные средства не принесут ожидаемых результатов. Ведь чтобы подготовить спортсменов и сборные команды, которые смогут показывать высокие результаты и приносить победы своей стране, специалисты, занимающиеся их подготовкой, должны сами быть хорошо обучены, т.е. обладать актуальными знаниями, умениями и навыками. То же относится к организации и проведению запланированных в Едином календарном плане физкультурно-спортивных мероприятий. Организаторы, инструкторы-методисты и спортивные судьи должны выполнять свои обязательства в соответствии с требованиями, предъявляемыми Министерством спорта Российской Федерации, а также спортивными федерациями. Для чего необходимо обладать достаточными компетенциями.

В связи с этим государство должно ставить перед собой следующую задачу: эффективно обеспечивать отрасль физической культуры и спорта такими специалистами как: учителя физической культуры, тренеры-преподаватели по видам спорта, спортивные судьи, инструкторы-методисты, т.е. квалифицированными и компетентными работниками с высоким кадровым потенциалом, которые непосредственно осуществляют подготовку физкультурников и спортсменов.

Для решения данной задачи, по нашему мнению, в первую очередь следует:

1. Проводить активную работу по привлечению в данную сферу.

Чтобы заинтересовать и привлечь к обучению потенциальных работников отрасли физической культуры и спорта, необходимо планомерно пропагандировать как здоровый образ жизни в целом, так и отдельные виды спорта. Отдельные виды спорта не стоит обходить стороной, т.к. наблюдая за выступлениями своих любимых команд или игроков, у человека может появиться мотивация, заняться своим здоровьем, а в последующем и оказывать помощь в этом другим людям. В сознании общества нужно закрепить мнение о важности заботы о своем теле и самочувствии, а также создать представление о положительном влиянии физической культуры и спорта на организм и психоэмоциональное состояние. Поэтому данную деятельность нельзя игнорировать, а ее финансирование не должно сокращаться [1].

Отметим, что к обучающимся следует относиться с уважением, как к равноправным членам общества, за которыми стоит будущее государства, и которые по окончании учебного заведения станут работниками этой сферы. Именно на это можно сделать акцент при агитации абитуриентов в свое учебное заведение. Такая позиция поможет выстроить доверительные отношения с поступающими, основанные на взаимоуважении.

2. Внедрять в образовательный процесс больше часов учебной и производственной практики, направленных на приобретение и совершенствование у будущих специалистов профессиональных умений и навыков, требуемых работодателями. Также это позволит сформировать у обучающихся более точное представление о своей будущей профессии, основанное не только на теоретических знаниях.

Для эффективной реализации данной идеи необходимо проводить мониторинг рынка труда, чтобы быть в курсе изменения предъявляемых требований, и предоставлять обучающимся актуальную информацию.

3. Осуществлять переподготовку кадров и повышение квалификации персонала. Реализовывать программы по различным физкультурным и спортивным направлениям.

Для людей, уже имеющих образование и работающих в сфере физической культуры и спорта или желающих начать работать в данной сфере есть возможность пройти курсы повышения квалификации на факультете дополнительного образования, а также поступить в магистратуру КГУФКСТ.

4. Мотивировать выпускников работать по специальности.

Повышение такой мотивации зависит от привлекательности предлагаемых рабочих мест. А именно: от репутации организации, ее надежности и стабильности на рынке, от учета личных интересов сотрудника, достойной заработной плате, соответствующей затрачиваемым усилиям, а также от возможности профессионального и карьерного роста. Значит, государство должно стабильно осуществлять контроль условий труда на рабочих местах, а также активно оказывать содействие при трудоустройстве молодых специалистов [2, 5].

Например, что касается учителей физической культуры, с 2020 года реализуется проект «Земский учитель». На сайте программы можно узнать условия участия [4].

Таким образом, нами предложены способы, которые должны помочь в решении задачи эффективного обеспечения отрасли физической культуры и спорта кадровыми ресурсами.

Литература:

1. Байер, К. Здоровый образ жизни / К. Байер, Л. Шейнберг. – М. : Мир, 1997. – 368 с.
2. О специальной оценке условий труда: Федер. закон [принят Гос. Думой 28.12.2013] – № 426-ФЗ. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156555/ (дата обращения 17.12.2022)
3. О физической культуре и спорте в Российской Федерации : Федер. закон [принят Гос. Думой 4.12.2007] – № 329-ФЗ. – Ст. 38. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/9b907aa0af7a5fa7192f46562e93cc907c90ddbc/ (дата обращения 17.12.2022)
4. Проект «Земский учитель» 2022 г. <https://zemteacher.apkpro.ru/> (дата обращения 15.12.2022)
5. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 г. № 197-ФЗ. – Ст. 70. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/ (дата обращения 17.12.2022)

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИ КУЛЬТУРНОЙ ЛИЧНОСТИ И ЗДОРОВОГО СТИЛЯ ЖИЗНИ

Дутова А.А.

Научный руководитель старший преподаватель Хаджалдиева Е.А.

Аннотация. В работе рассматриваются основные принципы, формирующие здоровый образ жизни и отношение к физической культуре как к очень важной части общей культуры современного человека.

Ключевые слова: физическая культура, принципы, физическая активность, умственная активность, здоровый образ жизни.

К здоровому образу жизни человека относится тот жизненный образ, который направлен на профилактику болезней, посредством укрепления иммунитета, так же к нему относится и физическое укрепление здоровья, путем занятий различной физической активностью. К данному понятию относятся все жизненные сферы человека [1]. Питание, режим сна и бодрствования, пищевые привычки, дневная физическая активность, наличие или отсутствие вредных привычек – всё это можно отнести к важнейшим частям, составляющим принципы здорового жизненного образа человека.

Понятие о здоровом питании очень обширно, но можно выделить несколько основных принципов: питаться исходя из собственного чувства голода; дробление питания на 3-5 приемов пищи в день; включение в дневной рацион большего количества овощей; приготовление продуктов без использования большого количества масла для жарки; соблюдение дневной нормы калорий и др.

Дневная активность человека, а именно мышечная активность, напрямую влияет на настроение и характер человека, на его творческий потенциал. А закономерность этого в том, что при физических нагрузках в человеческом организме происходит выработка определенных гормонов, которые способствуют снятию излишек эмоционального напряжения, при этом еще и сокращается выработка гормонов, напротив способствующих возникновению стрессового человеческого состояния.

Физическая активность имеет максимальную эффективность только при соблюдении временного баланса занятия ею. Необходимо четко соблюдать тайминг труда и отдыха. Так же важно чередование активности физической и умственной, например чтение книг или изучение любых теоретических наук. Только при четком соблюдении этих принципов можно достичь желаемого результата за минимальный срок [2].

Работа умственная в большей степени связана с работой органов чувств, например, такими как зрение и слух. На осуществление умственной деятельности непосредственно влияет состояние окружающей среды и физическое состояние человека в этот момент [3]. Таким образом, при выполнении лёгкой физической работы происходит лучшее стимулирование умственной активности. И наоборот, тяжёлая физическая работа способствует ухудшению умственных показателей.

Столь массовая популяризация принципов здорового образа жизни обусловлена тем, что в современном мире происходит постоянное ухудшение природного климата. Новые заводы и производства различных оборудования с одной стороны упрощают жизнь человека, но с другой стороны те изменения, которые отходы от производств вносят в окружающую природу, оставляют отпечаток и на здоровье человека [4,5]. Так же человечество развивает и принципы здорового образа жизни, и придерживаясь к ним, человек может минимизировать вред от издержек новых технологий.

Литература:

1. Актуальные вопросы физической культуры и спорта: труды НИИПФКиС. Т. 18 / Под ред. А. И. Погребного ; Куб. гос. Ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ, 2016 – 196с. 12,25 печ .л. – Аналит. Описания ст.сб. в БД «Периодика». – 50.00.

2. Вайнер, Э. Н. Валеология : учебник для вузов. – URL: https://thelib.ru/books/eduard_naumovich_vayner/valeologiya_uchebnik_dlya_vuzov-read.html
3. О формировании здорового образа жизни / URL<https://taimrb1.ru/patients/o-formirovanii-zdorovogo-obraza-zhizni.html>
4. «Студенческий научный форум-2017» : Материалы IX Международной студенческой научной конференции. Сочи, 2017. – URL: <https://scienceforum.ru/2017/article/2017032690>
5. Меговорян, Е. А. Новые формы проведения спортивных мероприятий для детей дошкольного возраста / Е. А. Меговорян, Е. В. Мирзоева // Физическая культура, спорт и здоровье. – 2020. – № 35. – С. 41.

Аннотация. В работе рассматриваются современные социальные проблемы физической культуры и спорта.

Ключевые слова: физическая культура, социология, современные проблемы.

В современном мире многополярных интересов гражданского общества и непредсказуемости в определении успешности той или иной социально-экономической стратегии, импульсное финансирование развития области физической культуры и профессионального спорта является лишь одной из проблем [1]. Социологические исследования, проводимые в сфере физической культуры, здорового стиля жизни и любительского спорта, ориентированы, главным образом, на причины возникновения проблем различного характера и обозначить пути выработки алгоритмов их решения [5].

Глубокая интеграция физической культуры во всех ее проявлениях (массовый спорт, адаптивные технологии физической культуры, тенденции ведения здорового образа жизни) в повседневную и профессиональную жизнь еще не завершена. Но, несмотря на это она признана в качестве носителя качеств материальных и духовных ценностей. Более того, современное человечество со всей серьезностью воспринимает физическую культуру и спорт как неотъемлемую часть общей культуры общества.

Такие сферы жизни, как экономика, экология, здравоохранение и другие, также тесно взаимосвязаны с физической культурой, поскольку социальная жизнь, во всех ее проявлениях, зачастую предполагает разработку все новых методов реализации государственных целевых программ и стратегий развития государства и общества.

К сожалению, было бы непростительно говорить о полной доступности для среднестатистического гражданина профессиональных услуг в части оздоровления, прикладных направлений любительского спорта, фитнес услуг и т.д. Современное гражданское общество все еще претерпевает болезненную дифференциацию по уровню доходов [2, 3].

Для того чтобы понять природу социологических проблем, связанных с той или иной сферой человеческой жизни, необходимо провести объективный предметный анализ содержания этой сферы. С точки зрения физической культуры к содержанию относятся действия человека, основанные на желании удовлетворить свои потребности и качественно улучшить условия существования.

Бесспорным является то, что базисом физической культуры служит социальная потребность каждого человека в собственном совершенствовании, формировании двигательных навыков, оздоровлении и реабилитации в частных случаях. Возникновение и формирование физической культуры как уникального социального института обусловлено именно вышеперечисленными базовыми потребностями отдельной личности и человеческого общества в целом [4]. В момент объединения группы людей в стремлении достигнуть качественно одинаковых целей, можно говорить о массовости явления. Аналогичный алгоритм характерен и для сферы физической культуры и спорта: чем более глобальными запросами на повышение качества жизни и доступа к средствам оздоровления задается общество, тем оперативнее и результативнее действия государственного аппарата на различных уровнях.

Литература:

1. Гетман, Е. П. Экономика и право в спорте и образовании : коллективная монография / Е. П. Гетман, Л. А. Гремина, С. С. Воеводина. – Краснодар : КГУФКУСТ, 2019. – 137 с.

2. Социология физической культуры и спорта: методические рекомендации / А. И. Исмаилов. – Москва : РГУФКСМиТ, 2018. – 40 с. – URL: <https://lib.rucont.ru/efd/671395>
3. Актуальные вопросы физической культуры и спорта: труды НИИПФКиС. Т. 18/ под ред. А. И. Погребного ; Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ, 2016 – 196с. 12,25 печ.л. – Аналит. Описания ст.сб. в БД «Периодика». – 50.00.
4. Социальные проблемы физической культуры и спорта: сборник трудов. Вып. 2 / под ред. В. И. Жолдака ; Всесоюз. науч.-исслед. ин-т физ. культуры. – Москва : ВНИИФК, 1977. – 102 с.; 6,5 печ. л. – 0.54.
5. Хаджалдиева, Е. А. Некоторые особенности формирования физической культуры и здорового стиля жизни человека // Е. А. Хаджалдиева, П. И. Красникова // В сборнике : Современные вопросы устойчивого развития общества в эпоху трансформационных процессов : сборник материалов IV Международной научно-практической конференции. – Москва, 2022. – С. 61-64.

EVENT-МЕРОПРИЯТИЕ КАК СОВРЕМЕННОЕ СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Кочарян Д. Г.

Научный руководитель доцент Коваленко М.Г.

Аннотация. В данном материале рассматривается необходимость использования спортивными организациями event-менеджмента как инновационного метода продвижения спортивной организации, привлечения спонсоров и болельщиков и повышения показателей эффективности.

Ключевые слова: спортивная организация, event-менеджмент, потребитель, маркетинг, продвижение, спонсоры, спортивные мероприятия.

В современных условиях хозяйствования каждой спортивной организации приходится сталкиваться с большим количеством информации, а вовлеченность человека в поток информации заставляет организации использовать все возможные классические виды рекламы для продвижения спортивных услуг, бренда или спортивной команды [1].

На сегодняшний день в арсенале спортивных организаций кроме традиционных методов продвижения активно используется event-маркетинг, связи с общественностью и другие инновационные нетрадиционные виды продвижения. Современному потребителю, уставшему от навязчивой рекламы, становятся необходимы эмоции и сопереживания. Именно поэтому событийный менеджмент становится наиболее эффективным средством продвижения.

Event-мероприятия позволяют спортивной организации продемонстрировать потенциальным потребителям свои возможности и положительную репутацию, стать ближе к потребителю и лучше понять запросы целевой аудитории [2].

При выборе спортивной организацией стратегии продвижения эффективным инструментом событийного менеджмента считается организация event-мероприятий, которые путем создания эмоционального фона привлекают внимание потребителей и позиционируют спортивную организацию на отраслевом конкурентном рынке [3].

Спортивное мероприятие как зрелище можно рассматривать с позиции товара который обладает стоимостью выраженную через характерные для него свойства. Так удовлетворение запросов потребителей через спортивное зрелище позволяет говорить о его потребительской стоимости, а возможность принимать в нем участие выражается через денежный эквивалент.

Ивент-менеджмент как важное направление деятельности спортивной организации не может быть реализован на спонтанных мероприятиях, он должен включать в себя комплекс действий по планированию, организации и контролю а также управление мероприятием для того чтобы оно стало незабываемым и донесло до целевой аудитории то что необходимо спортивной организации.

Использование основных методов event-менеджмента дает возможность спортивным организациям увеличить количество потребителей, болельщиков и прибыли, привлечь спонсоров и инвесторов. Но при этом для привлечения спонсоров необходимо с помощью зрелищности и эмоциональности мероприятия привлечь их внимание к спортивной организации, показать ее перспективы и важность дальнейшего развития и продвижения [4].

Также Event-менеджмент как часть маркетинговой деятельности целенаправлен на проведение рекламных компаний, установление взаимоотношений со средствами массовой информации и общественностью. Его можно отнести и к важному виду управленческой деятельности сочетающую в себе все функции менеджмента.

Таким образом, Event-менеджмент как важная часть маркетинговой деятельности и отдельный вид управленческой деятельности спортивной организации в современных условиях конкурентного рынка необходим для повышения зрелищности спортивных

мероприятий, привлечения спонсоров, потребителей и болельщиков, повышения эффективности функционирования и достижения поставленных целей [5].

Литература:

1. Вардanian, Г. А. PR и реклама: взаимосвязь и применение при продвижении / Г. А. Вардanian // Аллея науки. – 2020. – Т. 1, № 3(42). – С. 730-735.

2. Галкин, В. В. Экономика и управление физической культурой и спортом : учебное пособие для вузов / В. В. Галкин. – Ростов н/Д. : Феникс, 2006. – 448 с.

3. Карпова, Е. Г. Развитие PR-технологий, рекламы, маркетинговых коммуникаций на современном российском рынке / Е. Г. Карпова, Э. С. Карпов // Наука и инновации – современные концепции : Сборник научных статей по итогам работы Международного научного форума, Москва, 05 апреля 2019 года. – Москва : Инфинити, 2019. – С. 22-28.

4. Кондратьева, М. Н. Маркетинговые исследования эффективности рекламы / М. Н. Кондратьева, Д. В. Емельянова, М. В. Юсова // Горизонты экономики. – 2020. – № 2(55). – С. 64-71.

5. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 486 с.

АЛГОРИТМ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Кузьмичев М.А.

Научный руководитель доцент Коваленко М.Г.

Аннотация. В данной статье раскрывается необходимость применения алгоритма управленческих решений во всех сферах управления, а также их диагностика, которая помогает принимать точные решения.

Ключевые слова: принятие управленческих решений, определение проблем, принятие, алгоритм принятия определенных действий.

Управленческие решения являются естественной частью работы любого руководителя. Для упрощения хода принятия решений существует определённый алгоритм действий, который даёт возможность принимать верные решения. Это алгоритм принятий управленческих решений, и он включает в себя основные этапы, такие как:

1. Диагностика проблемы;
2. Составление ограничений, критериев принятия решения;
3. Обнаружение альтернатив;
4. Оценка альтернатив и окончательный выбор.

Каждый из этих аспектов имеет решающее значение для принятия решений, поэтому рассмотрим каждый из них отдельно [1].

Диагностика проблемы – первый элемент этапов алгоритма. Чтобы принять решение руководителю нужно заранее определить проблему. Поэтому это весьма важный элемент. Он должен быть верным и точным. Однако полностью установить проблему очень сложно, потому многочисленные элементы организации взаимосвязаны и зависят друг от друга. Для определения источника проблемы может понадобиться глубокий анализ информации. Следовательно, диагностика проблемы – многоэтапный процесс, который определяет настоящий источник возникновения проблемы.

Составление ограничений и критериев принятия решений – второй элемент этапов алгоритма. Когда руководство диагностирует ситуацию, чтобы принять решение, оно должно знать, что с ней можно сделать. Любое решение проблем организации будет нереалистичным, поскольку ни у менеджера, ни у организации нет ресурсов для их реализации. Причиной проблемы также могут быть законы, которые нет способности изменить. Ограничения корректирующих действий сужают возможности для принятия решений. Общепринятые ограничения: нехватка ресурсов; нехватка сотрудников, владеющих достаточной специализацией и квалификацией, невозможность закупать ресурсы по доступным ценам; нужда в технологиях, которые еще не изобретены и стоят очень дорого; законы и этика [2].

Выявление альтернатив – третий этап алгоритма принятия управленческих решений. Для того чтобы выбрать верное управленческое решение нужно установить несколько альтернатив, для того чтобы принятое решение оказалось точным и не привело к необратимым последствиям.

Оценка альтернатив и окончательный выбор – это четвёртый и последний элемент из ключевых этапов алгоритма. Для того, чтобы определить подойдёт ли решение из обнаруженных альтернатив их необходимо оценить. Потом нужно выбрать точное решение, которое прошло все этапы алгоритма управленческих решений.[3]

В ходе установки управленческого решения нужно придерживаться следующих принципов для нахождения более эффективного решения. Принципы постановки управленческих решений:

1) целенаправленность. Потребность решения появляется лишь в том случае если, когда возникает противоречие цели и ситуации. Решение – шаг к достижению цели.

Успешность решения содействует развитию организации, так как цель и управленческое решение тесно связаны.

2) ситуативность. Решение должно учитывать особенности ситуации и её изменения. Оно зависит от понимания случая, всех противоречий и изменений. Всё это способствует принятию верного управленческого решения для увеличения эффективности организации [4].

3) проблемность. Решение должно всегда решать какую-либо проблему. В этом и состоит смысл самого решения, так как без проблемы не понадобится и само решение.

4) избирательность – один из всех возможных вариантов решений. Но, как правило, не бывает лишь одного четкого решения, так как ситуация в любой момент может измениться. Это один из самых важных принципов потому, что от выбора решения может зависеть эффективность и конкурентоспособность организации или фирмы.

5) организационная значимость. Данный принцип заключается в зависимости от организующей силы, так как управленческое решение невозможно выполнить без установленного порядка, распределения усилий и так далее.

6) технологическая рациональность. Процесс принятия решений зависит от комплекса действий управленческого персонала. Эта технология должна быть рациональной, то есть состояться от следующих условий: времени, ресурсов, капитала, экономической позиции и так далее. Создание такого алгоритма очень сложное дело, так как для его создания понадобятся большие умственные усилия, чтобы привести к выбору верного решения [5].

7) методы установления решений. Этот принцип предполагает собой выбор и реализацию подхода к анализу и оценке ситуации для создания более действенного управленческого решения. Именно этот принцип влияет на все остальные принципы, ведь к каждому принципу выбирается определённый метод и подход для полезного содействия к нахождению и выбору верного решения или решений.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что алгоритм принятия управленческих решений во всех сферах управления необходим для более эффективного и быстрого принятия управленческих решений. А также нужно соблюдать все этапы и принципы алгоритма для того, чтобы находить и выбирать верные решения.

Литература:

1. Абчук, В. А. Менеджмент в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 239 с.
2. Айдаркина, Е. Е. Теория и практика управления : учебное пособие / Е. Е. Айдаркина ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. – 164 с.
3. Барышев, А. В. Основы разработки управленческого решения : учебное пособие / А. В. Барышев. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. – 164 с.
4. Безручко, П. Практики регулярного менеджмента: управление исполнением, управление командой / Павел Безручко. – Москва : Альпина Паблишер, 2019. – 368 с.
5. Борискина, Т. Б. 454 вопроса по менеджменту : учебное пособие / Т. Б. Борискина, О. С. Пескова. – Москва : ИНФРА-М, 2019. – 100 с.

Аннотация. В данной работе раскрывается необходимость использования управленческой деятельности в спортивных организациях. Также рассматривается необходимость в использовании определенных управленческих функций в спортивных организациях.

Ключевые слова: управление, организация, проблема, спортивные организации, функции.

В современном обществе функционирует множество тренировочных и спортивных комплексов, которые выполняют всевозможные функции. И люди, работающие в этой сфере, выполняют множество задач, связанных с управлением спортивных организаций. Для того чтобы определить функции, которые выполняют эти организации, необходимо обратиться к основам управления таких организаций в целом [3].

Спортивный менеджмент, прежде всего, самостоятельный, профессиональный вид деятельности, целью которого является обеспечение и достижение целей в физкультурно-спортивном направлении, другими словами, спортивный менеджмент – это практика и теория качественного управления физкультурно-спортивными организациями в современных условиях рынка. Его переналадка сказывается на деятельности физкультурных организаций. Они, в свою очередь, понимают важность создания такой системы менеджмента и ведения бизнеса, которая обеспечит высокую эффективность деятельности и устойчивое финансовое положение на рынке, так как автономность физкультурно-спортивного предприятия приводит к усложнению состава выполняемых организационных и управленческих работ, увеличению объема работы руководящего персонала внутри организации [1].

К общим, основным функциям спортивного управления можно отнести: планирование, организацию и мотивацию. При помощи данных инструментов управления организации привлекают всё большее количество людей к развитию и распространению физической культуры и спорта в целом, тем самым повышая количество людей, которые хотят связать свою жизнь со спортивной деятельностью. Более узконаправленные функции, так называемые конкретные функции, помогают организовать массовые физкультурно-оздоровительные работы как для обычных граждан, так и для спортсменов, а также подготовка квалифицированных спортсменов для участия в международных соревнованиях, примером таких функций могут послужить: маркетинг и реклама, организация всех физических направлений и подбор персонала, способного обеспечить организацию приходом новых людей и заинтересовать как можно больше инвесторов. Так все общие и конкретные функции создают общую нерушимую связь, которая образует организационно-технический процесс в спортивных организациях [2].

Так же не стоит забывать про основные элементы процесса менеджмента, которые представляют совокупность действий, с помощью которых выявляются проблемы, поиск их оптимальных решений, и как итог ликвидация всех этих проблем. Сами проблемы могут возникать из-за обширного ряда причин, примером для которых может послужить такие ситуации как:

- отклонение от заданных задач и отклонения от них в будущем;
- изменение целей и в последствии задач, регулирующие плановые показатели;
- воздействие на объекты и субъекты внешних и внутренних факторов.

Все они влияют на качество и своевременное обеспечение должного уровня мощностей организации, тем самым сокращая возможность привлечения людей в эту сферу деятельности [4].

Подводя итоги вышесказанному, можно точно сказать, что менеджмент в спорте так же необходим как на производстве и предприятиях. Даже сейчас существует множество факторов, мешающих созданию новых спортивных клубов, организацию новых ответвлений спорта и поддержание физической подготовленности граждан. Они затрагивают не только развитие самой спортивной организации, но также влияют на все остальные сферы общества, так как спорт является его неотъемлемой частью и играет особо важную роль в создании оптимальных условий жизнедеятельности человека в целом [5].

Литература:

1. Быстров, О. Ф. Теория менеджмента : монография / О. Ф. Быстров, Д. Э. Тарасов – Москва : Русайнс, 2020. – 182 с.
2. Гапоненко, А. Л. Теория управления : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко, М. В. Савельева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 336 с.
3. Кнышова, Е. Н. Менеджмент : учебное пособие / Е. Н. Кнышова. – Москва : ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2020. – 304 с.
4. Рыжиков, С. Н. Менеджмент: методы управления : учебное пособие / С. Н. Рыжиков. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 202 с.
5. Староверова, К. О. Менеджмент. Эффективность управления : учебное пособие для вузов / К. О. Староверова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 269 с.

**РЕСУРСЫ МОТИВАЦИИ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ
ПРОСВЕТИТЕЛЬНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА**

Латоша А.И.

Научный руководитель доцент Воеводина С.С.

Аннотация. В работе рассматриваются ресурсы мотивации (внутренние и внешние) для повышения интереса к занятиям физической культурой и спортом, которые необходимо учитывать при организации просветительно-образовательной деятельности в области физической культуры и спорта.

Ключевые слова: физическая культура и спорт, просветительно-образовательная деятельность, ресурсы мотивации, возрастные особенности, уровень образования.

При организации просветительно-образовательной деятельности в области физической культуры и спорта целесообразно учитывать ресурсы мотивации (условия и стимулы) потребителей услуг в физической развитии [1, 3].

В результате проведенного опроса (n=89) о стимулах для занятия физической культурой и спортом выявлено следующее [2, 4, 5]:

1) доминирующими стимулами являются

- поддержание здоровья (46% респондентов),
- двигательная активность (21%),
- снятие стресса (12%),
- изменение телосложения и возможность стать более привлекательным (16%),
- интересное проведение досуга (5%);

2) влияние возрастных особенностей мотивации на занятия физической культурой и спортом:

– для возрастной категории 25-30 лет значимо эмоциональное состояние, карьерный рост;

– 31-35 лет – поддержание здоровья, готовность преодоления экстремальных ситуаций;

– 45-50 лет – получение новых впечатлений;

– 55-65 лет – повышение интереса к занятиям физической культурой и спортом; возможность нового круга общения.

3) влияние уровня образования на занятия физической культурой и спортом: при повышении уровня образования снижается количество лиц, не имеющих стимулов к занятиям, но при этом утрачивается интерес к получению спортивных разрядов, т.е. прямая зависимость внутренней мотивации от уровня образования: среднее образование – 36%, средне – специальное – 42%, высшее – 50%.

4) основными источниками информации о занятиях физической культурой и спортом для респондентов являются Интернет, друзья и знакомые, региональные средства массовой информации. С возрастом значимыми являются физкультурно-оздоровительные рекомендации врачей.

5) снижение с возрастом числа лиц, оценивающих свое здоровье как достаточное для занятия физической культурой и спортом (возрастная группа 18-35 лет – 76%, 65-70 лет и старше – 13%), что подтверждает необходимость проведения просветительской работы со всеми категориями граждан. Вместе с тем большинство респондентов (62%) оценивают положительно возможности своего здоровья для занятия физической культурой и спортом.

Таким образом, при организации просветительно-образовательной деятельности в области физической культуры и спорта, организации рекламных компаний, образовательных программ физкультурно-оздоровительной направленности следует учитывать

целенаправленную мотивацию потребителей физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг и ее адресное информирование.

Литература:

1. Воеводина, С. С. К вопросу исследования эффективности организационно-управленческой деятельности в области спорта и образования / С. С. Воеводина, Е. П. Гетман, Л. А. Гремина // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2021. – № 1. – С. 42-46.
2. Гетман, Е. П. Экономика и право в спорте и образовании : коллективная монография / Е. П. Гетман, Л. А. Гремина, С. С. Воеводина. – Краснодар: КГУФКУСТ, 2019. – 137 с.
3. Гетман, Е. П. Развитие просветительско-образовательной деятельности как путь формирования у населения потребности в занятиях физической культурой и спортом / Е. П. Гетман, Л. А. Гремина // Ресурсы конкурентоспособности спортсменов: теория и практика реализации. – 2021. – № 11. – С. 192-194.
4. Гремина, Л. А. Концепция развития экономики и ее влияние на спорт / Л. А. Гремина, О. А. Селиванова // В сборнике: Наука. Исследования. Практика : сборник избранных статей по материалам Международной научной конференции. – Санкт-Петербург, 2021. – С. 87-89.
5. Тарасенко, А. А. Управление спортивным потенциалом муниципального образования / А. А. Тарасенко, С. В. Фомиченко, С. С. Воеводина // В сборнике : Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции ; Редколлегия: А. И. Погребной, Е. М. Бердичевская, Г. Б. Горская, Е. А. Еремина, Т. А. Самсоненко. – Краснодар, 2022. – С. 450-453.

УДК: 796.011.1

РАЗВИТИЕ СТУДЕНЧЕСКОГО СПОРТА КАК НАПРАВЛЕНИЯ ПРОСВЕТИТЕЛЬНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Латоша А.И.

Научный руководитель доцент Воеводина С.С.

Аннотация. В работе рассматриваются вопросы развития студенческого спорта (условия и перспективы) как направления просветительно-образовательной деятельности в области физической культуры и спорта и государственной стратегии отраслевого развития.

Ключевые слова: физическая культура и спорт, студенческий спорт, просветительно-образовательная деятельность, государственная стратегия, образовательные организации.

Реализация государственной стратегии отраслевого развития связана с просветительно-образовательной деятельностью в области физической культуры и спорта, одним из направлений которой является развитие студенческого спорта. К 2030 г. планируется увеличение количества молодежи в возрасте до 29 лет, систематически занимающихся физической культурой и спортом с 83,9% до 90% [1, 3].

Организация этой работы связана с деятельностью образовательных организаций, реализующих профессиональные программы в области физической культуры и спорта. Студенческий спорт можно рассматривать как форму развития массового спорта (а это физкультурно-оздоровительная и спортивная деятельность в образовательных организациях высшего образования) и спорта высших достижений (т.е. достижение высоких спортивных результатов обучающихся на всемирных универсиадах – летних и зимних) [2,5].

Правовой основой просветительно-образовательной деятельности в области физической культуры и спорта в направлении развития студенческого спорта является Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» (далее – Закон о спорте), определяющий понятие студенческого спорта, компетенцию отраслевых органов управления (федерального, регионального и муниципального уровня) в данной сфере, их взаимодействие с Российским студенческим спортивным союзом, спортивными федерациями, студенческими спортивными лигами [4].

Следует отметить, что взаимодействие указанных субъектов физической культуры и спорта с профессиональными образовательными организациями является обязательным при проведении официальных физкультурно-спортивных мероприятий (включенных в Единые календарные планы мероприятий федерального, региональных и муниципальных отраслевых органов управления). Что касается процесса физического воспитания и физической подготовки обучающихся, то такое взаимодействие носит рекомендательный характер, но эффективно для развития студенческого спорта.

В соответствии с Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» образовательная организация обязана создать условия для занятия обучающимися физической культурой и спортом, а средствами обучения и воспитания в этом процессе является спортивное оборудование. Более того, образовательная организация несет ответственность за открытость информации об используемых спортивных объектах, условиях охраны здоровья обучающихся.

Согласно Закону о спорте в качестве структурного подразделения в образовательной организации может быть создан спортивный клуб для осуществления спортивно-массовой работы со студентами, содействия деятельности спортивных секций по видам спорта.

Таким образом, на законодательном уровне определены правовые условия для участия профессиональной образовательной организации в просветительно-образовательной деятельности в области физической культуры и спорта в направлении развития студенческого спорта.

Литература:

1. Воеводина, С. С. Исследование направлений совершенствования организационно-управленческой деятельности в области спорта / С. С. Воеводина, Е. П. Гетман, Л. А. Гремина // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2021. – № 1. – С. 76-78.
2. Гетман, Е. П. Экономика и право в спорте и образовании: коллективная монография / Е. П. Гетман, Л. А. Гремина, С. С. Воеводина. – Краснодар : КГУФКУСТ, 2019. – 137 с.
3. Гетман, Е. П. Управление цифровизацией в спортивной индустрии / Е. П. Гетман, А. Ю. Гетман // В сборнике : СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖЕРА : Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Министерство спорта Российской Федерации Московская государственная академия физической культуры Московская областная олимпийская академия. – 2022. – С. 76-85.
4. Егиян, А. И. Студенческий спорт в вузе: достижения и резервы развития / А. И. Егиян, К. С. Пигида // Вестник спортивной истории. – 2021. – № 2 (25). – С. 30-39.
5. Управление качеством услуг в области физической культуры и спорта / А. А. Тарасенко, С. В. Фомиченко, С. С. Воеводина, В. А. Козлов // Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2016. – № 2. – С. 32-37.

СИСТЕМА АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ЧАСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Махонин А.Н.

Научный руководитель доцент Коваленко М.Г.

Аннотация. В данной работе рассматривается система адаптации в спортивных организациях, которая на сегодняшний день является неотъемлемой частью управленческой деятельности необходимой для эффективного функционирования организации и конкурентной борьбы на отраслевом рынке.

Ключевые слова: спортивная организация, адаптация, персонал, трудовой коллектив, вакантные должности, трудовые обязанности, кадровый состав.

Для эффективного функционирования спортивных организаций в условиях жёсткой конкуренции на передний план выходит важность необходимого количества всех ресурсов, и в том числе человеческих. Человеческие ресурсы или персонал любой спортивной организации можно сравнить с основным или даже с фундаментом организации. Персонал спортивной организации представляет собой кадровый состав, который необходимо эффективно сформировать, управлять им, удержать в организации и добиться его лояльности и приверженности [1].

Для того чтобы спортивная организация могла избежать текучести кадров и не потерять сотрудников, на которые были потрачены огромные резервы при поиске, отборе и подборе кадров необходимо формирование и постоянное совершенствование системы адаптации, которая на сегодняшний день является одним из важных направлений в управленческой деятельности [2].

Выбранная и используемая спортивной организацией система адаптации персонала является неотъемлемой частью кадровой политики и необходимым направлением деятельности при привлечении новых сотрудников на вакантные должности. Процесс вхождения новых сотрудников в должность предполагает необходимость его приспособления не только к новым трудовым обязанностям, но и ко всему трудовому коллективу, его правила и корпоративной культуре.

Адаптация как процесс вхождения нового сотрудника в организацию предполагает освоение им новых профессиональных навыков, привыкание к новым условиям труда и трудовому коллективу, а для всех сотрудников организации предполагает принятие нового сотрудника в свою структуру и атмосферу [3].

Поэтому можно сказать, что адаптация нового сотрудника является двухсторонним процессом, в котором участвует принятый на вакантную должность сотрудник и трудовой коллектив спортивной организации. При этом руководству спортивной организации важно помнить, что при выборе места работы человек на основе какой-либо мотивации принимает социальный выбор и несёт за него ответственность и руководство организации в свою очередь принимая на работу сотрудника несет перед ним определенные обязательства [4].

К сожалению, еще не все руководители спортивных организаций понимают важность и уделяют внимание формированию системы адаптации персонала, а ставят на первое место лишь использование человеческих ресурсов. Руководителям современных спортивных организаций необходимо понимать, что система адаптации сказывается на дальнейшей эффективности трудовой деятельности. И чем быстрее пройдет процесс адаптации, тем быстрее и качественнее новый сотрудник начнет выполнять свои трудовые обязанности что незамедлительно отразится на успешности спортивной организации и ее показателях конкурентоспособности.

Формирование системы адаптации и ее использование требуется организациям не только при необходимости заполнения вакантных ставок в связи с увольнением прежних сотрудников, но и при открытии новых направлений деятельности, модернизации или

открытии филиалов. В таких ситуациях руководству требуется произвести перераспределение рабочей силы, а сотрудникам освоить новые трудовые обязанности и пройти процесс адаптации [5].

Таким образом, можно сделать выводы, что адаптация персонала является важной для организации сформированной системой, предполагающей быстрое вхождение нового сотрудника в должность для повышения качества и производительности труда, конкурентных преимуществ спортивной организации и достижения ею поставленных целей [6].

Литература:

1. Алексеева, К. А. Адаптация персонала как фактор повышения производительности труда / К. А. Алексеева // Наука и современность. – 2014. – № 28. – С. 144-148.
2. Артамонова, А. А. Роль тренингов и деловых игр в процессе обучения и профессиональной адаптации персонала современной организации / А. А. Артамонова // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. – 2013. – № 2. – С. 229-232.
3. Беседина, О. И. Инновационные методы в кадровой политике / О. И. Беседина, Д. И. Зновенко, Е. В. Малахова // Экономика. Менеджмент. Инновации. – 2019. – № 1(19). – С. 3-10.
4. Веснин, В. Г. Управление человеческими ресурсами / В. Г. Веснин. – М. : Проспект, 2013. – 688 с.
5. Вукович, Г. Г. Управление персоналом: теория и методика / Г. Г. Вукович // Экономика Профессия Бизнес. – 2019. – № 4. – С. 20-25.
6. Гасанова, А. А. Управление персоналом в системе управления организацией / А. А. Гасанова // Инновационная наука. – 2019. – №11. –С. 50-53.

К ВОПРОСУ О НОРМАТИВНОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ БОРЬБЫ С ПРИМЕНЕНИЕМ ДОПИНГА

Морина М.

Научный руководитель старший преподаватель Хаджалдиева Е.А.

Аннотация. В работе представлены результаты краткого анализа действующего законодательства в части противодействия совершению противоправных деяний, связанных с нарушением принципов олимпизма, честной борьбы, а также, с нарушением действующего комплекса нормативно-правовых актов по борьбе с применением и распространением допинга.

Ключевые слова: допинг, честная игра, олимпизм, нарушение спортивного законодательства, WADA, РУСАДА.

Любое многочисленное сообщество, объединенное какой-либо идеей и имеющее некую азартную, престижную, соревновательную составляющую, рано или поздно становится местом совершения тех или иных неправомерных поступков. Увы, человеческая природа склоняет человека к получению желаемого любыми способами. И если у индивида не хватает морально-волевых качеств для того, чтобы отказаться от заведомо неправомерного и неэтичного поступка, в итоге мы становимся свидетелями неприятного зрелища – преступления.

К сожалению, область профессионального спорта так же богата на поступки правонарушающего характера. Это и мошенничество, и дача взятки, и клевета и многие другие. Не говоря о разбирательствах и спорах гражданско-правового характера (споры по найму, имущественным отношениям, авторским правам и многое другое). Но все же наиболее болезненным для самого спортивного духа является употребление запрещенных веществ, которые в профессиональном спорте классифицируются как допинг [2, 4].

Отголоски допинговых скандалов настигают нас спустя 20 лет (лишение золота Лондон-2012 бегуньи Н. Антюх). Фронт борьбы с употреблением допинга развернут на международном и национальном уровне. Нарбатывается глобальная база антидопингового законодательства для дальнейшего правового регулирования как на международном уровне, так и на уровне каждого отдельного государства, и даже вида спорта. Всемирное антидопинговое агентство (WADA) является основным органом, который контролирует и расследует случаи выявления применения допинга. Его представительства расположены в каждом государстве, являющемся членом международного олимпийского движения. В силу того, что допинг – это противоестественное стимулирование физиологических качеств организма, способное в итоге привести к победе, то подобная победа будет противоречить принципу олимпизма и многим другим основополагающим принципам честной соревновательной деятельности. Противодействие применению допинга – цель деятельности специализированных органов исполнительной власти в каждом отдельном государстве и представительств Международного олимпийского комитета.

Одна из особенностей, не позволяющих порой вовремя среагировать при получении нетипично высокого результата у спортсмена – это постоянное совершенствование химических и биологических средств стимулирования физических качеств человека. Допинг за долгие годы обзавелся своей классификацией и документом для регистрации новых препаратов. Он называется «Список запрещенных к применению препаратов» и располагается на сайте национального антидопингового агентства (в России – РУСАДА) [3]. Базовым нормативным регулирующим документом для антидопинговой деятельности является Всемирный антидопинговый кодекс, принятый в 2003 году [1]. За время существования документа в него вносились поправки лишь 4 раза. Этот кодекс является наиболее универсальным инструментом для координации борьбы с антидопинговыми нарушениями. Несмотря на кодифицированный характер документа, содержащиеся статьи

не являются основаниями для возбуждения уголовных дел. Все же этот момент относится исключительно к имеющемуся гражданству спортсмена, совершившего преступление, и рассматривается судебной системой конкретного государства. Кодекс является соглашением многочисленных заинтересованных сторон, стремящихся к честной спортивной борьбе.

Еще одним документом регулятивного характера является Медицинский кодекс международного олимпийского комитета [5]. Этот документ устанавливает медицинские правила, которые должны применяться на Олимпийских играх, будь то тренировки или соревнования, включая чемпионаты международных федераций и соревнования. Его цель – обеспечить соблюдение передовой медицинской практики в оказании помощи спортсменам и защите их прав как пациентов. Помимо вышеперечисленного, Кодекс определяет запрещенные категории препаратов и запрещенные для применения спортсменами методы стимулирования. Данный документ является одним из основополагающих для современного олимпийского движения, поэтому все нормы этого кодекса обязательны для исполнения для всех спортсменов участвующих в олимпиадах современности.

Еще одним важным нормативным документом является Международная конвенция о борьбе с допингом в спорте. Нормативный акт создан для содействия предотвращения использования допинга в спорте и борьбе с ним с целью его искоренения.

Помимо вышеперечисленных документов, имеются иные правовые акты, содержащие в себе аналогичные нормы. К ним относятся: Антидопинговый кодекс олимпийского движения; Международная конвенция ЮНЕСКО о борьбе с допингом в спорте; Конвенция Совета Европы против применения допинга; Дополнительный протокол к Конвенции Совета Европы против применения допинга в спорте; Международный стандарт по тестированию и расследованиях Всемирного антидопингового агентства; Международный стандарт по терапевтическому использованию Всемирного антидопингового агентства.

Также, необходимо отметить, что антидопинговые законы порой противоречат нормам национального конституционного права, идут наперекор с международными нормами о правах человека (вторжение в частную жизнь), что требует более глубокого изучения и принятия соответствующих волевых решений органов по борьбе с употреблением допинга.

Литература:

1. Всемирный антидопинговый кодекс. URL: https://www.wada-ama.org/sites/default/files/resources/files/2021_vsemirnyy_antidopingovyy_kodeks.pdf (дата обращения 18.12.2022)
2. Воеводина, С. С. Управление антидопинговым образованием в системе подготовки специалистов для сферы физической культуры и спорта / С. С. Воеводина, Ю. К. Чернышенко // В сборнике : Менеджмент и маркетинг в массовом спорте и туризме : Материалы Всероссийской конференции с международным участием научно-практической. – 2018. – С. 45-50.
3. Список запрещенных препаратов (допинг-препаратов) – URL: <https://rusada.ru/substances/prohibited-list/> (дата обращения 21.12.2022)
4. Тарасенко, А. А. Антидопинговое воспитание обучающихся в образовательном процессе спортивного вуза / А. А. Тарасенко, С. С. Воеводина, В. А. Белова // Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2018. – № 4. – С. 63-69.
5. Медицинский кодекс международного олимпийского комитета (мок). – URL: <http://www.medinfo.ru/sovety/sport/06.phtml>

**УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ
В ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Морозов И.

Научный руководитель доцент Гетман Е.П.

Аннотация. В статье поднимается тема конфликтов в физкультурно-спортивной организации и возможности управления ими. Анализируются теоретические и практические аспекты идентификации и локализации источников конфликтов в организации, как основы реализации функции управления. Оценивается роль основных источников конфликтных ситуаций, анализируются результаты проведенного исследования по заявленной теме.

Ключевые слова: конфликт, управление, физкультурно-спортивная организация, методы исследования, опрос.

В статье предпринята попытка идентифицировать и локализовать основные источники конфликтов в организации. Опираясь на знания теории и практики можно понять, как управленец может влиять на решение конфликтов в организации [1, 2].

Изучение конфликтных ситуаций и самих конфликтов в спортивных организациях и решение данных конфликтов относится к важным особенностям работы спортивного управленца. В работе предпринята попытка изучения ключевых причины, которые способствуют появлению в организации конфликтных ситуаций, изучены методы управления конфликтами.

Применяемые управленческие методы исследования:

- опрос (устный, анкетирование);
- беседы (интервью);
- анализ;

Выборку составили 50 человек одной организации и различного возраста. Методом опроса смогли выявить источники конфликтов. Опираясь на полученные данные, проведена аналитическая часть. По итогам анализа сделаны выводы по основным источникам конфликтных ситуаций, которые по видам взаимодействия участников коллектива можно отнести к следующим видам конфликта:

- внутриличностным;
- межличностным;
- внутригрупповым;
- межгрупповым.

При возникновении в организации, каких либо разногласий, необходимо приложение управленческих усилий для сглаживания или разрешения проявляющихся противоречий. Не являются в этом плане исключением и спортивная организация. В основе конфликтной ситуации, чаще всего по оценкам экспертов, лежит поведение отдельных людей, членов трудового коллектива [3]. Как правило, у каждой из сторон коллектива есть свои существенные мотивы, убеждения, иногда психологического характера их личности.

Выявлено, что источником конфликтной ситуации иногда является один из руководителей организации или структурного подразделения.

К рекомендациям по устранению конфликтной ситуации относится внедрение в организации практик связанных с мониторингом конфликтов [4, 5]. В этом случае, если конфликт выявляется на ранних этапах проявления проблемной ситуации, то менеджерам в более быстрые сроки удастся разрешить возникшую конфликтную ситуацию. Создание управленцами в организации доверительной обстановки, комфортного корпоративного климата, также способствует разрешению конфликтов в самом «зародыше». Недопущение конфликтных ситуаций в самых разнообразных их проявлениях также входит в задачи управленцев спортивной организации.

Подводя итоги, следует отметить, что для повышения эффективной деятельности спортивной организации важным в управленческих подходах остается направленность на создание так называемой безконфликтной среды. И в решении этой задачи важен как настрой коллектива в целом, так и выстроенная система управления, в которой применяется разного рода мотивационный инструментарий, направленный на своевременное предотвращение возникающих «очагов» конфликта.

Литература:

1. Алексеев, С. В. Спортивное право России. – М., 2018. – 695 с.
2. Анцупов, А. Я. Конфликтология / А. Я. Анцупов, А. Н. Харитонов. – СПб. : Питер, 2015. – 514 с.
3. Бочкова, Р. В. Современные подходы к управлению конфликтами в организации: российская практика / Р. В. Бочкова, Л. В. Плынова // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 10-3 (75-3). – С. 657-659.
4. Воеводина, С. С. Исследование направлений совершенствования организационно-управленческой деятельности в области спорта/ С. С. Воеводина, Е. П. Гетман, Л. А. Гремина // Материалы научной и науч. метод конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2021. – № 1. – С. 76-78.
5. Воеводина, С. С. Управленческая деятельность в области физической культуры: монография / С. С. Воеводина, Л. А. Гремина, Е. П. Гетман. – Краснодар : КГУФКСТ. – С. 58-59.

ФОРМИРОВАНИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И ЗДОРОВОГО СТИЛЯ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА

Новакова Л.С.

Научный руководитель старший преподаватель Хаджалдиева Е.А.

Аннотация. Физическая активность является одним из важнейших факторов для формирования здорового стиля жизни человека. В работе рассмотрена важность и необходимость занятий физической культурой в детском возрасте.

Ключевые слова: физическое воспитание, детский возраст, здоровье, физическое развитие, физическая культура, спорт.

Воспитывать у детей физические качества чрезвычайно важно, так как это послужит крепким фундаментом для формирования их дальнейшего здорового образа жизни. Привитые нам в детстве здоровые привычки будут сопровождать нас всю дальнейшую жизнь [1].

Один из важнейших факторов развития всесторонней личности – физическое воспитание именно в детском возрасте. Можно сказать, что детский возраст – важнейший этап в жизни человека. Именно в этот период закладываются важнейшие качества будущей личности: нравственные качества, жизненные ценности, закладывается фундамент здоровья организма, складываются черты характера, формируются разнообразные способности и умения [5]. И именно от этого периода во многом зависит вся дальнейшая жизнь человека, его будущее. Важность дошкольного и школьного образования безумно велика, ведь именно в социуме происходит окончательное формирование личности человека.

Для того чтобы физическое воспитание оказывало максимально эффективное воздействие на человека и напротив не наносило ему вред, его необходимо осуществлять правильно, подходя к занятиям с умом.

Для гармоничной и всесторонне развитой личности крайне важным аспектом является физической воспитание. Физическое воспитание очень тесно связано с интеллектуальным развитием. Между двумя этими понятиями прослеживается явная корреляция: для осуществления умственной деятельности затрачивается определенное количество физической энергии. Дети, которые имеют правильное физическое воспитание, показывают наиболее высокие нравственные характеристики, более требовательны к себе, а также у них лучше развиты чувства товарищества и коллективизма [2,3]. Грамотное физическое развитие позволяет не только укреплять волю и дух, но и работать над увеличением силы ребенка.

Основой всестороннего развития ребёнка является физическое воспитание. Важно с самых первых лет жизни уделять этому должное внимание, ведь любые физические мероприятия направлены на развитие здоровья, выносливости, жизнерадостности и трудоспособности людей. Но кроме создания благоприятных условий, следует развивать и такой навык как сопротивление организма, способность ребенка быстро приспосабливаться к постоянным изменениям в окружающем его мире без ущерба для его здоровья. В этом вопросе значительную роль может сыграть закаливание естественными природными силами: воздухом, водой и солнечным светом. Для более полноценного развития ребенка, его физических и моральных качеств, необходимо заниматься различными командными видами спорта, ходить на прогулки в разную погоду, кататься на коньках и роликах.

Ребенок, показывающий положительную динамику в развитии тела и психоэмоциональных качеств, постоянно проявляет тягу к двигательной активности.

Физическая активность непосредственно оказывает положительный эффект на деятельность различных систем организма: сердечно-сосудистую, дыхательную, нервную, опорно-двигательную, а так же улучшаются обменные процессы и повышается сопротивляемость организма болезням [4].

Не менее важное влияние на физическое развитие ребенка оказывает и физическое воспитание в семье. Родителям необходимо формировать у детей привычку в потребности постоянной физической активности и вызывать положительную эмоциональную реакцию на спорт и спортивные игры. Особенно полезны занятия и игры на свежем воздухе. Так же стоит обратить внимание на режим дня, личную гигиену и закаливания.

Наука об общих закономерностях полноценного физического воспитания и формирования личности ребенка, на которую могут полагаться родители, – теория физического воспитания детей. Самая важная задача физического воспитания – формирование здорового, крепкого и закаленного организма; инициативного, жизнерадостного и отзывчивого ребенка, владеющего своим телом и эмоциями, любящего активный образ жизни, стремящегося к обучению, с интересом подходящего ко всему новому в своей жизни.

Таким образом, перед обществом стоит глобальная цель по развитию физического воспитания детей, созданию условий, необходимых и благоприятных, для формирования здоровой и физически развитой личности. Именно эти объясняется важность физического воспитания в детском возрасте.

Литература:

1. Галанов, А. С. Психическое и физическое развитие ребенка от 3 до 5 лет: пособие для работников дошкольных образовательных учреждений и родителей. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: АРКТИ, 2006. – 96 с.
2. Кенеман, А. В. Теория и методика физического воспитания детей дошкольного возраста / А. В. Кенеман, Д. В. Хухлаева. – М. : Просвещение, 1978. – 272 с.
3. Козлова, С. А. Дошкольная педагогика / С. А. Козлова, Т. А. Куликова. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 416 с.
4. Степаненкова, Э. Я. Теория и методика физического воспитания и развития ребенка / Э. Я. Степаненкова, И. И. Будиная. – М. : «Академия», 2001. – 156 с.
5. Хаджалдиева, Е. А. Формирование взаимосвязи двигательной активности физически культурных родителей и дальнейшей реализации задач физического воспитания детей // В сборнике : СПОРТ – ДОРОГА К МИРУ МЕЖДУ НАРОДАМИ : Материалы III Международной научно-практической конференции ; Под редакцией Х. Ф. Нассралах. – 2017. – С. 267-272.

Аннотация. В работе освещены основные PR-технологии в области спорта и ключевые PR-инструменты, которые должны быть в арсенале у спортивного менеджера. Помимо того, в работе раскрывается важность продвижения для повышения эффективности работы спортивных организаций.

Ключевые слова: PR-технологии, имидж, продвижение, PR-инструменты, PR-мероприятия.

В настоящее время на рынке физкультурно-спортивных услуг господствует жесткая конкуренция, которая определяет ведущие организации в сфере физической культуры и спорта [1, 3].

Высокая конкурентоспособность спортивной организации складывается благодаря ее положительным показателям репутации и имиджа, позитивным отзывам сотрудников и посетителей. Несомненно, самым главным и ведущим показателем является – отзывы потребителей, ведь именно на удовлетворение их потребностей нацелена вся работа спортивной индустрии. Поэтому в задачи спортивного менеджера входит привлечение новых и удержание уже существующих потребителей, а также поддержание достойного уровня лояльности клиентов благодаря грамотной организации PR-мероприятий [2].

Грамотному спортивному менеджеру важно знать, какие PR-технологии более интересны обществу, что вызывает восторг, интерес, а какие мероприятия отвергает целевая аудитория. Следовательно, необходимо изучить основные понятия, направления, способы и инструменты продвижения спортивной организации среди общественности.

Под понятием PR (Public Relations) в спортивной индустрии подразумевается организация различных мероприятий в области физической культуры и спорта, направленных на формирование положительного мнения об организации и установление более тесной эмоциональной связи бренда с широкими слоями населения [5, 6]. Позитивное восприятие спортивной организации поможет не только заинтересовать новых клиентов, но и поспособствует повышению прибыли, привлечению новых спонсоров и реализации новых коммерческих проектов.

На основании предложенного определения, основными функциями PR-мероприятий в области физической культуры и спорта являются [4, 7]:

1. Создание имиджа, то есть разработка достойного и позитивного для общественности репутации организации, клуба, спортсмена.
2. Популяризация здорового образа жизни в обществе.
3. Улучшение экономического положения организации за счёт увеличения прибыли, привлечения новых инвесторов или спонсоров.

PR технологии в спорте и сосредоточены на четырёх основных направлениях своей деятельности.

1. Средства массовой информации. Взаимодействие со СМИ проводится для постоянного оповещения общества о деятельности спортивной организации. Для организации работы со СМИ используются следующие инструменты PR технологий:

- проведение открытых тренировок для СМИ;
- пресс конференции;
- интервью с руководством;
- выступления для СМИ.

2 Органы государственной власти. Главной задачей данного направления является улучшение социального аспекта работы организации с помощью благотворительных мероприятий:

- организация мастер-классов для юных спортсменов в спортивных школах;
- предоставление детям из малоимущих семей спортивного оборудования в виде подарка;
- рассылка приглашений различным социальным группам на спортивные мероприятия;
- финансовая поддержка некоммерческих организаций.

3 Потребители. Продвижение в этом направлении включает:

- организация дня открытых дверей, для всех желающих;
- организация соревнования и конкурсов с призами;
- проведение мастер-классов;
- запуск рекламы в СМИ и т.п.

4 Спонсоры. Для привлечения спонсоров используют следующие PR инструменты:

- упоминание спонсора на мероприятиях, проводимых в спортивной –организации;
- выделение VIP места (спортивный клуб) или своей зоны тренировок (спортивная организация) для повышения комфорта спонсора;
- организация различных развлекательных мероприятий для сотрудников и спонсоров.

Таким образом, можно сделать вывод, что PR в системе физической культуры и спорта является важнейшим элементом и выполняет ключевые задачи для любой спортивной организации. Именно благодаря грамотно организованной PR-деятельности, любая спортивная организация сможет выйти на новый уровень функционирования и значительно повысить свои качественные показатели.

Литература:

1. Алексеев, С. В. Спортивная реклама как элемент спортивного маркетинга. Нормативные аспекты регулирования // Спорт: Экономика. Право. Управление. – 2014.
2. Бортова, Т. М. Особенности PR в спортивной индустрии // Студенческая наука XXI века. – 2016. – № 2.
3. Гетман, Е. П. Экономика и право в спорте и образовании : коллективная монография / Е. П. Гетман, Л. А. Гремина, С. С. Воеводина. – Краснодар: КГУФКУСТ, 2019. – 137 с.
4. Емельянов, С. М. Связи с общественностью : учебное пособие для бакалавриата. – 2-е изд, испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2017.
5. Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила : учебник / М. Умаров.– Москва : Альпина Паблишер, 2017.
6. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева.– Москва : Юрайт, 2016.
7. Филатова, О. Е. Технологии и методы PR-продвижения. Вводный курс: учебное пособие / О. Е. Филатова. – Санкт-Петербург : НИУ ИТМО, 2012.

ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ ПРАКТИКОВАНИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ ЛИЦАМИ ПОЖИЛОГО ВОЗРАСТА

Раджабова С.М.

Научный руководитель старший преподаватель Хаджалдиева Е.А.

Аннотация. Физическая активность является одним из базовых, влияющих факторов для формирования и достижения устойчивого результата в практике здорового стиля жизни человека. В работе проведен анализ важности и необходимости занятий физической культурой в пожилом возрасте.

Ключевые слова: физическая культура, возраст, здоровье, пожилой возраст, физическая активность.

Общеизвестно, что систематическое применение средств физической культуры играет важную роль в жизни каждого человека. Отсутствие физической активности тормозит ростовые процессы в детском возрасте, развитие умственных способностей, правильное формирование и созревание внутренних органов и систем [2]. В процессе старения внедрение в повседневную жизнь методов лечебной физической культуры позволяет сохранить удовлетворительное состояние здоровья и оптимизировать использование ресурсов человеческого организма. Многолетние геронтологические наблюдения сходятся в одном: физиологические, биохимические и психологические процессы в организме тесно взаимосвязаны и снижение уровня качеств одного из них неизбежно негативно скажется и на остальных жизненно важных функциях человеческого организма.

Достижение «точки невозврата» применительно к возрастным периодам с их физиологическими особенностями, приводит человека к потере трудоспособности и трудностям в коррекции профессиональной деятельности, связанной с высоким ритмом жизни. Прослеживается неутешительная взаимозависимость: чем выше возрастная планка – тем ниже уровень двигательной активности. Это влечет потерю жизненного тонуса и бодрости, эффективности ежедневного личного моциона и т.д. Конечно, все можно списать на зрелый возраст, но дело не только в этом. Ввиду особенностей движения мышц, суставов и связок они подвержены изнашиванию, становятся более слабыми. Нервная система без физической активности также ослабевает, вследствие чего она хуже управляет движением.

Спасительными элементами при восстановлении или адаптации организма пожилых людей, в общих случаях, могут быть гигиеническая, основная и лечебная гимнастика. Комплексы гимнастических упражнений, разработанных для лиц пожилого возраста, воздействуют на ослабленные группы мышц, усиливают адаптационные изменения в опорно-двигательном аппарате, повышают силовые качества и гибкость, частично восстанавливают координаторные функции, нормальную осанку [3]. В зависимости от вида выбранной физической активности можно оказывать, например, целенаправленное воздействие на сердечно-сосудистую систему, органы дыхания. Для этого подходят дозированная ходьба, прогулки на лыжах или скандинавская ходьба, езда на велосипеде, плавание и другие виды активности циклического характера. Главным условием, определяющим получение положительного результата, является соответствие реальным возможностям пожилых людей планируемой нагрузки [4]. Кроме того, обычно используются различные виды спорта, которые не используют высокоинтенсивные движения – бадминтон, городки, теннис. Для возрастных групп людей, которые сильно ограничены в физической активности, существует отличный вариант адаптивных упражнений – дыхательная гимнастика, способствующая насыщению крови кислородом, ускорению обменных процессов и т.д.

Несмотря на снижение профессиональной активности и трудоспособности в пожилом возрасте, есть один неоспоримый плюс – в общем случае, выход на пенсию, позволяет освободить время для досуга, которое можно посвятить увеличению в жизни количества

упражнений лечебной физической культуры [1, 5]. В зависимости от региона проживания и климатической зоны, можно привлекать имеющиеся природные ресурсы: чистый воздух, водные процедуры, длительные прогулки и т.д. В сочетании с правильным питанием, режимом сна вышеперечисленные приемы могут дать длительный положительный результат и улучшить качество жизни пожилых людей.

Литература:

1. Воеводина, С. С. Правовые аспекты управления физкультурно-оздоровительной деятельностью педагогических работников // В сборнике : Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции ; Редколлегия : А. И. Погребной, Е. М. Бердичевская, Г. Б. Горская, Е. А. Еремина, Т. А. Самсоненко. – Краснодар, 2022. – С. 386-389.
2. Матвеев, Л. П. Теория и методика физической культуры : учебник. для физ. культуры / Л. П. Матвеев. – М. : Физкультура и спорт, 2019. – 543 с.
3. Холодов, Ж. К. Теория и методика воспитания и спорта : учебное пособие для студентов высших учебных заведений. образования / Ж. К. Холодов, В. С. Кузнецов. – М. : изд. центр «Академия», 2012. – 480 с.
4. Хаджалдиева, Е. А. Некоторые особенности формирования физической культуры и здорового стиля жизни человека / Е. А. Хаджалдиева, П. И. Красникова // В сборнике : Современные вопросы устойчивого развития общества в эпоху трансформационных процессов : сборник материалов IV Международной научно-практической конференции. Москва, 2022. – С. 61-64.
5. Юдахаева, Л. В. Лечебная культура возникновения в пожилом и старческом возрасте при состояниях ремиссий / Л. В. Юдахаева // Практика медицины // Ежегодник. – М. : Медицина – 2013. – С. 34-36

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ, ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ И ПЕРЕПОДГОТОВКИ, КАДРОВ В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Солнышкин Г.Б.

Научный руководитель старший преподаватель Хаджалдиева Е.А.

Аннотация. В работе рассмотрены направления совершенствования системы профессиональной подготовки, повышения квалификации и переподготовки кадров, работающих в области физической культуры и спорта. Определены первостепенные задачи повышения эффективности функционирования системы профессиональной подготовки, в том числе на региональном уровне, даны практические рекомендации.

Ключевые слова: кадры, профессиональная подготовка, система квалификации, образовательные программы, независимая оценка.

В условиях политического и экономического давления со стороны стран ЕС и США на Россию и деятельность российского спорта в том числе, потребовалась перестройка не только в организации международных чемпионатов и других значимых соревнований, но и системы подготовки повышения профессионализма кадров в области спорта. В новых условиях современные кадры должны мыслить и действовать по-новому. Поэтому шаги по реализации государственной политики в сфере физической культуры и спорта, должны быть направлены на повышение эффективности профессиональной деятельности кадрового состава. В этих целях следует уделить особое внимание совершенствованию системы профессиональной подготовки, повышения квалификации и переподготовки кадров в области физической культуры и спорта, пересмотру ее функционирования и сущности существующих образовательных программ [5].

Следует уделить особое внимание формированию отраслевой системы квалификации. В том числе, за счет общественно-государственных механизмов, обеспечивающих единую политику поддержки правового и информационного обеспечения. Причем, как на федеральном, так и на региональном уровнях.

Профессиональная подготовка, повышение квалификации и переподготовка кадров в области физической культуры и спорта должны осуществляться не только в отраслевых рамках системы квалификации, но и с условием доступа к качественным образовательным программам. Такие программы должны проходить профессионально-общественную аккредитацию и, на ее основе, отражаться в рейтинге профессиональных образовательных программ. При этом примерные профессиональные программы должны строиться с учетом профессиональных стандартов. Механизм внедрения профессиональных стандартов служит установлению оптимального порядка разработки примерных образовательных программ, их экспертизы и обращению, что позволит обеспечить кадрам доступность к выбору наиболее оптимальных научно-обоснованных программ подготовки специалистов сферы физической культуры и спорта путем ознакомления в специальном реестре.

Одним из наиболее важных направлений совершенствования системы профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров в области физической культуры и спорта является модернизация системы планирования подготовки специалистов на региональном уровне. Другими словами, каждый из регионов должен быть обеспечен кадровым составом, способным вести эффективную работу в обозначенном направлении.

В целях модернизации должны учитываться потребности регионального рынка труда, в том числе спрос на узкоспециализированные кадры, ресурсы существующих образовательных организаций, соответствие выпусков специалистов потребностям рынка.

Инструментами улучшения функционирования системы профессиональной подготовки на региональном уровне могут быть следующие:

1. Современное информационное обеспечение всех уровней системы профессиональной подготовки: от кадрового состава, нуждающегося в услугах организаций профессиональной поддержки до потенциальных потребителей конечного результата (спортсменов, начинающих и высокой квалификации, студентов профильных вузов, других потребителей услуг физической культуры и спорта). Использование цифровой экономики, развитие цифрового общества повлияло на переход системы образования на новый более высокий качественный уровень, мотивирующий на модернизацию уровня образования [4].

Информационное обеспечение должно быть доступно и не требовать существенных затрат при установке специальных информационных программ. В условиях реальных проблем, на основе опыта, полученного во время пандемии Covid-19, информационный ресурс должен обеспечивать профессиональную подготовку кадров в on-line режиме. Это позволит обеспечить непрерывность образовательного процесса.

2. Оценка работы организаций, имеющих лицензии на осуществление образовательной деятельности по направлению подготовки, повышения квалификации и переподготовки кадров в области физической культуры и спорта. Такая оценка может проводиться путем анализа отчетности о реализуемых ими программах профессионального образования и профессиональной подготовки кадрового состава, осуществляющего деятельность по обозначенному выше направлению. Это позволит расширить статистическую информацию данными о трудоустройстве и занятости выпускников и качестве их профессиональной подготовки.

3. Мониторинг удовлетворенности работодателей, направивших кадры на профессиональную подготовку или повышение квалификации, уровнем ожидания и соответствием квалификаций. Оценка деловой репутации организации служит гарантом качества предоставляемых ею услуг [1].

П.А. Колобков указывает на важность внешней оценки результатов образования и обучения кадрового состава в обозначенной области. Поэтому на центры оценки квалификации во главе Совета по профессиональным квалификациям возлагаются следующие задачи: обеспечение независимой оценки квалификации специалистов, осуществляющих деятельность в сфере физической культуры и спорта, выработка единой политики квалификационной оценки, доступность к такой оценке, обеспечение высокой степени доверия к оценочным результатам [3].

4. Рассмотрение вопроса финансового обеспечения государственного заказа на подготовку специалистов сферы физической культуры и спорта на основе бюджетных субсидий региона [2]. Выделение финансовых средств окупится за счет получения высококвалифицированных кадров, способных реализовать на практике инновационные подходы в обеспечении деятельности в сфере физической культуры и спорта региона. С такими кадрами следует заключать контракт не менее чем на три года, что сократит текучесть кадров и повысит отдачу вложенных средств в образование кадров.

5. Обеспечение кадров, участвующих в программе профессиональной подготовки, повышении квалификации и переподготовке, возможностью участия в учебно-производственных практиках и стажировках на базе научно-инновационной индустрии физической культуры и спорта по выбранным направлениям.

Таким образом, использование представленных направлений совершенствования системы профессиональной подготовки, повышения квалификации и переподготовки кадров, осуществляющих деятельность в области физической культуры и спорта, позволит не только вывести российское физкультурно-спортивное образование на новый уровень, но и добиться существенного продвижения в формировании перспективного резерва российских сборных команд. Решение обозначенных выше задач повысит эффективность функционирования системы профессиональной подготовки, в том числе на региональном уровне.

Литература:

1. Вылегжанина, Е. В. Оценка деловой репутации организации // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – №2. – С. 69-72.

2. Воеводина, С. С. Правовые аспекты управления физкультурно-оздоровительной деятельностью педагогических работников // В сборнике : Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции. Редколлегия : А. И. Погребной, Е. М. Бердичевская, Г. Б. Горская, Е. А. Еремина, Т. А. Самсоненко. – Краснодар, 2022. – С. 386-389.
3. Колобков, П. А. Методические рекомендации по совершенствованию системы дополнительного профессионального образования тренеров и иных специалистов физической культуры и спорта. – Москва, 2020. – 27 с.
4. Симчера, М. И. Трансформация модели дополнительного образования в условиях цифровой экономики // Молодой ученый. – 2020. – №16. – С. 322-325.
5. Хаджалдиева, Е. А. Некоторые особенности формирования физической культуры и здорового стиля жизни человека / Е. А. Хаджалдиева, П. И. Красникова // В сборнике : Современные вопросы устойчивого развития общества в эпоху трансформационных процессов : сборник материалов IV Международной научно-практической конференции. – Москва, 2022. – С. 61-64.

Аннотация. В публикации рассматриваются вопросы управления коммуникациями на примере российской Женской Футбольной Лиги. Анализируется практический подход к организации управления этим процессом. Оценивается роль применения коммуникационных технологий в повышении привлечения внимания болельщиков, любителей к женскому футболу.

Ключевые слова: маркетинг, коммуникационные технологии, ребрендинг, айдентика, женский футбол.

Спортивный маркетинг и его технологии занимают все большее место как в вопросах управления развитием спортивных организаций, так и в понимании спортивными функционерами необходимости включения маркетинговых мероприятий в текущие и стратегические планы [1,3]. Одним из примеров применения маркетинговых, в особенности коммуникационных технологий является большая маркетинговая работа, проделанная российским футбольным союзом (РФС), направленная на проведение ребрендинга Женской Футбольной Лиги. Под ребрендингом (англ. rebranding) в маркетинге понимается коммуникационная стратегия, связанная с проведением системных изменений в подходах и восприятии бренда [1,2]. Как правило, изменения названия, корпоративного стиля (айдентики), философии бренда и технологий предшествует большой комплекс коммуникационно-маркетинговых мероприятий.

Так, начиная с 2020 года, турнир Суперлиги по женскому футболу получил новое название, логотип и фирменный стиль, которые были разработаны по заказу российской футбольной лиги (РФЛ) [5]. Как поясняют специалисты, реализовавшие этот масштабный проект, в основу его концепции положена идея о том, что «женский футбол сочетает борьбу и взаимодействие, волю и эмоции, жесткость и мягкость» [4]. Именно такое сочетание отражено в знаке и шрифте Суперлиги. По мнению РФС внешние плавные линии, отображенные на логотипе, призваны гармонизировать напор внутренних четких форм российского женского футбола. В знак Суперлиги включены три элемента, символизирующие ее три ценности. Это открытость, равные возможности и сопричастность [4]. Спортивная дерзость и напор отразились не только в шрифтовом начертании. Цветовая гамма и ее яркие неоновые оттенки смотрятся модно и современно, отражая дух женского футбола. По мнению О. Коноваловой, ген. директора фирмы, разрабатывающей логотип – созданный спортивный бренд предлагает спортсмену и российскому болельщику своеобразный фейерверк цвета и формы. Футбол сложно представить без мяча – его круглая форма мяча, являющегося неотъемлемой составной частью футбола отражена в определенной динамике. Что в логотипе изображается в летящем мяче. В контрформе отображается символ Play, который призывает всех желающих присоединиться к игре.

Таким образом, решая вопросы управления коммуникациями через новую айдентiku, руководство РФС надеется, что новое развитие получает, и женский футбол как вид спорта и решается задача повышения и привлечения внимания российских болельщиков и любителей к этому виду спорта.

Литература:

1. Ащеулов, А. В. Бизнес-проектирование в сфере спорта: учебно-методическое пособие к семинарским, практическим занятиям и самостоятельной работе для студентов очной и заочной форм обучения направления 49.03.01 «Физ. Культура» ; Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма / А. В. Ащеулов, А. С. Тютюнников. – Краснодар : КГУФКСТ, 2017. – 87 с.

2. Гремина, Л. А. Экономическая и маркетинговая культура в управленческой деятельности в физической культуре и спорте: практикум ; Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма / Л. А. Гремина, Е. П. Гетман. – Краснодар: КГУФКСТ, 2020. – 125 с.
3. Воеводина, С.С. Предпринимательство в физической культуре и спорте: экономико-правовые аспекты : коллективная монография ; Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма / С. С. Воеводина, Е. П. Гетман, Л. А. Гремина. – Краснодар : КГУФКСТ : Экоинвест, 2016. – 282 с.
4. Новая айдентика Женской футбольной лиги России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://btw.by/kejsy/36925-novaya-ajdentika-zhenskoj-futbolnoj-ligi-rossii.html> (дата обращения 02.12.2022)
5. Работаем со стереотипами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wfl.rfs.ru/posts/1060045> (дата обращения 30.11.2022)

Аннотация. В публикации рассматриваются вопросы применения коммуникационных технологий в спортивном менеджменте. Приводятся примеры практической деятельности, направленной на развитие маркетинговой коммуникационной активности. Оценивается позитивная роль в использовании коммуникационных технологий как одного из важных ресурсов направленных на развитие спорта.

Ключевые слова: спорт, менеджмент, коммуникационные технологии, ребрендинг, имидж, фирменный стиль.

Коммуникационные технологии, ребрендинг, имидж, фирменный стиль и другие дефиниции прочно вошли в теорию и практику спортивного менеджмента [1, 2, 3]. Так, российский футбольный союз (РФС) инициировал и проводит Маркетинговый чемпионат среди женских футбольных команд Суперлиги. В зачет команд идут различные маркетинговые и социальные активности [4]. Кратко опишем некоторые промежуточные итоги такой маркетинговой активности. Они достойны подражания.

Команда из Рязани – Рязань – ВДВ свою маркетинговую активность реализует проведением социальным проектов. Футболистки приняли участие в открытии ежегодной Спартакиады «Рязанской школы-интерната». Они провели разминку для учеников интерната. Сыграли товарищеский матч. Хотя футболистки обыграли воспитанников учебного заведения, но настроение у всех было отличное. Спортсменки вручили детям подарки и приглашение на домашний матч команды в Суперлиге.

Другая команда – Чертаново в провели ряд маркетинговых инициатив, направленных на привлечение девочек в футбол. В рамках «Дня Чертаново» прошли внеклассные часы для школьниц по истории российского женского футбола. Организован совместный просмотр фильма «Играй, как Бекхэм». Для учениц общеобразовательных школ провели экскурсию по футбольной школе.

Футболистки посетили центр помощи беременным женщинам и женщинам с детьми, попавшим в сложную жизненную ситуацию и передали в центр подарки для новорожденных. Ряд совместных проектов женская команда Локомотив реализовала совместно с благотворительными фондами, помогающими тяжело больным детям и молодым взрослым. На матч против команды Зенита футболистки Локомотива надели футболки с рисунками от детей из хосписа. И много других подобных мероприятий организовано и проведено в рамках маркетинговой активности. Кроме того в коммуникационной деятельности отведено серьезное место и такому виду продвижения как реклама. Применяются различные коммуникационные технологии. От анонса матча в университете имени С.Ю. Витте до размещения наружной рекламы у стадионов и афиши формата А3 в разных городских локациях.

Другая женская команда Зенит, маркетинговые активности которой позволили ей прочно занять первое место в Маркетинговом чемпионате среди женских футбольных команд Суперлиги провела целый набор городских проектов. Среди мероприятий вручение значков ГТО на торжественной линейке ученикам школ, выполнившим нормативы по сдаче ГТО Главный тренер женской футбольной команды провела интерактивную лекцию «Футбол для всех» со школьниками ряда школ Санкт-Петербурга. Футболистки принимали участие в фестивале «День туризма», реализованном на Дворцовой площади в Санкт-Петербурге.

В рамках поддержки благотворительного теннисного турнира MEDICAL TROPHY 2022 команда Зенит передала сувениры с автографами для благотворительного аукциона и

памятные подарки участникам турнира. Средства, которые собрали от мероприятия пойдут на реабилитацию подопечного благотворительного фонда.

Сотрудничество женской футбольной команды Зенит с другим благотворительным фондом дал возможность игрокам женской футбольной школы из Пскова посетить футбольный матч команды.

Кроме того, коммуникационные технологии с использованием аудиорекламы матча Суперлиги между женскими футбольными командами Зенит и «Ростов озвучены на 63 станциях петербургского метрополитена. В день игры проведен матч с разного рода маркетинговыми активностями [4].

Таким образом, Можно констатировать, что выстроена вертикаль детско-юношеских соревнований, что является ступенями к профессиональному женскому футболу [5]. Реализуемая систематическая и плановая коммуникационная работа, проводимая РФС, начинает давать положительные результаты. Все больше детей вовлекается с раннего возраста в футбол. Более двух тыс. девочек привлечены и увлеченно занимаются в проектах проводимых в РФС за период 2021-2022гг. Спортивные школы, получая от РФС финансовую и методическую поддержку, активнее проводят работу среди родителей и общеобразовательных школ.

Литература:

1. Ащеулов, А. В. Бизнес-проектирование в сфере спорта: учебно-методическое пособие к семинарским, практическим занятиям и самостоятельной работе для студентов очной и заочной форм обучения направления 49.03.01 «Физ. Культура» ; Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма / А. В. Ащеулов, А. С. Тютюнников. – Краснодар : КГУФКСТ, 2017. – 87 с.

2. Гремина, Л. А. Экономическая и маркетинговая культура в управленческой деятельности в физической культуре и спорте: практикум. Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма / Л. А. Гремина, Е. П. Гетман. – Краснодар : КГУФКСТ, 2020. – 125 с.

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

4. Маркетинговый чемпионат [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://wfl.rfs.ru/posts/1079279> (дата обращения 25.12.2022).

5. Работаем со стереотипами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wfl.rfs.ru/posts/1060045> (дата обращения 30.11.2022).

4. Работаем со стереотипами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wfl.rfs.ru/posts/1060045> (дата обращения 30.11.2022)

НЕОБХОДИМОСТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Субботина А.Е.

Научный руководитель доцент Коваленко М.Г.

Аннотация. В данной работе рассматривается маркетинговая деятельность спортивной организации, возможности, которые она открывает и необходимость ее постоянного совершенствования для повышения конкурентных преимуществ, привлечения потребителей и эффективного функционирования спортивной организации

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, спортивная организация, конкуренция, продвижение, потребители, услуги.

В условиях рыночной экономики эффективное функционирование спортивной организации зависит факторов влияния внешней и внутренней среды, рационального использования трудовых ресурсов, материальных и финансовых, развития научно-технического прогресса и осуществления маркетинговой деятельности [1].

На практике в условиях жесткой конкуренции маркетинговая деятельность спортивной организации показывает необходимость применения маркетинговых исследований и реализации маркетинговых мероприятий для привлечения потребителей и продвижения спортивных услуг. Маркетинг открывает для организации новые возможности, раскрывает ее потенциал и подсказывает пути дальнейшего развития.

Маркетинг имеет множество определений и понятий, которые можно применить для каждого конкретного направления деятельности и для каждой организации с учетом ее особенностей и направлений деятельности. Маркетинговую деятельность спортивной организации можно определить как творческую деятельность, являющуюся частью управленческой деятельности направленную на продвижения продукции или спортивной услуги для достижения поставленных целей [2].

Кроме этого, данный вид деятельности предполагает исследование рыночной среды и проведение мероприятий по привлечению потребителей, болельщиков и спонсоров. Немаловажным в маркетинговой деятельности является и выявление целевой аудитории, потенциальных потребителей, их запросов и поиск путей реализации продукции или услуги.

Реализация маркетинговой деятельности для ее наибольшей эффективности для каждой организации должна быть ориентирована на потребительский спрос с учетом научно-технических возможностей спортивной организации для выбора наиболее верных путей реализации продукции или услуги [3].

Маркетинговая деятельность спортивной организации должна проявляться не в навязывании потребителю продукции или услуги, а в грамотном продвижении с учетом требований рынка, запросов потребителей путем включения всех резервов и возможностей организации. Пути продвижения должны включать в себя рекламные мероприятия, мероприятия по связям с общественностью, взаимодействие со средствами массовой информации, стимулирование продаж [4].

Основной целью маркетинговой деятельности является выбор путей для достижения организацией поставленных целей, которые могут быть различными в зависимости от направлений и видов деятельности спортивной организации, но все они должны соответствовать стратегии развития и возможностям организации.

Таким образом можно сказать, что на сегодняшний день маркетинговая деятельность любой спортивной организации направлена на проведение анализа рыночной среды, деятельности конкурентов, запросов потребителей, выявление угроз со стороны рыночной среды, поиск возможностей и является обязательным условием ее эффективного функционирования на конкурентном отраслевом рынке [5].

Литература:

1. Азарова, С. П. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 314 с.
2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 570 с.
3. Жильцова О. Н. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 315 с
4. Липсиц И. В. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 379 с.
5. Столяров, В. И. Современные проблемы наук о физической культуре и спорте. Философия спорта : учебник / В. И. Столяров, А. А. Передельский, М. М. Башаева. – М. : Советский спорт, 2015. – 463 с.

Аннотация. В данной работе рассматривается важность рекламной деятельности спортивной организации и необходимость разработки рекламной стратегии для более эффективного продвижения спортивной организации, продукции или услуги.

Ключевые слова: спорт, спортивная организация, реклама, рекламная стратегия, рекламная компания, имидж, потребители.

Сегодня практически всю продукцию и услуги сопровождает реклама и именно таким способом производитель может донести до потребителя необходимую информацию, ее полезные свойства, качество и вызвать желание приобретения. Для потребителя реклама является самым мощным источником информации и позволяет выбрать то, что необходимо именно ему.

В современном обществе сегодня можно увидеть повышение роли спорта и его развития, и актуальность рекламы в данной отрасли становится неоспоримым фактом. Но развитие спорта не происходит само по себе, развиваясь, он создаёт вокруг себя социальную среду, оказывает влияние на развитие человека, его имидж и стиль жизни [1].

Особое значение в позиционировании спорта и отражении его ценностных ориентиров имеют средства массовой информации и рекламная деятельность спортивных организаций. Эффективная рекламная деятельность и правильно организованные рекламные мероприятия помогают продвижению и развитию спортивной организации и успешной реализации продукции и спортивных услуг.

Огромное значение для эффективности рекламной деятельности спортивной организации имеет разработка рекламной стратегии, которая позволяет избежать ошибок и вовремя вывить риски недонесения до потребителя необходимой информации. Рекламная стратегия позволяет спортивной организации не только увеличить сбыт продукции или услуги, но и повысить свои конкурентные преимущества [2].

Рекламная стратегия, являясь частью маркетинговой коммуникативной стратегии представляет собой наиболее выгодный по времени и способу путь передачи рекламной информации до целевой аудитории. Основная цель рекламной стратегии состоит в достижении коммуникативного эффекта с целевой аудиторией путем передачи рекламного сообщения для побуждения потребителя к выбору.

При разработке стратегии рекламной компании спортивная организация может избежать множества ошибок в отличие от краткосрочных рекламных акций, которые вместо пользы могут снизить значение положительного имиджа и положительной репутации [3].

Успешность любой рекламной компании зависит не только от грамотно разработанной рекламной стратегии, но и от качества, достоверности и важности рекламных материалов. Рекламные материалы должны быть яркими, креативными, на наиболее оптимальных рекламных носителях, основанные на потребностях целевой аудитории. Для выявления предпочтений целевой аудитории в рамках маркетинговой деятельности спортивной организации необходимо проводить исследования и тестирование разработанных рекламных образцов [4].

Какой бы не была рекламная компания по форме, она должна быть организована как поэтапный непрерывный процесс, в котором каждый этап будет переходить в последующий и иметь продолжение и только в этом случае реклама принесет необходимый эффект. Кроме этого, рекламная информация должна иметь понятное содержание, отражать привлекательность и доносить уникальность.

Таким образом можно сказать, что рекламная деятельность спортивной организации на сегодняшний день является обязательным условием эффективного функционирования, а

разработанная рекламная стратегия позволит привлечь целевую аудиторию и донести необходимую информацию [5].

Литература:

1. Варданын, Г. А. PR и реклама: взаимосвязь и применение при продвижении / Г. А. Варданын // Аллея науки. – 2020. – Т. 1, № 3(42). – С. 730-735.
2. Годин, А. М. Маркетинг: учебник: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент» и «Торговое дело» (квалификация «бакалавр») / А. М. Годин. – 12-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2016. – 655 с.
3. Колтунова, Ю. И. Реклама как комплекс маркетинговых коммуникаций / Ю. И. Колтунова // Социально-экономические и правовые основы развития экономики : коллективная монография. – Уфа : Общество с ограниченной ответственностью «ОМЕГА САЙНС», 2019. – С. 4-29.
4. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент: экспресс–курс / Котлер Ф., Келлер К. – 6-е изд. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, Прогресс книга, 2019. – 448 с.
5. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 2-е изд., стер. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 322 с.

К ВОПРОСУ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕС ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Телешов А.С.

Научный руководитель доцент Гетман Е.П.

Аннотация. В публикации рассматриваются управленческие вопросы и проблемы, организации и ведения бизнес деятельности на Кубани. Анализируются возможности государственной поддержки. Дается текущая оценка факторов внешней среды с позиций их возможностей и угроз для учета в управлении. Оценивается спортивная индустрия, ее плюсы и минусы для развития бизнес деятельности.

Ключевые слова: бизнес деятельность, внешняя среда, управление, стартап, малое и среднее предпринимательство.

В кризисные периоды экономики возрастает необходимость обращения к теме организации и поддержания развития бизнес деятельности. Тем более в настоящее время эта тематика остается актуальной и значимой. Предпринимателей и людей, стремящихся к самостоятельному и инициативному занятию бизнес деятельностью заботят примерно одинаковые вопросы, связанные с пониманием процессов происходящих во внешней среде, с желанием заглянуть в будущее, понять, как дальше будут развиваться экономические процессы, каковы меры государственной поддержки [2,3].

По отношению к государственной активности со стороны бизнеса просматривается два диаметральных мнения – одни на этапе начала своей деятельности стремятся получить больше информации о поддержке предпринимательства со стороны органов государственного управления. Другие предприниматели и стартаперы, задумывающиеся о своем бизнесе, придерживаются точки зрения, о том, что важным становится позиция, чтобы государство «не мешало» бизнесу [5]. А государство, определив на государственном уровне «правила игры» или ведения бизнес деятельности далее сохраняли их на длительный период времени [4]. Что касается Краснодарского края, то по заявлениям государственных органов управления Кубань занимает лидирующие позиции среди российских субъектов в поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) [6].

Так, на Кубани созданы структуры, оказывающие комплексную поддержку бизнес структурам от бесплатных консультаций и обучению по юридическим и экономическим вопросам до гарантийной поддержки, сопровождающейся выделением денежных средств. Конечно, от предпринимателей требуется соблюдение ряда условий связанных с подготовкой бизнес – плана, анализом расходования выделенных грантовых денег [1].

В Краснодарском крае, например, создана и до сегодняшнего дня реализуется краевая целевая программа. Организационно правовая форма этой структуры – некоммерческая организация, которая называется «Гарантийный фонд поддержки субъектов малого предпринимательства Краснодарского края». Учредителем данного фонда является администрация Краснодарского края. Непосредственно организуется и проводится деятельность Краевым Департаментом инвестиций и развития малого и среднего предпринимательства в крае.

Литература:

1.Ащеулов, А. В. Бизнес-проектирование в сфере спорта : учебно-методическое пособие к семинарским, практическим занятиям и самостоятельной работе для студентов очной и заочной форм обучения направления 49.03.01 «Физ. Культура». Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма / А. В. Ащеулов, А. С. Тютюнников. – Краснодар : КГУФКСТ, 2017. – 87 с.

2. Битарова, Л. Г. Государственное регулирование и поддержка субъектами политики Российской федерации паралимпийского спорта / Л. Г. Битарова, Ю. Г. Бич, Н. Н. Пешков //

Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции. Редколлегия: А.И. Погребной [и др.]. – 2020. – С. 93-95.

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

4. Воеводина, С. С. К вопросу исследования эффективности организационно-управленческой деятельности в области спорта и образования / С. С. Воеводина, Е. П. Гетман, Л. А. Гремина // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт : Материалы научной и науч. метод конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2021. – № 1. – С. 42-46

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

6. Комплексная поддержка предпринимателей Краснодарского края. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://moibiz93.ru/?ysclid=lcqquab3kb956914449> (дата обращения 10.01.2023).

Аннотация. В статье поднимаются вопросы и проблемы, которые возникают у молодых людей проявляющих желание к развитию предпринимательской деятельности. Проводится анализ направлений поддержки молодежи со стороны государственных органов управления. Оценено, на основе проведенного исследования, стремление молодежи к организации самостоятельной бизнес деятельности. Обозначены предложения по развитию бизнес деятельности среди молодежи, выпускников вузов.

Ключевые слова: молодые предприниматели, бизнес деятельность, государственная поддержка, позитивный тренд.

Тема предпринимательства, развития предпринимательской среды и все большее вовлечение в предпринимательство молодежи, особенно выпускников вузов остается важной и значимой. В более ранних публикациях этот тренд отмечается как по опросам студенческой молодежи вузов г. Краснодара, так и на основе анализа статистических данных, характеризующих бизнес среду г. Краснодара. [2, 3, 4]. Об этом также свидетельствует тема заседания государственного совета по молодежной политике, прошедшего в 2022 г. В докладе министра экономического развития РФ М. Решетникова отмечено, что число предпринимателей и самозанятых в возрасте до 35 лет выросло в 1,5 раза по сравнению с прошлыми 2020-2021 гг., что в абсолютном выражении в разрезе российской экономики составляет более 4,4 млн. чел. Объясняется такой положительный интерес тем, по словам министра, что произошло освобождение «новых ниш» на российских рынках, в связи с уходом крупных и средних зарубежных игроков. Также новые возможности для молодежного предпринимательства открываются благодаря процессу импортозамещения. Как позитивный тренд министр обозначил, тот факт, что опросы, проводимые ФОМ (фондом общественного мнения) показывают, что молодежь демонстрирует стремление «попробовать что-то новое» и не утратила веры в собственные силы, несмотря на сложные экономические времена. Также опросы показывают, что позитивный тренд к стремлению к предпринимательству обусловлен и возросшей помощью государственной поддержки. По данным статистического учета количество молодых предпринимателей и самозанятых в 2022 г. составило чуть более 500 тыс. чел, что на 18% больше по сравнению с 2021 г.[5].

Грантовая поддержка в 2022 г, проводимая министерством экономического развития РФ в 2022 г на создание и развитие своего бизнеса выдана 1597 молодым бизнесменам, возраст которых не превышает 25 лет. Отметим, что для регионов развитие предпринимательства среди выпускников вуза ведет к повышению экономической активности в регионе, снижению показателей безработицы, повышению уровня занятости среди выпускников вузов. Грантовая программа проводится как национальный проект. Носит название: «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [5].

Многие регионы, такие как Краснодарский край, развивают свои программы поддержки молодежи, направленной на создание бизнес среды, на программы по развитию бизнес деятельности среди молодых предпринимателей. Назовем некоторые из этих программ. Это: национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», федеральный проект «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства», федеральный проект «Популяризация предпринимательства» и другие.

Проведенные в ходе изучения данной темы опросы среди студенческой молодежи спортивного вуза показывают, что в первую очередь для молодых людей важна грантовая поддержка на этапе старта бизнеса, для воплощения своих идей в стартап [1].

Таким образом, стремление молодежи «проявить себя» реализуя собственные бизнес идеи с одной стороны и наличие весомой государственной поддержки в виде различного рода проектов, направлены на развитие российской и региональной экономики.

Литература:

1.Ащеулов, А. В. Бизнес-проектирование в сфере спорта : учебно-методическое пособие к семинарским, практическим занятиям и самостоятельной работе для студентов очной и заочной форм обучения направления 49.03.01 «Физ. Культура» / А. В. Ащеулов, А. С. Тютюнников ; Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ, 2017. – 87 с.

2. Бич, Ю. Г. Историко-культурный анализ создания спортивной одежды / Ю. Г. Бич, Л. Г. Битарова, А. В. Тонковидова // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2020. – № 2 (30). – С. 115-119.

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

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

5. Комплексная поддержка предпринимателей Краснодарского края. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://moibiz93.ru/?ysclid=lcqquab3kb956914449> (дата обращения 12.01.2023).

Аннотация. В данной работе раскрывается необходимость использования особого алгоритма, при помощи которого проводится определенный анализ и контроль принятия всех управленческих решений, а также, то, как он влияет на качество работы всех менеджеров.

Ключевые слова: управление, организация, принятие решений, проблемы, цели, задачи, альтернативы, выбор, менеджеры, ограничения, оценивание.

Прежде всего, управленческие решения принимаются при помощи процесса взаимосвязи, который состоит из ряда функций управления, таких как:

1. Постановка управленческой задачи.
2. Поиск другого решения, его альтернатив.
3. Дальнейшее сравнение и оценка.
4. Выбор.
5. Окончательное принятие решения, её внедрение.
6. Последующее сопровождение и контроль.

Постановка задачи, содержит в себе осознание того, что необходимо принимать определенные решения, которые в дальнейшем помогут выполнить все поставленные задачи. В общем и целом, принятие решений начинается с постановки задач, а завершается её окончательным внедрением. Потребность в решении, зачастую предстаёт в виде проблемы, либо возможности. Чаще всего она проявляется тогда, когда результаты этого решения, не удовлетворяют поставленные цели и задачи организации, поэтому она требует улучшения. Из-за этого возникает возможность, которую впоследствии усовершенствуют и видят потенциал развития, который позволяет превзойти нынешние цели и задачи предприятия [1].

Перейдём к поиску иного решения, так называемой альтернативе. Данный поиск подразумевает исследование среды организации, как внутренней, так и внешней. Его главной целью является получение информации, которая необходима организации для того, чтобы в будущем выработать перечень альтернативных решений, с последующим их применением и выполнением поставленных задач.

Прежде всего такие альтернативы должны соответствовать и удовлетворять условия внешней и внутренней среды предприятия, поэтому в отличии от постановки у альтернативы имеются свои ограничения. Ограничения – это распределение и сокращение внутренних возможностей организации. Ограничения предлагаемыми альтернативами служат возможностью принятия таких решений, в которых будет участвовать лицо, принимающее решения (ЛПР), впоследствии, оно будет учитывать принятые ограничения, направляемые внешней и внутренней средой на процесс принятия решений. К общепринятым ограничениям относят: ценообразование на сырьё, недостаток ресурсов (финансовых, трудовых, средств производства), низкий уровень компетенции персонала, сужение полномочий нижестоящих менеджеров способных принимать управленческие решения, потребности во введении новых технологий и использование инноваций.

Оценивание и сравнение уже имеющихся альтернатив. На данном этапе формируется сравнение и оценка уже имеющихся вариантов решения с использованием определенных критериев и методов.

А далее идёт выбор, он подразумевает собой выбор тех рядов решений, который подходит именно этой организации. Прежде всего, выбором занимаются менеджеры, они принимают решение, с помощью которого определяется подходящая альтернатива и наилучший вариант событий. Лучшим вариантом является тот, который помогает добиться результата, он наиболее подходит для организации, соответствует его целям и ценностям.

Поэтому выбором занимается именно менеджер, только он способен качественно оценить все риски и возможные неопределенности, к которым может привести этот выбор. Также менеджерам приходится устанавливать определенные критерии успеха, при этом применять свою интуицию и опыт для того, чтобы точно оценивать риски и успех того или иного выбора предприятия [2].

Поэтому выбор решения во многом зависит от того, какой менеджер занимается этим вопросом, здесь играет немаловажную роль индивидуальные особенности и способность к принятию на себя всех рисков и неопределенностей. В общем и целом принятие решения менеджером во многом зависит от издержек и потенциальных преимуществ выбора.

Окончательным принятием решения и его внедрением занимается тоже менеджер, его основной задачей является процесс претворения решения и его полное внедрение в организацию. При помощи управленческих способностей, менеджеры, могут преобразовывать руководительские идеи в практические действия. Тем самым реализовывать принятое руководством решение. Сам же процесс внедрения сильно напоминает внедрение стратегии, успех которой, напрямую зависит от того, удастся ли менеджеру притворить эти решения и внедрить их в практику [3].

Перейдем к завершающему этапу, но отнюдь не простому, ведь сопровождение и контроль является одной из самых труднейших ступеней управления для всех менеджеров и руководителей организаций в целом. На этом этапе менеджер должен постоянно анализировать ход реализации его решения, и то насколько оно эффективно в плане достижения поставленных целей и задач предприятия. Поэтому для того, чтобы упростить задачу менеджерам для них была создана так называемая «обратная связь», при помощи которой к «ведущим», руководящим менеджерам поступают сведения, с помощью которых они могут более точно анализировать всё происходящее вокруг, находить возможные «дыры» в организации и устранять их по мере своих возможностей, тем самым увеличивая шанс того, что их решение окажется удачным и выигрышным для всей организации [4,5].

Подводя итоги вышесказанному, можно сделать вывод о том, что алгоритм принятия управленческих решений является неотъемлемой частью системы управления. Без данного алгоритма, все решения принятые в организациях не будут проходить должного анализа и контроля, тем самым увеличивая риск издержек и потери прибыли. Поэтому всем компаниям, предприятиям и организациям необходимо выработать данный алгоритм, для обеспечения наилучшего качества и формирования идеальной системы управления на производстве.

Литература:

1. Брюс Тулган. Все начальники делают это. – М., 2017. – С. 12-24.
2. Гетман, Е. П. Экономика и право в спорте и образовании : коллективная монография / Е. П. Гетман, Л. А. Гремина, С. С. Воеводина. – Краснодар : КГУФКУСТ, 2019. – 137 с.
3. Кокс Джеф, Голдратт Элияху М. Цель. Процесс непрерывного улучшения. – М., 2013. – С. 31-42.
4. Сазерленд Джефф «Scrum. Революционный метод управления проектами. – М., 2014. – С.8-15.
5. Фридман Александр Семёнович «Вы или хаос. Профессиональное планирование для регулярного менеджмента. – М., 2019. – 21 с.

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА КАК ЗАЛОГ УСПЕШНОСТИ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Трофименко А.С.

Научный руководитель доцент Коваленко М.Г.

Аннотация. В данной работе рассматривается важность формирования положительного имиджа спортивной организации для повышения конкурентоспособности, лояльности потребителей, привлечения спонсоров и болельщиков

Ключевые слова: положительный имидж, спортивная организация, конкуренция, отраслевой рынок, потребители.

За последние годы в нашей стране можно увидеть, насколько увеличились темпы развития спортивной индустрии, а за счет быстрого развития информационных технологий и интернет пространства путем распространения информации в СМИ каждый желающий имеет возможность посетить любое спортивное мероприятие или посмотреть онлайн игру любимой команды [1].

Сегодня в России отрывается все больше спортивных организаций, лиг различных видов спорта, федераций, спортивных секций и клубов и это неизбежно приводит росту количества конкурентов. Сегодня практически каждая спортивная организация сталкивается с необходимостью привлечения потребителей, увеличения числа болельщиков, привлечения спонсоров и партнеров. Эффективное решение данной проблемы возможно только при формировании положительного имиджа у спортивной организации.

Научное объяснение и употребление слова имидж произошедшее от латинского слова определяется как искусственный образ, который формируется в обществе или сознании отдельно взятого человека с помощью массовых коммуникаций и психологического воздействия [2].

Основываясь на практике крупных спортивных организаций, можно сказать, что с учетом сформированного положительного имиджа стоимость организации во многом возрастает за счет нематериальных активов, к которым относится имидж. В условиях рыночной экономики именно благодаря сложившемуся положительному имиджу даже с учетом факторов влияния на деятельность спортивной организации ее положение остается устойчивым.

Немаловажным для спортивных организаций считается формирование положительного имиджа для продвижения спортивных услуг или спортсменов, повышения лояльности потребителей и привлечения внимания спонсоров. Развитие конкуренции на отраслевом рынке каждую спортивную организацию заставляет думать о том, как их воспринимает общественность [3].

Основная функция имиджа состоит в создании положительного мнения, доверительного отношения и высокой оценки потребителей и общественности о спортивной организации, спортсмене и это приводит к повышению престижа и авторитета. Кроме этого, сегодня положительный имидж является одним из критерием рейтинговой оценки что особенно важно для публичной деятельности.

С учетом того, что спорт сегодня стал огромной индустрией, в которой многие организации получают значительные прибыли, у спортивных команд и спортсменов появляются спонсоры формирование положительного имиджа во многом определяет финансовую составляющую деятельности спортивных организаций и материальное благополучие отдельно взятых спортсменов и тренеров [4].

Если говорить о спорте больше, чем о бизнесе при продвижении положительного имиджа спортивной организации большую роль играют партнеры и различные группы общественности. Продвижение в данном случае имиджа возможно путем составления календарного плана соревнований, организации спортивных мероприятий и юридической поддержки игроков [5].

Таким образом, можно сказать, что сегодня все спортивные организации отводят первостепенное значение формированию положительного имиджа, который необходим не только для увеличения прибыли, но и для продвижения спортивных услуг, спортсменов, привлечения потребителей, спонсоров и болельщиков.

Литература:

1. Букарева, К. А. Проблема формирования имиджа организации / К. А. Букарева, Д. А. Кавун // Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке : сборник научных статей III Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 281-286.
2. Келейникова, С. В. Управление формированием имиджа организации / С. В. Келейникова, Т. И. Чиранова // Инновации и инвестиции. – 2019. – № 9. – С. 378-384.
3. Тарасенко, А. А. Управленческий механизм экономического развития физической культуры и спорта / А. А. Тарасенко, С. С. Воеводина // В сборнике : Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 188-190.
4. Хагаева, А. В. Имидж организации как фактор повышения ее конкурентоспособности / А. В. Хагаева, Х. Л. Абуева // ФГУ Science. 2019. – № 1 (13). – С. 118-123.
5. Шаповалова, Е. В. Организация и проведение коммуникационных кампаний и проектов [Текст, Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. В. Шаповалова ; ФГБОУ ВО РГУПС. – Ростов н/Д. : [б. и.], 2019. – 78 с.

ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Федощенко А.А.

Научный руководитель доцент Воеводина С.С.

Аннотация. В работе рассматриваются вопросы правового обеспечения профессионального взаимодействия в области физической культуры и спорта – отраслевых органов управления, физкультурно-спортивных организаций в аспекте социального заказа на оказание физкультурно-спортивных услуг.

Ключевые слова: физическая культура и спорт, профессиональное взаимодействие, социальный заказ, отраслевые органы управления, спортивное законодательство.

Основой выполнения государственных целевых программ в области физической культуры и спорта является профессиональное взаимодействие субъектов данной сферы, определенных в спортивном законодательстве [1,2].

Межведомственное взаимодействие в области физической культуры и спорта осуществляется по следующим направлениям [3,4]:

- система физического воспитания всех категорий населения, организационно-управленческое, научно-методическое, информационное, кадровое обеспечение физкультурно-спортивной деятельности, спорта высших достижений, развитие спортивной инфраструктуры – на федеральном уровне;

- организация и проведение физкультурно-спортивных мероприятий, строительство спортивных объектов, реализация проектной деятельности, обеспечение безопасности участников спортивных соревнований, пропаганда физической культуры и спорта – на региональном уровне;

- развитие массовой физической культуры и спорта, обеспечение проведения официальных физкультурно-спортивных мероприятий – на муниципальном уровне.

Примером профессионального взаимодействия можно назвать федеральные и региональные проекты «Спорт – норм жизни» в рамках национального проекта «Демография».

Правовой основой участия в данной системе физкультурно-спортивных организаций, имеющих статус социально-ориентированных некоммерческих организаций, является Федеральный закон от 13 июля 2020 года № 189-ФЗ «О государственном (муниципальном) социальном заказе на оказание государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере», определяющий условия получения социального заказа (социального сертификата), показатели качества услуг в области физической культуры и спорта (как разновидности социальной сферы), объем их оказания и конкурсный способ выбора исполнителя [5]. С учетом этого положения в систему взаимодействия на получение социального заказа в области физической культуры и спорта (на конкурентной основе) могут быть включены спортивные федерации, образовательные организации в качестве исполнителей таких услуг, а потребители получают их за счет бюджетных средств, обеспечивая доступность своих ресурсов (материально-технических, научных, кадровых и спортивных).

Таким образом, профессиональное взаимодействие в области физической культуры и спорта предполагает не только межведомственную согласованность в реализации отраслевых целевых проектов, но и участие физкультурно-спортивных, образовательных организаций в комплексном развитии спортивной инфраструктуры на правовой основе.

Литература:

1. Ащеулов, А. В. Особенности оценки инновационного потенциала физкультурно-спортивных организаций / А. В. Ащеулов, М. П. Парамонов // В сборнике : Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и

муниципального управления : материалы XIV международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 67-70.

2. Воеводина, С. С. Факторы, влияющие на муниципальное управление в области физической культуры и спорта / С. С. Воеводина, А. И. Латоша // Дневник науки. – 2022. – № 3 (63).

3. Гетман, Е. П. Экономика и право в спорте и образовании: коллективная монография / Е. П. Гетман, Л. А. Гремина, С. С. Воеводина. – Краснодар : КГУФКУСТ, 2019. – 137 с.

4. Тарасенко, А. А. Управление спортивным потенциалом муниципального образования / А. А. Тарасенко, С. В. Фомиченко, С. С. Воеводина // В сборнике : Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции ; Редколлегия : А. И. Погребной, Е. М. Бердичевская, Г. Б. Горская, Е. А. Еремина, Т. А. Самсоненко. – Краснодар, 2022. – С. 450-453.

5. Федеральный закон от 13.07.2020 № 189-ФЗ «О государственном (муниципальном) социальном заказе на оказание государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере» [Электронный ресурс]. – Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 13.07.2020,

РЕКЛАМА КАК НЕОБХОДИМОЕ СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ СПОРТИВНЫХ УСЛУГ

Чегин Д.А.

Научный руководитель доцент Коваленко М.Г.

Аннотация. В данной работе рассматривается рекламная деятельность спортивных организаций, которая как часть маркетинговой деятельности направлена на привлечение спонсоров, болельщиков, увеличения количества потребителей, востребованность спортивных услуг для удержания конкурентных преимуществ и достижения поставленных целей.

Ключевые слова: реклама, спортивная организация, маркетинговая деятельность, конкуренция, спортивные услуги, потребители.

Для спортивных организаций в условиях рыночной экономики и конкурентной рыночной среды возрастает роль рекламных мероприятий для продвижения спортивных услуг. Актуальность данного вопроса для повышения количества потребителей, рыночного спроса и эффективности деятельности спортивной организации связана с выбором наиболее действенных рекламных методов[2].

Рассмотрев множество определений рекламы в теоретических литературных источниках, обобщив их, можно сказать, что это специально подобранная информация, которая распространяется спортивной организацией в различных видах и формах для продвижения продукции или услуги и достижения поставленных целей. Также можно сказать, что реклама представляет собой процесс распространения информации для ознакомления с ним потребителя и убеждения необходимости приобретения, предложенного[5].

Для любой организации рекламная деятельность является важной составляющей маркетинговой и предпринимательской деятельности, а с повышением насыщенности отраслевого рынка она обретает новое назначение, позволяющее активизировать процесс продвижения продукции или спортивной услуги. Также рекламная поддержка спортивной организации повышает качество продукции или оказываемой спортивной услуги[3].

Маркетинговая программа, составленная спортивной организацией, включающая в себя рекламные мероприятия, направлена на потенциальных и постоянных потребителей спортивной продукции или услуги для воздействия на них с целью вызвать ответную реакцию. При реализации рекламных мероприятий особенно важно учитывать все составляющие маркетинговой стратегии, которые направлены, как правило, на достижение каких-либо целей. Также необходимо учитывать обеспеченность мероприятий финансовыми, человеческими ресурсами, объемом необходимой информации и наличием маркетинговой инфраструктуры [1].

Реклама как важная часть коммуникативного процесса обеспечивает взаимодействие продавца и потребителя и направлена на достижение максимального эффекта. Для спортивной организации в рекламной деятельности необходимым условием является проведение анализа полученной потребителем информации и воспринятой им как необходимость приобретения предложенного. Полученная потребителем рекламная информация до принятия им решения о покупке проходит несколько этапов:

- случайно замеченная рекламная информация;
- привлечение внимания;
- интерпретация [2].

Современный отраслевой рынок имеет множество продавцов и потребителей и в условиях жесткой конкуренции ни одно спортивное мероприятие, ни одна спортивная организация без рекламы не сможет иметь популярность и пользоваться спросом. В условиях жесткой конкуренции довольно часто появляется некачественная или недобросовестная

реклама и спортивной организации необходимо выбрать именно такую форму конкурентной борьбы чтобы добиться поставленных целей и не потерять положительный имидж.[4]

Государство для того, чтобы оградить потребителей от недобросовестной рекламы и защитить добросовестных конкурентов в рекламном законодательстве предусматривает ограничения на отдельные виды и формы рекламы, определяет критерии качества.[2]

Таким образом, во многом эффективность продвижения спортивной услуги, продукции или организации определяется рекламными мероприятиями, предусмотренными маркетинговой стратегией, а необходимая достоверная, своевременная и качественная информация, используемая в рекламе, помогает привлечь потребителей, болельщиков и спонсоров.

Литература:

1. Варданын, Г. А. PR и реклама: взаимосвязь и применение при продвижении / Г. А. Варданын // Аллея науки. – 2020. – Т. 1, № 3(42). – С. 730-735.
2. Годин, А. М. Маркетинг : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент» и «Торговое дело» (квалификация «бакалавр») / А. М. Годин. – 12-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 655 с.
3. Головинова, А. С. Роль рекламы в предпринимательской деятельности / А. С. Головинова, Л. В. Лещенко // Интеграция наук. – 2019. – № 1(24). – С. 110-112.
4. Минсин, М. Реклама как социальная технология бренда / М. Минсин // Социология. – 2020. – № 3. – С. 267-273.
5. Соломченко, М. А. Экономика физической культуры и спорта : учебно-методическое пособие / М. А. Соломченко. – Орел : МАБИВ, 2014. – 125 с.

**РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
ДЛЯ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ**

Шаров О.А.

Научный руководитель доцент Коваленко М.Г.

Аннотация. В данной работе рассматривается необходимость эффективного продвижения спортивной организации, продукции или услуги в условиях конкурентного рынка путем использования различных рекламных средств и методов при поддержке средств массовой информации, общественности и государства.

Ключевые слова: рекламная деятельность, продвижение, маркетинговая деятельность, имидж, болельщики, общественность, спонсоры, потребительский спрос.

В условиях конкурентной рыночной среды, изменчивом потребительском спросе и насыщенности рынка предложениями спортивных услуг для выживания и дальнейшего развития спортивным организациям приходится постоянно выбирать средства, методы и задействовать свой потенциал. Поэтому сегодня рекламная деятельность для каждой спортивной организации обретает новое значение и дает множество возможностей [1].

Актуальность совершенствования рекламной деятельности для современных спортивных организаций просматривается в связи с постоянными изменениями требований отраслевого рынка, возросшей конкурентностью и необходимостью выбора наиболее правильных методов продвижения спортивных услуг. Эффективная рекламная деятельность позволяет добиться повышение потребительского спроса, уровня лояльности потребителей и заинтересовать спонсоров.

Рекламная деятельность спортивной организации является неотъемлемой частью маркетинговой деятельности и ее используется огромное количество от классических методов, в которые входит реклама на телевидении радио и в газетах до современных методов с использованием интернет-ресурсов и социальных сетей [2].

Довольно эффективным способом продвижения спортивных услуг на сегодняшний день для многих спортивных организаций является реклама товарного знака, которые стал важным атрибутом как спортивных клубов, так и производителей спортивной одежды, оборудования и снаряжения. На практике не менее эффективными рекламными средствами продвижения считаются и реклама эмблемы и логотипа спортивной организации.

Для успешного продвижения спортивной организации. Продукции или услуги большое значение имеет формирование положительного имиджа и репутации у болельщиков и общественности. Положительный имидж и позитивное мнение помогает в привлечении спонсоров, увеличивает количество болельщиков, новых спортсменов, формирует благоприятные отношения со средствами массовой информации и государственными органами [3].

При создании персонального имиджа отдельно взятого спортсмена или тренера позволяет спортивной организации получить большое количество поклонников что значительно повысит уровень продвижения спортивной организации и ее конкурентные преимущества.

Самой важной особенностью, которая дает большие возможности спортивным организациям продвижение в отрасли физическая культура и спорт является доступность и большой охват рекламой широких слоев населения. Государственные органы и общественность, осознавая социальную значимость деятельности спортивных организаций, приветствуют и одобряют пропаганду спорта и здорового образа жизни [4].

Таким образом, продвижение спортивной организации, продукции или услуги представляет собой совокупность разнообразных мер, усилий, действий, реализуемых через рекламные и маркетинговые мероприятия и направленные на повышение потребительского спроса, привлечения спонсоров и болельщиков при поддержке государства и спонсоров [5].

Литература:

1. Анурин, В. Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка : учеб. пособие / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. – СПб. : Питер, 2006. – 270 с.
2. Вакалова, Л. Г. Маркетинг в физической культуре и спорте : учеб.-метод. пособие / Л. Г. Вакалова, Е. П. Гетман ; Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ, 2003. – 66 с.
3. Галкин, В. В. Экономика и управление физической культурой и спортом : учеб. пособие для вузов / В. В. Галкин. – Ростов н/Д. : Феникс, 2006. – 448 с.
4. Гетман, Е. П. Маркетинг в системе менеджмента физической культуры и спорта : учеб. пособие для вузов ФКиС, ФПК, менеджеров физкульт.-спорт. орг. / Е. П. Гетман ; Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ, 2012. – 151 с.
5. Карпова, С. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 404 с.

СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Шмотин А.

Научный руководитель доцент Коваленко М.Г.

Аннотация. В данной работе рассматриваются основы маркетинговой деятельности спортивных организаций в современных условиях и эффективность социально-этического маркетинга для повышения социальной значимости физической культуры и спорта в современном обществе.

Ключевые слова: спортивные услуги, маркетинг, конкуренция, спортивная организация, социально этический маркетинг.

В настоящее время существенно возрастает спрос на качественные спортивные услуги, которые могут предоставлять только спортивные организации, имеющие к своему распоряжению инновационные тренировочные программы и современное спортивное оборудование. Сегодня население желает не только заниматься спортом, но стремится к активному проведению досуга [1].

Сегодня рынок спортивных услуг становится довольно привлекательной сферой для инвесторов и спонсоров, но предложение пока еще не способно удовлетворить все запросы потребителей и даже для известных и успешных спортивных организаций маркетинговая деятельность становится обязательной составляющей для развития, продвижения и удержания стойких конкурентных позиций.

Производное от дословного перевода маркетинг можно трактовать как целенаправленную рыночную деятельность по управлению продвижением и реализацией продукции и услуги и доведению их от производителя к потребителю. Именно благодаря маркетинговой деятельности спортивные организации могут прогнозировать потребительский спрос и удовлетворять запросы потребителей [2].

Маркетинг в спорте подразумевает развитие маркетинговой деятельности по различным направлениям включая маркетинг спортивной организации, маркетинг спортивных услуг, маркетинг тренеров и спортсменов, но в любом случае маркетинговая деятельность не должна отступать от сложившихся классических форм, основанных на рыночных законах.

Даже для некоммерческих спортивных организаций основной целью деятельности которых не является получение прибыли маркетинговая деятельность должны прежде всего ориентироваться на отраслевой рынок и потребителей спортивных услуг [3].

Спортивные услуги, предоставляемые в отрасли, физическая культура и спорт кроме экономических функций для спортивной организации более всего выполняет социальные функции и для достижения баланса интересов необходимы оптимальные управленческие решения.

Сегодня больше всего этим условиям соответствует социально этический маркетинг, реализация которого основана на выявлении нужд потребителей и поиска путей их удовлетворения более эффективным чем у конкурентов способом. Концепция социально этического маркетинга предполагает, что спортивная организация принимает все управленческие решения с учетом запросов потребителей, требований общественности и с учетом собственных возможностей и интересов [4].

С учетом того, что каждая спортивная услуга имеет различную социальную значимость, формирование социально-этического маркетинга как направления деятельности спортивной организации, должно быть выстроено структурировано, с учетом потребностей всех сторон.

Поэтому основной целью маркетинга в спорте должно стать повышение социальной значимости путем проведения мероприятий по развитию связей с общественностью, поиску

целевых групп, тесное взаимодействие со средствами массовой информации, проведение рекламных компаний, поиск партнеров и спонсоров [5].

Таким образом, маркетинговая деятельность спортивной организации реализуемая через социально-этический маркетинг в значительной степени обусловлена ростом социальной значимости физической культуры и спорта в современном обществе и ее эффективность зависит от выбора управленческих решений в каждой конкретной ситуации.

Литература:

1. Азарова, С. П. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 314 с.
2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 570 с.
3. Карпова, С. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 404 с.
4. Соломченко, М.А. Экономика физической культуры и спорта: учебно-методическое пособие / М.А. Соломченко. – Орел: МАБИБ, 2014. – 125 с.
5. Спортивный менеджмент. Принципы и применение ; Пер. с англ. / Р. Хойя [и др.]. – 3-е изд. – М.: Рид Медиа, 2013. – 352 с. – (Б-ка Рос. междунар. олимпийского ун-та).

Аннотация. В работе рассматривается проблема популяризации здорового образа жизни и связанное с этим расширение рынка спортивных услуг, который предоставляет своим потребителям широкий выбор возможностей и видов занятий спортом.

Ключевые слова: спортивные центры, занятие спортом, здоровый образ жизни, фитнес, типология спортивных услуг.

Современный этап развития общества и мирового порядка во всех сферах деятельности человека провоцирует расширение числа социальных, экономических и психологических факторов, негативно сказывающихся на благосостоянии человека. В поиске эффективных способов преодоления подобного влияния заинтересованы многие специалисты различных научных областей, одной из которых является физическая культура и спорт. Важность сохранения физического и психического здоровья человека становится особенно актуальной в свете общего увеличения темпа жизни современного человека, который ежедневно сталкивается с изменениями в качестве жизни, экологической обстановке, социальных нормах и др.

Формирование общей культуры поддержания здорового образа жизни и систематических мероприятий по оздоровлению напрямую связано со структурой самосознания личности, ее мотивационно-ценностными установками и потребностью в самосовершенствовании. В настоящее время можно наблюдать, что общественная тенденция приобщения к миру спорта набирает популярность у все более широкой публики, что связано с повышением доступности занятий физкультурой: если ранее спорт оставался в статусе профессиональной сферы деятельности, требующей максимальной отдачи, то на сегодняшний день абсолютно нормально заниматься спортом в формате посещения спортивного центра согласно собственной потребности и желанию, не стремясь при этом достичь уровня чемпионов [1].

Развитие сети учреждений спортивного направления, предоставляющих возможность подобрать физическую активность на собственный вкус и возможности, является большим достижением в оздоровлении населения и формировании культуры здорового образа жизни. Так, широкие возможности подобрать оптимальный вариант посещения спортивного центра по своему выбору позволяют человеку не только позаботиться о своем здоровье, но и получить от этого удовольствие. Огромный рынок фитнес-услуг делает возможным как реализацию потребности в двигательной активности, так и повышение психологической стабильности личности [2].

Специфика рынка услуг спортивных центров проистекает из совокупного воздействия нескольких факторов. Фактор нематериальности оказываемых услуг может быть успешно скомпенсирован фитнес-центром через качество оборудования, сервиса, рекламы и подбора персонала. Фактор личности тренера играет большую роль на психологическом уровне восприятия посещения фитнес-зала. Фактор изменения удовлетворенности от занятия спортом зависит от уровня мотивации клиента, в повышении и поддержании которой играет роль и мотивация сотрудников центра. Фактор неравномерного распределения по времени спроса на оказание спортивных услуг обычно сглаживается гибкой ценовой политикой и использованием различных программ лояльности [3].

В целом, влияние перечисленных факторов формирует особенности оказания спортивных услуг каждым конкретным центром, на основании чего можно говорить о его виде или типе. Спортивный центр любого типа имеет собственный арсенал предоставляемых услуг, которые можно классифицировать по следующим основаниям:

- 1) по мотивации производителей физкультурно-спортивных услуг (коммерческие или некоммерческие);
- 2) по мотивации потребителей услуг (личные или деловые, массовые или индивидуальные);
- 3) по характеру удовлетворяемой потребности (физкультурно-спортивные, зрелищные, консультационные, образовательные услуги);
- 4) по форме распределения общественных фондов (платные или бесплатные);
- 5) по степени важности спортивных услуг (основные, дополнительные, сопутствующие услуги) [4].

Часто отдельные или комплексные услуги из перечисленных оказываются не индивидуально клиенту, а на уровне организации, когда руководители в рамках заботы о своих сотрудниках заключают договор со спортивными центрами на оказание услуг из всего ассортимента.

На практике рынок спортивных услуг подвержен влиянию ряда проблем, присущих именно сфере физической культуры и спорта: реализация мер повышения лояльности и мотивированности как действующих потребителей услуг, так и возможных будущих способствует повышению посещаемости фитнес-центров, что делает необходимым постоянное расширение сервисов. Формируется замкнутый круг: нацеленность на спорт требует от спортивных центров затрат на обеспечение условий для занятий физической активностью, т.е. стремление увеличить прибыль от оказания спортивных услуг ведет к увеличению затрат. Действующим форматом разрешения такого противоречия в настоящее время являются сети спортивных центров – франшизы [5].

Таким образом, развитие оздоровительной физической культуры происходит не только по мотивам ведения здорового образа жизни, но и в рамках улучшения социально-психологического состояния человека. Сфера спортивных услуг готова к предоставлению максимально удовлетворительного количества различных видов услуг, способных привлечь любые слои населения в качестве активных посетителей спортивных центров.

Литература:

1. Гарина, О. Г. Фитнес-услуги как средство привлечения граждан к систематическим физкультурно-оздоровительным занятиям / О. Г. Гарина, И. А. Милехина // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2019. – №1 (75). – С. 151-155.
2. Корогодина, Е. А. Место фитнес-индустрии на рынке платных услуг населению // АНИ: экономика и управление. – 2018. – №4 (25). – С. 155-157.
3. Косогорцев, В. И. Подходы к классификации услуг физкультурно-спортивных организаций // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17, № 4. – С. 573-584.
4. Куричин, С. А. Развитие маркетинга на рынке фитнес-услуг // Стратегии бизнеса. – 2019. – №4 (60). – С. 11-14.
5. Усова, Н. В. Приоритетные направления продвижения услуг фитнес-центра на рынке крупного города / Н. В. Усова, Я. Г. Гергележиу // Вопросы управления. – 2019. – № 2 (38). – С. 231-242.

Аннотация. В данной работе рассматриваются основные понятия, виды маркетинговой стратегии и необходимость проведения маркетинговых исследований для формирования эффективной маркетинговой стратегии, которая будет направлена на развитие спортивной организации.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговая стратегия, спортивная организация, эффективность, конкуренты, рыночная среда, целевая аудитория.

Сегодня спортивный маркетинг в нашей стране с возросшей популярностью спорта становится довольно перспективным направлением деятельности для каждой спортивной организации. По мере развития отрасли физическая культура и спорт наблюдается повышение конкуренции, а маркетинговая и рекламная деятельность повышает эмоциональный контакт с потребителем [1].

Маркетинговая стратегия спортивной организации представляет собой долгосрочные цели, которые необходимо достичь спортивной организации и пути их достижения с учетом имеющихся ресурсов, факторов влияния внешней среды и запросов потребителей. Маркетинговая стратегия описывает и конкретизирует маркетинговые цели.

Маркетинговая стратегия спортивной организации может рассматриваться как план по достижению определенных целей по всем направлениям деятельности и укреплению конкурентных позиций на отраслевом рынке, а также максимизацию прибыли и минимизацию рисков.

При разработке маркетинговой стратегии спортивной организации необходимо учитывать все возможности и наличие ресурсов. Разработанная маркетинговая стратегия как правило закрепляется внутренним документом и составляя часть общей стратегии развития подлежит регулярному мониторингу и анализу [2].

В практической деятельности рассматривается несколько видов маркетинговой стратегии и необходимо рассмотреть каждую из них. Корпоративная маркетинговая стратегия предполагает определение миссии спортивной организации, постановку основных целей и выделение ценностей.

Деловая маркетинговая стратегия необходима, как правило, уже после определения целей и миссии. Данный вид маркетинговой стратегии составляет основу всей маркетинговой деятельности спортивной организации. Деловые маркетинговые стратегии могут выражаться в стратегии роста, конкурентной борьбы или могут быть портфельными [3].

Следующим видом маркетинговой стратегии является инструментальная стратегия, которая является заключительным этапом планирования. Данная стратегия может быть выражена как стратегия продвижения спортивной организации, стратегия выбора и выхода на рынок, ассортиментная и ценовая стратегия. Но нельзя забывать, что при выборе маркетинговой стратегии спортивной организации прежде всего необходимо определить цели, которые она желает достичь.

Разработка маркетинговой стратегии является важной составляющей стратегического менеджмента и направлена на формирование комплекса конкурентоспособных предложений. Для эффективности маркетинговой стратегии спортивной организации необходимо владеть большим объемом необходимой информации о конкурентах, рыночном спросе и ситуации на отраслевом рынке [4].

Для того чтобы все маркетинговые мероприятия были успешными требуется постоянное расширение маркетинговых возможностей, поиск новых рынков, разработку и проведение рекламных акций и компаний и поиск новых коммуникационных каналов с

целевой аудиторией. Эффективность маркетинга и маркетинговых стратегий возможна только при постоянном анализе рыночной среды, анализе изменений в запросах потребителей, выявлении угроз со стороны рыночной среды и потенциала спортивной организации, который можно задействовать для дальнейшего развития [5].

Таким образом, рассмотрев основные понятия и виды маркетинговых стратегий, которые может использовать спортивная организация, можно сказать, что у каждой организации своя уникальная маркетинговая стратегия и при ее выборе необходима концентрация и целеустремленность в достижении поставленных целей.

Литература:

1. Азарова, С. П. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 314 с.
2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 570 с.
3. Жильцова, О. Н. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 315 с.
4. Липсиц, И. В. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 379 с.
5. Столяров, В. И. Современные проблемы наук о физической культуре и спорте. Философия спорта: учебник / В. И. Столяров, А. А. Передельский, М. М. Башаева. – М. : Советский спорт, 2015. – 463 с.

Аннотация. В работе рассматриваются различные методы и способы принятия управленческих решений. Проблемы, с которыми ежедневно сталкиваются руководители компаний, в том числе спортивных предприятий, по всему миру, требуют незамедлительной реакции, правильность которой, в свою очередь зависит от верно выбранного метода принятия решения.

Ключевые слова: руководитель, организация, управленческое решение, алгоритм, методы принятия решений.

Руководитель любой фирмы, в принятии результативного решения, всегда будет склоняться к принятию такого решения, которое в дальнейшем окажет наилучшее воздействие на предприятие. Без понимания определенных существующих правил, руководитель рискует принять неправильное решение, которое повлечёт за собой негативные последствия для бизнеса. Эти самые правила, представлены в виде стандартного алгоритма, который используется в подавляющем большинстве современных организаций. Этот алгоритм состоит из следующих пунктов:

- описание проблемы – оставление подробного описания проблемы, которая требует решения.
- определение цели – установка желаемого исхода ситуации.
- сбор необходимой информации – поиск данных, которые помогут подробнее разобраться в проблеме.
- разработка решения – процесс моделирования и создания нескольких альтернативных решений. Выбор такого, при котором достижение поставленной цели будет наиболее вероятным исходом.
- реализация решения – применение выбранного решения на практике, распределение обязанностей, расчёт бюджета, определение ответственных за выполнение.
- корректировка и контроль – в процессе выполнения задач, поставленных для достижения изначальной цели, зачастую требуется корректировка плана, так как среда, в которой существует фирма, может меняться, например: из-за подорожания некоторых товаров у поставщиков, утверждённый бюджет будет не актуален, как следствие, требуется его перерасчёт. Контроль, в свою очередь, должен быть обязательным пунктом в этой схеме. Даже идеально продуманная стратегия может дать сбой, если контрольная функция осуществляется ненадлежащим образом [1].

Выше были рассмотрены, базовые этапы решения любой управленческой задачи. Это фундаментальные понятия, которые должен знать, понимать, а главное уметь использовать на практике руководитель любого звена.

В менеджменте существует множество методов принятия управленческих решений, рассмотрим некоторые из них.

Эвристический (неформальный) метод принятия управленческих решений предполагает использование руководителем аналитического мышления, сочетание логических методов и выбор из всех возможных решений наиболее оптимальных. При использовании такого метода играет большую роль интуиция руководителя и внутренний настрой на выбор нужного решения. Однако при использовании такого метода, несмотря на его оперативность, существует вероятность принять ошибочное решение [2].

Коллективный метод – это способ принятия решения при помощи команды. При использовании и такого метода, очень важно иметь чёткий состав, тщательно выбранных участников рабочей группы. Важно сохранять и не менять состав, на всех этапах формирования решения. Конструктивность мышления поможет коллективу принять

предметное решение, а коммуникабельность – найти точки соприкосновения в процессе обсуждения, принятия и реализации управленческого решения [3].

Количественный метод принятия управленческих решений предполагает научно-практическую основу и использование статистической информации, обработанной в компьютерной программе. Суть этого метода заключается в изучении ситуаций, которые происходили в прошлом, чтобы определить направление событий в будущем.

Метод математического моделирования при принятии управленческих решений предполагает использование большого количества точной и объективной информации и его эффективность возможна только при наличии всех необходимых данных для дальнейшей обработки. При использовании данного метода даже небольшое упущение при сборе информации может сделать управленческое решение неверным [4, 5].

Эффективность любого управленческого решения обычно зависит от множества факторов воздействия, но самое главное для любого руководителя выбрать верные методы разработки управленческих решений.

Таким образом, можно сказать, что существует множество различных способов, методик и алгоритмов принятия верных управленческих решений и нет универсального подхода для всех ситуаций, поэтому грамотный руководитель обязан уметь пользоваться каждым из методов, знать особенности их применения и уметь грамотно и оперативно определить нужный в той или иной ситуации.

Литература:

1. Воеводина, С. С. Управленческий механизм экономического развития физической культуры и спорта / С. С. Воеводина, А. А. Тарасенко // В сборнике : Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 188-190.
2. Антонец, В. А. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для СПО / В. А. Антонец, Б. И. Бедный. – М. : Юрайт. 2018. – 304 с.
3. Блинов, А. О. Менеджмент. Задания, тесты, кейсы : учебное пособие / А. О. Блинов, Н. В. Угрюмова. – М. : КноРус, 2020. – 208 с.
4. Грибов, В. Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие. – М. : КноРус, 2020. – 224 с.
5. Костенко, Е. Г. Моделирование, прогнозирование и планирование в спорте : учебное пособие / Е. Г. Костенко, Е. В. Мирзоева. – Краснодар, 2022. – 80 с.

КАФЕДРА ТЕОРИИ И МЕТОДКИ ЗИМНИХ ВИДОВ ВЕЛОСИПЕДНОГО СПОРТА И СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА

УДК: 796.926

СНЕЖНЫЕ ТРЕНИРОВКИ ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ ГОРНОЛЫЖНИКОВ В ЛЕТНИЙ ПЕРИОД

Верина С.Р.

Научный руководитель преподаватель Яцык В.З.

Аннотация. В работе рассматривается роль тренировок на снегу в летний период для высококвалифицированных горнолыжников. На основании анализа литературы и личного опыта, предложен комплекс упражнений на летнем снегу, который применяется в подготовке высококвалифицированных горнолыжников для коррекции частых ошибок.

Ключевые слова: высококвалифицированные горнолыжники, тренировки, снег, результаты, соревнования.

Горнолыжный спорт – это технически сложный зимний вид спорта, требующий от спортсменов самоконтроля и высокой физической самоотдачи. Чем больше горнолыжники выступают на соревнованиях, тем больше они становятся равными по физическим показателям, тогда решающую роль начинает играть техника спортсменов. Высоких результатов высококвалифицированным горнолыжникам невозможно добиться без постоянных тренировок как летом, так и зимой [1, 3].

Все горнолыжники высокого класса хотят занимать почетные места на главных соревнованиях сезона, но не все этого добиваются, и этому есть причина, которая кроется, прежде всего, в подготовке спортсменов летом [2, 5].

Важным компонентом в летнем периоде подготовки горнолыжников являются тренировки на снегу, где спортсмены накаывают необходимый километраж, нужный для прохождения технических дисциплин (слалома и слалом-гиганта). Говорят, что для хороших и стабильных результатов в этих дисциплинах необходимо проехать как минимум 10 000 ворот, и только после этого можно сказать, что результат сможет оправдать ожидания спортсмена на соревнованиях.

Также горнолыжники летом большое уделяют внимание техническому исполнению прохождения трасс, ведь зимой в приоритете у них стоит подготовка к соревнованиям и привыкание к новому снегу и склону. Так как высококвалифицированные горнолыжники редко тренируются на одном месте больше одного месяца, летние сборы на снегу приносят стабильность и некое спокойствие в тренировочный процесс, снижая тревожность и мотивируя спортсменов на продуктивные тренировки [6].

Выполнение различных упражнений на технику на летнем снегу способствует коррекции ошибок у спортсменов и улучшает их структуру движений в повороте на трассе. Такие тренировки способствуют сплочению коллектива – как тренерского состава, так и горнолыжников, повышая эффективность их взаимодействия [4, 7].

Примеры упражнений для коррекции наиболее частых ошибок у спортсменов:

1. «Плуг»– в повороте спортсмены выполняют своеобразную стрелочку ногами, при этом стараясь не смещать корпус и таз, стараясь сохранять правильное положение (помогает при коррекции завала в повороте плечами и выворачивания таза наружу);

2. Поднятие ноги в «плуге»– упражнение выполняется почти идентично первому, но есть одна особенность, горнолыжнику теперь необходимо в повороте приподнимать внутреннюю ногу в повороте, заводя носок приподнятой лыжи чуть за внешнюю лыжу (применяется при коррекции неполной загрузки внешней лыжи и при коррекции положения спортсмена в повороте);

3. Выполнение поворота в низком положении – спортсмены должны выполнять поворот в низком положении, не разгибаясь в верхней плоскости, то есть им необходимо

«выпускать» ноги под собой, запуская из по наибольшему радиусу (обычно применяется тогда, когда горнолыжник недостаточно уходит во внутрь поворота);

4. Удержание палок перед собой – горнолыжнику необходимо на вытянутых руках горизонтально держать палки перед собой, при этом они должны быть направлены вниз по склону (используется при корректировке положения плеч и корпуса спортсмена, завалах в повороте).

Важным компонентом летних тренировок являются контрольные соревнования. Различные тренировки на время по трассе, общая физическая подготовка. Используя их, можно выявить эффективность проведенных тренировок, а также определить, где необходимо сделать упор, на технике спортсмена, физическом состоянии или «накатке» ворот.

Для горнолыжников высокой квалификации летние тренировки имеют важное значение, ведь на высших этапах мастерства результат зависит уже не только от физических возможностей спортсменов, но и от техники и их способности проявить максимум возможностей на непривычном для них месте. Каждый год в стартовый состав спортсменов приходят все больше новых спортсменов, которые могут составить серьезную конкуренцию «бывалым» горнолыжникам, поэтому «старому поколению» необходимо уделять пристальное внимание своей технике и физической подготовке.

Литература:

1. Васильченко, О. С. Динамика психоэмоционального состояния студентов в условиях учебно-тренировочных лыжных сборов в среднегорье / О. С. Васильченко, В. З. Яцык // Материалы VIII Международной научной конференции студентов и молодых ученых «Университетский спорт: здоровье и процветание нации». – Улан-Батор, 20-21 апреля 2018 г. – С. 225-228.

2. Пугачев, И. Ю. Контроль физической готовности спортсмена на различных этапах спортивной подготовки / И. Ю. Пугачев, В. Б. Парамзин, О. С. Васильченко, С. В. Разновская // Актуальные вопросы научно-методического обеспечения системы подготовки спортивного резерва в Российской Федерации : материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Казань, 19-20 ноября 2020 года. – Казань : Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма», 2020. – С. 220-224.

3. Карганова, Т. А. Скоростно-силовая подготовка квалифицированных лыжников-гонщиков в подготовительном периоде / Т. А. Карганова, О. С. Васильченко, В. З. Яцык // Тезисы докладов XLVII научной конференции студентов и молодых ученых вузов ЮФО. – Краснодар, 2020. – 200 с.

4. Парамзин, В. Б. Подбор вращательных акроботических упражнений для развития в оценке динамического и статического равновесия у студентов летних специальностей / В. Б. Парамзин, В. З. Яцык, И. И. Горбиков, С. В. Разновская // Физическая культура, спорт – наука и практика – 2017. – №4. – С. 8-13.

5. Парамзин, В. Б. Подбор и применение подготовительных упражнений для повышения силовых показателей в процессе обучения / В. Б. Парамзин, О. С. Васильченко, С. В. Разновская // Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции, Краснодар, 12 февраля 2020 года. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2020. – С. 135-136. – EDN INCSAE.

6. Подгорная, А. С. Развитие скоростно-силовых качеств студентов средствами лыжной подготовки на учебно-оздоровительных сборах в среднегорье / А. С. Подгорная, В. З. Яцык, В. Б. Парамзин, О. С. Васильченко // Актуальные вопросы физической культуры и спорта. – Краснодар : КГУФКСТ, 2018. – С.85-90.

7. Яцык, В. З. Оперативный контроль на занятиях по лыжероллерной подготовке / В. З. Яцык, В. Б. Парамзин, И. И. Горбиков // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава (18-22 мая 2015 г.). – Краснодар, 2015. – С. 222-223.

ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ ВЕСТИБУЛЯРНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ У СПОРТСМЕНОВ-ТУРИСТОВ

Голиков К.Е.

Научный руководитель преподаватель Подгорная А.С.

Аннотация. В данной работе раскрывается определение вестибулярной устойчивости и пути развития её у спортсменов-туристов группы дисциплин «дистанция» на занятиях в закрытых помещениях и на естественном рельефе.

Ключевые слова: вестибулярная устойчивость, развитие, подходы, спортсмен-турист, технические этапы.

Вестибулярная устойчивость – это возможности индивида, определяющие его готовность к оптимальному управлению и регулировке двигательного действия

От степени развития вестибулярной устойчивости зависит успешность прохождения основных технических этапов, таких как: навесная переправа, подъем по перилам (по склону), спуск по перилам (по склону), подъем по скалодрому, параллельные перила, бревно, подъем (спуск) по наклонной навесной переправе, так как спортсмен, выполняющий эти технические приемы, находится в условиях вестибулярных раздражений. Для того чтобы уметь быстро и четко выполнять двигательные задачи в нестандартных условиях, необходимо развивать вестибулярную устойчивость[4].

Проанализировав существующие средства и методы развития вестибулярной устойчивости, можно выделить следующие подходы к развитию вестибулярной устойчивости спортсменов – туристов[1]:

Развитие вестибулярной устойчивости с помощью изменения направления движения по сигналу. Например: челночный бег; изменение направления движения при прохождении различных технических этапов (наклонная навесная переправа, параллельные перила).

Развитие вестибулярной устойчивости с помощью тренажеров. Используют такие тренажеры, как самодвижущиеся допинги, подвесные колеса, центрифуги, кресла, в том числе электровращающиеся диски [2].

Развитие вестибулярной устойчивости с помощью вращений без использования тренажеров. Например: вращение стоя, вокруг своей оси с открытыми или закрытыми глазами.

Развитие вестибулярной устойчивости с помощью гимнастических упражнений. Например: перекаты, кувырки, прыжки в высоту с разворотами, развороты во время ходьбы и бега по сигналу[5].

Развитие вестибулярной устойчивости с помощью удержания нестандартных поз. Например: ласточка, стойка на одной ноге, «мостик», «свечка». Эти упражнения следует выполнять как с открытыми, так и с закрытыми глазами.

Развитие вестибулярной устойчивости посредством прохождения технических этапов. Например, прохождение наклонных навесных переправ, спусков по перилам или по склону, траверсов, подъемов, скалодромов [3].

Литература:

1. Юринов, В. Тренировка мозжечка: о развитии вестибулярного аппарата у школьников : [на уроках физкультуры] / В. Юринов // Спорт в школе – Первое сентября. – 2016. – № 3. – С. 29-31.
2. Лях, В. И. Координационные способности: диагностика и развитие / В. И. Лях – М.: ТВТ Дивизион, 2006. – 290 с.
3. Долгополов, Л. П. Влияние координационных способностей на результат в группе дисциплин «дистанция пешеходная». Курорты. Сервис. Туризм. – 2017. – № 3-4 (36-37). – С. 148-152.

4. Долгополов, Л. П. Учет двигательной предрасположенности в подготовке спортсменов-туристов 12-14 лет / В сборнике : Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 46-49.
5. Подгорная, А. С. подготовка спортсменов-туристов к соревнованиям в закрытых помещениях / А. С. Подгорная, Л. П. Долгополов // В книге : тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов южного федерального округа. – 2018. – 43 с.

Аннотация. В данной работе исследуется питание велосипедистов в домашних условиях и на сборах, таких учебных заведениях, где спортсмены находятся круглосуточно, ходят на учебные занятия и на тренировочные занятия. Исследование проводилось на велосипедистах, которые учатся в училище олимпийского резерва.

Ключевые слова: питание, велосипедисты, сборы, спортивные сборы, наука о питании.

Актуальность данной темы состоит в том, чтобы выявить отличия в питании дома и на сборах, которые помогут выявить оптимальное питание для улучшения качества пищи и для составления правильного рациона для спортсменов. Изменить в лучшую сторону питание в учебных заведениях, где спортсмены находятся круглосуточно, на сборах, на которых спортсмены занимаются избранными видами спорта и занимаются на учебных занятиях для получения специальности.

В исследовании было определено, какой тип питания больше нравится спортсменам дома в свободном режиме или организованно на сборах. Исследование проводилось в целях определения наилучшего питания для спортсменов, для выявления положительных и отрицательных сторон питания у спортсменов.

Для этого спортсменам необходимо было пройти анкетирование, в котором они отвечали на вопросы, которые помогут определить их отношения к питанию дома и на сборах. Выявить какой рацион питания им больше нравится, а также выявить плюсы и минусы в питании на сборах.

В исследовании принимали участия спортсмены-велосипедисты, в возрасте от 15 до 17 лет поступившие в училище олимпийского резерва (УОР) в 2022 году и ранее. В таких условиях они находятся уже 3,5 месяца без перерыва. Приехали они все из разных регионов. Они находятся круглосуточно на территории училища олимпийского резерва, занимаются спортом и ходят на учебные занятия. У них организовано питание в столовой 3 раза в сутки.

Спортсменам предлагалось ответить на 7 вопросов на тему питания дома и на сборах выбрать один ответ из предложенных вариантов ответа. В анкетировании принимали участие 10 спортсменов. При проведении анализа 10 анкет были взяты за 100%. Анализ анкет показал, что 90% спортсменов считают, что питание дома отличается от питания на сборах, и только 10% считают, что не отличается. Для спортсменов главным отличием в питании является количество приемов пищи в сутки. Дома они могли питаться не фиксированное количество раз в день, так сказать круглосуточный «доступ к холодильнику», а на сборах только три раза в день.

По проведенному анкетированию можно сделать вывод, что 80% спортсменов нравится питание в УОР и 20% не нравится такой рацион питания. И при этом 60% процентов спортсменов говорят о том, что им хватает питания, которое им предоставляют в столовой. 40% спортсменам не хватает того, что им предоставляют организованно, и они перекусывают дополнительно между приемами пищи. 40% опрошенных спортсменов указали, что хотели бы увеличить кратность питания, качество или количество продуктов питания в каждом приеме пищи. Из-за нехватки пищи спортсмены дополнительно приобретают еду, которой они перекусывают между приемами пищи, после тренировочных занятий и учебных занятий.

Питание в столовой составляется таким образом, чтобы калорийность продуктов подходила для спортсменов, занимающихся спортом. Так как в УОР видов спорта много и спортсмены отличаются друг от друга: весовой категорией, полом, возрастом необходимо индивидуально подбирать сбалансированные рационы питания с правильным соотношением

основных пищевых веществ и калорийностью для сгонки веса, увеличения мышечной массы и других спортивных целей. Готовить для каждого индивидуально столовая не может, это компенсируется шведским столом, спортсмены выбирают сами, что им нужно для питания в зависимости от специализации. Для спортсменов, которые не знают калорийности и соотношения белков, жиров и углеводов в каждом продукте, сложно оценивать питание. Поэтому они зачастую выбирают еду, которая им больше нравится.

Подводя итоги анкетирования, можно сказать: многим спортсменам нравится питание, и необходимости менять его нет. Количество приемов пищи в УОР составляет 3 раза в день, такое питание можно сбалансировать правильно, но количество еды в приеме может быть больше, чем спортсмен съест. Поэтому спортсмены не доедают и необходимое количество калорий у них отсутствует. В связи с этим спортсмены дополнительно перекусывают. Стандартное количество приемов пищи составляет 6 раз в день, 3 основных и 3 перекуса. У спортсменов питание отличается из-за количества тренировок. Может содержать 2 завтрака. Но работа столовых в основном не имеет такой возможности. Это является минусом таких сборов. Частичное решение изменения количества приемов пищи, возможно, за счет полдника, то есть введение приема пищи между обедом и ужином.

Литература:

1. Артемьева, Н. К. Анализ адекватности фактического питания спортсменов в условиях тренировочных сборов / Н. К. Артемьева, А. В. Истомин, С. П. Лавриченко, А. А. Колесникова, Л. М. Алдарова // Вопросы питания. – 2020. – Т. 89, №. 6. – С. 104-112.
2. Артемьева, Н. К. Анализ, оптимизация и коррекция пищевого статуса велосипедистов-шоссейников / Н. К. Артемьева, А. А. Колесникова // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2012. – № 80. – С. 59-69.
3. Артемьева, Н. К. Культура питания обучающихся спортивных вузов в условиях образовательной деятельности в дистанционном режиме / Н. К. Артемьева, А. А. Колесникова, Д. Н. Микова // Материалы X Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Ресурсы конкурентоспособности спортсменов: теория и практика реализации» (11-12 декабря 2020 года, г. Краснодар). – Краснодар : ФГБОУ ВПО КГУФКСТ, 2020. – С. 179-180.
4. Капустина, А. А. Изменение компонентного состава массы тела и функционального состояния велосипедистов на фоне приема специализированного напитка / А. А. Капустина, А. А. Тарасенко, Н. К. Артемьева, С. Н. Щеглов // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар : КубГАУ, 2012. – № 02(76). С. 158-167. – Режим доступа: [http:// ej.kubagro.ru/ 2012/02/pdf/13.pdf](http://ej.kubagro.ru/2012/02/pdf/13.pdf), 0,625 у.п.л.
5. Колесникова, А. А. Динамика электролитного статуса велосипедистов высокой квалификации на фоне приема регидратационного напитка функционального назначения / А. А. Колесникова, Н. К. Артемьева, А. А. Тарасенко // Физическая культура, спорт – наука и практика. – Краснодар, 2016. – № 4. – С. 73-78.

Аннотация. В данной статье рассмотрены возможности развития футбола в городе Краснодаре и история его ведущих клубов и только набирающих популярность команд. Главные факторы, которые мешают развитию футбола в Краснодаре и как можно их устранить или исправить. Возможность выхода Краснодарского футбола на международный уровень.

Ключевые слова: футбол, Краснодар, ФК Краснодар, ФК Кубань, ФК Урожай, развитие, Россия, футбольный стадион, команда, матч.

В настоящее время по всей России, в том числе и в Краснодаре, проводятся турниры, мини-турниры и соревнования по футболу для людей любого пола, возраста и национальности, а также для инвалидов и людей с ограниченными возможностями. Это делается для поддержания спортивного духа, здоровья и самой главной причиной является развитие футбола в России [4].

История футбола. Игра с мячом была одним из любимых развлечений у многих народностей, в том числе и в России [1]. Еще в Новгородской республике в XII-XV веках играли в «килу» – командную игру с кожаным мячом, набитым перьями. Однако основателями футбола в том виде, в котором он существует сейчас считаются англичане. Идея игры им не принадлежит. Они позаимствовали ее у итальянцев, которые в XIV веке создали игру «кальчо». В ней играло две команды по 27 человек, причем 15 из них были нападающими. Правилами допускались кулачные бои, поэтому нетрудно представить, насколько динамичной и захватывающей была эта игра. Современный футбол начал зарождаться в конце XIX века, так в 1904 году в Париже была создана Международная федерация футбола (ФИФА). Она всё ещё является главным управляющим органом, организующим турниры, в том числе по пляжному футболу и мини-футболу. В России же футбол появился в 1880 году, благодаря иностранным морякам, это игра буквально сразу заразила страну и стала одним из самых популярных видов спорта. Считается, что первый футбольный матч в России состоялся в 1897 году. Матч проходил между командами «Спорт» и «Василеостровское сообщество футболистов». «Сообщество» тогда победило с разгромным счётом 6:0. Это была игра без правил, всё что требовалось от игроков, это забить мяч в сетку, однако именно этот матч дал начало Российскому футболу. Первая футбольная лига была создана в 1901 году, а в 1911 образовался «Всероссийский футбольный союз». После, игра стремительно развивалась. Даже Вторая мировая война не смогла существенно повлиять на становление футбола в СССР и в 1952 году наши футболисты впервые приняли участие в Олимпийских играх в Хельсинки.

Футбольный клуб «Кубань». Этот клуб с очень богатой историей, который был основан в 1928 и назывался так по 2018, сейчас находится на спаде. Были проблемы с деньгами, футболистам не выплачивались зарплаты и поэтому большинство игроков перешли в другие клубы, сам футбольный клуб «Кубань» пришлось переименовать в футбольный клуб «Урожай»[3]. Какие же перспективы есть у этого богатого своей историей клуба? На данный момент владельцами клуба являются Альбина Кривошапова (70%) и Николай Пияйкин (30%). С 2018 года они очень плотно занялись этим клубом, они совершили несколько хороших трансферов для усиления команды, но к сожалению, пока что «Урожай» играет всего лишь в «Первой лиге России». Чего же им не хватает для того чтобы вернуться в Российскую «Премьер лигу»? Клубу нужно время для адаптации, сыгранности игроков и набора опыта. Поскольку у клуба большинство игроков – это молодежь, то мы можем сделать вывод, что через несколько лет футбольный клуб «Урожай» заявит о себе на всю Россию.

Футбольный клуб «Краснодар». У этого клуба нет богатой истории, он был основан 22 февраля 2008 года, однако за своё недолгое существование клуб сумел стать финалистом «Кубка России» (2013/2014) и 3-х кратным бронзовым призёром «чемпионата России» (2014/15, 2018/19, 2019/20) и даже поиграть в «Лиге Европы» где быки два раза вышли в 1/8, но к сожалению, оба раза не смогли пройти дальше (2016/17, 2018,19). Инициатором создания и владельцем клуба является Сергей Николаевич Галицкий, который, не жалея ни денег, не сил помогает клубу. Какие же перспективы у этого клуба? У «Краснодара» имеется в команде большое количество звёзд Российского футбола, такие как: Рамирес, Петров, Сперцян, Ионов и конечно же главные звёзды этого клуба Джон Кордоба и Матвей Сафонов. Так же у команды имеется лучший футбольный стадион в России и миллионы болельщиков по всей России и даже стране [2]. Огромный упор команда делает на свою академию, в которой воспитываются очень перспективные футболисты. Казалось бы, что ещё нужно для победы в «чемпионате России», однако у Краснодара есть огромная проблема, они не могут найти хорошего тренера, за последние 7 лет команда сменила 9 тренеров и никак не может подобрать себе подходящего. Поэтому если «Краснодар» всё же найдёт себе подходящего тренера, который будет показывать высокий уровень с командой, через несколько лет «быки» могут стать одним из сильнейших клубов России на равне с «Зенитом», «ЦСКА», «Спартак» и «Динамо».

Таким образом, на основании вышеизложенного можно сделать вывод, что в Краснодаре имеются как минимум два очень перспективных клуба, которые через несколько лет, устранив свои проблемы, будут показывать очень высокий уровень в России. А если наши команды пустят на мировую арену, то и в Европе они не опозорятся. Ведь в футболе, как и в любом виде спорта, побеждает тот, кто сильнее, выносливее, быстрее. И эти качества нужны не только в спорте.

Литература:

1. Кубань футбольная : Книга // Под ред. И. Ю. Гайдашев. – 2014. – С. 230-244
2. Пирогов, Б. А. Футбол: Хроника, события, факты / Б. А. Пирогов.– М. : Сов. спорт, 1995. – С.124-128
3. Тукманов, А. В. Российский Футбольный Союз и развитие футбола в России / А. В. Тукманов // Физическая культура и спорт в Российской Федерации: (Национальные спортивные федерации) : сб. ст. / Всерос. науч. – исслед. ин-т физ. культуры и спорта. – М., 2001. – С.4-8.
4. Яцык, В. З. Муниципальная политика в сфере физической культуры и спорта в Краснодарском крае / В. З. Яцык, Н. О. Букреева // Актуальные проблемы, современные тенденции развития физической культуры и спорта с учетом реализации национальных проектов. – Москва : Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, 2022. – С. 487-494.

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА КОНЬКОВ В ХОККЕЕ НА ЛЬДУ

Касьянов Г.В.

Научный руководитель старший преподаватель Васильченко О.С.

Аннотация. В данной работе на основе анализа научно-методической литературы рассмотрены различия коньков в хоккее на льду и выявлены наиболее популярные виды коньков, которые используются игроками-хоккеистами.

Ключевые слова: коньки, хоккей на льду, правильность выбора, нападающий, защитник.

В хоккее есть множество различных видов коньков и данный выбор очень важен для достижения определенного успеха [1, 3]. Рассмотрим два вида самых популярных из них:

1. Американская компания «Bauer Hockey».

Данные коньки подразделяются на три линейки:

- VAPOR

Эта линейка коньков имеет самый узкий жёлоб, самый низкий подъём и низкую высоту конька среди линеек Bauer. Чаще всего коньки Bauer Vapor используются для нападающих, так как они имеют небольшой наклон вперед, что обеспечивает быстрый рывок на старте.

- SUPREME

Обеспечивает комфортную посадку, так как имеет средний жёлоб, средний подъём и высоту конька. Bauer Supreme, является самым универсальным вариантом коньков из линейки Bauer. Они подойдут для всех игроков.

- NEXUS

Данная линейка является главным фаворитом среди игроков, которым прежде всего важна защита. Bauer Nexus имеет очень хорошую защиту, а также подходит для игроков с большой плотностью ноги.

Многие из линеек Bauer могут подчеркнуть и усовершенствовать ваш стиль игры, независимо от вашего амплуа. Они подойдут игрокам, которым нравится комфорт и лучшая защита [4,5].

2. Канадская компания «Canada Cycle & Motor Co. Ltd» (CCM).

Как и в компании «Bauer Hockey», CCM делится на три линейки коньков, но уже с некоторыми отличиями:

- TACKS

Представляет собой коньки со средней шириной жёлоба. В этой линейке обладает наиболее анатомический ботинок, а также анатомическая форма пятки, что позволяет наилучший комфорт. Лучше всего они подходят для защитников.

- JETSPED

Эти коньки немного отличается от линейки Tacks. Ширина жёлоба здесь ниже средней, а ботинок зауженный. Они подходят как нападающим, так и защитникам. В других параметрах они схоже с предыдущей линейкой.

- RIBCOR

Являются самыми подходящими для нападающих, которые используют коньки CCM. Из-за узкой ширины жёлоба, а также адаптивного ботинка и симметричной формы пятки, RIBCOR обеспечивает лучшую скорость и отличный рывок [2,6].

Компания CCM использовала новейшие материалы и технологии, наделив их ботинком из высококлассного композитного материала, которые подойдут игрокам, играющим в нападении.

Из вышеперечисленных видов коньков, можно выявить их различия. Коньками с лучшим комфортом, а также с высокой защитой, являются коньки Bauer, а наиболее легкими и лучшими по скорости, являются коньки CCM.

Таким образом, мы проанализировали два самых популярных вида коньков и сделали вывод, что для игроков, играющих в защите, лучше всего подходят коньки Bauer, а для нападающих подойдёт линейка CCM.

Литература:

1. Бабич, Д. Д. Сравнительная характеристика техники катания на коньках в зависимости от амплуа хоккеиста / Д. Д. Бабич // Тезисы докладов XLVI научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа : Материалы конференции, Краснодар, 01 февраля – 31 2019 года. – Краснодар : КГУФКСТ, 2019. – С. 26.
2. Волнышев, В. А. Конструктивные особенности коньков полевых игроков и вратарей в хоккее с шайбой / В. А. Волнышев // Тезисы докладов XLVII научной конференции студентов и молодых ученых вузов ЮФО : Материалы конференции, Краснодар, 01 февраля – 31 2020 года / Редколлегия: И.Н. Калинина [и др.]. – Краснодар: КГУФКСТ, 2020. – С. 189-190.
3. Горбиков, И. И. Методика подбора коньков для фигуристов на этапе начальной подготовки / И. И. Горбиков, Д. С. Кривошея // Среднее профессиональное и высшее образование в сфере физической культуры и спорта: современное состояние и перспективы развития : СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ, Челябинск, 31 марта 2022 года. – Челябинск : Уральская Академия, 2022. – С. 179-181.
4. Кривошея, Д. С. Подбор коньков для фигуристов на этапе начальной подготовки / Д. С. Кривошея // Тезисы докладов XLIX научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа, Краснодар, 01 февраля – 31 2022 года. – Краснодар: ФГБОУ ВО «КГУФКСТ», 2022. – С. 258-259
5. Мазалов, Е. Д. Современная экипировка и инвентарь хоккеиста / Е. Д. Мазалов // Тезисы докладов XLVIII научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа : материалы конференции, Краснодар, 01 февраля – 31 2021 года. – Краснодар : ФГБОУ ВО «КГУФКСТ», 2021. – С. 250.
6. Яцык, В. З. Особенности скоростно-силовой подготовки хоккеистов 11-12 лет с учетом амплуа игрока / В. З. Яцык, Д. Д. Мартыненко // Актуальные проблемы, современные тенденции развития физической культуры и спорта с учетом реализации национальных проектов : Материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Москва, 22-23 апреля 2021 года. – Москва : ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2021. – С. 903-909.

СПОРТИВНАЯ ОДЕЖДА ФИГУРИСТОВ ДЛЯ ТРЕНИРОВОЧНОГО ПРОЦЕССА НА ЛЬДУ

Киркач А.А.

Научный руководитель доцент Яцык В.З.

Аннотация. В данной статье представлены значение и рекомендация правильного подбора одежды для спортсменов, которые занимаются фигурным катанием на льду. Рассматривается комплектация спортивного костюма, аксессуары, популярные бренды коньков для фигурного катания.

Ключевые слова: фигурное катание, спортивный костюм, спортсмен, фигурист, одежда.

Фигурное катание – это зимний вид спорта, сутью которого является перемещение спортсмена, пары или команды по ледовой арене с выполнением различных элементов под музыкальное сопровождение.

Основная цель, которую перед собой ставит фигурист на тренировке – это качественное исполнение программы или элемента из неё, но, чтобы тренировочный процесс проходил более эффективно, нужно помнить про подбор подходящей одежды [2, 3, 6].

Спортивный костюм фигуриста состоит из:

1. Верхняя часть спортивного костюма

Чаще всего спортсмены отдают своё предпочтение термобелью, поверх которого надевают флисовые кофты. Такие кофты удобны тем, что в процессе тренировки их легко снять, если это понадобится спортсмену.

2. Нижняя часть спортивного костюма

При занятиях данным видом спорта важно защититься от возможных травм и низкой температуры на ледовой арене. Для этого подойдут специальные юбки и шорты с поролоновой вставкой, которые смягчают падение и предотвращают получение серьезных травм. Под юбку фигуристы надевают термобельё, которое позволяет сохранять нормальную температуру тела.

3. Аксессуары

К аксессуарам спортивного костюма относятся перчатки и повязка. Их главной задачей является утеплить те места тела, которые замерзают в первую очередь (пальцы рук, уши). При выборе перчаток и повязки рекомендуется отдать предпочтение тем, у которых наименьшее количество дополнительных деталей (стразы, пайетки и др.), так как они могут спровоцировать травмы спортсменов.

Популярные бренды коньков для фигурного катания [1, 4, 5]:

1. GRAF. В России данный бренд из Швейцарии пользуется большой популярностью, выпуская как любительские, так и профессиональные коньки для детей и взрослых. Практически весь процесс изготовления состоит из ручного труда. Коньки данной фирмы изготавливаются из натуральной и синтетической кожи, а их жесткость изменяется в пределах 35-70 единиц. Положительной чертой этих коньков является водоотталкивающая внутренняя поверхность, благодаря чему нога в них не мерзнет и не потеет.

2. Edea. Итальянский бренд, который специализируется на изготовлении ботинок и лезвий для детей и взрослых. Также данная фирма выпускает множество аксессуаров для коньков: крючки, лезвия, шнурки. Отличительной чертой бренда является оригинальное оформление коньковых ботинок и разработка новых моделей с учетом пожеланий профессиональных фигуристов. С помощью удобной формы, легкости ботинка, надежности и крепости коньки фирмы Edea являются самыми популярными. Многие спортсмены отдают свое предпочтение именно этому производителю.

3. Risport. Именно эта итальянская фирма является самой распространенной в нашей стране и по всему миру. Коньки данного производителя выделяются тем, что изготавливаются

по новым технологиям с использованием качественных материалов. Особенности коньков Risport: шнуровка с пятью опорными зонами, плотная конструкция ботинок, учет анатомических различий ступней мужчин и женщин.

4. Wifa. Австрийская фирма создает качественные ботинки и лезвия с 1920 года. При производстве коньков персонал предприятия разрабатывает новые методы создания коньков, рассматривают все особенности дисциплины, советуются с профессиональными фигуристами. Все ботинки создаются вручную из натуральной кожи. Благодаря тому, что бренд консультируется с медиками, были созданы специальные вставки, которые защищают те места спортсменов, которые чаще всего травмируются.

Литература:

1. Основная экипировка для спортсменов фигуристов. Режим доступа: [<https://blog.decathlon.ru/sovety/figurnoe-katanie-osnovnaya-ekipirovka-dlya-trenirovki.html>]

2. Тузова, Е. Н. Обучение базовым элементам фигурного катания : учебно-методическое пособие : [12+] / Е. Н. Тузова ; Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург. – Москва : Спорт : Человек, 2015. – 96 с.

3. Актуальные проблемы адаптивной физической культуры: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. 18-19 февраля 2021 г., г. Омск / ред. кол. : Е. С. Стоцкая, И. Г. Таламова, Н. М. Курч, А. В. Потешкин [и др.]. – Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2021. – 245 с.

4. Успенский, Ю. Л. Русско-английский словарь по зимним видам спорта : [16+] / Ю. Л. Успенский, Т. В. Молярова. – Москва : Библио-Глобус, 2014. – 160 с.

5. Старченко, К. М. Пермский мультипрофильный концертно-спортивный комплекс : [16+] / К. М. Старченко ; Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, Институт магистратуры, Кафедра архитектурных конструкций. – Белгород : [б.и.], 2022. – 122 с.

6. Проблемы совершенствования физической культуры, спорта и олимпизма: материалы Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, магистрантов, соискателей и студентов (17-18 декабря 2020 г., г. Омск) : в 2 частях / под общ. ред. Н. В. Колмогоровой ; Сибирский государственный университет физической культуры и спорта. – Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2021. – Часть 1. – 292 с.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЛОВКОСТИ СПОРТСМЕНОВ-ТУРИСТОВ В ГРУППЕ ДИСЦИПЛИН «ДИСТАНЦИЯ-ПЕШЕХОДНАЯ»

Коваленко А.М.

Научный руководитель преподаватель Подгорная А.С.

Аннотация. Рассматриваются ключевые моменты развития ловкости спортсменов-туристов в группе дисциплин «дистанция-пешеходная». Говорится о том, как важна ловкость в подготовке спортсмена туриста для дальнейшего роста уровня спортивных результатов.

Ключевые слова. Ловкость, спортивные результаты, спортивная подготовка, физическая подготовка, спортивный туризм.

Ловкость определяется, во-первых, как способность приобретать новые движения, во-вторых, как способность в момент перестраивать двигательную деятельность согласно с условиями изменяющихся обстановок [1]. К ловкости относятся умение концентрировать и распределять внимание, быстро ориентироваться в пространстве, мгновенно мыслить и выполнять сложно координированные действия. Выделяют критерии ловкости – время, координационная сложность задания и точность его выполнения. Во время выполнения упражнений рекомендуется включить в них новые элементы, создавать неожиданные ситуации для спортсмена, которые требуют быстрой реакции.

Для спортивного туризма в группе дисциплин «дистанция-пешеходная» характерна быстрая смена условий деятельности и значительное изменение действий [2]. Например, бег по пересеченной местности с переменной интенсивностью, прохождение этапов с использованием личного снаряжения, «взятие» контрольного пункта с помощью точного азимута, это всё требует проявления ловкости, точности, равновесия и других двигательных координаций. Так как обстановка на дистанции быстро изменяется, то спортсмену необходима ловкость для того, чтобы реакция была целесообразна и связана [3].

В спортивном туризме в группе дисциплин «дистанция-пешеходная» ловкость играет большую роль в развитии и совершенствовании спортивной техники спортсмена. К тому же ловкость необходима для того, чтобы спортсмен мог мгновенно восстанавливать нарушенное равновесие (при столкновении, поскользнувшись, при прохождении этапа «параллельные перила»). В спортивном туризме ловкость делят на общую (проявляется в различных сферах спортивной деятельности) и специальную (умение освоить и применить спортивную технику) [4].

Ловкость в спортивном туризме в группе дисциплин «дистанция-пешеходная» развивается во время выполнения упражнений, где от спортсмена требуется техничное и точное выполнение действий, а также необходимо уметь управлять своим телом и подстраиваться под изменяющиеся условия на дистанции. Если, например, на дистанции перед прохождением препятствия турист неожиданно увидит за ним ров с водой, то потребуются незаурядная ловкость, чтобы на столь внезапно изменившуюся обстановку ответить наиболее правильными и эффективными движениями. В тренировочном процессе спортивного туризма ловкость развивают благодаря работе со специальным снаряжением и веревками, это делает процесс особенным [5]. В развитии ловкости применяются упражнения, которые состоят из выполнения необычных заданий (организация спуска с закрытыми глазами) и упражнений с несколькими задачами, они выполняются в строгой последовательности и с максимальной быстротой (перестежка карабинов на этапе «траверс» с последующим переходом на этап «бревно»).

Подводя итог, можно сказать, что развитие ловкости складывается из воспитания способности постигать новые двигательные действия и изменять двигательную деятельность в соответствии с быстро меняющихся обстановок на туристской дистанции. В спортивном туризме для благополучного прохождения этапа и всей дистанции в принципе, нужно быть

ловким в движениях, быть способным быстро и верно решать двигательные задачи. Чем тяжелее двигательное действие, тем безупречнее должна быть ловкость.

Литература:

1. Долгополов, Л. П. Подготовка спортсменов-туристов высокой квалификации в группе дисциплин «Дистанция пешеходная» / Л. П. Долгополов, В. З. Яцык, А. А. Капустин, А. С. Подгорная // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2018. – № 1. – С. 35-36.
2. Долгополов, Л. П. Особенности подготовки спортсменов-туристов в группе дисциплин «Дистанция пешеходная» / Л. П. Долгополов, А. С. Подгорная // В книге : Тезисы докладов XLIV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа : Материалы конференции ; Редколлегия : Г. Д. Алексанянц, А. И. Погребной, Л. И. Просоедова. – 2017. – С. 317-318.
3. Филин, В. П. Воспитание физических качеств у юных спортсменов. – М. : Владос, 2004. – 321 с.
4. Долгополов, Л. П. Развитие скоростно-силовой выносливости в группе дисциплин «Дистанция-пешеходная» / Л. П. Долгополов, А. С. Чеснокова // В книге : Тезисы докладов XXXXI научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного Федерального округа : Материалы конференции. – 2014. – С. 164-166.
5. Долгополов, Л. П. Тактика спортивного туризма / Л. П. Долгополов, Г. Г. Мартиросян, В. Г. Минченко // Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2007. – № 1-4. – С. 12-13.

Аннотация. В данной работе на основе анализа литературных источников рассматриваются элементы технической подготовки фигуристов 6-7 лет. Представлен перечень основных элементов технической подготовки, изучаемых юными фигуристами на этапе начальной подготовки.

Ключевые слова: фигурист, элементы, подготовка, обучение, техника.

Фигурное катание – сложно-координационный вид спорта, богатый разнообразными техническими элементами, выполняющимися на льду. Прочный фундамент спортивного мастерства фигуристов может быть заложен только после этапа начального обучения, так как он направлен на совершенное овладение коньком и базовых технических элементов [1, 3, 7].

Техническая подготовка – процесс обучения спортсменов технике двигательных действий, соответствующих определенной спортивной дисциплине. Техническая подготовка является ведущей в обучении и овладении базовых элементов фигурного катания [4, 5].

Элементы технической подготовки на начальном этапе обучения фигуристов [2, 6]:

1. Подводящие упражнения (саночки, фонарик, елочка, змейка, самокат, козлик) – набор элементов, направленный на развитие и закрепление умений;
2. Элементы скольжения (перебежки, перетяжки, дуги) – выполняются с помощью поочередного отталкивания ног ото льда с одновременным переносом веса с одной стороны тела на другую;
3. Вращения (циркуль, цапелька, винт, волчок, либела) – повороты на месте вокруг своей оси;
4. Торможения. Осваиваются 2 вида торможений: остановка с упором на пятку ведущей ноги, техника «плуг» – пятки разводятся в стороны, стопы и колени сводятся вместе, торможение происходит обеими ногами одновременно;
5. Простые шаги (тройки, скобы, петли, крюки, выкрюки). Все шаги подразделяются на 3 блока: без смены ноги, направления и ребра, со сменой ноги, со сменой и ноги, и направления, и ребра;
6. Статические позы (ласточка, бильман, флажок) – при их выполнении главное держать спину ровно и неподвижно. При отталкивании зафиксировать красивую позу и двигаться дальше;
7. Одинарные прыжки – наиболее сложные элементы катания. Под ними понимается отрыв от ледовой поверхности и вращение в воздухе в 1, 2, 3 и более оборота. Выделяют реберные (аксель, риттбергер, сальхов) и зубцовые (тулуп, флип, лутц) прыжки. Первые исполняются толчком ребром опорной конечности. Во втором случае толчок осуществляется зубцом конька свободной ноги.

Вышеперечисленные технические элементы включаются в этап начальной подготовки. После их совершенного освоения фигуристы переходят к разучиванию более сложных фигур на последующих этапах спортивной подготовки.

Литература:

1. Фигурное катание на коньках: примерная программа для системы дополнительного образования детей: детско-юношеских спортивных школ, специализированных детско-юношеских школ олимпийского резерва. – М. : Советский спорт, 2006. – 13 с.
2. Ашаркин, В. А. Основы начального обучения фигурному катанию на коньках : учебно-методическое пособие / В. А. Ашаркин. – СПб., 2010. – 40 с.
3. Гладкова, А.В. Возрастные особенности чемпионов в современном фигурном катании / А. В. Гладкова, В. З. Яцык / Тезисы докладов XLVI научной конференции

студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа (февраль-март 2019 г., г. Краснодар) : материалы конференции. – Краснодар : КГУФКСТ, 2019. – Часть 2. – С.34.

4.Каверза, А. В. Развитие вестибулярной устойчивости и координационных способностей в процессе начального обучения фигуристов / А. В. Каверза, И. И. Горбиков, А. О. Фугаев // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов южного федерального округа. – Краснодар : КГУФКСТ, 2018. – С. 17-18.

5. Казанцева, В. Е. Особенности начального обучения фигурному катанию на коньках детей в возрасте 4-х лет / В. Е. Казанцева, И. И. Горбиков // Тезисы докладов XLVII научной конференции студентов и молодых ученых вузов ЮФО. – Краснодар : КГУФКСТ, 2020. – 199 с.

6.Максимов, П. О. Развитие вестибулярной устойчивости и равновесия у спортсменов-фигуристов начального этапа подготовки / П. О. Максимов, И. И. Горбиков // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов южного федерального округа. – Краснодар : КГУФКСТ, 2018. – С. 34-35

7. Яцык, В. З. Методика формирования психологической готовности к соревнованиям квалифицированных фигуристов на тренировочном этапе / В. З. Яцык, В. Б. Парамзин, О. С. Васильченко, А. А. Значков // Актуальные вопросы физической культуры и спорта. Краснодар : КГУФКСТ, 2019. – С. 114-118.

Аннотация. В данной работе рассматриваются проблемы и перспективы фигурного катания в Казахстане. Дан анализ состояния фигурного катания в советские годы, в независимом Казахстане, а также перспективы его развития на ближайшие годы.

Ключевые слова: фигурное катание в Казахстане, проблемы, перспективы.

Фигурное катание – технически сложный, но в тоже время очень красивый вид спорта. Это спорт, для которого нужно много терпения для достижения результатов, как если бы искусство требовало не только таланта, но и неустанного труда. Данный вид спорта популярен как в Казахстане, так и во всем мире [1].

В Казахстане фигурное катание началось развиваться только в 1950-х годах в Алматы. А с 1956 года оно стало культивироваться и в Караганде, Темиртау, Актюбинске, Усть-Каменогорске и в других городах республики. В советские годы наши спортсмены ни разу не становились призерами взрослых чемпионатов Союза. Затем в 1990-х годах молодое государство столкнулось с рядом социально-экономических проблем, которые негативно повлияли на состояния этого вида спорта. Также в этот период большинство специалистов фигурного катания уже были в возрасте, кто-то уехал, а нового пополнения не было. Поэтому ледовые дворцы вышли из строя и перестали работать [4].

В независимом Казахстане фигурное катание набирает обороты в основном после победы Дениса Тена на зимней Азиаде 2011 года. Так как Денис первый казахстанский фигурист, который смог выиграть медали Чемпионатов Мира и Олимпийских Игр, у людей появился большой интерес к этому виду спорта. Поэтому людей, желающих заниматься фигурным катанием в Казахстане растет с каждым днем. На данный момент во всех регионах открывают новые дворцы, их около 127 по всей стране. Но из-за нехватки тренерского штаба, этот вид спорта не может развиваться в полной мере. Так как число желающих растет, а квалифицированных специалистов не прибавляется, фигурное катание в Казахстане сильно отстает в развитии по сравнению со многими странами. Недостаточное финансирование спортсменам выездов на республиканские, областные и международные соревнования, мастер-классы, приобретения снаряжения и инвентаря для тренировочного процесса, также играет роль в неблагоприятном развитии этого вида спорта в стране. В основном родители спортсменов сами оплачивают выезды на многие соревнования, многочисленные мастер-классы и семинары, дорогостоящий инвентарь и многое другое [2].

Перспективы у фигурного катания в Казахстане есть, так как все большее количество людей хотят заниматься данным видом спорта. Многие люди, в том числе и сами фигуристы, получают должное образование в тренерско-преподавательской сфере. Если государство будет поддерживать этот вид спорта и найдет квалифицированных специалистов для подготовки спортсменов высокой спортивной квалификации, будет возможность выхода большего количества спортсменов на международную арену, и возможно даже победу в каких-либо соревнованиях [3].

Литература:

1. Васильченко, О. С. Фигурное катание на зимних Олимпийских играх-2018 / О. С. Васильченко, В. З. Яцык, А. В. Гладкова // Материалы научной и научно-методической конференции ППС КГУФКСТ. – 2018. – № 1. – С. 28-29.
2. Қазақстанда мәнерлеп сырғанау спорты қалай дамып жатыр: 2022 жылғы 25 қаңтар, (inform.kz)
3. О фигурном катании в Казахстане – статья – Просто и ясно – ЖЖ (livejournal.com)
4. Пять главных лиц казахстанского фигурного катания | Steppe (the-steppe.com)

СИЛОВАЯ ВЫНОСЛИВОСТЬ ЛЫЖНИКА-ГОНЩИКА

Митин И.Д.

Научный руководитель старший преподаватель Васильченко О.С.

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические аспекты выносливости. Обозначается роль тренировки в формировании силовой выносливости лыжника-гонщика. Описывается специальная подготовка лыжника-гонщика, направленная на развитие специальной выносливости.

Ключевые слова: силовая выносливость, лыжник-гонщик, тренировочный процесс, подготовка, развитие.

Лыжные гонки относятся к циклическим видам спорта и поэтому основное внимание делается на развитие выносливости. Выносливость является фактором, определяющим уровень работоспособности лыжника-гонщика. Силовая выносливость – необходимое качество для спортсменов, занимающихся лыжными гонками [3, 5].

Выносливость представляет собой способность, которая позволяет человеку длительно выполнять двигательную активность без ухудшения уровня ее эффективности.

Если говорить о силе мышцы, то она представляет собой функцию площади поперечного сечения мышцы, процесс увеличения которой происходит параллельно с повышением силы той или иной мышцы. Рабочая гипертрофия – это увеличение этой площади после тренировки. Мышечные волокна, в свою очередь, являются высокоспециализированными дифференцированными клетками, на новые волокна не делятся. Эта гипертрофия происходит за счёт утолщения мышечных волокон. При их сильном утолщении возможно продольное механическое деление этих мышц. В ходе тренировок происходит увеличение количества продольно поделённых волокон [1].

Тренировка, в ходе которой развивают силовую выносливость и улучшают ее, может предполагать последовательность серий некоторого упражнения, а также «круговую тренировку», в которой каждый из ее кругов предполагает последовательную серию упражнений. Тренировка может проходить в несколько кругов, где каждое упражнение по своим параметрам строго регламентировано. На количество упражнений влияет подготовленность спортсменов, а также цели тренировочного занятия. Эффективнее всего ее проводить при базовой подготовке или при использовании упражнений на общее развитие [2, 4].

Следует сказать о необходимости хорошей приспособленности юных лыжников к длительным тренировкам при достаточно серьёзном кислородном голодании. Также нужно, чтобы тренировки улучшали способность организма к энергообеспечению в том числе за счёт анаэробных реакций, не только лишь аэробных процессов.

В ходе подготовки важно создать основу как общей, так и специальной подготовки, сформировать базис, позволяющий спортсмену в течение основного периода достигать высокого уровня результатов. Подготовительный период, как правило, делится на несколько этапов, что позволяет правильно планировать процесс тренировки, а также выполнять поставленные задачи.

Характер дозировки средств и метод их использования – важный момент, который касается тренировки спортсмена. Для эффективного воздействия на процесс развития качеств, являющихся важными для лыжника, применяются разные методы тренировки.

Таким образом можно сделать вывод что силовая выносливость – это способность мышц противостоять утомлению при работе с высокой интенсивностью, она является важным критерием для эффективной соревновательной деятельности [6]. Тренеру важно уделять особое внимание на развитие этой выносливости чтобы спортсмены могли долго выдерживать интенсивную работу.

Литература:

1. Благодаров, Д. В. Особенности восстановления и повышения работоспособности в тренировочном процессе лыжников-гонщиков / Д. В. Благодаров, И. И. Горбиков // Среднее профессиональное и высшее образование в сфере физической культуры и спорта: современное состояние и перспективы развития – Челябинск: Уральская Академия, 2021. – С. 195-197.
2. Горбиков, И. И. Особенности подготовительного периода у квалифицированных лыжников-гонщиков / И. И. Горбиков, В. Н. Степанова, Н. О. Букреева // Среднее профессиональное и высшее образование в сфере физической культуры и спорта: современное состояние и перспективы развития : СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ, Челябинск, 31 марта 2022 года. – Челябинск : Уральская Академия, 2022. – С. 184-186.
3. Особенности развития специальной выносливости у лыжников в базовом мезоцикле бесснежного периода на этапе углубленной специализации / И. И. Горбиков, В. А. Сучков, В. З. Яцык [и др.] // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2022. – № 4(206). – С. 87-91. – DOI 10.34835/issn.2308-1961.2022.4.p87-91.
4. Контроль физической готовности спортсмена на различных этапах спортивной подготовки / И. Ю. Пугачев, В. Б. Парамзин, О. С. Васильченко, С. В. Разновская // Актуальные вопросы научно-методического обеспечения системы подготовки спортивного резерва в Российской Федерации– Казань : ФГБОУ ВО «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма», 2020. – С. 220-224.
5. Яцык, В. З. Особенности силовой подготовки лыжников-гонщиков массовых разрядов на предсоревновательном этапе подготовки / В. З. Яцык, Н. О. Букреева // Среднее профессиональное и высшее образование в сфере физической культуры и спорта: современное состояние и перспективы развития. – Челябинск : Уральская Академия, 2022. – С. 162-166.
6. Яцык, В. З. Силовая тренировка лыжника-гонщика высокой квалификации с учетом соревновательной специфики / В. З. Яцык, О. С. Васильченко, Т. А. Карганова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2018. – № 1. –С.101-102.

СОДЕРЖАНИЕ И ПОСТРОЕНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА ПО ЛЫЖНОЙ ПОДГОТОВКЕ В ВЫСШИХ И СРЕДНИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ

Нагибин Г.Ю., Нагибина Ю.М.

Научный руководитель старший преподаватель Васильченко О.С.

Аннотация. В данной работе представлено содержание и построение учебного материала по лыжной подготовке в высших и средних профессиональных учебных заведениях. Рассмотрена методика преподавания дисциплины по лыжной подготовке в ССУЗах и ВУЗах.

Ключевые слова: обучение, лыжная подготовка, высшие учебные заведения, средние профессиональные учебные заведения, техника.

Основной формой физического воспитания в высших и средних профессиональных учебных заведениях являются учебные занятия. Лыжная подготовка включена в учебный план ВУЗов и ССУЗов, качественную реализацию и контроль над освоением дисциплины осуществляют преподаватели кафедр спортивных дисциплин [6].

Все учебные занятия включают в себя лекционные и практические (семинарские) занятия. На лекциях, основываясь на современные и актуальные научные открытия, студентам представляются наиболее важные вопросы теории и методики лыжного спорта, общие основы техники передвижения на лыжах различными способами, сообщаются основные сведения по методике обучения и спортивной тренировке, тактике лыжного спорта, организации и проведению соревнований [3]. На лекциях так же могут подниматься на обсуждение проблемные вопросы современного состояния и дальнейших перспектив развития лыжного спорта в России и мире, а также методики преподавания дисциплины в учебных заведениях.

Практические занятия включают в себя овладение техникой передвижения на лыжах и выполнение прикладных упражнений. В ходе практических занятий студенты, помимо освоения техники передвижения на лыжах, осваивают и навыки методики обучения этой технике [1, 2]. На семинарских занятиях студенты углубляют и закрепляют знания, полученные на лекциях и практических занятиях; здесь же осуществляется и текущая проверка этих знаний.

В самостоятельной работе студентов высших и средних профессиональных учебных заведений предусматривается освоение знаний по основной и дополнительной литературе, анализ и обобщение материала лекций, составление методической документации (планов, конспектов уроков, планированию тренировочного процесса и др.).

Современные подходы к обучению технике лыжных ходов предполагает проведение занятий комплексно, т.е. параллельно с техникой лыжных ходов рекомендуется обучать технике спусков, торможений, поворотов и готовиться к прохождению дистанций на время [4, 5]. Количество занятий в учебном плане напрямую зависит от климато-географических факторов, а так же наличие необходимо инвентаря и оборудованной базы для проведения занятий.

Основной целью учебной дисциплины «Лыжная подготовка» является формирование профессиональных умений и навыков, необходимых будущим педагогам по физической культуре, тренерам для успешного решения основных задач физического воспитания в различных образовательных учреждениях, а также в спортивных организациях.

Литература:

1. Жданова, А. А. Методы оценки базовых элементов техники лыжных ходов / А. А. Жданова // Тезисы докладов XLIX научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа, Краснодар, 01 февраля – 31 2022 года. – Краснодар: ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И ТУРИЗМА», 2022. – С. 240-242.

2. Парамзин, В. Б. Характеристика основных средств, используемых на учебно-тренировочных занятиях по лыжероллерной подготовке на этапе начального обучения / В. Б. Парамзин, В. З. Яцык, И. И. Горбиков // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2017. – № 1. – С. 249.

3. Подгорная, А. С. Признаки заинтересованности студентов в обучении / А. С. Подгорная // Тезисы докладов XLVI научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа : Материалы конференции, Краснодар, 01 февраля – 31 2019 года. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2019. – С. 53.

4. Формирование навыков передвижения на лыжероллерах у студентов по дисциплине «лыжная подготовка» / О. С. Васильченко, В. З. Яцык, В. Б. Парамзин, И. И. Горбиков // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2018. – № 1. – С. 26-27.

5. Яцык, В. З. Построение подготовительной части учебно-тренировочного занятия по лыжероллерной подготовке на этапе начального обучения / В. З. Яцык, В. Б. Парамзин, И. И. Горбиков // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2017. – № 1. – С. 284.

6. Яцык, В. З. Особенности первоначального обучения студентов передвижению на лыжероллерах / В. З. Яцык, В. Б. Парамзин, И. И. Горбиков // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2016. – № 1. – С. 262-264.

**МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ БЫСТРОТЫ У СПОРТСМЕНОВ-ТУРИСТОВ В ГРУППЕ
ДИСЦИПЛИН «ДИСТАНЦИЯ-ПЕШЕХОДНАЯ»**

Науман В.А.

Научный руководитель преподаватель Подгорная А.С.

Аннотация. В работе рассматривается физическое качество «быстрота», особенности её развития и применения на разных этапах подготовки спортсменов-туристов. Способы её совершенствования посредством применения комбинации различных средств и методов спортивной тренировки.

Ключевые слова: Физические качества, быстрота, метод, спортивный туризм, развитие.

Соревнования по дисциплине спортивного туризма «дистанция-пешеходная» заключаются в преодолении естественных препятствий в лесной зоне либо искусственно воссозданных этапов в условиях спортивного зала. Так как дисциплина является не циклической, а комбинированной, то спортсмену необходимо вначале овладеть, а затем усовершенствовать свои скоростные способности [4].

Быстрота – это физическое качество человека, проявляющееся в способностях организма совершить двигательный акт в максимально короткий промежуток времени.

На начальном этапе подготовки для туриста приоритетным является развитие общей быстроты. Так как спортсмены еще не овладели на достаточном уровне техническими навыками, то скорость на перебегах между этапами помогает увеличить шанс на победу в соревнованиях. Тренерам, занимающимся подготовкой спортсменов низкой квалификации, рекомендуется использовать в тренировочных занятиях повторный и игровой метод. Такой подход рационализирует нагрузку и дает значительный прирост показателей общей быстроты [2].

Начиная с получения спортсменом второго взрослого разряда, на первый план физической подготовки выходит специальная быстрота [3]. Она включает в себя латентное время двигательной реакции, скорость одиночного двигательного акта, максимальную частоту двигательных действий за отведенный промежуток времени, а также время простой и сложной двигательных реакций. Также наравне с быстротой возрастает важность совершенствования такого физического качества как «сила»[5]. В зависимости от поставленных тренером задач в программу специальной физической подготовки следует включать сопряженный метод и метод круговой тренировки. Такой подход предполагает возможность совершенствования сразу нескольких физических качеств в рамках одного тренировочного занятия, соблюдая при этом процентный баланс совершенствования необходимых качеств спортсмена.

Еще одним необходимым методом является соревновательный [1]. Во время борьбы за первенство у тренирующихся активизируются резервы организма, поднимается эмоциональный фон, что позволяет отследить пиковые спортивные возможности занимающихся.

При правильном совершенствовании быстроты важно рационально использовать средства: правильно подобранные физические упражнения, способствующие повышению совершенствованию уровня овладения скоростными навыками.

К главным средствам совершенствования быстроты относятся такие физические упражнения, которые требуют отработки быстрых двигательных реакций, высокой скорости и интенсивности выполнения активных двигательных действий. Такие средства могут быть самыми разнообразными. Применяться могут стандартные упражнения из таких видов спорта, как лёгкая атлетика, различные виды единоборств, а также практически все виды спортивных игр.

При проведении тренировок на улучшение скоростных способностей можно применять одиночные упражнения, упражнения с партнёром, а также групповые упражнения.

Для развития быстроты необходимо выполнять упражнения с предельной, либо около предельной скоростью. Такие упражнения можно разделить на три большие группы:

1. Упражнения, направленные на отдельные компоненты скоростных способностей
2. Упражнения комплексного воздействия на главные компоненты скоростных способностей.
3. Упражнения сопряженного воздействия

Литература:

1. Контроль спортивной подготовленности спортсменов-туристов высокой квалификации / А. К. Ачмиз, Л. П. Долгополов, А. Я. Ханжиева. – Новые технологии. – 2006. – № 2. – С. 8-10.
2. Специфические особенности соревновательной деятельности в группе дисциплин «дистанция пешеходная» в закрытых помещениях / Е. С. Горелова, Л. П. Долгополов, А. С. Подгорная // в книге: Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов южного федерального округа. – 2018. – 14 с.
3. Физические качества спортсмена. Основы теории и методики воспитания / В. М. Зачнорский. – М., 2009. – 200 с.
4. Развитие скоростно-силовых навыков спортсменов-туристов в зальных помещениях / П. П. Нижеборская, Л. П. Долгополов // в книге : тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов южного федерального округа. – 2018. – 38 с.
5. Структура и объемы спортивной подготовки спортсменов-туристов в группе дисциплин «дистанция» / Л. П. Долгополов. – Курорты. Сервис. Туризм. – 2014. – № 2 (23). – С. 136-139.

БАЗОВАЯ ПОДГОТОВКА СПОРТСМЕНОВ-ФРИСТАЙЛИСТОВ В ДИСЦИПЛИНЕ «BIG AIR»

Некрасов Д.М.

Научный руководитель доцент, к.п.н. Горбиков И.И.

Аннотация. Фристайл относится к сложнокоординационным видам спорта. Основой успешного выполнения соревновательного технического элемента (трюка) является специальная техническая подготовка. В связи с ранней специализацией, сокращением сроков обучения и усложнением спортивной техники к спортсменам предъявляются высокие требования в плане быстрого и эффективного освоения основ технических элементов. Это обуславливает необходимость поиска оптимальных путей, с помощью которых можно качественнее и быстрее освоить базовые технические элементы.

В работе рассмотрены значение базовой подготовки фристайлистов в дисциплине «BigAir», как основы для успешного соревновательного процесса, а также даны конкретные рекомендации по обучению выполнения технических элементов (трюков).

Ключевые слова: фристайл, базовая подготовка, биг эйр, тренировочный процесс, спортивный результат, технический элемент.

Введение. Среди зимних экстремальных видов спорта фристайл занимает одну из лидирующих позиций во многих регионах России. Особенно укрепилась эта позиция, после включения фристайла в олимпийские виды спорта. Заметно повысилась поддержка этого вида спорта со стороны государства. Развивается материальная база, открываются специализированные школы, вовлекается большее количество молодых спортсменов. Пройден этап, когда фристайл в России был развлечением зрелых горнолыжников. Каждый год увеличивается количество детей, занимающихся фристайлом на профессиональной основе. Снижается возраст начала спортивной карьеры [2].

На фоне роста популярности фристайла, несомненно, повышается конкуренция среди занимающихся этим видом спорта. Для того, чтобы показывать высокие спортивные результаты, выигрывать в соревнованиях необходимы регулярные тренировки по грамотно, рационально построенному плану с использованием новейших разработок и подходов, а тренировочном процессе. Актуален постоянный поиск новых методик, совершенствование классических подходов в подготовке фристайлистов. В частности, на начальном этапе подготовки ключевым является базовая подготовка, как фундамент для дальнейшего роста и развития во фристайле. Общая и специальная физическая подготовка должны иметь правильное соотношение. Удельный вес специальных упражнений должен возрастать постепенно и всегда сопровождаться общей физической подготовкой. Изучение базовых технических элементов должно быть основательным, переходить к усложнению трюков нужно с большой осторожностью особенно в таком экстремальном и травмоопасном виде спорта как фристайл [1,3].

Цель. Разработка качественно новой стратегии обучения основным техническим элементам во фристайле. На основе предупреждения возникновения типичных ошибок посредством более точного и постепенного освоения базовых технических элементов.

Профессиональный рост фристайлистов базируется на высоком уровне освоения базовых элементов, физической подготовленности и соблюдении основных дидактических принципов спортивной подготовки. Одним из наиболее эффективных методов формирования базовой техники вида спорта является организация искусственной среды с целью создания активных управляющих воздействий на двигательные системы организма спортсмена. Техническая подготовка спортсмена-фристайлиста является ведущей и направлена на освоение большого числа различных двигательных умений и навыков в сложных нестандартных условиях [4, 5].

Основные задачи технической подготовки спортсменов на этапе начальной подготовки:

1. Освоение и прочное закрепление базовых навыков техники катания на горных лыжах.
2. Освоение подготовительных, подводящих и простейших базовых элементов из группы акробатических дисциплин фристайла.
3. Развитие специфических качеств: смелости, креативности, быстроты, выразительности в технике выполнения движений.

Базовая подготовка спортсменов по фристайлу в дисциплине «BigAir» имеет свою специфику. Для данного вида спорта необходимы высокие координационные способности, поэтому в базовой подготовке большую роль играют упражнения на координацию. Общеподготовительные упражнения на батуте развивают координационные способности, формируют умение управлять телом в безопорном положении. Так же в базовую подготовку фристайлистов обязательны для включения упражнения, подводящие к исполнению технических элементов дисциплины «BigAir». Для выполнения данных упражнений можно включать тренировки на батуте, балансборде, фитболе, а также на роликах и скейтборде. Необходимость базовой подготовки для дальнейшего совершенствования соревновательных технических элементов (трюков) высока. Базовая подготовка спортсменов-фристайлистов является наиважнейшей частью подготовки для успешного освоения технически более сложных соревновательных технических элементов. Для того, чтобы показывать высокие спортивные результаты спортсмену необходимо овладеть базовыми навыками фристайла в дисциплине «BigAir».

Взаимосвязь правильной базовой подготовки с высокими спортивными результатами очевидна. При оценке одинакового элемента на соревнованиях судьи отдадут предпочтение тому спортсмену, чье исполнение технического элемента было наиболее амплитудным и чистым, а без освоения базовой подготовки добиться такого показателя как амплитуда будет крайне сложно.

Литература:

1. Бернштейн, Н. А. О ловкости и её развитии. – М. : Физкультура и спорт, 2001. – 186 с.
2. Боген, М. М. Обучение двигательным действиям. – М. : Физическая культура и спорт, 2005. – 234 с.
3. Васильева, О. Н. Особенности выработки точностного движения у детей среднего школьного возраста / О. Н. Васильева, Л. А. Леонова // Новые исследования по возрастной физиологии. – 2000. – № 114. – С. 101-105.
4. Волченков, Э. И. О взаимосвязи внимания, восприятия и памяти в структуре основных психических процессов // Сервис+. – 2009. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-vzaimosvyazi-vnimaniya-vozpriyatiya-i-pamyati-v-strukture-osnovnyh-psihicheskikh-protsessov> (дата обращения: 11.05.2020)
5. Власенко, П. П. Основы технической подготовки спортсменов, специализирующихся на акробатических дисциплинах сноуборда / П. П. Власенко // Наука и социум : материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (13 мая 2020 г.) / отв. ред. Е. Л. Сорокина. – Новосибирск, 2020. – С. 85-92.
6. Власенко, П. П. Основы обучения техническим элементам спортсменов, специализирующихся на акробатических дисциплинах сноуборда / П. П. Власенко // Наука и социум : материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (13 мая 2020 г.) / отв. ред. Е. Л. Сорокина. – Новосибирск, 2020. – С. 76-84.

СРЕДСТВА И МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ ВЫНОСЛИВОСТИ У СПОРТСМЕНОВ-ТУРИСТОВ ГРУППЫ ДИСЦИПЛИН «ДИСТАНЦИЯ ПЕШЕХОДНАЯ»

Никитенко А.И.

Научный руководитель преподаватель Подгорная А.С.

Аннотация. В данной работе рассматриваются особенности подготовки спортсменов-туристов благодаря опыту в скайраннинге и трейлраннинге, а также метод круговой тренировки, который поможет спортсменам повысить свою физическую подготовку.

Ключевые слова: спортивный туризм, трейлраннинг, скайраннинг, выносливость, бег по пересеченной местности, метод круговой тренировки.

Самым важным физическим качеством в спортивном туризме группы дисциплин «дистанция-пешеходная», по мнению большинства тренеров и спортсменов, является выносливость, так как соревнующимся длительное время необходимо выполнять техническую и тактическую работу, преодолевая усталость [2]. Для успешного развития выносливости в спортивном туризме рекомендуется применять опыт смежных видов спорта, таких как трейлраннинг и скайраннинг [7]. Они помогут спортсмену адаптировать свой организм к длительным нагрузкам, высотной акклиматизации, меняющимся условиям рельефа. Также для наилучшего результата необходимо применять в тренировочной программе метод круговой тренировки, который поможет спортсмену в наиболее эффективном формировании специальной выносливости.

Включая в тренировочную программу спортсменов-туристов бег по пересеченной местности, можно более эффективно сформировать физическое качество выносливость, на котором и построена вся тренировочная база спортивного туризма [1]. Такой бег максимально приближен к соревновательным условиям, так как содержит в себе бег по естественному покрытию (грунт, камни, трава) и в естественном окружении (лес, овраги, холмы).

Бег по пересеченной местности, в отличие от равнинного, включает в работу все группы мышц [1]. Во время спусков и подъемов необходимо держать равновесие для более качественного преодоления препятствия, в это время задействованы мышцы опорно-двигательного аппарата, ног и спины, а самое главное – мышцы стабилизаторы [6]. Очень важно уделять должное внимание мышцам, которые отвечают за фиксацию положения тела в пространстве, ведь это помогает избежать травм, выполнять нагрузку с более правильной техникой, что повышает спортивные показатели. Мышцы-стабилизаторы максимально активизируются во время спусков, которые обязательно встречаются на дистанциях спортивного туризма. Это является основной причиной для тренированности этих мышц.

В спортивном туризме самыми эффективными считают метод интервального упражнения и метод круговой тренировки [3].

Одним из наиболее распространенных методов развития выносливости является метод круговой тренировки. Данный метод создает комплексное воздействие на различные группы мышц [5].

Необходимо включать упражнения, решающие задачи общей физической подготовки или специальной. Таким образом, включая в круговую тренировку упражнения на выносливость, можно более эффективно подготовить организм спортсмена к специфической деятельности спортивного туризма [4].

Упражнения следует подбирать так, чтобы в процессе подготовки каждый последующий цикл включал в себя работу на новую группу мышц. Благодаря круговой тренировке улучшается работоспособность сердечно-сосудистой системы, дыхательной системы, мышцы укрепляются, улучшается их выносливость, а также ускоряется обмен веществ.

Литература:

1. Галко, Е. В. Легкоатлетический кросс как средство подготовки спортсменов-туристов / Е. В. Галко, Л. П. Долгополов // В книге : Тезисы докладов XXXXIII научной конференции студентов и молодых ученых кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма : Материалы научной конференции. Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма. – 2016. – С. 40.
2. Долгополов, Л. П. Роль выносливости спортсменов туристов в группе дисциплин «дистанция-пешеходная Курорты. Сервис. Туризм. – 2018. – № 1 (38). – С. 98-99.
3. Долгополов, Л. П. Выносливость – одно из важнейших физических качеств спортсменов-туристов в группе дисциплин «дистанция-пешеходная» Курорты. Сервис. Туризм. – 2017. – № 1-2 (34-35). – С. 34-36.
4. Долгополов, Л. П. Выносливость спортсменов-туристов как основа их конкурентоспособности Курорты. Сервис. Туризм. – 2015. – № 3-4 (28-29). – С. 31-34.
5. Подготовка спортсменов-туристов высокой квалификации в группе дисциплин «дистанция-пешеходная» / Л. П. Долгополов, В. З. Яцык, А. А. Капустин, А. С. Подгорная // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2018. – № 1. – С. 35-36.
6. Форсберг Э. Скайраннер, М. : Библиотека Спорт-Марафон, 2020. – 184 с.
7. Хаус, С., Джонстон, С., Жорнет, К. Бегущим в гору. Руководство по тренировкам для трейлраннеров и ски-альпинистов. – М. : Библиотека Спорт-Марафон, 2020.

ТРАВМАТИЗМ В ЛЫЖНОМ СПОРТЕ

Новикова А.Р.

Научный руководитель преподаватель Нихаенко Н.Н.

Аннотация. В работе рассматривается проблема травматизма в лыжном спорте. Занятия по лыжному спорту, уроки по лыжной подготовке, внеклассные и внеурочные занятия часто проходят в сложных погодных условиях, на местах со сложным рельефом, нередко при сильном мышечном утомлении занимающихся. Все эти факторы могут приводить к возникновению травм.

Ключевые слова: учебно-тренировочные занятия, лыжный спорт, травматизм, причины возникновения травм, факторы.

При планировании учебно-тренировочных занятий необходимо учитывать не только природные факторы и состояние занимающихся, но и все возможные изменения в ходе занятий и тренировок [2,6].

Ушибы, повреждения суставов и связок, переломы, вывихи, ранения, общие переохлаждения и обморожения конечностей являются наиболее часто встречающимися травмами в лыжном спорте. Чаще всего травматизму подвергаются нижние конечности. Для того, чтобы исключить возникновение травматизма во время занятий необходимо знать причины и меры по его предупреждению [1,3].

Возникновение травм в лыжном спорте не равномерно и встречается реже по сравнению с другими видами спорта. Менее травмоопасны лыжные гонки. Наиболее травмоопасным является горнолыжный спорт.

Причинами возникновения травм могут послужить ошибки в методике проведения занятий, связанные с нарушением дидактических принципов [4,5]. Иногда тренер может предложить выполнить более сложное упражнение, не закрепив навыки в более простом, что приводит к ошибкам в выполнении и травматизму. Также причиной травматизма может стать недостаточная разминка или длительный перерыв после нее. Это особенно опасно в условиях низких температур, а также при высокой влажности воздуха в период оттепели приводит к обморожению.

К факторам, увеличивающим шансы получить травмы следует отнести и неправильную дозировку нагрузки, что приводит к переутомлению всего организма, невнимательное отношение к ученикам, пришедшим после длительного перерыва или болезни, не по размеру подобранный инвентарь или недостаточно качественный, недостаточную организованность занимающихся, ошибки и нарушения в подготовке мест занятий и соревнований [7].

Предупреждение травматизма основывается на повышении общих требований и на улучшении всей воспитательной работы в группе. Уход за обувью, пропитка жировой смазкой делает ботинки мягкими и водонепроницаемыми, что позволяет избежать переохлаждений и обморожений конечностей.

Таким образом, спортсмен нередко подвергается травматизму при занятиях лыжным спортом. Решение проблемы возникновения травм заключается в правильной организации учебно-тренировочного процесса и соревнований, тщательном контроле каждого занятия, анализе физической подготовки спортсмена и обеспечении материально-технической базы.

Литература:

1. Благодаров, Д. В. Методические подходы к контролю физической подготовленности лыжников-гонщиков / Д. В. Благодаров, О. С. Васильченко // Тезисы докладов XLVII научной конференции студентов и молодых ученых вузов ЮФО : Материалы конференции, Краснодар, 01 февраля – 31 2020 года / Редколлегия : И.Н. Калинина [и др.]. – Краснодар : КГУФКСТ, 2020. – С. 182.

2. Горбиков, И. И. Методика начальной подготовки лыжников на лыжероллерах : Учебно-методическое пособие / И. И. Горбиков, В. З. Яцык, О. С. Васильченко. – Краснодар : КГУФКСТ, 2021. – 68 с.
3. Гунькина, О. И. Учебно-тренировочный процесс в лыжероллерном спорте / О. И. Гунькина, О. С. Васильченко // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов ЮФО, Краснодар, 01 февраля – 31 2018 года. – Краснодар : КГУФКСТ, 2018. – С. 15. – EDN PHWRXP.
4. Контроль физической готовности спортсмена на различных этапах спортивной подготовки / И. Ю. Пугачев, В. Б. Парамзин, О. С. Васильченко, С. В. Разновская // Актуальные вопросы научно-методического обеспечения системы подготовки спортивного резерва в Российской Федерации : материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Казань, 19-20 ноября 2020 года. – Казань : ФГБОУ ВО «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма». – 2020. – С. 220-224.
5. Редько, Э. Ю. Особенности формирования техники лыжных ходов в процессе обучения / Э. Ю. Редько // Тезисы докладов XLVI научной конференции студентов и молодых ученых вузов ЮФО. – Краснодар : КГУФКСТ, 2019. – С. 58.
6. Формирование навыков передвижения на лыжероллерах у студентов по дисциплине «лыжная подготовка» / О. С. Васильченко, В. З. Яцык, В. Б. Парамзин, И. И. Горбиков // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ. – 2018. – № 1. – С. 26-27.
7. Эффективность различных методик комплексного контроля физического состояния начинающих лыжников в процессе тренировочных сборов / И. И. Горбиков, В. З. Яцык, О. С. Васильченко [и др.] // Современный ученый. – 2020. – № 1. – С. 71-75.

ЗНАЧЕНИЕ ХОРЕОГРАФИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В ФИГУРНОМ КАТАНИИ

Платовская А., Степанова В.Н.

Научный руководитель старший преподаватель Васильченко О.С.

Аннотация. В данной работе на основе анализа научно-методической литературы рассматривается значение хореографической подготовки для спортсменов в фигурном катании. Определено содержание занятий хореографией в группах начальной подготовки. Выявлена взаимосвязь между соревновательной деятельностью спортсмена и его уровнем хореографической подготовки.

Ключевые слова: фигурное катание, спортсмен, фигурист, хореография, прыжки, программа, тренировочный процесс.

Множество видов искусства существует, среди них можем выделить хореографию, которая обладает большими возможностями и огромным значением в подготовке фигуристов.

Хореографическая подготовка – является одной из важных частей в тренировочном процессе фигуристов. Помогает решать ряд важнейших задач. Например, поддержать физическое развитие, улучшить базовые двигательные навыки, развить чувства движения и понимание его специфики в разных стилевых направлениях, облегчая в дальнейшем подготовку к постановке программ для спортсменов [1, 2]. Позволяет развить музыкальность, ритмичность, овладеть необходимым комплексом двигательных навыков, которые способствуют развитию общей координации, повышается уровень возможностей физических качеств, и в первую очередь гибкости, быстроты и силы.

Подходящим содержанием для занятий хореографией является изучение детских, легких народных, массовых и балльных танцев, тренировок низкой интенсивности, художественных упражнений и гимнастики. Варьировать виды работ с учетом необходимости.

Все статические позы, хореографическая постановка программы, разученные в зале, должны быть тщательно выучены, отработаны и после этого процесса, можно переносить и сочетать с ледовой подготовкой [4,5]. Так как шаги, элементы скольжения фигурного катания специфичны, чаще всего переносится «верх» и идея, представление программы.

У фигуристов большое внимание уделяется растяжке на занятиях хореографией. Хороший уровень растяжки важен для выполнения спортсменами элементов вращения, спиралей и дорожки шагов [6].

Выразительность движений – эта работа является ключевым моментом на занятиях хореографией. Хореограф передает спортсменам рисунок танца, композицию, мысль из рук в руки, с ног на ноги. Осуществлять любые постановки программ и показательных номеров возможно, если донести до фигуристов творческую мысль, научить передавать эмоции на льду.

Судьи отдельно от прыжковых элементов оценивают хореографическую постановку в программах фигуристов на соревнованиях:

- Оценка за хореографию / композицию
- Оценка за представление / исполнение
- Оценка за интерпретацию музыки

Хореография помогает приобрести целостный и завершенный вид в соревновательных и показательных программах фигуристов. Выступления становятся спектаклем на льду, а не просто набором элементов [3].

Литература:

1. Гладкова, А. В. Проблемы и перспективы в фигурном катании на коньках / А. В. Гладкова, В. З. Яцык // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов ЮФО– Краснодар : КГУФКСТ, 2018. – С. 11

2. Каверза, А. В. К вопросу планирования общей и специальной подготовки на этапе начального обучения фигуристов / А. В. Каверза, В. З. Яцык // Тезисы докладов XLV НК студентов и молодых ученых вузов ЮФО. – Краснодар : КГУФКСТ, 2018. – С. 19-20.
3. Касьянова, М. П. Общая физическая подготовка фигуристов / М. П. Касьянова // Тезисы докладов XLVIII научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа : материалы конференции, Краснодар, 01 февраля – 31 2021 года. – Краснодар : ФГБОУ ВО «КГУФКСТ», 2021. – С. 239.
4. Коковкин, Г. А. Прыжковая подготовка в фигурном катании на коньках и методы ее оценки / Г. А. Коковкин, В. З. Яцык, И. И. Горбиков // Актуальные вопросы науки и образования : сборник научных трудов I Международной научно-практической конференции, – Ульяновск : Ульяновский государственный педагогический университет имени И. Н. Ульянова, 2022. – С. 478-484.
5. Максимов, П. О. Развитие вестибулярной устойчивости и равновесия у спортсменов-фигуристов начального этапа подготовки / П. О. Максимов, И. И. Горбиков // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов ЮФО, Краснодар, 01 февраля – 31 2018 года. – Краснодар : КГУФКСТ, 2018. – С. 34-35.
6. Определение состава специальных упражнений для юных спортсменов в процессе начальной подготовки / В. З. Яцык, В. Б. Парамзин, О. С. Васильченко, С. В. Разновская // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2018. – № 1. – С. 95-96.

Аннотация. Наличие лыжных гонок в программе Олимпийских игр современности способствует их прогрессивному развитию в мировом сообществе. Проблема развития лыжных гонок важна для нашей страны, так как этот вид спорта занимает лидирующую позицию по количеству завоеванных медалей российскими лыжниками.

Ключевые слова: тенденции, лыжные гонки, международные соревнования.

С точки зрения климатических условий, лыжный спорт в России имеет большие перспективы, так как они дают возможность профессиональным спортсменам и любителям зимних видов заниматься и проводить тренировочные сборы в современных спортивных комплексах, не выезжая за пределы страны [1, 2].

Лыжные гонки занимают лидирующую позицию по популярности. Число занимающихся этим видом превышает один миллион человек [3].

Лыжные гонки в России имеют положительные тенденции развития –растет численность спортсменов, развивается спортивная инфраструктура, проводятся и транслируются по телевизионным каналам крупные спортивные мероприятия, что способствует разжиганию интереса к лыжному спорту [4, 5, 6].

К сожалению, концепция «Спорт вне политики», которую основал Пьер де Кубертен, в настоящее время утратила свою актуальность. Такую позицию подтверждает отстранение российских спортсменов от международных соревнований.

1 марта 2022 года Международная федерация лыжного спорта и сноубординга (FIS) отстранила российских спортсменов от участия в международных соревнованиях до окончания сезона 2021/22. Затем совет FIS заявил, что запрет на участие российских лыжников в международных соревнованиях остается в силе на сезон 2022/23. Данное решение оказывает существенное влияние на развитие лыжных гонок не только в России, но и на международном уровне [3].

Российские лыжники имеют много поклонников за рубежом и долгое время занимают одну из лидирующих позиций на международной арене. Без российских спортсменов и телезрителей соревнования потеряют зрелищность, а спортсмены потеряют мотивацию из-за отсутствия сильных соперников, что может привести к деградации всего лыжного спорта.

Таким образом, необходимо уделять больше внимания работе по организации региональных и всероссийских соревнований, чтобы сохранить положительные тенденции в развитии лыжных гонок. Усиливать интерес к лыжному спорту на профессиональном и любительском уровнях. Также важно совершенствовать доступность объектов лыжного спорта, инвентаря и экипировки для детей и молодежи. Не стоит забывать и о отстаивании прав российских лыжников на международном уровне. Нельзя допускать дискриминацию в отношении спортсменов.

Литература:

1. Васильченко, О. С. Организация и методика проведения практических занятий со студентами по лыжной подготовке / О. С. Васильченко, Д. С. Сидоренко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2010. – № 1. – С. 180-185.

2. Васильченко, О. С. Влияние занятий по лыжной подготовке на функциональное состояние организма / О. С. Васильченко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма, Краснодар, 17 мая – 13 2013 года / Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма. –

Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2013. – С. 74-76.

3. Воронина В. Т. Тенденции развития лыжного спорта в России // Карельский научный журнал. – 2018. – № 5-4. – С. 203-206.

4. Гунькина, О. И. Учебно-тренировочный процесс в лыжероллерном спорте / О. И. Гунькина, О. С. Васильченко // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа, Краснодар, 01 февраля – 31 2018 года. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2018. – С. 15.

5. Министерство спорта РФ. Статистическая информация. (Электронный ресурс) – Режим доступа: <https://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/statisticheskayainf/> (Дата обращения 12.12.2022).

6. Яцык, В. З. Развитие лыжного спорта в Краснодарском крае / В. З. Яцык, О. С. Васильченко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2015. – № 1. – С. 220-221.

Аннотация. Статья посвящена изучению истории возникновения и развития фигурного катания в мире.

История фигурного катания имеет очень древние корни, что не может не вызывать большой интерес к её изучению, это и послужило главной причиной выбора данной темы.

Ключевые слова: фигурное катание, спортсмены, вид спорта, коньки, история, век, страны, турнир, чемпионат, мир.

Фигурное катания берёт своё начало в Средневековье. Опираясь на научные источники, историками был сделан вывод, что данный вид спорта берёт начало от ремесленников, которые изготавливали вместо лезвий из костей, железные аналоги. Далее, научная литература выдвигает население Голландии, как первых создателей фигурных коньков [1].

Простейшие коньки, которые были изготовлены из кости и обработанного дерева археологи находили в разных странах Европы. По научному предположению бронзовый век – это дата создания первых коньков. Данная обувная конструкция дала возможность путешественникам, охотникам передвигаться на большей скорости.

Интересный научный факт, что до шестнадцатого века прыжки не были включены в программы выступления, да и строгой программы выступления, как таковой, не было. Фигуристы выполняли «Задачи художников» – чертили фигуры и узоры. Но было необходимо, также, не упасть и сохранить внешнее эстетическое положение тела. После стран Европы фигурное катание кочует в Америку, и к 18 веку в Соединённых штатах Америки оживлённо начинают строительство учебных учреждений и школ для тренировок по данному виду спорта юных мастеров. Существенное влияние всё же оказывают слабая материально-техническая база и малое количество некоммерческих групп [2, 3].

Далее начинаются естественные для вида спорта после его зарождения и первоначального обучения технике, этапы развития и совершенствования техники, а в изготовлении коньков, уже пробуют использовать различные материалы и выбирают наиболее подходящие. К середине 19 века, почти, все известные нам сейчас комбинации детально разбираются и описываются в книге президента союза конькобежцев крупнейшего города Шотландии Глазго – Д. Андерсона.

Танцы и конькобежный спорт успешно совмещает Джексон Хейнз и открывает миру совершенно новый стиль в катании, в котором присутствуют кручения, движения из различных танцев и, собственно, катание под музыку. Немаловажно отметить, что Хейнз – тот самый новатор, который придумал фиксацию конька к обуви винтами, ведь, до этого роль фиксатора выполняли только ремни, которые зачастую падали и могли привести к серьёзному вреду здоровью фигуриста. В 60-х годах 19 века он триумфально проводит свои первые гастроли по различным европейским странам и Америке [4].

В 1865 году, на улице Садовой на льду Юсуповского сада открывают общедоступный каток. Позднее на нём разворачивается первая тренировочная база будущих фигуристов.

В 1871 году происходит признание фигурного катания, как вида спорта, повышается регулярность проведения различных соревнований по нему. В 1877 году на льду Юсуповского сада организуют «Петербургское общество любителей бега на коньках» и параллельно на этом же льду проводят свои тренировки спортсмены из первой российской конькобежной организации «Общество ржавого конька» [4]. 1882 год ознаменовался прохождением первого официального турнира, который прошёл в Вене с участием спортсменов-профессионалов в небольшом количестве [5]. Далее, в 1890 году лёд Санкт-Петербурга собирает самых высококвалифицированных фигуристов всего мира – чемпионов

Финляндии, Швеции, Австрии, Германии, Голландии, Норвегии, США и многих других стран [5]. Первый чемпионат Европы принимает Германия в 1891 году. Чуть позже в 1892 году образуют международный союз конькобежцев. В 1896 году Санкт-Петербург проводит чемпионат мира. Первый чемпионат мира для женщин принимает Швейцария в 1906 году.

Фигурное катание женщин своей изысканностью и грацией покоряет мир и очень быстро начинает набирать популярность среди и мужчин, и женщин, и оно очень популярно и востребовано по сей день.

Литература:

1. Васильченко, О. С. Фигурное катание на зимних Олимпийских играх-2018 / О. С. Васильченко, В. З. Яцык, А. В. Гладкова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2018. – № 1. – С. 28-29.

2. Методика формирования психологической готовности к соревнованиям квалифицированных фигуристов на тренировочном этапе / В. З. Яцык, В. Б. Парамзин, О. С. Васильченко, А. А. Значков // Актуальные вопросы физической культуры и спорта. – 2019. – Т. 21. – С. 114-118.

3. Милованова, Я. А. Особенности первоначального отбора в одиночном фигурном катании / Я. А. Милованова // Тезисы докладов XLVII научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного Федерального округа : Материалы конференции, Краснодар, 01 февраля – 31 2020 года / Редколлегия : И. Н. Калинина [и др.]. Том Часть 2. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2020. – С. 213.

4. Панин, Н. А. Искусство катания на коньках: История, теория, методика и техника фигурного катания. – М. : Физкультура и спорт, 1982. – 468 с.

5. Мишин, А. Н. Глава 2. Возникновение и развитие фигурного катания // Фигурное катание на коньках : Учеб. для ин-тов физ. культ. – М. : Физкультура и спорт, 1976. 141 с.

Аннотация. В данной работе на основе анализа литературных источников рассматриваются особенности и важность спортивного отбора юных лыжников-гонщиков в школьных учреждениях.

Ключевые слова: отбор, способности, этапы отбора, лыжники-гонщики, тренировки, этапы спортивного отбора, критерии отбора.

В современном мире наблюдается значительный рост спортивных рекордов, высокий уровень интенсификации тренировочных нагрузок. Для достижения высших спортивных результатов необходимо выполнение тренировочных занятий на протяжении длительного периода времени, который может продолжаться 8-10 лет, а может и больше. Именно поэтому важно, как можно раньше, в наиболее благоприятный период выявить спортивные способности для обнаружения действительно талантливых в двигательном отношении детей [1,4].

Система отбора юных лыжников-гонщиков – это многокомпонентный процесс, который включает в себя педагогические, социологические, психологические и медико-биологические исследования, на основании чего определяются способности детей наиболее подходящие для специализации лыжные гонки [2].

Система отбора спортсменов в ДЮСШ состоит из двух стадий: первичный отбор детей для занятий лыжными гонками и оценка уровня физических качеств, наиболее подходящих для занятий лыжными гонками [5].

Первый этап отбора заключается в привлечение большого количества наиболее одаренных детей к занятиям, и их предварительный просмотр.

Спортивный отбор лыжников-гонщиков на первом этапе проводится простейшим методом, которым является наблюдение. Специалист, проводимый отбор, присутствует на различных спортивных мероприятиях школы, уроках физкультуры и оценивает занимающихся детей. При выборе оцениваемый не должен знать, что его оценивают. Благодаря такой форме наблюдения за обучающимися, появляется возможность выявить наиболее способных детей к занятиям лыжными гонками.

К критериям отбора этого этапа относят рост, вес, особенности телосложения, заинтересованность в выполнении физических упражнений и психологические особенности детей.

Завершающим этапом отбора юных спортсменов приходится на оценку уровня физических качеств. Отбор проводится на основе выполнения контрольных нормативов и заключения медицинского работника [3].

К комплексу нормативов для зачисления в ДЮСШ на специализацию по лыжным гонкам относят: бег на 30 метров, бег на 60 метров, прыжок в длину (с места), бег на 1000 метров, сгибание и разгибание рук в упоре лежа на полу, поднимание туловища из положения лежа на спине.

Результатом отбора является зачисление детей в учебно-тренировочные группы ДЮСШ по лыжным гонкам. Детям, не прошедших отбор рекомендуют посещение подходящих для них видов спорта или различных занятий в школьных секциях и т.д.

Каждый вид спорта имеет специфические требования к уровню физических качеств и способностей спортсмена. Именно поэтому методики проведения, критерии оценивания, методы и тесты, используемые в проведение спортивного отбора в каждом виде спорта индивидуальны.

В результате, мы можем говорить о важности отбора детей на начальном этапе, так как именно от него зависят, насколько профессиональными спортсменами выпустятся дети с ДЮСШ и покажут свои высшие спортивные достижения на мировом уровне.

Литература:

1. Васильченко, О. С. Фигурное катание на зимних Олимпийских играх-2018 / О. С. Васильченко, В. З. Яцык, А. В. Гладкова. – 2018. – № 1. – С. 28-29. – EDN RWEYJN.
2. Горбиков, И. И. Психодиагностика в профессиональном отборе кадров для подготовки по специализации «Учитель физической культуры» / И. И. Горбиков, В. З. Яцык // Актуальные вопросы физической культуры и спорта. – 2005. – Том 8. – С.198-205.
3. Горбиков, И. И. Критерии профессиональной пригодности будущих специалистов по направлению «физическая культура» : специальность 13.00.04 «Теория и методика физического воспитания, спортивной тренировки, оздоровительной и адаптивной физической культуры» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Горбиков Иван Иванович. – Краснодар, 2006. – 24 с.
4. Лыжная подготовка / А. М. Рыльцов, В. В. Игнатенков, И. И. Горбиков, Д. С. Сидоренко. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2011. – 194 с.
5. Яцык, В. Технология профессионального отбора будущих специалистов по направлению «Физическая культура» / В. Яцык // Теория и практика физической культуры. – 2007. – № 12. – С. 6-12.

**АНАЛИЗ МОЩНОСТИ ПЕДАЛИРОВАНИЯ ПОБЕДИТЕЛЬНИЦЫ ЧР 2022
ПО ВЕЛОСИПЕДНОМУ СПОРТУ В ГРУППОВОЙ ГОНКЕ НА ШОССЕ**

Сучков В.А., Агасьян В.А.

Научный руководитель доцент Яцык В.З.

Аннотация. В работе проведен анализ мощнограммы чемпионки России в групповой гонке на шоссе с целью получения объективных показателей специальной физической работоспособности велосипедисток-шоссеисток высокой квалификации.

Ключевые слова: велосипедный спорт; велосипедистки-шоссеистки; мощность педалирования; FTP; характеристики соревновательной деятельности; датчики мощности педалирования.

В программе олимпийских видов спорта групповые гонки на шоссе являются классической спортивной дисциплиной велосипедного спорта. У мужчин данный вид входил в программу олимпиад, начиная с первых Олимпийских игр – 1896 г., Афины. Женский велоспорт, в том числе и групповая гонка на шоссе, вошел в программу XXIII летних Олимпийских игр в Лос-Анджелесе 1984 года [2].

Велосипедный спорт на шоссе является видом спорта на выносливость, определяющим параметром которой считается уровень развития специальной скоростно-силовой выносливости. Достижение высокого уровня этой выносливости, и, как следствие, наивысших спортивных результатов, обеспечивается высоким уровнем развития аэробных и анаэробных механизмов энергообеспечения специфических двигательных действий. В велосипедном спорте первостепенное специфическое двигательное действие – процесс педалирования. В числовом эквиваленте эти показатели можно получить:

- 1) в условиях лабораторного тестирования с применением датчиков мощности педалирования, аппаратов регистрации ЧСС, метаболографов, лактометров и т.д. [1,3];
- 2) непосредственно в процессе соревновательной и тренировочной деятельности на основе временной взаимосвязи данных мощности педалирования и ЧСС [4,5].

Дистанции и маршрут чемпионата России составляется максимально приближенным к маршруту чемпионатов мира и олимпийских игр. Право проводить чемпионат России на шоссе в 2022 году выпало городу Саранск, республика Мордовия. Групповая гонка чемпионата России 2022 года среди женщин проходила 26 июня 2022 года на дистанции 120 км с общим набором высоты 1100м. Из заявленных 57 на старт вышло 49 участниц, из которых успешно добрались до финиша 42. Победу в сольном отрыве одержала Дронова Тамара, преодолев дистанцию за 3 ч 14 мин 19 сек, опередив ближайших соперниц, Голованову Екатерину и Печерских Анастасию, на 37 сек (протоколы ЧР).

Анализ тактики ведения спортивной борьбы (просмотр записи трансляции ЧР), мощнограммы (график мощности педалирования) и пульсометрии показал, что Тамара ехала экономно и отвечала только на атаки серьезных оппонентов. Вследствие этого, средняя относительная мощность при прохождении дистанции составила 3 Вт/кг с ЧСС 155 уд/мин. Это свидетельствует о том, что спортсменка большую часть времени выполняла работу в умеренной (аэробной) зоне мощности. Эти данные также можно интерпретировать как мощность на ПАО (порог аэробного обмена). Наиболее активным оказался последний час гонки, мощность прохождения дистанции на котором выросла до 3,6 Вт/кг, а ЧСС – до 162 уд/мин. Данные показатели указывает на то, что работа выполнялась около уровня ПАО (порог анаэробного обмена), т.е., в большой зоне мощности.

В течение последнего круга Дронова успешно атаковала 2 раза. После первой атаки в основной подъем от группы лидеров осталось пять человек с Тамарой во главе. Атака получилось стремительной и быстрой в основном благодаря высокому проявлению МАМ (максимальной алактатной мощности), зафиксированному на уровне 14,5 Вт/кг.

Вторая атака стала заключительной, спортсменка выполнила продолжительный спурт на средней относительной мощности 4,9 Вт/кг и ЧСС 179 уд/мин продолжительностью около 8 минут, соответствующей субмаксимальной зоне, а также мощности педалирования на уровне МПК.

Подводя итог анализа изученных данных, можно сделать вывод, что Дронова рационально распределила силы по дистанции и смогла реализовать свой физический потенциал. Полученные данные, на наш взгляд, могут служить хорошей основой для моделирования физической и функциональной подготовки в тренировочном процессе велосипедисток-шоссейниц.

Литература:

1. Капустин, А. А. Биоэнергетическая характеристика нагрузок в велосипедном спорте на шоссе / А. А. Капустин, А. А. Колесникова, Е. Д. Колесникова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2020. – № 1. – С. 33-34. – EDN VWJWAO.
2. Карпенко, А. Г. Велосипедный спорт в программе Олимпийских игр / А. Г. Карпенко, В. Г. Минченко // Олимпийское движение и современность : Сборник докладов научно-практической конференции, посвященной 100-летию МОК, Карачаевск, 08–10 декабря 1994 года / Кубанская государственная академия физической культуры. – Карачаевск : Кубанская государственная академия физической культуры, 1995. – С. 13-15. – EDN XVYSYH.
3. Кряжев, В. Д. Зоны соревновательной и тренировочной нагрузки в циклических локомоциях у спортсменов высшей квалификации / В. Д. Кряжев, С. В. Кряжева, Э. А. Аленуров, Л. В. Бокова // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2020. – № 10(188). – С. 205-213. – DOI 10.34835/issn.2308-1961.2020.10.p205-213. – EDN TPOOYR.
4. Селуянов, В. Биомеханизмы циклических локомоций (спринтерский бег, велосипедный спорт, конькобежный спорт) / В. Селуянов // Наука в олимпийском спорте. – 2005. – № 2. – С. 169-181. – EDN RWULCH.
5. Coggan A. Training and Racing with a Power Meter / Н. Allen, A.R.Coggan, S. McGregor – USA, VeloPress, 2019

**МОНИТОРИНГ ВАРИАБЕЛЬНОСТИ СЕРДЕЧНОГО РИТМА КАК СПОСОБА
ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ ТРЕНИРОВОЧНОГО ПЛАНА В ЦИКЛИЧЕСКИХ
ВИДАХ СПОРТА**

Филиппов Н.А.

Научный руководитель доцент Яцык В.З.

Аннотация. Цель работы заключается в изучении вопроса о возможности индивидуализации тренировочного плана с помощью мониторинга variability сердечного ритма. На основании анализа литературы и личного опыта показана эффективность использования показателя variability сердечного цикла в процессе подготовки спортсменов высокой квалификации.

Ключевые слова: сердечный ритм, variability, мониторинг, выносливость, индивидуализация, МПК.

В рамках формирования программы тренировок определённую популярность получила так называемая блоковая периодизация, предложенная Владимиром Иссуриным. Блоковая периодизация включает высококонцентрированные, специализированные тренировочные нагрузки. Каждый блок в тренировочном цикле содержит большой объем упражнений, ориентированных на развитие конкретных целевых способностей, чтобы обеспечить максимальную адаптацию за минимальное время [1,2].

С другой стороны, часто в качестве эффективного инструмента для построения адаптивного плана тренировок предлагается использовать variability сердечного ритма (BCR). Целью исследования, опубликованного в The Journal of Strength & Conditioning Research, являлось изучение влияния тренировок на основе BCR против использования блоковой периодизации в рамках подготовки велогонщиков [3].

В исследование было включено двадцать хорошо тренированных велосипедистов. После предварительного базового периода для определения BCR в состоянии покоя все велосипедисты были разделены на 2 группы: группу с тренировками, выстраивающимися по BCR и группу блоковой периодизации. Программа длилась 8 тренировочных недель. Все велосипедисты проходили оценку в течение 3 недель, до и после каждого периода.

В течение оценочных недель велосипедисты выполняли: а) поэтапный тест для оценки максимального потребления кислорода (МПК), пиковой выходной мощности (РРО) и порогов вентилиции с соответствующей выходной мощностью (VT1, VT2, WVT1 и WVT2, соответственно); б) 40-минутный заезд на время. Группа с тренировками под BCR-контролем улучшила показатели МПК, РРО, WVT2, WVT1 и время в 40-минутном заезде на время. Группа блоковой периодизации улучшила только WVT2. На основании полученных данных авторы заключили, что тренировки под контролем HRV могут привести к более точному и гибкому контролю в формировании тренировочного плана для велогонщиков, чем использование блоковой периодизации [4].

Из собственного опыта могу сказать, что использую измерение variability сердечного ритма (BCR) ещё с 2019 года. Для чего? Более объективное понимание своего организма, его были изучены закономерности адаптации организма к часовым поясам или высокогорью. Пример: у меня отслеживается чёткая тенденция: на 1-й, 4-й, 8-й день – плохие показатели variability. 5-й день – всегда шедевральные показатели (даже в следующие 10 дней такие не показываю). Также можно увидеть реакцию организма на разные типы нагрузок. К примеру, если у меня была тяжелая интервальная или темповая тренировка, соревнования, на следующий день у меня хорошая variability, а уже на 2-й день после такой работы можно увидеть приличный спад.

Ещё благодаря таким измерениям можно предотвратить переутомление или узнать о болезни на ранних стадиях и успеть принять превентивные меры. Например, когда я вижу плохую variability и самочувствие «не очень», а никаких тяжелых тренировок до этого

не выполнял, то задумываюсь, стоит ли мне выполнять запланированную ключевую тренировку. Также если у меня были низкие показатели вариабельности вместе с первыми признаками легкой простуды, я это не игнорировал и брал на заметку, чтобы легкая простуда не перешла в стадию болезни. Следует отметить, что за указанный период, были выиграны все чемпионаты России по ски-альпинизму, в 2020 году был в финале Юношеских Олимпийских игр (6 место), регулярно входил в топ 10 на этапах Кубка мира.

Какие должны быть правила замера и что понадобится? Для измерений нужны только смартфон с установленным приложением Elite HRV и нагрудный пульсометр. Замер должен проводиться в одних и тех же условиях: с утра: сразу после того как проснулись, лениво взять пульсометр, лежащий рядом с кроватью (чтобы не вставать). Надеть пульсометр, полежать немного (примерно, одну минуту). В идеале ещё не пить кофе в течение дней, когда происходят замеры ВСР, иначе данные будут не совсем точные (по совету кардиолога нашей сборной России).

Как анализировать данные с помощью приложения Elite HRV? В первую очередь, надо понимать, что у каждого человека будут разные показатели в силу своей индивидуальности. Делать замеры нужно хотя бы неделю и тогда можно увидеть свои примерные референсные значения (допустим, ВСР в районе 74-79, если меньше, то обычно самочувствие «не очень»)

Также можно пользоваться такой схемой анализа показателей: если SDNN, RMSSD, LN, PNN50, HRV выросли по сравнению с другими днями – это положительная тенденция. Если упали, то отрицательная и нужно взять это на заметку, но опять же, если эти показатели в норме, в рамках референсных значений, то всё в порядке. Также есть показатель LF/HF, он означает соотношение симпатической нервной системы к парасимпатической. В идеале, он должен равняться 1, но все мы индивидуальны и существуют разные типы регуляции сердечного ритма. Поэтому нужно изучить себя минимум неделю и посмотреть свои стандартные референсные значения [5].

В итоге, в этой научной работе мы рассмотрели правила замера, и то, как нужно анализировать данные с помощью смартфона и нагрудного пульсометра. Также мы выяснили, что благодаря измерениям вариабельности сердечного ритма можно индивидуализировать тренировочный план, начать лучше понимать свой организм, изучить закономерности акклиматизации к высокогорью и разным часовым поясам.

Литература:

1. Болотин, А. Э. Методы исследования физического состояния и резервных возможностей организма у биатлонистов в процессе развития выносливости / А. Э. Болотин, В. Б. Парамзин, В. З. Яцык // Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции, Краснодар, 11 февраля 2019 года. Том Часть 1. – Краснодар: Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2019. – С. 250-252.

2. Конкретизация тестов для оценки приоритетных физических качеств спортсменов-горнолыжников методом «просеивания» / В. З. Яцык, И. И. Горбиков, О. С. Васильченко [и др.] // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2022. – № 3(205). – С. 558-563.

3. Эффективность различных методик комплексного контроля физического состояния начинающих лыжников в процессе тренировочных сборов / И. И. Горбиков, В. З. Яцык, О. С. Васильченко [и др.] // Современный ученый. – 2020. – № 1. – С. 71-75.

4. Яцык, В. З. Соревновательные модели гандболистов высокого класса / В. З. Яцык, Ю. М. Портнов, В. И. Тхорев // Теория и практика физической культуры. – 1986. – № 3. – С. 11-13.

5. Яцык, В. З. Построение тренировочного процесса гандболистов высокой квалификации в условиях длительного соревновательного периода : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Яцык Василий Захарович. – Москва, 1988. – 23 с.

Аннотация. На основании анализа научно-методической литературы в работе рассматриваются основные факторы, определяющие специальную выносливость. Определено, что на изучаемое качество существенное влияние оказывают генетический, координационный, личностный факторы, а также кардиосистема, функциональная и биохимическая составляющие, возраст и некоторые другие характеристики.

Ключевые слова: специальная выносливость, спортсмен, лыжный спорт, лыжник-гонщик, стайер.

Специальная выносливость – это способность длительно выполнять любую глобальную циклическую работу динамическую работу умеренной мощности [1, 2, 4].

Основные факторы, влияющие на специальную выносливость [3, 8, 5]:

1. Генетический фактор – структура мышц. Соотношение мышечных волокон разного типа генетически детерминировано. Поэтому люди, в мышцах которых преобладают красные мышечные волокна (I типа), имеют генетические задатки к работе на выносливость.

2. Координационный фактор – внутримышечная и межмышечная координация. Внутримышечная координация проявляется в поочередном вовлечении в работу двигательных единиц мышц при продолжительном выполнении упражнений с неопредельной интенсивностью.

3. Личностно-психический фактор – важный фактор для проявления выносливости. К нему относят: мотивацию на постоянную цель, устойчивость на длительные тренировки и активное участие в соревнованиях, целеустремленность, настойчивость, выдержка, терпение.

4. Деятельность кардиореспираторной системы – чем выше подготовленность спортсмена, тем лучше у человека развиты мышцы и сердечно-сосудистая система, и лучше наполняемость крови человеком кислородом, тем легче спортсмен переносит нагрузки.

5. Фактор функциональной и биохимической зависимости (экономичность) – определяет соотношение результата выполнения упражнения и затрат на его достижение. Экономизация имеет две стороны: механическую (или биомеханическую), зависящую от уровня владения техникой или рациональной тактики соревновательной деятельности; физиолого-биохимическую (или функциональную), который определяется тем, какая доля работы выполняется за счет энергии окислительной системы без накопления молочной кислоты.

6. Возраст – максимальная выносливость достигается в 15-20 лет, если спортсмен не тренирует выносливость после этого времени, то возобновить уровень выносливости к исходному практически невозможно.

7. Механизмы обеспечения мышечной работы энергией – единственным источником для мышечных сокращений является АТФ. Её запасов в мышцах хватит всего лишь на 1-2 с интенсивной работы. Однако в мышцах, наряду с распадом АТФ, происходит ее обратный синтез (ресинтез).

8. Кислородный долг – продолжительность и эффективность физической работы может оказывать влияние наличие скорости нарастания кислородного долга. Кислородный долг возникает в случае несоответствия кислородного запроса и фактического потребления кислорода во время физической работы.

Специальная выносливость имеет огромное значение для спортсменов-лыжников, так как в соревновательной деятельности чем выше подготовленность спортсмена, тем он более экономично может преодолевать дистанцию [6, 7].

Таковы наиболее значимые факторы, определяющие степень развития и проявление выносливости. Практика показывает, что большинство из этих факторов успешно поддается целенаправленным воздействиям и тренировке.

Литература:

1. Васильченко, О. С. Физическая работоспособность в среднегорье и после возвращения на уровень моря / О. С. Васильченко, В. З. Яцык // Тезисы докладов XXXX научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа : Материалы конференции, Краснодар, 01 декабря 2012 года – 31 2013 года / редакционная коллегия Г. Д. Алексанянц, А. И. Погребной, Л. И. Просоедова. – Том Часть 2. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2013. – С. 19-20.

2. Васильченко, О. С. Методика развития способности противостоять недостатку кислорода в процессе занятий лыжной подготовкой в среднегорье / О. С. Васильченко, А. С. Подгорная // Тезисы докладов XLVII научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного Федерального округа : Материалы конференции, Краснодар, 01 февраля – 31 2020 года / Редколлегия : И. Н. Калинина [и др.]. – Том Часть 2. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2020. – С. 187.

3. Горбиков, И. И. Особенности прохождения лыжниками-гонщиками беговых дистанций с различным профилем / И. И. Горбиков, О. С. Васильченко, Т. А. Карганова // Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции, Краснодар, 11 февраля 2019 года. Том Часть 1. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2019. – С. 37-39.

4. Контроль физической готовности спортсмена на различных этапах спортивной подготовки / И. Ю. Пугачев, В. Б. Парамзин, О. С. Васильченко, С. В. Разновская // Актуальные вопросы научно-методического обеспечения системы подготовки спортивного резерва в Российской Федерации : материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Казань, 19-20 ноября 2020 года. – Казань : Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма», 2020. – С. 220-224.

5. Особенности развития специальной выносливости у лыжников в базовом мезоцикле бесснежного периода на этапе углубленной специализации / И. И. Горбиков, В. А. Сучков, В. З. Яцык [и др.] // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2022. – № 4(206). – С. 87-91. – DOI 10.34835/issn.2308-1961.2022.4.p87-91. – EDN DHMIDW.

6. Развитие скоростно-силовых качеств студентов средствами лыжной подготовки на учебно- оздоровительных сборах в среднегорье / А. С. Подгорная, В. З. Яцык, В. Б. Парамзин, О. С. Васильченко // Актуальные вопросы физической культуры и спорта. – 2018. – Т. 20. – С. 85-90.

7. Эффективность различных методик комплексного контроля физического состояния начинающих лыжников в процессе тренировочных сборов / И. И. Горбиков, В. З. Яцык, О. С. Васильченко [и др.] // Современный ученый. – 2020. – № 1. – С. 71-75.

8. Яцык, В. З. Развитие скоростно-силовых качеств в подготовительном периоде у гонщиков в лыжероллерном спорте на тренировочном этапе / В. З. Яцык, О. С. Васильченко, А. С. Подгорная // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2018. – № 1. – С. 105-106. – EDN XUXYHB.

ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ЮНЫХ ХОККЕИСТОВ

Шалин Н.А.

Научный руководитель старший преподаватель Васильченко О.С.

Аннотация. В данной работе рассмотрены цели и задачи, стоящие перед юными хоккеистами, для того, чтобы впоследствии им добиться высокого класса профессионального мастерства при занятии хоккеем.

Ключевые слова: хоккей, физическая подготовка, развитие, скоростные способности, быстрота.

В хоккее с шайбой одним из важнейших факторов подготовки профессионалов является физическая подготовка спортсменов [5]. В хоккее она играет очень важную роль, так как без высокого уровня её подготовки хоккеисту будет тяжело добиться высоких результатов. Она делится на общую и специальную. Общая физическая подготовка повышает функциональные возможности организма, способствует разностороннему физическому развитию.

Физическая подготовка во многом совершенствует функциональные возможности хоккеиста [2]. С хорошим уровнем физической подготовки игроку намного легче осваивать и закреплять определенные игровые навыки. Большую роль физическая подготовка играет с раннего возраста. Постепенно делают акцент на повышение игровых навыков и мастерства, меньше времени уделяют на общую физическую подготовку и добавляют на специальную. Специальная физическая подготовка направлена на развитие двигательных способностей необходимых в хоккее. Специальная физическая подготовка проводится на земле, льду, тренажерных и спортивных залах.

Максимальный темп игры на протяжении всего матча – основное требование сегодняшнего и завтрашнего хоккея. Только с высоким уровнем физической подготовки спортсмен сможет показать всю технику игры, отработанную на тренировках. Только ежедневные занятия поддерживают уровень физической подготовки [2].

Так как хоккеисты на протяжении матча проезжают дистанцию около 8 км, в первую очередь им необходимо развивать выносливость. Помимо выносливости, поскольку хоккей очень динамичный и жесткий спорт, спортсменам необходимо развивать силу, быстроту, ловкость, скоростные способности и гибкость [3]. Быстрота очень важна: каждый игрок в пятёрке должен на максимальной скорости двигаться к воротам противника. Вместе с этим им нужно уметь быстро взаимодействовать с партнерами, открываться на свободный лёд, помогать как в обороне, так и в нападении. Без обладания быстрого рывка, хорошей скорости, хоккеист просто не сможет вливаться в игру.

Скоростные качества довольно сложно развивать, но они постепенно улучшаются в возрасте с 7 до 14 лет [4]. Именно этот возрастной период наиболее благоприятный для воспитания скоростных способностей.

В тренировочном процессе подготовки юных хоккеистов, одной из основных задач является научить отлично двигаться на коньках, владеть клюшкой, шайбой и навыком игры в хоккей. При обучении двигательным действиям последовательно решается ряд задач. На подготовительном этапе (младшие школьники) следует обучать относительно простым движениям, создав предпосылки для овладения более сложным двигательным действиям. Как средства, развивающие скоростные качества, на этом этапе используют различные эстафеты и подвижные игры, для которых характерны высокий эмоциональный фон [1]. Особое внимание специалистов на использование в скоростной и скоростно-силовой подготовке спортсменов должно быть обращено на использование различных технических средств и тренажерных устройств. Применение тренажеров в тренировочном процессе позволяет более эффективно развивать эти физические качества и одновременно совершенствовать техническое мастерство.

Литература:

1. Гайбель, Н. А. Игровой метод в специальной подготовке начинающих хоккеистов / Н. А. Гайбель // Тезисы докладов XLVII научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного Федерального округа : Материалы конференции, Краснодар, 01 февраля – 31 2020 года / Редколлегия : И. Н. Калинина [и др.]. Том Часть 2. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2020. – С. 191.
2. Определение состава специальных упражнений для юных спортсменов в процессе начальной подготовки / В. З. Яцык, В. Б. Парамзин, О. С. Васильченко, С. В. Разновская // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ. – 2018. – № 1. – С. 95-96.
3. Погребняк, А. С. Особенности обучения детей дошкольного возраста технике катания на коньках в хоккее с шайбой / А. С. Погребняк // Тезисы докладов XLVIII научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа : материалы конференции, Краснодар, 01 февраля – 31 2021 года. – Том ЧАСТЬ 2. – Краснодар : ФГБОУ ВО «КГУФКСТ», 2021. – С. 258. – EDN PZGOVN.
4. Яцык, В. З. Оптимизации скоростно-силовой подготовки юных хоккеистов на начальном этапе подготовки / В. З. Яцык, И. И. Горбиков, Д. Д. Мартыненко // Среднее профессиональное и высшее образование в сфере физической культуры и спорта: современное состояние и перспективы развития. – Челябинск : Уральская Академия, 2021. – С. 333-336
5. Яцык, В. З. Особенности скоростно-силовой подготовки хоккеистов 11-12 лет с учетом амплуа игрока / В. З. Яцык, Д. Д. Мартыненко // Актуальные проблемы, современные тенденции развития физической культуры и спорта с учетом реализации национальных проектов : Материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Москва, 22-23 апреля 2021 года. – Москва : ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2021. – С. 903-909. – EDN JRDDFP.

УДК: 796.61

ВОЗДЕЙСТВИЕ МУЗЫКАЛЬНОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ НА ПОКАЗАТЕЛИ ТЕСТИРОВАНИЯ СПЕЦИАЛЬНОЙ АНАЭРОБНОЙ ВЫНОСЛИВОСТИ У ВЕЛОСИПЕДИСТОВ-ШОССЕЙНИКОВ

Шарахматова В.Г. Сучков В.А.

Научный руководитель доцент Капустин А.А.

Аннотация. В работе описываются результаты использования музыкального сопровождения в тестировании специальной анаэробной выносливости у велосипедистов-шоссейников.

Ключевые слова: велосипедный спорт; велосипедисты-шоссейники; музыкальное сопровождение; специальная анаэробная выносливость; тестирование; датчики мощности педалирования.

В современном спорте повсеместно используется музыкальное сопровождение во время тренировочного процесса. На беговой дорожке, во время бега по парку, или стадиону редко можно встретить человека без наушников. Лица, занимающиеся физической культурой, а также спортсмены используют музыку как для снятия напряжения, так и для того чтобы сосредоточиться на упражнении. Но так или иначе, даже во время проведения спортивно-массовых мероприятий всегда звучит музыка. Известно, что музыка способна благоприятно воздействовать на организм. В тренировочном процессе также возможно применение музыки для улучшения самочувствия во время тренировочного занятия. Однако, в современной литературе отмечается дефицит информации о степени влияния её на специальную анаэробную выносливость. А в условиях всё более повышающейся конкуренции необходим поиск эффективных средств и методов, оказывающих положительное на нее влияния [2, 4, 6].

Общепринято, что анаэробная выносливость характеризуется выполнением физических упражнений в субмаксимальной (анаэробно-гликолитической) зоне мощности. Для велосипедистов специальная анаэробная выносливость – это педалирование с максимально возможной мощностью в течении временного отрезка от 40 секунд до 5 минут. В велоспорте данный режим интенсивности применяется для проведения спуртов или в индивидуальной и командной гонках преследования на треке [1, 2, 5].

Исходя из этого, на базе КГУФКСТ кафедры «Теории и методики зимних видов, велосипедного спорта и спортивного туризма» нами был проведен пилотный эксперимент с привлечением 3-х спортсменов сборной команды Краснодарского края, находящихся на этапе ССМ (совершенствование спортивного мастерства). В ходе эксперимента, на протяжении трех дней, после разминки, спортсмены выполняли пятиминутный заезд на смарт-тренажёре с максимально возможными усилиями. В ходе тестирования фиксировалась средняя мощность педалирования. Тестируемым предлагалось в первый день пройти тестирование без музыки, во второй день – с музыкальной композицией спокойного характера, а в третий день – энергичного мотива.

По завершению педагогического эксперимента были получены данные, на основе которых, мы можем сделать следующий вывод: энергичная музыка оказывает большее воздействие на спортсмена, в отличии от спокойной композиции. Показатели среднего значения относительной мощности педалирования в первый день составили 4,46 Вт/кг, во второй день полученные данные были зафиксированы на уровне 4,45 Вт/кг, а в третий – 4,69 Вт/кг. Что свидетельствует о том, что при использовании энергичной музыки результаты были выше, чем без ее использования. Полученные данные указывают на то, что прослушивание энергичной музыки во время выполнения физических упражнений, направленных на развитие специальной анаэробной выносливости, может увеличить степень тренировочного воздействия на организм спортсмена, вследствие выполнения большего количества работы.

Полученные нами данные требуют дальнейшего исследования и научного обоснования. Однако на наш взгляд применение музыкального сопровождения в тренировочном процессе велосипедистов-шоссейников направленном на развитие специальной анаэробной выносливости может оказать лучшее влияние в сравнении с традиционной методикой её развития.

Литература:

1. Агасьян, В. А. Оперативное управление тренировочным процессом велосипедистов высокой квалификации на основе показателя мощности педалирования / В. А. Агасьян, А. А. Капустин // Тезисы докладов XXXXIII научной конференции студентов и молодых ученых кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма : Материалы научной конференции. – Краснодар, 2016. – С. 35-36.
2. Борцова, А. Н. Оптимизация физической нагрузки в упражнениях различной направленности в учебном процессе по физической культуре в АГЗ МЧС России / А. Н. Борцова, П. Н. Кознов // Физическая культура и спорт в структуре профессионального образования: ретроспектива, реальность и будущее. Посвящается 300-летию российской полиции : Материалы межведомственного круглого стола, Иркутск, 23 ноября 2018 года / Ответственный редактор С. М. Струганов. – Иркутск : Восточно-Сибирский институт Министерства внутренних дел Российской Федерации, 2018. – С. 14-17. – EDN YSADOX.
3. Верхошанский, Ю. В. Физиологические основы и методические принципы тренировки в беге на выносливость / Ю. Верхошанский. – 2020. – 80 с.
4. Ильинич, В. И. Физическая культура студента: Учебник / Под ред. В. И. Ильинича. – М. : Гардарики, 2005. – 448 с.
5. Капустин, А. А. Физическая подготовка велосипедиста : научно-методическое пособие / А. А. Капустин, В. В. Наруш. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2012. – 134 с.
6. Холодов, Ж. К. Теория и методика физического воспитания и спорта : Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Ж. К. Холодов, В. С. Кузнецов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательский центр «Академия», 2003 – 480 с.

КАФЕДРА ТЕОРИИ И МЕТОДИКИ ПЛАВАНИЯ

УДК: 797.212

РАЗВИТИЕ СКОРОСТНО-СИЛОВЫХ КАЧЕСТВ У ПЛОВЦОВ НА ЭТАПЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СПОРТИВНОГО МАСТЕРСТВА НА ОСНОВЕ ИЗМЕРЕНИЙ СПЕЦИАЛЬНЫХ ЭРГОМЕТРИЧЕСКИХ ТРЕНАЖЕРОВ

Абитова М.К.

Научный руководитель доцент Аришин А.В.

Аннотация. В представленном материале проведен анализ на основании измерений специальных эргометрических тренажеров, способствующих развитию скоростно-силовых качеств пловцов на этапе совершенствования спортивного мастерства, описанный в научно-методической литературе.

Ключевые слова: пловцы, развитие, скоростно-силовые качества, сила, тренажеры.

В мире спортивного плавания результат в большей степени зависит от проявлений скоростно-силовых качеств. Именно поэтому возникает потребность совершенствовать необходимые средства и методы в системе подготовки пловцов. Благодаря техническому и научному прогрессу, существует возможность применения вспомогательных и дополнительных технологий, оптимизирующих тренировочную деятельность спортсменов. В движениях пловца особенно характерны динамические усилия, проявляющиеся в определенных скоростных диапазонах, конкретных для данного вида спорта [2]. Для того, чтобы определить уровень развития представленных качеств спортсмена, сравнивается количество гребков, выполняющихся на силовых устройствах, за отведенное время при разных величинах дозированного сопротивления [1].

Как показывают исследования, факторами, которыми определяется максимальная скорость при проплывании дистанции, являются проявление максимальной силы тяги и имитация гребка на суше при нулевой скорости [3]. Для развития силовых качеств пловцов применяются такие специализированные тренажеры, как: VasaTrainerPro и VasaErgometr, основной направленностью которых является увеличение силы гребка. При использовании VasaTrainerPro, повышается не только физическая сила, но и эффективность техники плавания, что в совокупности способствует улучшению результата в соревновательной деятельности. VasaErgometr отличает специальная биокинетическая система, увеличивающая обратное сопротивление при применяющейся нагрузке. Благодаря встроенному электронному монитору есть возможность измерять показатели скорости, темпа, силы и длины гребка. Тренажер Vasa, благодаря своим уникальным свойствам моделирования нагрузки, повышает результативность спортсменов, посредством развития двигательных навыков.

Таким образом, благодаря особенности эргометрических тренажеров определять уровень работоспособности спортсменов, развитие и оценка скоростно-силовых качеств в ходе тренировочного процесса достигает эффективного и продуктивного уровня при подготовке пловцов на данном этапе.

Литература:

1. Вайцеховский, С. М. Проблема совершенствования силовой подготовки квалифицированных пловцов / С. М. Вайцеховский, Т. М. Абсалямов, М. И. Сайгин // Плавание. – М., ФиС, 2003. – Вып. 1. – С.23-28.
2. Платонов, В. Н. Плавание. – Киев: Олимпийская литература, 2000. – 495 с.
3. Фомиченко, Т. Г. Возрастные закономерности проявления и тренировки силовых качеств в спортивном плавании : автореф. дис. ... докт. пед. наук. РГАФК. – М., 1999. – 38 с.

ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ СИЛОВОЙ ПОДГОТОВКИ НА СУШЕ ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ ПЛОВЦОВ-БРАССИСТОВ

Бабин А.А.

Научный руководитель старший преподаватель Погожев А.В.

Аннотация. В работе представлены результаты анкетирования тренеров по плаванию, по вопросу планирования средств и методов силовой подготовки высококвалифицированных пловцов на суше.

Ключевые слова: плавание, силовая подготовка, высококвалифицированные спортсмены, планирование, средства и методы.

Силовая подготовка является фундаментальным компонентом для высококвалифицированных пловцов-бассистов [2]. Следовательно, необходимо изучить практику и назначение тренировочных упражнений на суше среди элитных тренеров по плаванию [1, 2].

Цель: изучить методы и средства силовой подготовки высококвалифицированных пловцов-бассистов на суше, с учетом назначения конкретных упражнений.

По вопросу планирования силовой подготовки на суше, был опрошен 71 тренер по плаванию. Тренеров попросили сообщить о своих целях при назначении силовых тренировок на суше и подробно рассказать о предполагаемых преимуществах. Работоспособность была наиболее часто упоминаемой темой. Тренеры утверждали, что целью тренировок на суше было развитие сильных, выносливых и без травм спортсменов, способных выдерживать нагрузки и объемы необходимые для поддержания высокого уровня работоспособности на протяжении тренировок сборов и соревнований. Для этого пловцам необходимо выполнять несколько форм тренировок на суше включая разминку на суше, круговые тренировки (несколько упражнений выполнялись в систематическом порядке с короткими интервалами отдыха), традиционные тренировки в тренажерном зале, а также в сочетании с упражнениями на гибкость и мобильности движений (пилатес, йога) и стратегиях восстановления.

Разминка на суше призвана решить 4 основные задачи: подготовка, метаболическая адаптация, улучшение диапазона движений и предотвращение травм. При круговой тренировки выделялась специфическая метаболическая адаптация для эффективного использования времени работы для увеличения аэробных возможностей и поддержания или развития силы и мышечной выносливости. Эти улучшения повышают надежность и устойчивость к нагрузкам. Традиционные тренировки с отягощениями повышают производительность в стартах, поворотах и непосредственно в плавании. Основные адаптации традиционных тренировок с отягощением: развитие силы, развитие мощности, нервно мышечное развитие и улучшение специфических свойств тканей. Традиционные тренировки усиливают ЦНС и развивают общую силу, координацию и улучшают позу; улучшают силу связок и сухожилий; способность генерировать силу и мощь. Полиметрические упражнения увеличивают скорость развития силы и улучшают развитие скорости и силы. Это исследование дает всестороннее представление о предварительном описании тренировочных упражнений на суше из практики тренеров по плаванию.

Таким образом, результаты исследования выявили ключевые тренировочные упражнения силовой направленности на суше для высококвалифицированных пловцов, которые демонстрируют положительную связь с результатами плавания.

Литература:

1. Погребной, А. И. Теория и методика обучения базовым видам спорта: плавание. – Краснодар : КГУФКСТ, 2012. – 144 с.
2. Сало, Д. Совершенная подготовка для плавания / Сало Дэйв, Риуолд Скот / пер. с англ. Марченко И. Ю. – Москва, 2015. – 268 с.

УДК: 796.035

ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ СИЛОВОЙ АЭРОБИКИ НА УРОВЕНЬ ФИЗИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И СИЛОВУЮ ВЫНОСЛИВОСТЬ ЖЕНЩИН 25-35 ЛЕТ

Аллав Жад

Научный руководитель профессор Дворкина Н.И.

Аннотация. В работе представлены результаты констатирующего педагогического эксперимента. Установлено, что применение методики аэробных силовых упражнений значительно увеличивает на достоверном уровне показатели физического развития и физической подготовленности женщин молодого возраста.

Ключевые слова: длина, вес тела, ИМТ, физическая подготовленность, женщины 25-35 лет.

Анализ научных публикаций по вопросу влияния силовых нагрузок на показатели физического состояния людей различных возрастных категорий показал широкую заинтересованность авторов, однако нами не обнаружено исследований по вопросу влияния силовой аэробики на показатели физического развития и силовой выносливости у женщин выше указанной возрастной категории [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7]. В связи с этим был проведен педагогический эксперимент на базе физкультурного клуба «Дом физкультурника» г. Краснодара с февраля по май 2022года.

В течение четырех месяцев исследовалось влияние занятий силовой аэробики на уровень физического развития, и физическую подготовленность женщин 25-35 лет. Установлено, что длина тела у женщин 25-35 лет достоверно не изменялась, хотя в конце каждого месяца наблюдалась тенденция к её увеличению варьирования в пределах от 0,42 до 0,51%. Но для нас наиболее существенным показателем при оценке влияния силовой аэробики на физическое развитие женщин, безусловно был такой интегральный показатель как индекс массы тела (ИМТ). Зато на третьем и четвертом месяце ИМТ женщин достоверно уменьшился с высокой степенью различий ($P < 0,01$). Это говорит о том, что занятия силовой аэробикой в целом за четыре месяца достоверно повлияли на снижение веса тела у женщин 25-35 лет, что дает основания нам говорить о её эффективности. Вес тела у женщин 25-35 лет начинает выраженно снижаться, начиная с первого месяца занятий силовой аэробикой – на 2,16%, при том, что длина тела за четырехмесячный период колебалась в пределах естественного суточного изменения – в нашем случае в пределах от 0,32 до 0,62 %. Итак, вес тела в конце второго месяца у женщин снизился на 3,84%, третьего месяца – на 5,37% и в конце четвертого месяца педагогического эксперимента – на 6,16%. Если в конце первого месяца ИМТ у женщин снизился на 2,8%, то на втором – 3,48%, на третьем – на 5,73% и на четвертом месяце – на 6,49%

Поднимание туловища из положения лежа на спине, один из показателей физической подготовленности, позволяет оценить уровень развития у женщин силовой выносливости. Через месяц результаты этого физического показателя у женщин улучшились, но на недостоверном уровне, а именно с – $23,46 \pm 1,12$ до $23,46 \pm 1,12$ кол. раз ($P > 0,05$). В последующие три месяца во всех случаях этапные показатели изменений результатов поднимания туловища из положения лежа на спине у женщин достоверно улучшались по сравнению с исходным показателем: в конце второго месяца – до $29,12 \pm 1,45$ кол. раз ($P < 0,01$), третьего месяца – до $32,43 \pm 1,57$ кол. раз ($P < 0,001$) и – четвертого месяца – до $35,72 \pm 1,63$ кол. раз ($P < 0,001$).

Литература:

1. Влияние занятий силовой направленности на физическую подготовленность и функциональное состояние женщин второго зрелого возраста / О. С. Трофимова, Е. И.

Ончукова, Я. А. Никитина, П. В. Гордиенко // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2019. – № 4 (170). – С. 336-339.

2. Возрастные особенности функционирования нервно-мышечной системы юных тяжелоатлетов / Л. С. Дворкин, Н. И. Дворкина, С. В. Фомиченко, С. И. Попова // Теория и практика физической культуры. – 2018. – № 2. – С. 30-32.

3. Дворкин, Л. С. Влияние занятий атлетической гимнастики на телосложение студентов 1-4 курса / Л. С. Дворкин, О. С. Трофимова // Культура физическая и здоровье. – 2016. – № 4 (59). – С. 65-68.

4. Дворкин, Л. С. Влияние специальной подготовки пауэрлифтеров 15-16 лет на уровень прироста их физических и морфофункциональных показателей / Л. С. Дворкин, Н. И. Дворкина, Д. С. Прудников // Физическая культура и спорт. Олимпийское образование. Материалы международной научно-практической конференции. – 2020. – С. 190-193.

5. Дворкин, Л. С. Возрастные особенности влияния базовой силовой подготовки школьников 7 класса на их физическое состояние / Л. С. Дворкин, Н. И. Дворкина // Олимпийский спорт и спорт для всех : материалы конгресса. – 2018. – С. 520-524.

6. Ончукова, Е. И. Содержание занятий атлетической гимнастикой для женщин 25-30 лет с нарушением осанки / Е. И. Ончукова, Н. С. Пашкова, К. А. Шульгина // Физическая культура, спорт и здоровье. – 2018. – № 32 (1). – С. 67-70.

7. Сударь, В. В. Влияние занятий персональной фитнес-тренировкой силовой направленности на антропометрические показатели женщин первого зрелого / В. В. Сударь, Н. И. Романенко // Состояние, проблемы и пути совершенствования спортивной и оздоровительной тренировки : Материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Казань, 29 октября 2021 года. – Казань : ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСиТ», – 2021. – С. 287-289.

**ВЛИЯНИЕ СИЛОВОЙ АЭРОБИКИ НА СОСТОЯНИЕ ДЫХАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ
ЖЕНЩИН 25-30 ЛЕТ****Андрейцева М.В.****Научный руководитель профессор Дворкин Л.С.**

Аннотация. По данным результатов педагогического эксперимента установлено положительное влияние силовой аэробики на работу дыхательной системы женщин 25-30 лет, что подтверждается достоверностью полученных данных функциональных проб Генча и Штанге.

Ключевые слова: силовая аэробика, фитнес, женщины 25-30 лет, функциональные пробы, дыхательная система.

Эффективность занятий силовой аэробикой и ее влияние на физическое состояние человека показана в работах многих авторов [1,2,3,4]. Однако влияние занятий силовой аэробикой на функционирование дыхательной системы у женщин 25-30 лет изучено недостаточно. Наши исследования показали, что при выполнении пробы Штанге в конце первого месяца уровень дыхательной системы у женщин 25-35 лет достоверно повысился по сравнению с исходным показателем данной пробы с $42,36 \pm 1,7$ до $50,06 \pm 2,81$ с (при $P < 0,05$). Однако, в конце второго месяца занятий эти изменения пробы Штанге также повысились по отношению к исходному показателю – до $51,09 \pm 2,92$ с, но они оказались статистически недостоверными. Следовательно, на данном этапе эксперимента мы можем говорить только о тенденции положительного влияния занятий силовой аэробикой на дыхательную систему с учетом пробы Штанге. В последующих третьем и четвертом месяце занятий силовой аэробикой были зафиксированы с высокой степенью достоверности увеличения показателя пробы Штанге соответственно – до $52,98 \pm 2,91$ и до $55,13 \pm 3,01$ с (при $P < 0,01$), что говорит об эффективном улучшении функционирования дыхательной системы у женщин по данным пробы Штанге. Еще одним показателем функционирования дыхательной системы является проба Генча, которая в отличие от пробы Штанге, выполняется на задержке дыхания после выдоха воздуха. Величина задержки дыхания в конце первого месяца увеличилась у женщин по сравнению с исходным уровнем с $21,24 \pm 1,12$ до $26,42 \pm 2,21$ с, но недостоверно (при $P > 0,05$). На втором месяце показатель пробы Генча у женщин вновь возрос по отношению к исходному показателю до $29,24 \pm 2,34$ с, но уже с высокой степенью достоверности (при $P < 0,01$), соответственно к концу третьего месяца – до $30,18 \pm 2,35$ с ($P < 0,01$) и четвертого месяца – до $33,48 \pm 2,67$ с ($P < 0,001$). Все два теста дыхательной системы женщин (проба Штанге и проба Генча) совершенно четко и самое главное достоверно показали тенденцию положительного влияния занятий силовой аэробикой, на улучшение функционирования их дыхательной системы за четыре месяца. Так, если при выполнении пробы Штанге, динамика прироста её результатов была достаточно адекватной для женщин 25-30 лет уже к концу первого месяца (+3,3%), то на втором и третьем месяце данная кривая повышалась, но не так стремительно как в первый месяц. И только к концу четвертого месяца относительный показатель прироста результата пробы Штанге оказался в наибольшей степени приближенным к первому месяцу (+5,3%). Относительные показатели прироста результатов Проба Генча у женщин 25-30 лет почти более чем в два раза уступала вышеприведенным данным относительного прироста пробы Штанге. Это видно из того, что кривая увеличения динамики результатов относительного прироста пробы Генча у женщин от первого месяца находилась в пределах от 1,1 до 2,1% на четвертом месяце.

Таким образом, результаты анализа изменений пробы Штанге и пробы Генча в течение четырех месяцев показали, что занятия силовой аэробикой благоприятно сказываются на улучшении функционирования дыхательной системы женщин 25-30 лет.

Литература:

1. Влияние занятий силовой направленности на физическую подготовленность и

функциональное состояние женщин второго зрелого возраста / О.С. Трофимова, Е.И. Ончукова, Я.А. Никитина, П.В. Гордиенко // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2019. – № 4(170). – С. 336-339.

2. Дворкин, Л. С. Теория и методика физкультурно-оздоровительных технологий: учеб. пособие для магистров / Л. С. Дворкин, Н.И. Дворкина ; Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – Краснодар: КГУФКСТ, 2019. – 246 с.

3. Дворкина, Н. И. Эффективность влияния занятий body pump на изменение функционального состояния кардиореспираторной системы студенток первого курса профильного вуза / Н. И. Дворкина, Л. С. Дворкин // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ. – Краснодар, 2019. – С. 176-178.

4. Романенко, Н. И. Методика комплексного использования базовой и силовой аэробики в физической подготовке женщин 25-35 лет // Научно-методический журнал «Физическая культура, спорт – наука и практика». – Краснодар, 2018. – № 1. – С. 52-56.

**СПЕЦИАЛЬНЫЕ И ОБЩЕПЕДАГОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА УЛУЧШЕНИЯ
ФИЗИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ И СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО
САМОЧУВСТВИЯ ЖЕНЩИН 55-60 ЛЕТ**

Андрейцева М.В.

Научный руководитель старший преподаватель Манакова Я.А.

Аннотация. Представлены результаты теоретического анализа литературы для определения групп средств, воздействующих на показатели физического состояния и социально-психологического самочувствия.

Ключевые слова: физкультурно-оздоровительная деятельность, женщины 55-60 лет, средства, оздоровительная физическая культура.

В настоящее время рядом авторов обоснована актуальность организации физкультурно-оздоровительной деятельности женщин 55-60 лет. Приоритетным направлением исследований является выбор эффективных средств организации двигательной активности женщин 55-60 лет [2, 3, 5].

На основании исследований С.А. Хазовой, Я.А. Манаковой, М.А. Маринович позволили выделить совокупность групп средств для эффективной организации двигательной активности женщин 55-60 лет [1,4,6].

Первая группа средств предполагает прямое воздействие на повышение эмоциональной устойчивости, снижение тревожности. Эта группа средств включает: психорегулирующие программы (фитнес-йога, гимнастика ушу, виды дыхательной гимнастики, виды спорта оздоровительной направленности, а также средства двигательной рекреации такие как: прогулки на свежем воздухе, оздоровительный туризм, посещение театров, музеев, выставок).

Вторая группа средств, косвенно обеспечивающая улучшение психологического самочувствия, способствует профилактике и стабилизации физического состояния. Включает: оздоровительные виды гимнастики, аэробное направление фитнеса (базовая аэробика и аэробика с оборудованием, танцевальная аэробика, аквааэробика), силовое направление фитнеса (с весом собственного тела, со свободными весами и с использованием тренажерных устройств), функциональное направление (core, bosu и др.).

Третья группа средств включает общепедагогические средства, такие как: мотивационные беседы, индивидуальные и групповые консультации, обучение навыкам самоорганизации двигательной активности и др.

Таким образом, эти группы средств оказывают влияние не только на физическое состояние женщин, но и на показатели социально-психологического самочувствия, которое обеспечивает воздействие на стороны личности занимающихся.

Литература:

1. Манакова, Я. А. Методика занятий оздоровительной физической культурой с женщинами предпенсионного возраста / С. А. Хазова, Я. А. Манакова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2021. – № 1. – С. 226-228.
2. Манакова, Я. А. Педагогические условия эффективности занятий оздоровительной физической культурой с женщинами предпенсионного возраста с учетом их социально-психологического самочувствия // Физическое воспитание и спортивная тренировка. – 2022. – № 4 (42). – С. 129-134.
3. Манакова, Я. А. Построение занятий оздоровительной физической культурой с женщинами предпенсионного возраста с учетом социально-психологического самочувствия / Я. А. Манакова // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2022. – № 11 (213). – С. 346-355.

4. Маринович, М. А. Построение занятия оздоровительной физической культурой с женщинами предпенсионного возраста / Я. А. Манакова, А. С. Прохорцева, М. А. Маринович // Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции. – Краснодар, 2021. – С. 195-197.

5. Никитина, Я. А. К вопросу об организации занятий оздоровительной физической культурой с женщинами предпенсионного возраста // Тезисы докладов XLVI научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа : Материалы конференции. – 2019. – С. 268-269.

6. Никитина, Я. А. Оценка состояния здоровья женщин предпенсионного возраста / Я. А. Никитина, С. А. Хазова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2020. – № 1. – С. 183-184.

СОДЕРЖАНИЕ СКОРОСТНО-СИЛОВОЙ ПОДГОТОВКИ ДЕТЕЙ 14-15 ЛЕТ НА ОСНОВЕ СРЕДСТВ КАРАТЭБИКИ

Аняшкина В.С.

Научный руководитель профессор Дворкина Н.И.

Аннотация. В работе обосновано содержание занятий каратэбикой, эффективность которая выражается в прогрессивных результатах показателей скоростно-силовых качеств и координационных способностей подростков 14-15 лет.

Ключевые слова: фитнес, скоростно-силовая подготовка, подростки 14-15 лет, каратэбика.

В настоящее время фитнес программы все чаще интегрируются с различными видами восточных единоборств, что придает им значительную популярность среди всех возрастных категорий населения Российской Федерации [1, 3, 4, 5]. К ним относятся такие виды, как тай-бо, ушу, джиу-джитсу, каратэбика, bodicombat и др. Как показали исследования последних лет эти виды фитнеса воспитывают у занимающихся не только личностные качества волю, уважение, самодисциплину, но и развивают силу и скоростную выносливость, гибкость и ловкость [2, 6, 7]. Причем надо отметить, что среди особых противопоказаний к занятиям этими видами восточных единоборств являются только травмы на стадии восстановления, заболевания сердечно-сосудистой системы и ОРВИ. Таким образом, становится очевидным тот факт, что в современных видах фитнеса имеется большая возможность для использования целого ряда различных видов восточных единоборств при занятиях с подростками, но не только для участия в спортивных соревнованиях, а и для применения их в физической подготовке, позволяющих им стать всесторонне физически развитыми, здоровыми и готовыми к трудовой деятельности и защите своей Родины.

В связи с этим было разработано и научно обосновано содержание скоростно-силовой подготовки детей 14-15 лет на основе средств каратэбики, включающее в себя строго дозированные тренировочные нагрузки с учетом возраста, физической подготовленности и пола занимающихся детей подросткового возраста. Тренировки проводились три раза в неделю по 35-40 минут, в течение 4 месяцев. В подготовительной части выполнялись физические упражнения аэробного характера, направленные на разогрев мышечно-связочного аппарата, упражнения для подготовки суставов (базовая нагрузка средней интенсивности 130-140 уд/мин. В основной части занятия подростками выполнялись специфические движения (упражнения в стойках, удары, и блоки защиты) в динамическом и статодинамическом режиме, позволяющие им двигаться в пространстве и реагировать на внешние стимулы (большая вертикальная нагрузка, аэробно-силовая 148-164 уд/мин). В заключительной части акцент делался на развитие гибкости у занимающихся и восстановление дыхания низкоинтенсивная нагрузка 120-130 уд/мин).

Проведенные итоговые контрольные испытания, показали, что занятия каратэбикой приводят к прогрессивным результатам показателей скоростно-силовых качеств и координационных способностей подростков 14-15 лет. Занятия каратэбикой можно рекомендовать для физической подготовки молодежи всем образовательным и физкультурно-спортивным организациям, оказывающим подобные услуги.

Литература:

1. Влияние фитнеса с элементами восточных единоборств на физическую подготовленность и психоэмоциональное состояние подростков / Н. И. Дворкина, Л. С. Дворкин, И. М. Сиенко, М. В. Карпова // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. – 2020. – № 4. – С. 73-76.
2. Дворкина, Н. И. Влияние занятий тайбо на физическую подготовку юношей и девушек / Н. И. Дворкина, О. С. Тарасов, С. О. Сулейманова // Физическое воспитание и спортивная тренировка. – 2019. – № 1 (27). – С. 14-22.

3. Ончукова, Е. И. Влияние занятий каратэ на развитие координационных способностей детей 8 лет / Е. И. Ончукова, О. С. Трофимова, М. А. Маринович // Актуальные проблемы физической культуры и спорта в современных социально-экономических условиях : Материалы Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 20 мая 2019 года. – Чебоксары : Чувашская государственная сельскохозяйственная академия. – 2019. – С. 52-55.
4. Трофимова, О. С. Методика занятий аквааэробикой с использованием элементов единоборств для женщин 55-60 лет/ Трофимова О. С., Котлярова Ю. А., Фоменко В. В. // Научно-теоретический журнал «Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта». – 2019. – № 8 (174). – Часть 2 – С. 234-238.
5. Шапошников, Г. Н. Влияние занятий восточными оздоровительными системами на психофизическое состояние женщин пожилого возраста / Шапошников Г. Н., Трофимова О. С., Манакова Я. А. // Педагогический вестник. – 2021. – № 19. – С. 68-70.
6. Шапошников, Я. О. Влияние занятий джиу-джитсу на физическую подготовленность детей 10-11 лет / Шапошников Я. О., Дворкин Л. С., Дворкина Н. И. // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. – 2021. – № 6. – С. 26-28.
7. Эффективность применения средств фитнеса в тренировочном процессе карате с мальчиками 9-10 лет / Е. И. Ончукова, В. А. Коваленко, Д. В. Рыбчак, А. Н. Калугина // Тенденции развития науки и образования. – 2022. – № 87-5. – С. 146-148.

ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ АКВАФИТНЕСОМ НА МОРФОФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЖЕНЩИН 36-40 ЛЕТ

Бадосова Е.А.

Научный руководитель доцент Ончукова Е.И.

Аннотация. В работе представлен опыт применения занятий на основе различных средств аквафитнеса и оценка их эффективности на морфофункциональные показатели женщин второго зрелого возраста.

Ключевые слова: аквафитнес, женщины второго зрелого возраста, морфофункциональное состояние, двигательная активность, рекреация.

Бурное развитие общества и повышение социальной важности роли женщины ставит перед ним необходимость, сохранять женское долголетие и трудоспособность, а возрастание эстетической значимости телесности устанавливает перед теорией и практикой рекреологии проблему поиска средств методов по удовлетворению данного запроса [3, 4, 5]. Аквафитнес является универсальной системой оздоровительных занятий, который способен не только повысить уровень физического состояния, но и улучшить эмоциональное и психическое состояние занимающихся. Известно, что при переходе из первого зрелого во второй зрелый возраст, женщины меняют и вид двигательной активности на более динамический, но менее травматичный для опорно-двигательного аппарата.

Достаточно часто именно в возрасте 36-40 лет женщины впервые обращают внимание на тренировочные занятия на основе аквафитнеса. По мнению ученых, Дворкиной Н.И., Трофимовой О.С., Маринович, М.А., Никитиной Я.А., Ончуковой Е.И., Бадосовой Е.А. основной причиной этого является повышенная эмоциональность занятий и кажущаяся простота движений в воде [1, 2, 6, 7]. В соответствии с данным обстоятельством, необходимо расширять содержательную часть занятий аквафитнесом для каждого возрастного диапазона, в соответствии с запросами со стороны занимающихся. Данное обстоятельство и обусловило выбор темы исследования.

Педагогический эксперимент осуществляли на базе фитнес клуба «AVAX» г. Краснодара в течение 5 месяцев. Для оценки влияния особенностей содержания занятий на морфофункциональные показатели занимающихся было сформировано две группы женщин по 12 человек в каждой. Контрольная группа женщин занималась по содержанию стандартной программы по аквааэробике три раза в неделю с интенсивность. 142-148 акцентов в минуту. В содержании занятий экспериментальной группы использовались различные средства аквафитнеса. Постепенное их введение в тренировочный процесс обеспечивалось процессом планирования, разделенного на 4 мезоцикла, длительность каждого составила 3 недели и включал 9 занятий.

На начальном этапе было проведено морфофункциональное тестирование занимающихся. Достоверных различий между двумя группами выявлено не было, однако, в обеих группах отмечали повышенный ИМТ, свидетельствующий о наличии избыточной массы тела. По средним параметрам занимающихся отмечалось изменение гармонии тела в результате избыточной жировой массы и как следствие ухудшение функциональных показателей.

Для оценки влияния разработанного экспериментального содержания на морфофункциональные показатели женщин 36-40 лет, было проведено итоговое внутригрупповое сравнение результатов каждой группы. В показателях физического развития достоверные различия определялись по параметру веса тела. Индекс массы тела по окончании эксперимента он стал соответствовать норме. Положительные достоверные изменения отмечались и по обхватным значениям. При оценке функциональных значений выявляли достоверные изменения по трем из четырех параметров. Значительное улучшение показателей произошло по дыхательным пробам, и активной ортостатической пробе.

При оценки морфофункциональных проявлений в контрольной группе, фиксировалось достоверное улучшение результата только по дыхательным пробам. Необходимо отметить, что, не смотря на отсутствие достоверных изменений, в контрольной группе также улучшился показатель индекса массы тела до нормативных значений. Результативность ортостатических проб в контрольной группе также стала выше, однако до нормативных значений не улучшилась.

Для объективной оценки разработанной содержательной части занятий аквафитнесом с женщинами 36-40 лет был проведен межгрупповой анализ данных. Достоверные межгрупповые различия определяли только по показателям функциональных проб Штанге и Генча. Однако, следует подчеркнуть, что все результаты женщин экспериментальной группы оказались лучше по сравнению с контрольной. Стоит отметить, что, не смотря на отсутствие достоверности по ортостатическим пробам между группами, в экспериментальной группе отмечали достижение нормативных значений по ним в абсолютном выражении, в отличие от контрольной группы.

Таблица – Морфофункциональные показатели женщин 36-40 лет после эксперимента

Показатель	Экспериментальная группа (n=12)	Контрольная группа (n=12)	P
Морфологические показатели			
Рост тела (см)	166,7±3,8	166,7±3,8	>0,05
Вес тела (кг)	67,9 ± 0,9*	69,1 ± 1,2	>0,05
Индекс массы тела (кг/м ²)	24,3± 0,7	25,1± 0,7	>0,05
Обхват талии (см)	83,1 ± 0,7*	85,2 ± 0,9	>0,05
Обхват бедер (см)	106,1 ± 1,4*	109,1 ± 1,1	>0,05
Функциональные показатели			
Проба Штанге (с)	46,4± 1,2*	42,9± 1,1*	<0,05
Проба Генча (с)	31,4± 0,7*	28,6± 1,1*	<0,05
Активная ортостатическая проба (уд/мин)	12,9±0,6*	13,4±0,8	>0,05
Клиностатическая проба (уд/мин)	10,7±0,6	11,7±0,8	>0,05

Таким образом на основе полученных результатов педагогического эксперимента можно утверждать о эффективности разработанного содержания занятий аквафитнесом для женщин второго зрелого возраста.

Литература:

1. Дворкина, Н. И. Особенности применения аквааэробики на оздоровительных занятиях с женщинами пожилого возраста / Дворкина Н. И., Трофимова О. С., Маринович М. А. // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2019. – № 1. – С. 181-183.
2. Никитина, Я. А. Влияние занятий аквааэробикой на физическую подготовленность женщин второго зрелого возраста / Никитина Я. А., Маринович М. А. // Физическая культура, спорт и здоровье. – 2019. – № 33. – С. 45-48.
3. Ончукова, Е. И. Современные тенденции фитнес-индустрии в условиях постпандемийного рынка / Ончукова Е. И., Туркин Р. А. // Трансформация социально-экономического пространства России и мира: Сборник статей международной научно-практической конференции, Сочи, 29 сентября – 02 2021 года / Под редакцией Г. Б. Клейнера, Х. А. Константиныди, В. В. Сорокожердьева. – Краснодар : ООО «Просвещение-Юг», 2021. – С. 112-115.

4. Ончукова, Е. И. Организационно- методические основы физкультурно-оздоровительных технологий ; Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2018. – 102 с.

5. Романенко, Н. И. Влияние занятий функциональной направленности на снижение избыточной массы тела женщин 30-35 лет / Романенко Н. И. Сударь В. В., Юркина Е. Д. // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2021. – № 1. – С. 211-213.

6. Трофимова, О. С. Влияние методики занятий аквааэробикой на психофизическое состояние женщин 36-45 лет / Трофимова, О. С. Ончукова Е. И., Килимник А. А. // Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2018. – № 3. – С. 55-61.

7. Эффективность содержания занятий сап-серф фитнесом с женщинами второго зрелого возраста / Е. И. Ончукова, Е. А. Бадосова, И. И. Честнова, М. А. Фомиченко // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2022. – № 6(208). – С. 266-270.

ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ АКВАФИТНЕСОМ НА МОРФОФУНКЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ

Вардазарян В.В.

Научный руководитель доцент Романенко Н.И.

Аннотация. Одной из приоритетных задач физического воспитания в России является качество физкультурно-оздоровительной деятельности школьников, что обусловлено неудовлетворительным состоянием здоровья подрастающего поколения. В статье рассматривается эффективное влияние средств аквафитнеса, используемых на занятиях в водной среде на морфофункциональное состояние младших школьников.

Ключевые слова: младшие школьники, аквафитнес, морфофункциональное состояние.

В современных условиях жизни наблюдается снижение уровня здоровья младших школьников из-за низкой двигательной активности, повышенной учебной нагрузки, длительного пребывания за гаджетами. У детей отмечаются проблемы с опорно-двигательным аппаратом, снижение остроты зрения, слуха, повышенная утомляемость и др. [1]. В связи с этим специалистами ведется поиск эффективных средств физического воспитания, способствующих повышению уровня физического состояния и мотивационной заинтересованности в занятиях физической культурой. Значительный интерес в этом направлении вызывают вопросы рационального использования оздоровительного потенциала аквафитнеса, базирующегося на синтезе:

- плавание спортивными и смешанными стилями в полной координации или по элементам [2, 3];
- водные игры от элементарных бессюжетных до спортивно-ориентированных;
- развлекательные мероприятия – прыжки в воду, ныряние, проплывание под водой;
- элементы аквааэробики с различным оборудованием.

Цель исследования – выявить влияние занятий аквафитнесом на морфофункциональное состояние младших школьников 9-10 лет.

Педагогическое исследование проводилось в Краснодарском крае в станице Динская в центре оздоровительного плавания «Аквапупсы». В нем приняло участие 40 детей 9-10 лет. Контрольная группа (10 мальчиков и 10 девочек) занималась оздоровительным плаванием. Экспериментальная (10 мальчиков и 10 девочек) – аквафитнесом. Все дети были допущены врачом к физкультурно-оздоровительным занятиям и занимались 3 раза в неделю по 45 минут в течение 5 месяцев.

На начальном этапе достоверных различий по показателям морфофункционального состояния между двумя исследуемыми группами не выявлено, что характеризует их как однородные.

Обнаружено, что у мальчиков и девочек средние значения веса и длины тела, низкие показатели ЖЕЛ, PWC_{170} , МПК оценивающие функцию внешнего дыхания и работоспособность.

Через 5 месяцев регулярных занятий выявлено достоверное ($P<0,05-0,01$) преимущество детей экспериментальной группы по всем тестам за исключением веса и длины тела.

Применение спортивно-ориентированных игр, развлекательных мероприятий на основе прыжков в воду, ныряния, проплывания под водой способствовало увеличению показателей окружности грудной клетки на вдохе и выдохе, экскурсии грудной клетки, ЖЕЛ как у мальчиков, так и у девочек экспериментальной группы. Наибольший относительный прирост у мальчиков обнаружен в значениях экскурсии грудной клетки и составил 28,2%, у девочек – 23,8%, в то время как в контрольной группе у мальчиков – 5,1% и у девочек – 4,7% (рисунок).

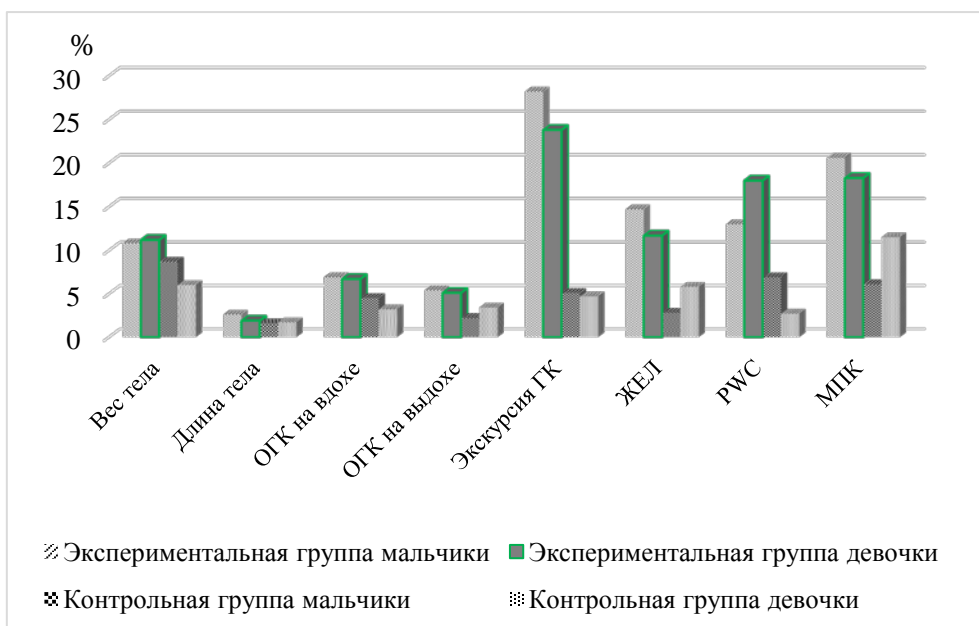


Рисунок. Показатели относительного прироста морфофункционального состояния детей 9-10 лет

Относительный прирост значений ЖЕЛ у мальчиков экспериментальной группы составил 14,7%, у девочек – 11,7%. Дети контрольной группы отставали, их прирост был явно ниже: у мальчиков – 2,8%, у девочек – 5,8%.

Использование упражнений аквааэробики и плавания спортивными и смешанными стилями в полной координации или по элементам способствовало достоверному улучшению показателей PWC_{170} , МПК. Относительный прирост МПК у мальчиков – 20,8%, у девочек – 18,3%, PWC_{170} соответственно 13 и 18%.

Таким образом, результаты проведенного исследования показали эффективное влияние занятий аквааэробикой на морфофункциональное состояние детей младшего школьного возраста.

Литература:

1. Ончукова, Е. И. Особенности состояния здоровья младших школьников / Е.И. Ончукова, М. А. Маринович, В. И. Кварцхава, // Актуальные проблемы развития физической культуры, спорта и туризма в современных условиях: Сборник научных трудов 6 Международной научно-практической конференции, Курск, 15 апреля 2021 года. – Курск : Юго-Западный государственный университет, 2021. – С. 239-242.
2. Романенко, Н. И. Содержание занятий оздоровительным плаванием на основе игрового метода с детьми 6-7 лет / Н. И. Романенко, А. А. Пригаева, С. А. Горбунова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2022. – № 1. – С. 225-227.
3. Сударь, В. В. Влияние методики занятий оздоровительным плаванием на показатели физической подготовленности девочек 7-8 лет / В. В. Сударь // Олимпийский спорт и спорт для всех : Материалы XXVI Международного научного Конгресса, Казань, 08-11 сентября 2021 года / Под общей редакцией Р. Т. Бурганова. – Казань : Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма, 2021. – С. 200-202.

Аннотация. В работе представлен анализ структуры Pilates Reformer, раскрыты методические особенности организации работы на Pilates Reformer.

Ключевые слова: фитнес, система Пилатес, реформер, Pilates Reformer, физическое воспитание.

В настоящее время существует множество фитнес-программ, которые очень популярны среди занимающихся женщин, особый интерес у которых вызывают занятия по системе Пилатес, фитнес-йогой, современными психорегулирующими программами, нетрадиционными оздоровительными системами, характеризующимися особенностью объединения в единый комплекс психофизических ресурсов занимающихся [1,5,6,7]. Занятия Pilates Reformer – это современное направление в фитнесе, занятие проходит на специальном оборудовании – реформере, в основу которого заложены пружины и двигательная платформа, также имеются ремни с петлями для рук и ног для выполнения различных упражнений. Во время занятия нагрузка на суставы и позвоночник минимальна, что вызывает интерес у занимающихся [2,3].

На сегодняшний день имеется большое разнообразие Pilates Reformer. Характеристикой Pilates Reformer является плоская платформа с пружинами, которая движется вверх и вниз вдоль рамы «кровати». В целом, реформеры созданы для занятий по системе Пилатес [4]. Джозеф Пилатес сконструировал тренажер реформер Пилатеса, изобрел и развил практику Пилатеса в начале 1920-х годов в США. Сделать это ему пришлось после своего опыта реабилитации людей в Англии, которые не могли ходить.

Рассмотрим основы настройки и безопасной работы на оборудовании trapeze table (стол – трапеция). Пружины различаются по сопротивлению и длине. Они бывают длинными и короткими, жесткими и мягкими. Всегда нужно следить за деформацией, искривлением или ослаблением пружины, при их наличии пружину необходимо заменить.

- Tower bar (жесткая перекладина) – деревянная.
- Трапеция прикреплена к скользящей перекладине, которую можно закрепить на верхних горизонтальных стойках.
- Петли используются для закрепления стоп.
- Деревянная перекладина – также называется Roll down bar (перекладина для раскручивания).

Реформеры изготавливаются из разного материала и могут иметь отличия в количестве дополнительного оборудования, высоте рамы, способам крепления движущихся и неподвижных частей.

- Рама – рама для тренажера бывает цельная и складная. Изготавливается рама из дерева или металла.
- Каретка – это подвижная часть тренажера.
- Пружины – у реформера пять пружин различного сопротивления: зеленая, красная, желтая, все они имеют разные характеристики. У некоторых производителей реформеров есть дополнительно синяя пружина. Желтая пружина имеет слабое сопротивление, красная – сильное.
- Футбар – на реформере имеется несколько положений футбара в зависимости от его типа. Стандартными положениями являются высокое, среднее и низкое.
- Подголовник и подплечники – на реформере обычно положения подголовника: высокое – полностью поднят, среднее – поднят на половину, плоское – выровнен с платформой. Положение подголовника нужно определять исходя из потребностей занимающихся.

- Рукоятки/петли – рукоятки используются для рук. Также есть петли для ног.
- Стропы – необходимо обязательно проверить крепление строп перед началом движения на тренажере. Выравнивание строп производится по надплечникам, металлическим переходникам надплечников или других ориентирам в зависимости от цели упражнения.
- Крепежи строп – необходимо проверять фиксаторы крепежей строп перед началом занятия.
- Бокс – Long Box – расположен вдоль платформы, параллельно направляющим рельсам, перед подплечниками.
- Платформа для стояния – может быть прикреплена к основанию реформера для использования стоя. Один край шире другого и должен быть расположен над рамой реформера до того, как будет безопасно закреплен. Платформа должна быть закреплена винтом перед использованием. Всегда сначала нужно вставать на неподвижную платформу перед тем, как наступить на подвижную.
- Мягкая доска для стоп – также называется Jump Board. Может быть прикреплена к основанию реформера для выполнения прыжков. На многих реформерах футбар должен быть закреплен за мягкой доской для стоп. Перед началом использования необходимо убедиться, что фиксаторы плотно закручены и закрепляют доску на правильном месте.
- Т-перекладина для проприоцепции – присутствует на клиническом реформере. Т-перекладина поворачивается и в горизонтальной, и в вертикальной плоскости. Она может быть вставлена в основание клинического реформера для использования в положении лежа и в коленно-кистевом упоре.

Таким образом, изучив структуру Pilates Reformer, методические особенности организации работы на Pilates Reformer, мы пришли к выводу, что данный вид фитнес-технологии является эффективным средством для совершенствования процесса физического воспитания взрослого населения.

Литература:

1. Дворкина, Н. И. Влияние занятий хатха-йогой на функциональное состояние женщин второго зрелого возраста / Н. И. Дворкина, О. С. Трофимова, Г. Н. Шапошников // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ. – 2020. – №1. – С. 165-166.
2. Ончукова, Е. И. Возможности фитнес-индустрии в формировании человеческого потенциала / Е. И. Ончукова, О. С. Трофимова, О. В. Горбунова // Материалы Международной научно-практической конференции «Трансформация социально-экономического пространства России и мира. – 2020. – С. 223-228.
3. Рычкова, Н. Р. Методика занятий психорегулирующей направленности с женщинами второго зрелого возраста / Н. Р. Рычкова, Е. А. Галабир, О. С. Трофимова, Е. А. Мазуренко // Научно-теоретический журнал «Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта». – 2022. – № 9 (211). – С. 408-412.
4. Трофимова, О. С. Методика применения занятий восточными оздоровительными системами с женщинами пожилого возраста / О. С. Трофимова, Е. И. Ончукова, Я. А. Манакова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ. – 2021. – № 1. – С. 223-225.
5. Трофимова, О. С. Содержание экспериментальной работы по формированию физической подготовленности женщин 30 лет на основе применения программ аэробного направления / О. С. Трофимова, В. В. Сударь, А. Ю. Морозова // Материалы научной и научно-методической конференции ППС КГУФКСТ. – 2020. – № 1. – С. 205-206.
6. Управленческая подготовка специалистов в сфере физической культуры и фитнеса / С. А. Хазова, Н. И. Дворкина, Е. И. Ончукова, О. С. Трофимова. – Изд. 2-е, испр., доп. – Краснодар : КГУФКСТ, 2021. – 108 с.
7. Шапошников, Г. Н. Влияние занятий восточными оздоровительными системами на психофизическое состояние женщин пожилого возраста / Г. Н. Шапошников, О. С. Трофимова, Я. А. Манакова // Педагогический вестник. – 2021. – № 19. – С. 68-70.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МИОФАСЦИАЛЬНОГО РЕЛИЗА НА ЗАНЯТИЯХ ПИЛАТЕС С ЖЕНЩИНАМИ ПЕРВОГО ЗРЕЛОГО ВОЗРАСТА

Горбунова С.А.

Научный руководитель доцент Романенко Н.И.

Аннотация. Представлены результаты комплексной методики на основе применения миофасциального релиза и упражнений системы Пилатес в физической подготовке женщин первого зрелого возраста, способствующие достоверному улучшению показателей развития гибкости и подвижности в суставах.

Ключевые слова: миофасциальный релиз, Пилатес, женщины первого зрелого возраста.

Первый зрелый возраст характеризуется дифинитивным развитием и для женщин является репродуктивным, также в этот период на них возлагаются различные социальные, производственные, образовательные, демографические функции [1, 4]. Анализ социологических исследований показывает, что при физической активности большая часть женщин зрелого возраста сталкивается с дискомфортом и болезненными ощущениями в мышцах, сухожильно-связочном и опорно-двигательном аппаратах [2]. Для решения данных проблем в оздоровительной физической культуре используют миофасциальный релиз, основанный на мануальном воздействии для освобождения фасциальной ткани из фиксированного положения, а также программы психорегулирующей направленности, такие как система Пилатес, фитнес-йога, стретчинг и другие [3].

Цель исследования – определить возможность использования миофасциального релиза на занятиях Пилатес с женщинами первого зрелого возраста.

Методы и организация исследования. Исследование проводилось в городе Краснодаре на базе фитнес-клуба «Х-fit Меридиан» в течение 5 месяцев. В нем приняло участие 24 женщины первого зрелого возраста, которые были поделены на 2 равные группы.

Контрольная группа (n=12) занималась системой Пилатес.

Для экспериментальной группы (n=12) была разработана комплексная методика на основе применения миофасциального релиза и упражнений системы Пилатес.

В подготовительной части (10-15 минут) выполнялись приемы миофасциального релиза с использованием мячей диаметром 6-8 см и роллов мягкой и средней жесткости с гладкой и рефренной поверхностью. МФР состоял из 2-х частей. Первая часть – это поиск триггеров (мест слипания фасции), вторая – мягкое и плавное воздействие на болевые участки в течение 30-40 секунд.

В основной части (30-35 минут) занятия выполнялся комплекс упражнений системы Пилатес направленный на проработку постуральных мышц и мышц стабилизаторов, формирующих мышечный корсет и отвечающих за поддержание правильной осанки.

В заключительной части занятия (10-15 минут) применялись приёмы МФР с целью расслабления и ускорения восстановления мышц.

Для оценки эффективности комплексной методики оценивали степень развития гибкости и подвижности в суставах.

Все женщины, участвующие в эксперименте, прошли медицинский контроль и были допущены к физкультурно-оздоровительным занятиям. Они занимались 3 раза в неделю по 55-60 минут.

Результаты исследования и их обсуждение.

При первичном тестировании физической подготовленности по показателям развития гибкости и подвижности в суставах не выявлено достоверных различий между двумя группами. Через 5 месяцев выявлено преимущество экспериментальной группы по всем исследуемым тестам. В результате выравнивания мышечного тонуса левой и правой стороны туловища достоверно ($p < 0,05$) улучшились показатели подвижности позвоночного столба

при боковом наклоне, повороте в сторону. В данных тестах обнаружен наибольший относительный прирост 63,4 и 58,6% соответственно (рисунок).

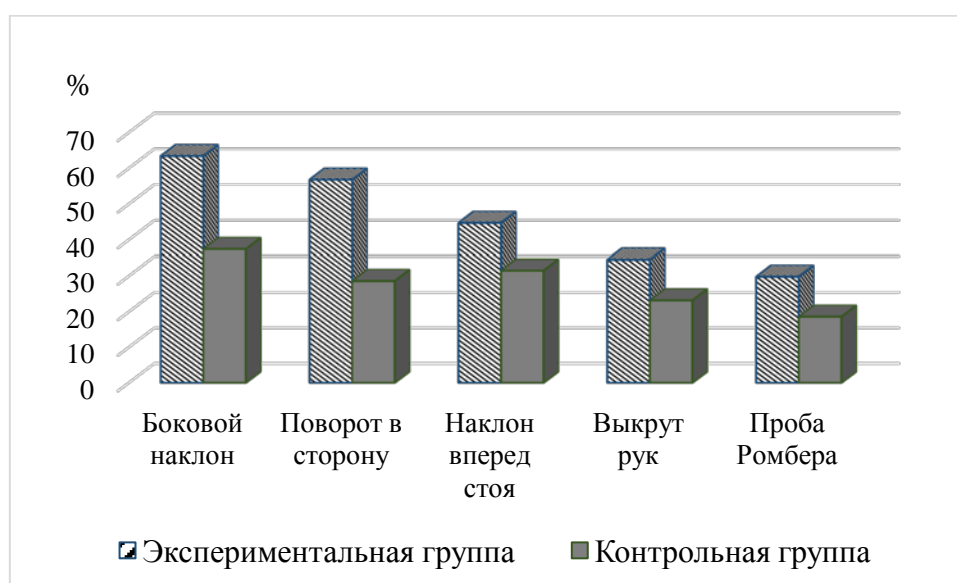


Рисунок. Показатели относительного прироста развития гибкости и подвижности в суставах у женщин первого зрелого возраста

Применение МФР способствовало повышению эластичности мышц задней поверхности бедер, спины что отразилось на достоверном ($p < 0,05$) улучшении показателей в тесте наклон вперед стоя, также увеличилась подвижность в плечевых суставах, относительный прирост составил 44,7 и 34,5% соответственно. Улучшились и показатели, характеризующие устойчивость вестибулярного аппарата в пробе Ромберга. Прирост составил 29,8%.

Выводы. Таким образом, полученные результаты исследования подтверждают эффективность комплексного применения миофасциального релиза и упражнений системы Пилатес в физической подготовке женщин первого зрелого возраста, способствующие достоверному улучшению показателей развития гибкости и подвижности в суставах.

Литература:

1. Дворкина, Н. И. Содержание комплексных занятий фитнесом с женщинами первого зрелого возраста / Н. И. Дворкина, К. С. Дорошко // Тезисы докладов XLIX научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа, Краснодар, 01 февраля – 31 2022 года. – Краснодар : ФГБОУ ВО КГУФКСТ, 2022. – С. 131-132.
2. Левкина, В. И. Миофасциальный релиз как мотивация женщин первого зрелого возраста к занятиям в тренажерном зале / В. И. Левкина, Н. И. Дворкина // Физическая культура и спорт. Олимпийское образование: Материалы международной научно-практической конференции, Краснодар, 18 февраля 2021 года. – Краснодар : ФГБОУ ВО КГУФКСТ, 2021. – С. 190-191.
3. Ончукова, Е. И. Эффективность применения миофасциального релиза в функциональной и силовой тренировке / Е. И. Ончукова, Е. Н. Руденко, Л. А. Калинин, А. М. Баев // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2022. – № 5(207). – С. 304-307.
4. Сударь, В. В. Влияние занятий персональной фитнес-тренировкой силовой направленности на антропометрические показатели женщин первого зрелого возраста / В. В. Сударь, Н. И. Романенко // Состояние, проблемы и пути совершенствования спортивной и оздоровительной тренировки : Материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Казань, 29 октября 2021 года. – Казань : ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСИТ», 2021. – С. 287-289.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МИОФАСЦИАЛЬНОГО РЕЛИЗА В СИЛОВОЙ ТРЕНИРОВКЕ

Засыпкина С.А.

Научный руководитель доцент Трофимова О.С.

Аннотация. В последние годы силовые тренировки набирают огромную популярность среди занимающихся. В работе рассматривается важность использования миофасциального релиза в силовой тренировке, раскрыто понятие триггерная точка, представлены возможности применения миофасциального релиза в силовой тренировке.

Ключевые слова: силовая тренировка, миофасциальный релиз, триггерная точка.

По мнению Е.И. Ончуковой, О.С. Трофимовой, О.В. Горбуновой, 2020 мышцы человека испытывают ежедневные нагрузки, особенно у людей, занимающихся тяжелым физическим трудом [2]. И тогда они прибегают к занятиям фитнесом, которые иногда приводят к появлению боли в мышцах, и эта боль зачастую не проходит со временем, а только усиливается. В результате человек испытывает постоянный дискомфорт во время движения и не может нормально выполнять упражнения. Причиной этих болей зачастую становятся изменения в миофасциальных структурах, то есть мышечной и соединительной тканях.

В.И. Левкина, Н.И. Дворкина, 2021 в своем исследовании утверждают, что зная расположение триггерных точек, можно выявить причину возникновения болевых ощущений и избавиться от них [1]. Триггерная точка – это участок, где мышечное волокно находится в непроизвольном сокращении, болезненный при нажатии. Триггерные точки образуются независимо от возраста и пола человека. Есть несколько предположений о том, как формируется триггерная точка:

1. Повышенный метаболизм в спазмированном участке. Кровоток в данном участке нарушен, кислород плохо поступает в спазмированную мышцу, а продукты распада начинают еще больше раздражать триггерную точку.
2. Повышенное давление в капиллярном русле. Когда мышца сокращается, повышается давление, кислород и питательные вещества хуже поступают в мышцы.
3. Статические положения. Длительное нахождение в одном и том же положении, так же нарушает обменные процессы в мышцах.
4. Субмаксимальные сокращения (работа с большими весами без должного восстановления).

Многие авторы считают, что основной причиной болей в спине, мышцах и суставах являются дегенеративно-дистрофические изменения – остеохондроз и артроз. Так же, ещё один диагноз – грыжа межпозвонковых дисков. Но весь комплекс терапии, направленный на лечение этих самых изменений очень часто оказывается малоэффективным [3,4].

По мнению Е.И. Ончуковой с соавт., 2022 отличительной чертой миофасциального релиза является то, что он сочетает в себе ряд различных методик:

- структурная интеграция, основоположником которой является Ида Рольф, которая занималась восстановлением солдат после Первой Мировой войны;
- остеопатические техники,
- техника Graston – инструментальная мобилизация мягких тканей,
- перкуссионный массаж,
- самомассаж с использованием ролла и мяча [3].

Миофасциальный релиз можно использовать во всех частях силовой тренировки. Во время разминки, перед силовой тренировкой, его можно применять с элементами стретчинга, для того, чтобы снять перенапряжение с мышц и немного разогреть их перед основной частью занятия, либо использовать в качестве суставной разминки, что поможет снизить риск травматизации. Важно перед тренировкой выявить и проработать проблемные зоны, у

каждого человека они индивидуальны [5,7]. Во время основной части силовой тренировки, миофасциальный релиз помогает улучшить связь между мышцами и мозгом, наладить работу центральной нервной системы и уменьшить утомляемость. Его можно применять во время отдыха между упражнениями, раскатывая целевую (рабочую) мышцу [1,6].

Раскатка после силовой тренировки позволяет ослабить отложенную мышечную боль, предотвратить образование спаек (триггерных точек), обеспечить приток крови к тканям, ускорить восстановление, снизить частоту сердечных сокращений и расслабить фасции и мышцы.

Правильная техника выполнения упражнений – один из важнейших и неотъемлемых аспектов качественной тренировки. Но постановка техники невозможна без хорошо налаженной нервно-мышечной связи. Качество и скорость мышечной гипертрофии, а также время восстановления мышц зависят от степени их кровенаполнения, которая обусловлена хорошим состоянием сосудов и капилляров. Состояние подкожно-жировой клетчатки, наличие либо отсутствие целлюлита и отёчных явлений зависят от качества лимфотока. Кроме этого не существует полностью симметричного человека без нарушений осанки и проблем с опорно-двигательным аппаратом.

Следовательно, во время силовой тренировки улучшаются физические показатели, возрастает функциональная подготовка. Но из-за чрезмерных нагрузок и неправильного восстановления, в теле могут возникать триггерные точки, и в последующем приводить к патологическим нарушениям и изменениям в биомеханике двигательных действий. Миофасциальный релиз помогает убрать эти спазмированные участки, и привести мышцу в нормальный тонус.

Литература:

1. Лёвкина, В. И. Миофасциальный релиз как мотивация женщин первого зрелого возраста к занятиям в тренажерном зале / В. И. Лёвкина, Н. И. Дворкина // Материалы Международной научно-практической конференции «Физическая культура и спорт. Олимпийское образование» г. Краснодар, 2021. – С. 190-191.

2. Ончукова, Е. И. Возможности фитнес-индустрии в формировании человеческого потенциала / Е. И. Ончукова, О. С. Трофимова, О. В. Горбунова // Материалы Международной научно-практической конференции «Трансформация социально-экономического пространства России и мира». – 2020. – С. 223-228.

3. Ончукова, Е. И. Эффективность применения миофасциального релиза в функциональной и силовой тренировке / Е. И. Ончукова, Е. Н. Руденко, Л. А. Калинин, А. М. Баев // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2022. – № 5(207). – С. 304-307.

4. Ончукова, Е. И. Особенности развития силовых возможностей у мужчин 22-25 лет при занятиях спортивными направлениями фитнеса / Е. И. Ончукова, О. С. Трофимова, И. И. Самохин // Материалы научной и научно-методической конференции ППС КГУФКСТ. – 2021. – № 1. – С. 199-201.

5. Сударь, В. В. Влияние занятий персональной фитнес-тренировкой силовой направленности на антропометрические показатели женщин первого зрелого возраста / В. В. Сударь, Н. И. Романенко // Материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Состояние, проблемы и пути совершенствования спортивной и оздоровительной тренировки». – Казань, 2021. – С. 287-289.

6. Трофимова, О. С. Влияние занятий силовой направленности на физическую подготовленность и функциональное состояние женщин второго зрелого возраста / О. С. Трофимова, Е. И. Ончукова, Я. А. Никитина, П. В. Гордиенко // Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта. – 2019. – № 4 (170). – С. 336-339.

7. Управленческая подготовка специалистов в сфере физической культуры и фитнеса / С. А. Хазова, Н. И. Дворкина, Е. И. Ончукова, О. С. Трофимова. – Изд. 2-е, испр., доп. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2021. – 108 с.

УДК: 796.035

МЕТОДИКА ЗАНЯТИЙ ВОДНЫМ ФИТНЕСОМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АКВАТРАНАЖЕРОВ ЖЕНЩИН 21-30 ЛЕТ

Каминский А.А.

Научный руководитель доцент Романенко Н.И.

Аннотация. Актуальность исследования обусловлена поиском эффективных средств улучшения физического состояния наиболее уязвимой части населения – женщин репродуктивного возраста. В статье доказана эффективность методики занятий водным фитнесом на основе применения акватренажеров, способствующая повышению функционального состояния женщин 21-30 лет.

Ключевые слова: водный фитнес, акватренажеры, выносливость, женщины 21-30 лет.

В условиях снижения уровня двигательной активности и как следствие физического состояния женщин первого зрелого возраста занятия аквафитнесом становятся оптимальными для повышения работоспособности [1, 4]. Использование акватренажеров это новое направление в водном фитнесе. Любой акватренажер является аналогом сухопутного механического тренажера, но сила сопротивления воды в 14 раз выше воздушной, соответственно эффект от таких занятий достигается быстрее, даже при меньшем объеме [2, 3]. Однако анализ научно-методической литературы, свидетельствует о незначительном количестве проведенных исследований по использованию средств аквафитнеса, в том числе и акватренажеров в физкультурно-оздоровительных занятиях женщин 21-30 лет. Данное обстоятельство и послужило поводом для проведения исследования.

Цель исследования – разработка методики развития выносливости с использованием акватренажеров.

Исследование проводилось в городе Краснодаре в фитнес-клубе «X-fit» в течение 5 месяцев. В нем участвовало 24 женщины, которых поделили на 2 равные группы. Контрольная группа занималась в тренажерном зале под руководством тренера. Для женщин экспериментальной группы была разработана методика занятий на основе использования акватренажеров (таблица). Обе группы занимались 3 раза в неделю по 50-60 минут в течение 6 месяцев.

Таблица – Методика занятий водным фитнесом с использованием акватренажеров для женщин 21-30 лет

Акватренажеры	Дозировка	Интенсивность
Подготовительная часть 12-15 минут		
Велотренажер/Эллиптический/Беговая дорожка	10-12 минут	ЧСС 50-60% от ЧСС max
Суставная гимнастика	2-3 минуты	ЧСС 50-60% от ЧСС max
Основная часть – 25-30 минут		
Аквастеппер	5 минут	ЧСС 60-70% от ЧСС max
Гребной акватренажер	5 минут	ЧСС 70-80% от ЧСС max
Акватренажер для отжиманий и подтягиваний	5 минут	ЧСС 60-70% от ЧСС max
Вращающийся акватренажер для мышц корпуса	5 минут	ЧСС 60-70% от ЧСС max
Акватренажер для мышц пресса	5 минут	ЧСС 60-70% от ЧСС max
Заключительная часть – 3-5 минут		
Дыхательные упражнения с нудлс	1-2 минуты	ЧСС 30-40% от ЧСС max
Расслабляющие упражнения с нудлс	2-3 минуты	ЧСС 30-40% от ЧСС max

На первоначальном этапе тестирования достоверных различий между группами по показателям функционального состояния сердечно-сосудистой и дыхательной систем женщин первого зрелого возраста не обнаружено.

Через 6 месяцев регулярных занятий установлено превосходство женщин экспериментальной группы по всем исследуемым тестам.

Выявлены положительные изменения в коэффициенте выносливости. В данном тесте обнаружен наибольший относительный прирост 28,3% против 20,4%. Работа на акваэронажерах способствовала улучшению работоспособности, оцениваемую с помощью пробы Руффье и Гарвардского степ-теста. Относительный прирост составил соответственно 17,6 и 19,2% против 9,8 и 16,7%. Улучшились и показатели жизненного индекса, оценивающего функцию внешнего дыхания. Прирост составил 23,6% против 14,8% (рисунок).

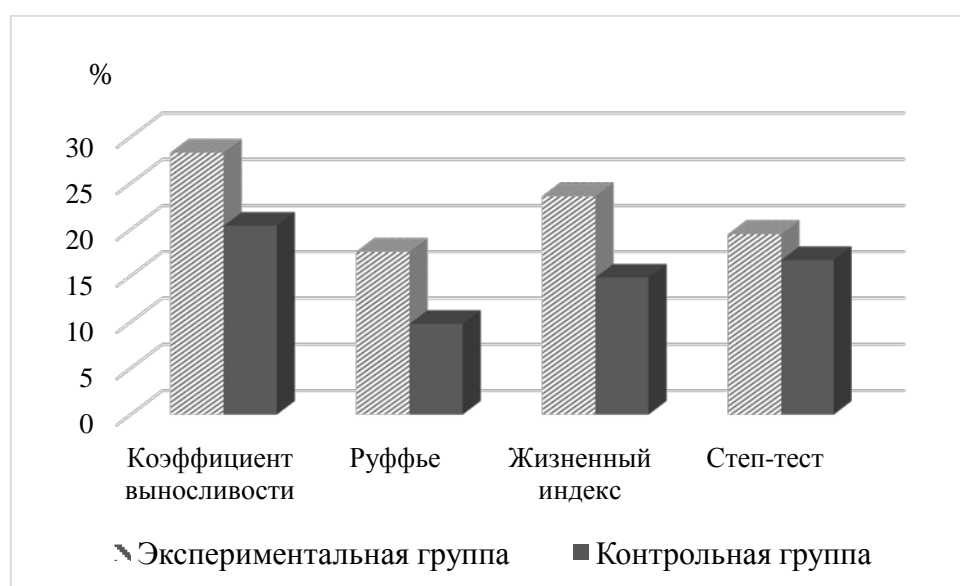


Рисунок. Показатели относительного прироста функционального состояния женщин 21-30 лет

Таким образом, результаты исследования подтвердили эффективность разработанной методики на основе акваэронажеров, способствующей улучшению сердечно-сосудистой и дыхательной систем женщин 21-30 лет.

Литература:

1. Сальникова, Е. А. Влияние занятий аквааэробикой на физическое состояние женщин зрелого возраста / Е. А. Сальникова, Я. Е. Бугаец, С. И. Борщ // Сборник: Плавание Х. Исследования, тренировка, гидрореабилитация : Материалы X Международной научно-практической конференции. 2019. – С. 102-103.
2. Сударь, В. В. Особенности предоставления фитнес-услуг для молодежи в городской среде / В. В. Сударь // Гуманитарные науки и естествознание: проблемы, идеи, инновации : Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Чистополь, 27 сентября 2019 г. – Казань : ООО Полиграфическая Компания «Астор и Я», 2019. – С. 150-153.
3. Романенко, Н. И. Влияние занятий аквааэробикой на морфофункциональное состояние женщин 36-40 лет / Н. И. Романенко, А. С. Остапчук, Д. В. Ладейщикова // Научно-теоретический журнал «Физическая культура, спорт и здоровье». – Йошкар-Ола, 2020. – № 35. – С. 66-70.
4. Трофимова, О. С. Влияние методики занятий аквааэробикой на психофизическое состояние женщин 36-45 лет / О. С. Трофимова, Е. И. Ончукова, А. А. Килимник // Физическая культура и спорт – наука и практика. – 2018. – №3. – С. 55-61.

АКВААЭРОБИКА КАК СРЕДСТВО СОХРАНЕНИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ЗДОРОВЬЯ ДЕТЕЙ 8-9 ЛЕТ

Картамышева М.А.

Научный руководитель доцент Лызарь О.Г.

Аннотация. На сегодняшний день, в теории и методике физического воспитания детей существует огромное разнообразие эффективных средств и методов, способствующих повышению уровня физической подготовленности, укрепления здоровья. В представленных материалах рассматривается проблема состояния здоровья детей младшего школьного возраста и предложены пути её решения, с использованием средств аквааэробики на занятиях с детьми.

Ключевые слова: здоровье, младший школьный возраст, аквааэробика.

В настоящее время Правительство Российской Федерации уделяет большое внимание вопросам охраны и укрепления здоровья детей и всего населения страны. Здоровый образ жизни, физическая культура и спорт – те социальные факторы, которые способствуют развитию сильного государства и здорового общества. Давно доказано, что основа здоровья закладывается в раннем возрасте и зависит от воспитания в семье, деятельности дошкольных образовательных организаций и других социальных институтов, где развивается и воспитывается ребенок. Поэтому особенно важно строить образовательный процесс в области физического воспитания на принципах здоровьесберегающих технологий [2, 6].

На сегодняшний день, глобальной проблемой современности является тенденция к ухудшению состояния здоровья детей, которая, к сожалению, приняла устойчивый характер. По мнению специалистов, занимающиеся вопросами состояния здоровья детей, за последние десятилетия, уровень физической и двигательной подготовленности, показатели соматического здоровья снижаются, что обусловлено низким уровнем двигательной активности, неправильным питанием, ухудшением социально-экономических и экологических условий [3].

В период детства происходит становление всех жизненно важных движений и способностей, начиная от нескоординированных произвольных движений, до ползания, лазания, ходьбы, бега, прыжков и других высоко координированных движений. Именно в этом возрасте закладывается базис основных базовых локомоций, которые в последующем становятся двигательными умениями и навыками, необходимые в дальнейшей жизни. Поэтому роль физического воспитания в младшем школьном возрасте велика, поскольку именно регулярное применение и использование средств физической культуры будет способствовать развитию гармонично сформированной личности [5].

На данный момент, большинство родителей озабочены вопросом выбора средств физической культуры для своего ребенка. Это объясняется огромным разнообразием программ, таргетированной рекламой, что чаще всего вводит в заблуждение родителей, поскольку далеко не все программы имеют апробированную методику.

Наиболее популярным средством в данном возрасте по праву можно считать плавание. Давно доказано благоприятное воздействие водной среды на организм человека, на все его системы и органы. Прекрасной альтернативой занятиям плаванием для детей младшего школьного возраста является аквааэробика. Это относительно новое направление, которое включает в себя выполнение различных гимнастических, плавательных упражнений, под ритмичную музыку. Занятия аквааэробикой направлены на закаливание всего организма, которое будет способствовать восстановительным функциям и более быстрому обмену веществ, а так же повысит уровень умственной, так и двигательной работоспособности детей младшего школьного, так же занятия помогают устранить уже приобретенные или возможные функциональные отклонения в здоровье [1].

Занятия акваэробикой оказывают благоприятное воздействие на организм детей. Специалисты в области фитнеса отмечают изменения во всех жизненно важных системах организма: нормализуется ритм сердца, артериальное давление, частота дыхания, жизненная емкость легких. Помимо этого, частота заболеваний детей ОРЗ и ОРВИ так же снижается, что говорит о повышении неспецифической резистентности организма к внешним раздражителям. Со стороны физической подготовки под воздействием акваэробики увеличивается общая выносливость, сила, координационные способности, что говорит о комплексном воздействии данной системы на организм [4].

Таким образом, на основании вышеизложенного, очевидно преимущество занятий акваэробикой среди других средств физической культуры. Занятия в воде оказывают выраженный оздоравливающий и иммуноукрепляющий эффект. Вода нормализует мышечный тонус, снимает напряжение, укрепляет мышцы, закаливает, развивает вестибулярный аппарат.

Литература:

1. Картамышева, М. А. История возникновения аквафитнеса / М. А. Картамышева, О. Г. Лызарь // Вестник спортивной истории. – 2021. – № 1(24). – С. 52-60.
2. Маринович, М. А. Особенности состояния здоровья младших школьников / М. А. Маринович, В. И. Кварцхава // Актуальные проблемы развития физической культуры, спорта и туризма в современных условиях : Сборник научных трудов 6 Международной научно-практической конференции, Курск, 15 апреля 2021 года. – Курск : Юго-Западный государственный университет, 2021. – С. 239-242.
3. Морозова, И. Н. Оздоровительное плавание как эффективное средство формирования здоровья дошкольников / И. Н. Морозова, О. Г. Лызарь // Тезисы докладов XLIV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2017. – С. 119-121.
4. Овчинников, Ю. Д. Аквафитнес – здоровьесберегающая технология, улучшающая повседневную активность человека / Ю. Д. Овчинников, О. Г. Лызарь, А. Б. Медников // Социальная педагогика в России. Научно-методический журнал. – 2021. – № 2. – С. 59-63.
5. Трофимова, О. С. Анализ применения фитнес-технологий в системе физического воспитания детей старшего дошкольного возраста / О. С. Трофимова, М. А. Маринович // Актуальные проблемы физической культуры и спорта в современных социально-экономических условиях : Материалы Международной научно-практической конференции, Чебоксары-Ташкент, 21 января 2022 года. – Чебоксары-Ташкент : Чувашский государственный аграрный университет, 2022. – С. 322-327.
6. Трофимова, О. С. Методика физкультурно-оздоровительных занятий с детьми младшего школьного возраста, имеющих нарушения осанки / О. С. Трофимова, Е. И. Ончукова, В. В. Роговая // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2020. – № 1. – С. 203-204.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВЛИЯНИЯ ЗАНЯТИЙ ВОСТОЧНЫМИ ЕДИНОБОРСТВАМИ НА ВЫПОЛНЕНИЕ НОРМ ГТО 2 СТУПЕНИ

Коваленко В.А.

Научный руководитель доцент Ончукова Е.И.

Аннотация. В работе представлены сравнительные данные об особенностях формирования физических качеств с учетом норм ВФСК 2 ступени мальчиков 9-10 лет при занятиях различными видами восточных единоборств.

Ключевые слова: восточные единоборства, карате, тхэквондо, физическая подготовленность, ГТО 2 ступени, мальчики 9-10 лет.

Вопрос поиска эффективных средств повышения физической подготовленности детей различных возрастов все еще является приоритетным для теории и практики физической культуры и педагогического процесса. Особое требование, предъявляемое к процессу физического воспитания школьников, сегодня становится не только развитие физических качеств и повышение общей физической подготовки, но и повешение прикладного значения освоенного двигательного навыка для дальнейшей жизнедеятельности [6]. Так анализ данных показывает, что в последнее время повышается спрос на занятия в секциях восточными единоборствами. Большинство родителей, детей и подростков отдают предпочтение именно этим видам двигательной рекреации в связи с обширными возможностями формирования не только физического здоровья, но и психологической и социальной составляющей [2, 5].

В исследованиях Ончуковой Е.И., Трофимовой О.С., Рыбчак Д.В, Маринович М.А. и других, доказано положительное влияния определенных видов единоборств на физическое и физическое состояние занимающихся различных возрастов [1,3,4,7]. Однако, исследований посвященных воздействию занятий различными видами восточных единоборств на общую физическую подготовленность детей и подростков недостаточно. Данное обстоятельство и определило направление исследования.

Цель исследования: оценить эффективность влияния занятий различными видами единоборств на общую физическую подготовленность детей 9-10 лет.

Констатирующий эксперимент проводили с целью выявления преимущества одного из видов единоборств и оценки динамики развития физических качеств. Педагогический эксперимент осуществляли на базе МОАУ СОШ № 5 станицы Динской Краснодарского края. На основе проведенного опроса были сформированы две группы для занятий на секции по восточным единоборствам – тхэквондо и карате-киокусинкай. Для объективной оценки и чистоты статистических данных были отобраны по 15 мальчиков 9-10 лет в каждой из групп. В оценке параметров физической подготовленности принимали участие только мальчики. Тренировочный процесс осуществлялся в соответствии с классическими требованиями для избранных видов единоборств и предполагал традиционные способы изучения материала. Обе группы занимались по 90 минут 3 раза в неделю. Длительность эксперимента составила 6 месяцев.

В течение эксперимента в процессе занятий использовали следующие виды занятий: – на развитие общей физической подготовки; – на отработку специальных технических навыков; – игровые занятия на основе подвижных игр.



















На начало эксперимента показатели физической подготовленности в группах каратистов и тхэквондо соответствовали хорошему уровню. Однако, при сравнении с нормами ГТО 2 ступени было выявлено, что показатели быстроты и выносливости не соответствовали ни одному из знаков, ловкость и силовые тесты соответствовали только бронзовому знаку, и только показатели гибкости и одного показателя силовой выносливости соответствовали серебру.

Известно, что первые 4 года занятий единоборствами в большей степени предполагают направленность на общую физическую подготовленность до 52% от общего времени занятий, в следствии этого обстоятельства предполагалось, что занятий в секциях единоборств достоверно повысят уровень физических качеств.

Для оценки динамики физических качеств было проведено сравнение физической подготовленности в период с сентября по декабрь занятий через три календарных месяца. Занятия проводили в соответствии с заранее составленным планом тренировочных занятий в зависимости от календаря соревнований и выполнения разрядных экзаменов.

Через 6 месяцев занятий было проведено повторное тестирование физической подготовленности мальчиков по 2 ступени ВФСК ГТО (таблица).

Таблица – Итоговые показатели физической подготовленности мальчиков 9-10 лет ($M \pm m$)

Показатель	Карате n=15	Норматив	Тхэквондо n=15	Норматив	P
Бег 30 метров (с)	$6,0 \pm 0,06$		$5,9 \pm 0,07$		$> 0,05$
Бег 1000 м (мин.с)	$5,24 \pm 0,43$		$5,35 \pm 0,46$		$> 0,05$
Сгибание разгибание рук из виса лежа на перекладине 90 см (кол-во раз)	$15,4 \pm 0,7$		$16,7 \pm 0,7$		$> 0,05$
Сгибание и разгибание рук в упоре лежа (кол-во раз)	$16,7 \pm 0,5$		$15,7 \pm 0,5$		$> 0,05$
Наклон вниз из положения стоя на скамье (см)	$+8,3 \pm 0,8$		$+9,1 \pm 0,8$		$> 0,05$
Прыжок в длину с места (см)	$149,1 \pm 0,7$		$145,4 \pm 0,6$		$< 0,05$
Челночный бег 3x10 м (с)	$8,9 \pm 0,11$		$8,8 \pm 0,12$		$> 0,05$
Метание мяча 150 гр (м)	$27,6 \pm 1,1$		$25,4 \pm 1,2$		$> 0,05$
Поднимание туловища из положения лежа на полу за 1 минуту (кол-во раз)	$42,1 \pm 0,6$		$40,7 \pm 0,7$		$> 0,05$

При выявлении достоверных различий между двумя группами, был зафиксирован только одно достоверное различие в тесте Прыжок в длину с места (см) за преимущество каратистов, однако при определении знака отличия по показателям комплекса ГТО в обеих группах они оказались одинаковыми – серебром. По остальным исследуемым параметрам различий не зафиксировано. Различия в знаках отличия выявляли в группах только по последним двум параметрам: у мальчиков – каратистов фиксировали результат на золото, у мальчиков, занимающихся тхэквондо – серебро.

В целом на основании анализа общей физической подготовленности по различным параметрам можно сделать следующие выводы:

- при планировании тренировочных нагрузок у занимающихся мальчиков любым видом восточных единоборств целесообразным является проведение оперативного контроля за динамикой развития физических качеств;
- в зависимости от вида единоборств и его основных тактико-технических задач происходит ускоренное развития определенных видов физических качеств;
- наиболее ускоренные темпы развития физических качеств начинается с третьего месяца занятий.
- более гармоничную общую физическую подготовленность обеспечивает занятия карате – киокусинкай.

Литература:

1. Ончукова, Е. И. Влияние занятий каратэ на развитие координационных способностей детей 8 лет / Ончукова Е. И., Трофимова О. С., Маринович М. А. // Актуальные проблемы физической культуры и спорта в современных социально-экономических условиях : Материалы Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 20 мая 2019 года. – Чебоксары : Чувашская государственная сельскохозяйственная академия, 2019. – С. 52-55.
2. Романенко, Н. И. Использование средств фитнеса в физическом воспитании населения / Романенко Н. И. Манакова Я. А., Горбунова С. А. // Состояние, проблемы и пути совершенствования спортивной и оздоровительной тренировки в гимнастике, танцевальном спорте и фитнесе : Материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Казань, 28-29 октября 2022 года. – Казань : Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2022. – С. 226-228.
3. Рыбчак, Д. В. Особенности содержания занятий карате – киокусинкай с детьми младшего школьного возраста / Д. В. Рыбчак // Тезисы докладов XLVIII научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа, Краснодар, 01 февраля – 31 2021 года. – Том ЧАСТЬ 3. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2021. – С. 160-162.
4. Содержание занятий фитнесом с элементами единоборств с девочками 8 лет в организациях дополнительного образования / М. А. Маринович, О. С. Трофимова, В. В. Фоменко, И. П. Якубец // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2019. – № 5(171). – С. 198-202.
5. Сударь, В. В. Методика применения танцевального фитнеса в физическом воспитании девочек младших классов / Сударь В. В., Трофимова О. С., Буланая М. И. // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2020. – № 1. – С. 201-202.
6. Управленческая подготовка специалистов в сфере физической культуры и фитнеса / С. А. Хазова, Н. И. Дворкина, Е. И. Ончукова, О. С. Трофимова. – Изд. 2-е, испр., доп. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2021. – 108 с.
7. Эффективность применения средств фитнеса в тренировочном процессе карате с мальчиками 9-10 лет / Е. И. Ончукова, В. А. Коваленко, Д. В. Рыбчак, А. Н. Калугина // Тенденции развития науки и образования. – 2022. – № 87-5. – С. 146-148.

ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ СЛАЙД-АЭРОБИКОЙ НА ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ ДЕВУШЕК 16-17 ЛЕТ

Комаровских Д.С.

Научный руководитель доцент Трофимова О.С.

Аннотация. В работе представлены результаты педагогического эксперимента использования современной программы аэробного и силового направлений – слайд-аэробики в процессе физического воспитания девушек 16-17 лет, эффективность которого подтверждается достоверным улучшением их функционального состояния.

Ключевые слова: слайд-аэробика, фитнес, функциональное состояние, девушки.

В образовательных организациях Российской Федерации учебный процесс в старших классах характеризуется активной умственной работой обучающихся. Однако, как показывают исследования многих авторов, отмечено постепенное ухудшение здоровья старшеклассников, снижается их двигательная активность за счет интенсивной умственной работы, понижается уровень их физического состояния [1, 4, 7, 9].

Анализ научно-методической литературы говорит о использовании традиционных средств в физическом воспитании старшеклассников. Расширить традиционные средства позволит использование инновационных оздоровительных систем на занятиях физической культурой. По мнению Н.И. Дворкиной, О.С. Трофимовой, П.В. Головки, 2019 появление новых видов двигательной активности и современных оздоровительных систем является положительным процессом для физического воспитания в целом. Но, важно отметить, что использование современных средств должно быть адаптировано к традиционной системе физического воспитания [2, 5].

Популярной среди занимающихся данного возрастного периода является слайд-аэробика [3, 6, 8]. Особенностью данной фитнес-программы является сочетание аэробной и силовой нагрузок, в основе выполнения движений лежит подобие движений таких спортсменов, как лыжники, фигуристы, конькобежцы.

В современной научной литературе, наряду с известными исследованиями использования традиционных и нетрадиционных средств в процессе физического воспитания школьников, мы не нашли работ с использованием слайд-аэробики в качестве основного средства физического воспитания школьниц старших школьниц, что способствовало выбору темы исследования.

Целью нашего исследования являлось разработка и экспериментальное обоснование содержания занятий по развитию функционального состояния у девушек 16-17 лет средствами слайд-аэробики.

Исследование было организовано и проведено на базе частного общеобразовательного учреждения средней общеобразовательной школе «Альтернатива» г. Краснодара с целью оценки эффективности влияния занятий слайд-аэробикой на функциональное состояние девушек 16-17 лет экспериментальной группы.

Экспериментальная группа девушек занималась слайд-аэробикой в четырехмесячный период три раза в неделю. Занимающиеся экспериментальной группы параллельно с двумя традиционными уроками посещали занятия слайд-аэробикой. Контрольная группа продолжала заниматься по стандартной программе физического воспитания образовательной организации и дополнительно секцию общей физической подготовки. Основная часть занятия слайд-аэробикой предполагала темп 30-32 слайда в минуту, что позволяет выполнить 450 скольжений в течение 15 минут непрерывного движения. Занятие слайд-аэробикой проводилось в ритме 32 скольжения в минуту.

По итогам проведения эксперимента у девушек 16-17 лет экспериментальной группы мы выявили достоверное улучшение всех изучаемых показателей функционального состояния. Отмечен самый высокий результат в показателе индекса Гарвадского степ-теста –

45,4%. Показатели жизненного индекса, пробы Штанге и Генчи увеличились на 20,8; 21,3 и 19,6% соответственно. И последний пятый изучаемый показатель – частота дыхания уменьшилась на 12,5%.

У занимающихся девушек из контрольной группы в четырех изучаемых показателях из пяти были выявлены положительные достоверные изменения, исключением послужила оценка результатов в пробе Генчи, что не способствовало появлению достоверности различий между начальными и итоговыми результатами ($P>0,05$).

Таким образом, проведенный эксперимент в течение четырех месяцев показал, что применение слайд-аэробики на занятиях с девушками 16-17 лет оказало положительное влияние на развитие их функционального состояния. Показатели, его оценивающие, улучшились достоверно по сравнению с результатами, которые были отмечены у девушек 16-17 лет из контрольной группы. Следовательно, разработанное содержание занятий слайд-аэробикой можно рекомендовать к внедрению в процесс физического воспитания девушек 16-17 лет, а также к применению в современных фитнес-клубах.

Литература:

1. Дворкина, Н. И. Методика использования дыхательных практик на занятиях йогой с девушками 17 лет / Н. И. Дворкина, О. С. Трофимова, О. Г. Лызарь // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ. – 2021. – № 1. – С. 180-182.
2. Дворкина, Н. И. Фитнес как средство формирования здорового образа жизни студенческой молодежи / Н. И. Дворкина, О. С. Трофимова, П. В. Головкин // Материалы V Международной научно-практической конференции «Спорт – дорога к миру между народами» г. Москва, 15-18 октября 2019 г. – С. 190-193.
3. Манакова, Я. А. Построение занятия оздоровительной физической культурой с женщинами предпенсионного возраста / Я. А. Манакова, А. С. Прохорцева, М. А. Маринович // Материалы международной научно-практической конференции «Физическая культура и спорт. Олимпийское образование». г. Краснодар. – 2021. – С. 195-197.
4. Ончукова, Е. И. Возможности фитнес-индустрии в формировании человеческого потенциала / Е. И. Ончукова, О. С. Трофимова, О. В. Горбунова // Материалы Международной научно-практической конференции «Трансформация социально-экономического пространства России и мира. – 2020. – С. 223-228.
5. Ончукова, Е. И. Использование рекреационных занятий функциональной тренировкой с учащимися 16-17 лет для подготовки к сдаче норм комплекса ГТО / Е. И. Ончукова, О. С. Трофимова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ, 2018. – № 1. – С. 182-183.
6. Трофимова, О. С. Влияние музыкального сопровождения на эффективность занятий Zumba Fitness с женщинами 25-30 лет / О. С. Трофимова, Е. И. Ончукова, М. И. Буланая // Материалы Международной научно-практической конференции «Физическая культура и спорт. Олимпийское образование» г. Краснодар, 2021. – С. 238-240.
7. Трофимова, О. С. Основы здорового образа жизни : учебное пособие / О. С. Трофимова. – Краснодар : КГУФКСТ, 2021. – 76 с.
8. Трофимова, О. С. Содержание экспериментальной работы по формированию физической подготовленности женщин 30 лет на основе применения программ аэробного направления / О. С. Трофимова, В. В. Сударь, А. Ю. Морозова // Материалы научной и научно-методической конференции ППС КГУФКСТ. – 2020. № 1. – С. 205-206.
9. Управленческая подготовка специалистов в сфере физической культуры и фитнеса / С. А. Хазова, Н. И. Дворкина, Е. И. Ончукова, О. С. Трофимова. – Издание 2-е, исправленное, дополненное. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2021. – 108 с.

ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ ПАМП-АЭРОБИКОЙ НА УРОВЕНЬ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ ЖЕНЩИН МОЛОДОГО ВОЗРАСТА

Крупчин В.Д.

Научный руководитель профессор Дворкин Л.С.

Аннотация. В работе представлены данные особенностей влияния занятий памп-аэробикой на динамику показателей подготовленности женщин 25-30 лет.

Ключевые слова: физическая подготовленность, памп-аэробика, женщины 25-30 лет, состояние здоровья.

За последние 10-15 лет в научно-методической литературе появилось немало трудов как отечественных, так и зарубежных авторов, доказывающих эффективность занятий аэробикой с акцентом на развитие силовых способностей, общей выносливости женщин, но и коррекции их веса тела. Для этого специалисты рекомендуют сочетать анаэробные (силовые) и аэробные (кардио) упражнения [2, 3, 5]. По их мнению, комплексный подход помогает сжигать жир и во время тренировки и в течение суток после нее. К таким видам тренировок относятся памп-аэробика, боди-стайлинг, LowerBody и др. Ряд авторов считают, что занятия фитнесом с женщинами зрелого возраста должны иметь индивидуальный подход, с учетом их соматических показателей и мотивации [4,6]. При подборе средств и методов в тренировочном процессе для развития силовых способностей женщин первого зрелого возраста необходимо учитывать особенности данного возрастного периода, состояние здоровья, хронические заболевания, уровень физической подготовленности и их интерес к занятиям фитнесом. Так же выяснено, что памп-аэробика для организма женщин позволяет:

- ✓ быстро сжигать жировые отложения;
- ✓ улучшить тонус и мышечный объем;
- ✓ повысить общую и силовую выносливость за счет аэробного режима тренировок

[1].

Однако некоторые авторы указывают, что такие тренировки лучше всего подходят для физически подготовленных женщин, а для новичков они будут сложными. В связи с этим был проведен констатирующий эксперимент, в котором приняли участие женщины 25-30 лет, в количестве 15 человек, занимающиеся памп-аэробикой в течение 6 месяцев. Эффективность занятий памп-аэробикой женщин первого зрелого возраста выразился в приросте следующих показателей: скоростно-силовых способностей на 15,3%, силовой выносливости на 20,4%, общей выносливости за счет работы сердечно-сосудистой и дыхательных систем на 19,5%, гибкости на 11,2%.

Таким образом, систематические занятия памп-аэробикой в течение шести месяцев, позволяют женщинам молодого возраста значительно повысить их уровень физической подготовленности, относительно силовой и общей выносливости, в том числе и скоростно-силовые качества.

Литература:

1. Андрейцева, М. В. Коррекция физического развития девушек 18-20 лет в процессе занятий силовым фитнесом / Андрейцева М. В., Дворкин Л. С. // В сборнике : Спортивная медицина и реабилитация: традиции, опыт и инновации : Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Краснодар, 2022. – С. 128-131.
2. Дворкина, Н. И. Эффективность влияния занятий body pump на изменение функционального состояния кардиореспираторной системы студенток первого курса профильного вуза / Дворкина Н. И., Дворкин Л. С. // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ. – Краснодар, 2019. – С. 176-178.

3. Дворкина, Н. И. Эффективность выполнения тяжелоатлетических упражнений в подростковом возрасте на основе изокинетической тренировки / Дворкина Н. И., Караманов Ю. Г., Пронина И. А. // Современные вопросы биомедицины. – 2022. – Т. 6. – № 3(20).
4. Дворкина, Н. И. Анализ мотивации к занятиям bodyampr женщин различного возраста / Дворкина Н. И., Пронина И. А. // Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции. – 2020. – С. 194-195.
5. Романенко, Н. И. Использование средств фитнеса в физическом воспитании населения / Романенко Н. И., Манакова Я. А., Горорбунова С. А. // Состояние, проблемы и пути совершенствования спортивной и оздоровительной тренировки в гимнастике, танцевальном спорте и фитнесе : Материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Казань, 2022. – С. 226-228.
6. Трофимова, О. С. Мотивация к занятиям фитнесом женщин первого периода зрелого возраста / Трофимова О. С., Тюнин А. А. // Международный научно-исследовательский журнал. – 2017. – № 10-1(64). – С. 51-54.

**ЛОНГИТУДНЫЕ СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СТАНОВОЙ СИЛЫ
У ТЯЖЕЛОАТЛЕТОВ И ФУТБОЛИСТОВ 7-11 ЛЕТ, ПРОЖИВАЮЩИХ
В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ**

Кузьменко В.Е.

Научный руководитель профессор Дворкин Л.С.

Аннотация. В работе представлен анализ сравнительных результатов лонгитюдных исследований силовой подготовки детей и подростков, занимающихся спортом в ДЮСШ сельской местности.

Ключевые слова: становая динамометрия, дети и подростков 7-11 лет, футболисты и тяжелоатлеты.

В 2021 году на базе ДЮСШ им. В.Н. Мачуги станицы Переясловской, Брюховецкого района Краснодарского края были проведены сравнительные научные исследования становой силы тяжелоатлетов и футболистов 7-11 лет. Результаты исследования подтвердили известные факты о влиянии спортивной специализации на развитие мышечной силы у детей и подростков [1, 2, 3, 4, 5]. Так, в семилетнем возрасте показатель становой силы (СтС) у юных тяжелоатлетов был равен $38,75 \pm 1,35$ кг, а у их ровесников из группы футболистов – $36,51 \pm 1,48$ кг. Различия между этими показателями оказались недостоверны при $p > 0,05$. В 8-летнем возрасте показатель СтС у юных тяжелоатлетов составили $57,76 \pm 2,53$ кг, а у их ровесников из контрольной группы юных футболистов – $41,91 \pm 1,67$ кг. Различия между этими двумя группами юных спортсменов 8-летнего возраста были достоверными при $p < 0,05$. В 9-летнем возрасте СтС увеличилась у юных тяжелоатлетов до $58,06 \pm 2,61$ кг, а у юных футболистов – до $48,99 \pm 2,13$ кг. Различия между показателями СтС в данных возрастных группах и на этот раз оказались достоверными в пользу юных тяжелоатлетов при $p < 0,01$. В 10-летнем возрасте СтС у юных тяжелоатлетов увеличилась – до $70,66 \pm 3,32$ кг, а у их ровесников из контрольной – до $56,68 \pm 2,85$ кг. Различия между показателями СтС у десятилетних спортсменов разных групп на этот раз оказались достоверными в пользу юных тяжелоатлетов ($p < 0,05$). В 11-летнем возрасте СтС у тяжелоатлетов возросла до $96,32 \pm 4,83$ кг, а у юных футболистов того же возраста – до $68,22 \pm 3,23$ кг. Различия в показателях СтС между экспериментальной и контрольной группами оказались достоверными в пользу юных тяжелоатлетов ($p < 0,001$).

Таким образом, у восьмилетних тяжелоатлетов показатель силы кисти увеличился по отношению к семилетнему возрасту на 14,2%, у футболистов того же возраста – на 15,9%, разница 1,7% в пользу юных футболистов. Девятилетнем возрасте сила кисти у тяжелоатлета по отношению к восьми годам достигла уровня относительного прироста 22,6%, соответственно у юных футболистов – 2,1%, разница составила 20,5% в пользу юных тяжелоатлетов. В 10-летнем возрасте сила кисти вновь у юных тяжелоатлетов увеличилась по отношению к предыдущему возрасту – на 16,1%, а у юных футболистов – на 19,2%, разница составила – 3,1%, в пользу футболистов. В 11-летнем возрасте сила кисти у юных тяжелоатлетов увеличилась по отношению предыдущему году – 29,7%, а у юных футболистов – на 7,8%, разница составила – 21,9%.

Литература:

1. Бальсевич, В. К. Оптокинезиология человека. – М. : Теория и практика физ. Культуры, 2000. – 275 с.
2. Возрастные особенности функционирования нервно-мышечной системы юных тяжелоатлетов / Л. С. Дворкин, Н. И. Дворкина, С. В. Фомиченко, С. И. Попова // Теория и практика физической культуры. – 2018. – № 2. – С. 30-32.
3. Дворкин, Л. С. Развитие взрывной силы на основе использования специального упражнения борца / Дворкин Л. С., Иванов И. И. // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. – 2022. – № 3. – С. 2-4.

4. Дворкина, Н. И. Возрастная динамика морфологической зрелости школьников 7-16 лет, занимающихся различными видами двигательной активности / Дворкина Н. И., Дворкин Л. С., Попов А. И. // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. – 2017. – № 3. – С. 5-8.
5. Дворкина, Н. И. Дифференцированная аэробная подготовка школьников 7-8 лет / Дворкина Н. И., Простакова В. Ю. // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. – 2018. – № 6. – С. 9-12.

ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ СТЕП-АЭРОБИКОЙ НА ПОКАЗАТЕЛИ ЗДОРОВЬЯ ЖЕНЩИН ПЕРВОГО ПЕРИОДА ЗРЕЛОГО ВОЗРАСТА

Мартыненко Д.Д.

Научный руководитель доцент Сударь В.В.

Аннотация. По результатам эмпирического исследования доказана эффективность положительного воздействия систематических трехразовых занятий в неделю фитнес-тренингом с преимущественным использованием средств и методов степ-аэробики на улучшение показателей уровней: физического состояния (по экспресс-методике Пироговой Е.А., Иващенко Л.Я) на 56,1% и физической работоспособности (по индексу Руфье) на 66,1% у женщин первого периода зрелого возраста.

Ключевые слова: степ-аэробика, уровень физического состояния, физическая работоспособность, женщины первого периода зрелого возраста.

Проблема сегодня прослеживается в том, что состояние здоровья взрослого населения в нашей стране оставляет желать лучшего уже с достаточно молодого возраста. Поэтому, чтобы сделать жизнь женщин здоровой и благополучной, просто необходимо принимать меры по укреплению их физического состояния, активно начиная с первого периода зрелости.

По мнению Л.С. Дворкина, Н.И. Дворкиной (2019) и других специалистов в области физической культуры: «...значимую роль в повышении качества жизни населения, в сохранении их здоровья и работоспособности приобретает оздоровительная фитнес-тренировка» [2]. В настоящее время молодых женщин не удовлетворяют традиционные средства физической культуры. Как отмечают авторы О.С. Трофимова, Е.И. Ончукова (2018): «...у женщин сегодня отмечается повышенный интерес к различным видам аэробного фитнеса (видам аэробики), которые кроме улучшения параметров телосложения дают возможность повышать и аэробную производительность организма женщины, неся в целом оздоровительный эффект от подобных занятий» [5].

Сегодня одной из популяризированных и научно-обоснованных фитнес-технологий для оздоровления женщин первого зрелого возраста, по мнению многих современных авторов по праву можно считать степ-аэробику [3, 4, 6]. Степ-аэробика в настоящее время имеет широкое признание в фитнес-клубах России и желающих заниматься этим видом физической активности не становится меньше. И это, не смотря на тот факт, что данный вид фитнес-тренировки насчитывает уже несколько десятилетий в своей истории, ведь степ-аэробика возникла в мире фитнеса еще в конце 80-х гг. XX века в США. В 1989 году специалисты Университета Рибок (образовательная организация США, финансируемая компанией «Рибок Интернейшнл») создали и научно обосновали технику степ-аэробики. Инструкторы Университета объехали со своей программой весь мир, пропагандируя новую, безопасную, но эффективную разновидность традиционной аэробики. Этот вид оздоровительной тренировки предполагает восхождение на скамейку (степ-платформу) под музыкальное сопровождение [1].

Цель исследования состояла в научном обосновании внедрения разработанной методики степ-аэробики в систему оздоровительных занятий с женщинами 22-34 лет для повышения уровня их физического состояния. Для решения цели представленной работы с марта по май 2022 года был проведён формирующий педагогический эксперимент на базе фитнес-клуба «Мегафитнес» города Краснодара, в котором участвовало две группы женщин в возрасте от 22 до 34 лет. В экспериментальную группу (ЭГ) вошли 12 молодых женщин, занимающихся в оздоровительной секции степ-аэробики, а в контрольную (КГ) – 10 женщин того же возраста, занимающихся базовой аэробикой в то же фитнес-клубе. Экспериментальная группа занималась по разработанной нами комплексной методике, в основе которой лежали средства и методы степ-аэробики в вечернее время 3 раза в неделю

по 50-55 минут под руководством инструктора. В контрольной группе также проводились фитнес-тренировки 3 раза в неделю по 55 минут каждая в вечернее время.

Результаты исследования: через три месяца проведения педагогического эксперимента в группе женщин, занимающихся степ-аэробикой, уровень физического состояния (УФС), определяемый согласно методики экспресс-оценки Е.А. Пироговой, Л.Я. Иващенко (1985), значительно увеличился в среднем ($p<0,05$) и, уже уровень «ниже среднего» был определен лишь у одной испытуемой из ЭГ, что соответствует 8,3%, а средний уровень – у 50% женщин и также были выявлены женщины ЭГ с уровнем «выше среднего», который впервые у этой группы был оценен у 41,7%. Тогда как УФС женщин КГ также улучшился в среднем, но не столь значимо, как в ЭГ: по окончании экспериментальных исследований у лишь 20% из них определили уровень «выше среднего», средний уровень ФС – у 50%, а с уровнем «ниже среднего» оказалось 20% испытуемых. Проведя сравнительный математический анализ средних статистических характеристик уровней физического состояния и работоспособности можно констатировать, что наибольшее положительное и достоверное улучшение ($p<0,05$) произошло в ЭГ по индексу Руфье – на 3,9 балла, что составило 66,1% (у женщин в КГ тоже улучшился, но в меньшей степени – на 37,5%) – группы стали по этому параметру неоднородны в пользу женщин ЭГ, а по УФС у женщин ЭГ произошел в среднем его прирост на 56,1% (увеличение 0,293 у.е.), тогда как у женщин КГ – лишь на 14,4% (недостоверное увеличение на 0,079 у.е.).

Таким образом, организованные занятия степ-аэробикой по разработанной методике позволили существенно повысить уровень физического состояния и работоспособность женщин 22-34-летнего возраста, занимающихся групповым фитнесом в условиях городского фитнес-клуба.

Литература:

1. Аэробика: Теория и методика проведения занятий : учебное пособие для студентов вузов физической культуры / под ред. Е. Б. Мякинченко, М. П. Шестакова. – М. : СпортАкадемпредс, 2002. – С. 244.
2. Дворкин, Л. С. Теория и методика физкультурно-оздоровительных технологий : учебное пособие для магистров / Л. С. Дворкин, Н. И. Дворкина. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2019. – 246 с.
3. Корсакова, Л. В. Фитнес в системе физической воспитания населения / Корсакова Л. В., Оплетаетева О. Н., Романенко Н. И. // Актуальные проблемы физической культуры и спорта в современных социально-экономических условиях : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 20 мая 2019 г. – ФГБОУ ВО Чувашская ГСХА, Чебоксары, 2019. – С. 181-184.
4. Пути повышения мотивации женщин первого зрелого возраста, занимающихся фитнесом / Н. Н. Романенко [и др.] // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2021. – № 4(194). – С. 389-392.
5. Трофимова, О. С. Формирование физкультурно-оздоровительной мотивации женщин 25-35 лет в процессе занятий фитнесом / Трофимова О. С., Ончукова Е. И. // Проблемы современного педагогического образования. – 2018. – № 59-4. – С. 284-289.
6. Трофимова, О. С. Определение физкультурно-оздоровительной мотивации женщин первого зрелого возраста к занятиям фитнесом / Трофимова О. С., Маринович М. А., Фоменко В. В. // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2018. – №11 (165). – С. 369-373.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ ДЕТСКОГО ФИТНЕСА В ПРОЦЕССЕ ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ЮНЫХ АКРОБАТОК

Медялко Д.Н.

Научный руководитель доцент Сударь В.В.

Аннотация. В результате теоретических и эмпирических исследований была разработана методика использования средств фитнеса в процессе начальной спортивной подготовки акробаток 6-7-летнего возраста. Экспериментальная методика была научно апробирована в процессе общей физической подготовки (ОФП) юных спортсменок, в результате чего была доказана эффективность воздействия данной методики на улучшение уровня показателей развития координационных способностей, силовых качеств, выносливости и гибкости у юных акробаток.

Ключевые слова: физическая подготовка, детский фитнес, юные акробатки 6-7 лет, физическая подготовленность.

Сегодня физкультурно-оздоровительные технологии в системе детского фитнеса представляют, по мнению Дворкиной Н.И. (2020): «...совокупность современных видов оздоровительной деятельности, их передовых технологий, средств, методов, форм организации систематических занятий физическими упражнениями, согласованными с учетом индивидуального состояния ребенка, конкретными задачами тренировки, предполагаемыми результатами, а также мотивационной заинтересованностью» [2].

Многие авторы в своих исследованиях 2021 года, например, Сударь В.В., Голикова И.В., Романенко Н.И., Маринович М.А., Трофимова О.С., Ончукова Е.И., Манакова Я.А., Фролова В.Ю. констатируют, что в настоящее время популярные технологии детского фитнеса позволяют эффективно развивать у данного контингента физические способности, двигательные навыки и умения [2, 5, 7].

Также на сегодняшний день средства фитнеса активно используются в тренировочном процессе различных видов спорта, например, синхронного плавания (Е.И. Ончукова, Ю.Г. Котлярова, 2019), волейбола (Е. И. Ончукова, Е. А. Сечкарева, 2019), гандбола (Н.И. Дворкина, И.А. Пронина, 2020), в академической гребле (В.В. Сударь, Н.И. Романенко, 2021) и т.п. [1, 3, 4, 6]. Однако далеко не все виды спорта в значительной мере оснащены передовыми технологиями подготовки спортсменов, к их числу можно также отнести и спортивную акробатику, где проблема построения долгосрочного тренировочного процесса является актуальной. Тренеры всегда находятся в поисках все более улучшенных форм, средств и методов подготовки, что позволяет добиваться значительного успеха в определенном виде спорта.

Акробатика – один из сложно-координационных и зрелищных видов спорта, который в последние годы пользуется большой популярностью. Он завораживает своей красотой, удивляет сложностью элементов, поражает смелостью спортсменов. Постоянный рост спортивных результатов требует совершенствования тренировочного процесса юных спортсменов и спортсменок, а от тренеров требуется постоянное совершенствование методики тренировки, чем обусловлен и выбор цели и задач нашей экспериментальной работы.

Цель исследования состоит в экспериментальном обосновании внедрения средств фитнеса в учебно-тренировочный процесс для повышения показателей развития физических качеств спортсменок 6-7-летнего возраста на этапе начальной подготовки в спортивной акробатике.

Практические исследования по теме работы осуществлялись с октября 2022 года по март 2023 года с юными акробатками в количестве 22 человек 6-7-летнего возраста из групп начальной подготовки Муниципального бюджетного учреждения «Спортивная школа №2» г. Курганинска Краснодарского края. Юные спортсменки – участницы эксперимента были разделены на экспериментальную группу и контрольную группы по 11 человек в каждой.

Перед проведением формирующего педагогического эксперимента все девочки были протестированы по батарее контрольных упражнений на определение уровня развития основных физических качеств, необходимых для дальнейшего повышения спортивного мастерства в акробатике. При этом ориентировались на требования Федерального стандарта спортивной подготовки по виду спорта «спортивная акробатика», утвержденному приказом Минспорта России №398 от 1 июня 2021 года. Поэтому батарея тестов включила в себя такие контрольные упражнения ОФП, как «прыжок в длину с места толчком двумя ногами», «сгибание и разгибание рук в упоре лежа на полу», «наклон вперед из положения стоя на гимнастической скамье», а также Гарвардский степ-тест, «гимнастический мост», «подъем туловища из положения лежа в положение сидя», «выкрут прямых рук», «подъем ног в положение «угол», «тест на удержание равновесия».

По ходу работы были проанализированы различные средства детского фитнеса и отобраны для включения в экспериментальную методику в виде элементов статического и динамического стретчинга, степ-аэробики, фитбол-гимнастики и силовой аэробики. Наша методика была частью каждой спортивной тренировки экспериментальной группы на протяжении 6 месяцев. В итоге на начало исследования при помощи методов математической статистики не было выявлено достоверных различий между экспериментальной и контрольной группами по средним статистическим характеристикам указанных выше показателей тестирования физической подготовленности юных акробатов 6-7-летнего возраста ($p < 0,05$).

Литература:

1. Дворкина, Н. И. Влияние занятий bodyPAMP на физическую подготовленность гандболисток 15-16 лет / Дворкина Н. И., Пронина И. А. // Физическая культура и спорт в XXI веке: актуальные проблемы и их решения : Сборник материалов Всероссийской с международным участием научно-практической конференции, Волгоград, 21-22 октября 2020 года. – Волгоград : ФГБОУ ВГАФК, 2020. – С. 81-84.
2. Маринович, М. А. С. Влияние занятий современными фитнес-технологиями на физическую подготовленность детей старшего дошкольного возраста / Маринович М. А., Трофимова О. С. // Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма : Сборник статей VII-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Казань, 08 июня 2021 года. – Казань : Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2021. – С. 184-185.
3. Ончукова, Е. И. Методика повышения физической подготовки девушек волейболисток 18-21 лет средствами фитнеса / Ончукова Е. И., Сечкарева Е. А. // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2019. – № 11(177). – С. 328-332.
4. Ончукова, Е. И. Содержание методики физической подготовленности на основе фитнеса синхронисток 13-15 лет / Ончукова Е. И., Котлярова Ю. Г. // Физическая культура, спорт и здоровье. – 2019. – № 33. – С. 114-117.
5. Ончукова, Е. И. Эффективность занятий танцевальным фитнесом на физическое состояние детей 6-8 лет / Ончукова Е. И. Манакова Я. А., Фролкова В. Ю. // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2021. – № 1. – С. 196-198.
6. Романенко, Н. И. Проведение круговой тренировки в фитнесе: учебно-методическое пособие. – Краснодар : КГУФКСТ, 2019. – 53 с.
7. Сударь, В. В. Использование средств фитнеса в процессе физической подготовки спортсменов 13-15 лет в академической гребле / Сударь В. В., Романенко Н. И. // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2021. – С. 220-222.
8. Сударь, В. В. Влияние занятий ритмической гимнастикой на показатели физического развития и физической подготовленности детей 4-5 лет / Сударь В. В., Голикова И. В., Романенко Н. И. // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2021. – № 10(200). – С. 374-377.

УДК: 796.011.3

МЕТОДИКА ЗАНЯТИЙ ЖЕНЩИН ПЕРВОГО ЗРЕЛОГО ВОЗРАСТА НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИЙ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Пирог В.А.

Научный руководитель профессор Дворкина Н.И.

Аннотация. Разработанная методика тренировочных занятий с использованием технологий спортивно-оздоровительной направленности позволяет у женщин 21-30 лет на достоверном уровне повысить результаты по показателям гибкости, общей и силовой выносливости.

Ключевые слова: технологии спортивно-оздоровительной направленности, методика, женщины 21-30 лет, физическая подготовленность.

Чем старше становится человек, тем больше к нему приходит понимание, насколько важно использовать каждый день с максимальной отдачей. И хотя мы не в силах повернуть время вспять, но как показывают многочисленные исследования замедлить процесс старения вполне возможно с использованием физических упражнений различной направленности [2, 3, 4, 6]. На сегодняшний день у женщин молодого возраста популяризируются не только оздоровительные виды фитнеса (йога, пилатес) но и технологии спортивной направленности (различные виды силовой аэробики) [1, 5, 7].

Целью работы являлась разработка методики занятий женщин первого зрелого возраста с использованием спортивно-оздоровительных технологий направленных на развитие физических качеств.

В исследовании приняли участие женщины 21-30 лет в количестве 12 человек, который проводился на базе фитнес клуба Джиматика г. Краснодара, в течение 4-х месяцев с сентября по декабрь 2021г. Основные средства тренировки в фитнес клубе имели спортивно-оздоровительную направленность. Для этого была разработана методика занятий, включающая в себя следующие виды спортивно-оздоровительных технологий, направленных на развитие гибкости, общей и силовой выносливости женщин данного возраста: в понедельник планировались упражнения в тренажерном зале. В среду проводилась комплексная тренировка с использованием оздоровительных упражнений из хатха йоги и пилатеса, в пятницу выполнялись базовые силовые упражнения и в субботу в качестве рекреации проводился оздоровительный бег в парковой зоне. Оценка эффективности методики проводилась с использованием статистического анализа, который подтвердил высокую достоверность полученных результатов в улучшении физической подготовленности женщин первого зрелого возраста, а именно по показателям общей и силовой выносливости и гибкости.

Таким образом, использование спортивно-оздоровительных технологий в тренировочном процессе женщин первого зрелого возраста позволяют существенно повысить уровень их физической подготовленности.

Литература:

1. Дворкин, Л. С. Особенности влияния функционального тренинга на уровень развития различных видов выносливости у девушек 16-17 лет / Дворкин Л. С., Комнатная Л. С., Баранова М. А. // «Ученые записки университета имени П. Ф. Лесгафта». – 2020. – №10 (188). – С.116-120.
2. Дворкин, Л. С. Влияние занятий хатха-йогой на функциональное и физическое состояние пожилых людей / Дворкин Л. С., Ончукова Е. И., Одегнал М. В. // Культура физическая и здоровье. – 2016. – № 5(60). – С. 64-70.
3. Дворкина, Н. И. Фитнес как средство формирования здорового образа жизни студенческой молодежи / Дворкина Н. И., Трофимова О. С., Головкин П. В. // Спорт – дорога к миру между народами. Материалы V Международной научно-практической конференции. – Москва, 2019. – С. 190-193.

4. Манакова, Я. А. С. Потенциал фитнес-технологий в укреплении психологического здоровья женщин предпенсионного возраста / Манакова Я. А., Хазова С. А., Дыльбо А. С. // Вестник Адыгейского государственного университета. – Серия 3: Педагогика и психология. – 2021. – № 1 (273). – С. 82-88.

5. Маринович, М. А. Особенности организации планирования занятий оздоровительной направленности с женщинами первого зрелого возраста / Маринович М. А., Трофимова О. С. // Тезисы докладов XLVI научной конференции студентов и молодых ученых вузов ЮФО (февраль – март 2019г.). – Краснодар : КГУФКСТ. – Часть 2. – С. 265.

6. Романенко, Н. И. Использование средств фитнеса в физическом воспитании населения / Романенко Н. И., Романенко Н. И., Горбунова С. А. // Состояние, проблемы и пути совершенствования спортивной и оздоровительной тренировки в гимнастике, танцевальном спорте и фитнесе : Материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Казань, 2022. – С. 226-228.

7. Сударь, В. В. Оздоровительная аэробика как средство улучшения координационных способностей девушек старшего школьного возраста / Сударь В. В., Казанцева Т. А. // Теоретические и практические аспекты физического воспитания: Материалы VIII Межвузовской научно-практической конференции молодых ученых и студентов. – Набережные Челны : КамГИФК, 2008. – С. 82-83.

К ВОПРОСУ О ВНЕДРЕНИИ СРЕДСТВ ФИТНЕСА В ПРОЦЕСС ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ

Роговая В.В.

Научный руководитель доцент Трофимова О.С.

Аннотация. В работе рассматривается возможность внедрения средств фитнеса на занятиях физической культурой в общеобразовательной организации. Применение средств фитнеса в современных образовательных организациях благоприятно воздействует на физическую подготовленность, физическое развитие и функциональное состояние занимающихся, а также способствуют повышению интереса младших школьников к формированию здорового образа жизни.

Ключевые слова: фитнес, фитнес-технологии, младшие школьники, физическое состояние, здоровый образ жизни.

Современное общество в качестве одной из приоритетных задач системы образования в Российской Федерации включает формирование у обучающихся здорового и безопасного образа жизни, сохранение и развитие нации и государства в целом. Влияние негативных факторов со стороны окружающей среды, стрессовых ситуаций, неправильного питания и несоблюдения режима дня и отдыха, определенно снижают уровень здоровья у подрастающего поколения [2, 4, 6].

В настоящее время наблюдается недостаток двигательной активности детей младшего школьного возраста, обусловленный появлением гаджетов, компьютеров и бесконтрольным проведением времени за играми и просмотрами социальных сетей. Что в свою очередь негативно отражается на физическом состоянии школьников младших классов. Также выявлены ухудшение зрения, осанки, появляются проблемы с опорно-двигательным аппаратом, увеличением жирового компонента массы тела детей. Несоблюдение режима дня, режима труда и отдыха, неправильное питание отрицательно влияют и на функциональное состояние школьников. Поэтому как никогда важно сформировать подрастающему поколению знания о здоровом образе жизни и важности регулярной двигательной активности [3, 5].

Влияние фитнес-технологий возрастает с каждым днем, так как их практическая значимость бесценна. Фитнес направлен на оздоровление и достижение положительного результата, на основе выбора инновационных средств, методов и форм занятий. Занятия фитнесом благоприятно влияют на весь организм в целом, на физическое состояние в свою очередь включает в себя физическую подготовленность, физическое развитие и функциональное состояние, то есть улучшаются показатели здоровья, а так же комплексно развиваются все физические качества занимающихся [7].

В исследованиях Н.И. Дворкиной, О.С. Трофимовой, П.В. Головки, 2019 говорится о том, что методика использования средств фитнеса, включающая в себя занятия аэробикой, степ-аэробикой, фитбол-аэробикой и фитнес-йогой в течение 6 месяцев 3 раза в неделю по 45 минут на регулярных занятиях со школьниками младших классов достоверно улучшит физическое состояние, повысит адаптационные возможности организма, приобщит к ведению здорового образа жизни, а так же положительно отразится на процессе физического воспитания [1].

Одной из задач данного исследования это привлечение школьников к систематизированным занятиям фитнесом, увеличение показателей физического состояния. Для достижения поставленных целей следует создавать больше кружков и секций, в которых будут применяться новые технологии организации и проведения занятий средствами фитнеса. Для достижения положительного результата и привлечения школьников к данному направлению тренировок, нужно учитывать их мнение и интересы, главное чтобы обучающиеся получали в первую очередь эмоциональное удовольствие от занятий.

Внедрение средств фитнеса на занятиях физической культурой в школе является актуальным, поскольку вызывает большой интерес школьников к новым видам оздоровительных направлений, обучающиеся заинтересованы упражнениями и музыкальным сопровождением занятий.

Следовательно, важно внедрять новые фитнес-технологии в традиционные системы физического воспитания школьников младших классов для укрепления и сохранения здоровья обучающихся, их заинтересованности в занятиях физической культурой и осознанию значимости повышения уровня физического состояния.

Литература:

1. Дворкина, Н. И. Фитнес как средство формирования здорового образа жизни студенческой молодежи / Н. И. Дворкина, О. С. Трофимова, П. В. Головки // Материалы V Международной научно-практической конференции «Спорт – дорога к миру между народами» г. Москва, 15-18 октября 2019 г. – С. 190-193.

2. Дворкина, Н. И. Проблемы здорового образа жизни подрастающего поколения и некоторые пути их решения / Н. И. Дворкина, О. С. Трофимова, В. В. Роговая // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2019. – № 1. – С. 179-180.

3. Ончукова, Е. И. Использование рекреационных занятий функциональной тренировкой с учащимися 16-17 лет для подготовки к сдаче норм комплекса ГТО / Е. И. Ончукова, О. С. Трофимова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ, г. Краснодар, 2018. – № 1. – С. 182-183.

4. Потенциал физической культуры и спорта в воспитании и развитии школьников (в аспекте личностного развития) / С. А. Хазова, Н. И. Дворкина, О. С. Трофимова [и др.]. – Издание 2-е, исправленное и дополненное. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2020. – 184 с.

5. Сударь, В. В. Методика применения танцевального фитнеса в физическом воспитании девочек младших классов / В. В. Сударь, О. С. Трофимова, М. И. Буланая // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ. – 2020. – № 1. – С. 201-202.

6. Трофимова, О. С. Основы здорового образа жизни : учебное пособие / О. С. Трофимова. – Краснодар : КГУФКСТ, 2021. – 71 с.

7. Трофимова, О. С. Формирование физических способностей детей младшего школьного возраста на основе средств фитнеса / О. С. Трофимова, В. В. Фоменко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2018. – № 1. – С. 204-205.

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОМБИНИРОВАНИЯ ОСНОВНЫХ КОМПОНЕНТОВ НАГРУЗКИ В СИЛОВОЙ ТРЕНИРОВКЕ СТУДЕНТОВ

Ткаченко Д.А.

Научный руководитель доцент Лызарь О.Г.

Аннотация. В представленном аналитическом обзоре рассматриваются основные компоненты силовой тренировки студентов. Рассматриваются данные, подтверждающие эффективность разнообразных сочетаний частоты тренировочных занятий, порядка применения упражнений и интервалов отдыха между ними в занятиях, направленных на гипертрофию мышечных волокон и развитие силовых способностей занимающихся.

Ключевые слова: силовая тренировка, последовательность выполнения упражнений, частота тренировок, количество подходов, интервалы отдыха.

Одними из основных компонентов, позволяющих повышать эффективность силовой тренировки студентов являются частота тренировочных занятий, ориентированных на проработку определенной мышечной группы, порядок применения упражнений и отдых между подходами[1].

Так, в процессе построения тренировочного занятия можно выбирать порядок выполнения упражнений в зависимости от того, насколько они важны для занимающегося, и в зависимости от имеющихся у него сильных и слабых мышечных групп. Анализ ряда исследований позволил определить, что самые сложные и важные упражнения следует выполнять в начале тренировки, так возможно будет выполнить максимальное количество повторений, поскольку отмечается стабильная тенденция к большему приросту в упражнениях, выполняемых в начале тренировки [2].

В исследовании ряда авторов изучались две последовательности выполнения упражнений на нетренированных юношах. Первая группа работала от малых к большим мышечным группам, а вторая – от больших к малым. Существенной разницы между длительностью и объемом тренировочных протоколов не было. Они обнаружили, что выполнение упражнения в конце тренировки снижает количество повторений, которые способен выполнить спортсмен, вне зависимости от количества задействованных мышц. В итоге группы выполнили одинаковое количество повторений. Однако при этом показатели по шкале субъективной оценки усталости (RPE) был выше у тех, кто работал от меньших мышц к большим. Так же отмечалось, что упражнения в конце тренировки могут выполняться хуже из-за накопленного утомления. Другими словами, если упражнение выполняется в конце тренировки, то за подход удастся выполнить меньше повторений [5].

В исследованиях, посвященных выявлению оптимальной частоты тренировочных занятий участники обычно разделяются на две или три группы, использующих 1, 2 или 3 занятия в неделю. Это соответственно означает частоту тренировок на ту или иную мышечную группу в неделю, поскольку есть несколько способов тренировать мышцу на протяжении недели. Так, раз в неделю можно проводить тренировки по методике фулбоди или же разбить их на сплит тренировки на несколько дней недели (одна часть тела в день). Таким образом, можно тренироваться несколько раз в неделю, тренируя одну группу мышц один раз в неделю. В тоже время, авторы рекомендуют составлять 3-разовые недельные программы (на каждую группу мышц в неделю) и делать только три фулбоди в неделю [7].

Проводя исследования различной частоты тренировок, важно предлагать участникам одинаковые тренировочные программы. Чтобы определить, какая частота лучше – высокая или низкая, надо убедиться, что обе группы выполняют одинаковый объем нагрузок в течение недели. Сопоставленный объем тренировок означает, что обе программы включали равную тренировочную нагрузку на неделю, даже если частота тренировок на конкретную мышечную группу в течение недели отличалась. В исследованиях, где объем не совпадает, группы с высокой частотой тренировок, как правило, выполняют больший объем. В ходе

проводимого анализа определили сформировавшуюся тенденцию, содержание которой заключается в том, что тренировки мышечных групп два раза в неделю способствуют мышечной гипертрофии больше, чем тренировки раз в неделю.

Несмотря на то, что повышение частоты тренировок может стимулировать мышечный рост, будет трудно повысить частоту тренировок до определенного уровня. Путем решения данной проблемы является рекомендация, что если человек тренировался с более высокой частотой в течение достаточно продолжительного времени – например, 16 недель, то может быть полезным в дальнейшем снизить его на некоторое время – например, до 24 недель [4].

Анализ ряда исследований последних лет, позволяет сделать вывод о том, что тренировки определенной группы мышц, так называемые сплит-тренировки, раз в неделю – отнюдь не идеальное решение. В исследовании, где участники выполняли сплит-тренировки, группы с низким уровнем нагрузки показали лучший набор мышечной массы по сравнению с группами высокой интенсивности. Таким образом, доказывалось предположение о том, что выполнять высокий объем нагрузки за день – не лучшая идея. Следовательно, тем, кто занимается физической культурой и спортом для улучшения состояния здоровья, а не достижения спортивных результатов, нет особой нужды выделять отдельный день для тренировки конкретной части тела.

Ряд авторов, отмечают, что более высокая частота тренировок подразумевает более высокие еженедельные тренировочные объемы. Выявлено гораздо больше исследований, подтверждающих, что более высокая частота тренировок (2-3 раза в неделю на каждую группу мышц) гораздо эффективнее для развития силовых показателей. Это не должно показаться удивительным, учитывая, что больший объем обычно означает больший прирост, будь то сила или гипертрофия мышц [3,7].

Очень маловероятно, что такую частоту тренировок можно и нужно поддерживать на протяжении всего года. Она скорее будет эффективна в качестве одного интенсивного блока тренировок (мезоцикла), используемого для подготовки пиковой формы к соревнованиям в рамках макроцикла с рассчитанной периодизацией.

Если изучать данные комплексно со всеми существующими ограничениями, можно прийти к выводу, что высокая частота тренировок, предусматривающая 2-3 тренировки на выделенную группу мышц, вполне может быть полезнее одной тренировки в неделю. Тем не менее, частота тренировок не может быть неизменным или постоянным фактором. Очень возможно, что долгосрочная высокая частота тренировок (от 3 до 7 тренировок на отдельную группу мышц в неделю) может привести к перенапряжению, травмам и повышенной утомляемости. Таким образом, правильным будет построение тренировочного режима с умеренной частотой – от 1 до 3 раз в неделю, для базовой программы тренировок и с периодами интенсивных тренировок от 3 до 6 тренировок в неделю для тренировочного этапа подготовки. С частотой можно варьировать многими разными способами, и, благодаря практическим соображениям, генетике, индивидуальным отличиям, попросту невозможно вывести одного ответа, пригодного для всех. Также стоит отметить, что значительные успехи достижимы и при низкой частоте тренировок, а разница результатов при сравнении не будет значительной [9].

Что же касается интервалов отдыха, необходимо отметить, что в целом, короткие периоды восстановления между подходами снижают общее количество повторений, которое можно выполнить в следующих подходах. Более длинные промежутки от 3 минут, позволяют лучше развивать силовые показатели, а также более эффективны при высокоинтенсивной работе до отказа. При силовой тренировке, направленной на гипертрофию мышц, рекомендуется самостоятельно выбирать свой период восстановления, ориентируясь на индивидуальные особенности организма занимающегося.

Хорошим примером этого является исследование, в котором изучалось, как различные по продолжительности периоды восстановления влияют на успешность выполнения тестовых упражнений. Более короткие интервалы отдыха привели к большему сокращению количества выполненных повторений и более высоким показателям RPE для всех упражнений [6, 8].

Если в тренировочном занятии будут сокращаться интервалы между подходами, то может понадобиться большее количество подходов, чтобы достичь целевого объема для каждой тренировки. Помимо этого, может понадобиться корректировка рабочего веса, потому что каждый новый подход будет даваться сложнее. Это также означает, что более короткие промежутки восстановления могут спровоцировать на работу до отказа в большом количестве подходов.

Таким образом, проведенное аналитическое исследование данных современных авторов подтверждает актуальность разработки различных комбинаций основных компонентов силовой тренировки, где на фоне проявляющейся успешности тренировочной деятельности нельзя забывать об учете индивидуальных особенностей каждого занимающегося.

Литература:

1. Дворкин, Л. С. Влияние специальной подготовки пауэрлифтеров 15-16 лет на уровень прироста их физических и морфофункциональных показателей / Л. С. Дворкин, Н. И. Дворкина, Д. С. Прудников // Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции. – 2020. – С. 190-193.
2. Здоровьесберегающее образование: Современные факторы развития : монография / под ред. Н. И. Дворкиной, О. Г. Лызаря. – Самара : ООО «Офорт». – 2016. – 205 с.
3. Alberton, C. Kinesiological analysis of stationary running performed in aquatic and dry land environments /C. Alberton // Journal of Human Kinetics. – 2015.-№49. –P.5–14.
4. Dankel I. Effects of Blood Flow Restriction Combined with Low-Intensity Resistance Training on Lower-Limb Muscle Strength and Mass in Post-Middle-Aged Adults: A Systematic Review and Meta-Analysis / I. Dankel, L. Fisher.; E. Gentil. –Sports Medicine. – 2022. –№32(07). – P. 212-218.
5. Ellulu, M. S. Obesity and inflammation: The linking mechanism and the complications // Archives of Medical Science. – 2017. – №13 (4). –P. 851-863.
6. GentilP. A Review of the Acute Effects and Long-Term Adaptations of Single- and Multi-Joint Exercises during Resistance Training / GentilP., FisherJ., SteeleJ.// –Sports Medicine. –2017. –№ 30 (7)– P. 518-523.
7. Korak, A. Resistance Training Recovery: Considerations For Single Vs. Multi-joint Movements And Upper Vs. Lower Body Muscles /A.Korak, J. M. Green, E. K O'Neal//Medicine and Science in Sports and Exercise. –2015.- №8(1). –P.85-96
8. Rikli, R. Senior Fitness Test Manual / R. Rikli, C. Jones. //Champaign (IL): Human Kinetics. – 2013. – №63. – P.112-118.
9. SchoenfeldB. J. Effects of Resistance Training Frequency on Measures of Muscle Hypertrophy: A Systematic Review and Meta-Analysis/ SchoenfeldB. J, OgbornD. I., Krieger J. – Sports Medicine. – 2016. – №46(11). – P. 436-442.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАНЯТИЙ СИЛОВОЙ АЭРОБИКОЙ С ЖЕНЩИНАМИ 25-30 ЛЕТ

Фомина А.В.

Научный руководитель доцент Ончукова Е.А.

Аннотация. В работе представлен опыт применения силовой аэробики с женщинами первого зрелого возраста. Составлено экспериментальное содержание занятий, суть которого состояла в сокращении времени занятий, но увеличении интенсивности нагрузочного компонента. В результате проведения констатирующего эксперимента был проведен динамический анализ показателей физического развития.

Ключевые слова: силовая аэробика, женщины 25-30 лет, двигательная активность, фитнес, физическое развитие.

Одним из востребованных направлений оздоровительной тренировки среди молодых женщин являются занятия силовой функциональной направленности, предполагающие различное содержание занятий и применение дополнительного оборудования [5, 7]. Именно данный вид фитнес-тренировки значительно способствует улучшению параметров физического развития, необходимых для эффективной жизнедеятельности женщины и выполнения ею своих социальных обязанностей.

В исследованиях Ончуковой Е.И. Романенко Н.И., Сударь В.В., Трофимовой О.С. доказана эффективность применения различных средств силового фитнеса на физическое состояния женщин различных возрастов, однако все они предусматривают традиционную продолжительность групповых и индивидуальных занятий [1, 2, 4]. Следовательно, поиск форм и методов по организации и проведения занятий оздоровительной направленности до сих пор является актуальным. Не смотря на большое количество разработанных программ, не все они могут удовлетворить ожидаемый эффект от них к которому большинство женщин относят: улучшение физического развития и пропорциональности телосложения [3,6]. Однако из-за отсутствия достаточного количества времени, требуется модернизация содержания занятий силовой направленности, которое бы предусматривало меньшую длительность занятий, без снижения интенсивности нагрузки.

Педагогический эксперимент проводился на базе клуба «WorldClass» г. Санкт-Петербург. В констатирующем эксперименте приняло участие 12 женщин, посещающих групповые занятия по силовой аэробике, ранее занимавшиеся 3 месяца базовой аэробикой. Эксперимент был разделен на два периода занятий 1-3 месяц проводили групповые занятия силовой аэробикой с использованием отягощения собственного тела с нагрузочным дозированием 142-145 акц/мин. На втором этапе эксперимента с 3-6 месяц занятий использовали систему свободного веса (гантели, бодибары) с дозированием 50-60% от 1 повторного максимума с использованием ритмического сопровождения 142-148 акц/мин. Структура занятий имела традиционную трехчастную структуру: Подготовительная – 7 минут престретчинг, дыхательная гимнастика, аэробная часть 138-140 акц/мин; Основная часть – 30 мин – аэробная часть с использованием шагов аэробики 145 акц/мин; силовая часть – использование силовых упражнений с отягощением собственного веса (на первом этапе) или свободных весов 50-60% от 1 ПМ; Заключительная часть – 5 минут – постстретчинг. Тренировочные занятия силовой аэробикой проводили 3 раза в неделю по 50, длительность эксперимента 6 месяцев.

По результатам полученных исходных данных тестирования физического развития выявили, что показатель по индексу массы тела соответствует верхней границе нормы. Данное обстоятельство может свидетельствовать о накоплении лишней жировой ткани. Данный тезис подтверждается результативностью относительного показателя – обхват талии, который на начальном этапе эксперимента составил 80,1см, что превышает рекомендованную норму (менее 80 см). Обхват бедер на начало эксперимента

составил 107,4 см, однако большинство женщин отмечало, что желаемый результат должен быть ниже. При этом станковая динамометрия составила на исходном этапе $54,7 \pm 1,7$ см, что в что не соответствует возрастной норме 58 кг.

При проведение повторного тестирования через три месяца после первого этапа тренировочных занятий достоверные изменения были обнаружены только по обхватным значениям талии и бедер, а достоверного изменения по показателю массы тела не зафиксировано. Индекс массы тела улучшился через 3 месяца до $23,0 \pm 0,2$ (о.е.);

После анализа показателей через 3 месяца занятий было изменено содержание занятий по усилению содержательной части и увеличению дозировки упражнений. После обработки данных морфологического тестирования после 72 занятий определяли достоверность различий по пяти показателям: массы тела, ИМТ, обхватных значениях талии и бедер и становой динамометрии.

Большинство женщин отметили, что достигли желаемых показателей физического развития;

Анализ динамики показателей в различные тренировочные периоды выявил следующие различия в приросте показателей в зависимости от периода (рисунок 1):

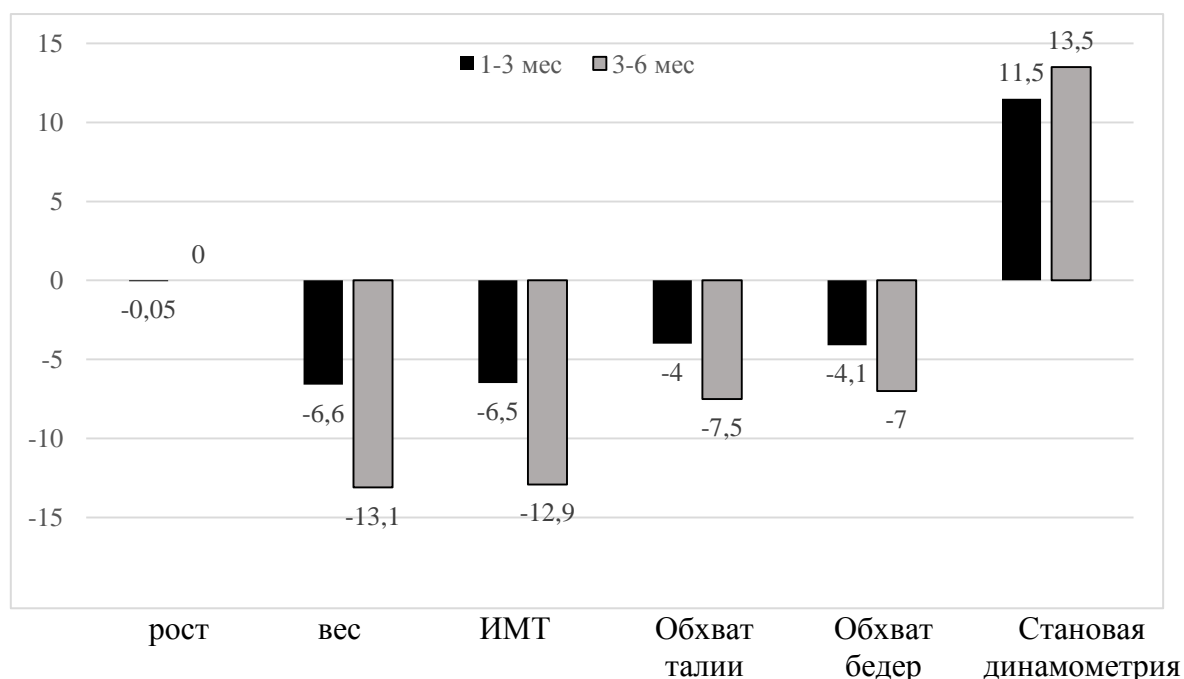


Рисунок. Динамика показателей физического развития женщин 25-30 лет (%)

Так на иллюстрации показано, что в первые три месяца занятий силовой аэробикой увеличены темпам прироста по параметрам силовой выносливости мышц спины, веса и индекса массы тела. Во втором периоде занятий с 3 по 6 месяц наибольший процент улучшения составил по показателям силовой выносливости мышц разгибателей спины и веса тела. Однако следует отметить, что именно после изменения дозировки нагрузки, произошло увеличение положительного эффекта по показателям обхватных значений, что свидетельствует о снижении жирового компонента и улучшения качественного состава тела.

Следовательно, на первом этапе тренировочного процесса силовой аэробики происходит интенсивное снижение массы тела, а на втором этапе происходит интенсивное улучшение качества состава тела и снижение жировой массы.

Литература:

1. Влияние занятий силовой направленности на физическую подготовленность и функциональное состояние женщин второго зрелого возраста / О. С. Трофимова, Е. И.

Ончукова, Я. А. Никитина, П. В. Гордиенко // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2019. – № 4(170). – С. 336-339.

2. Ончукова, Е. И. Содержание занятий атлетической гимнастикой для женщин 25-30 лет с нарушением осанки / Ончукова Е. И., Пашкова Н. С., Шульгина К. А. // Физическая культура, спорт и здоровье. – 2018. – № 32-1. – С. 67-70.

3. Ончукова, Е. И. Методика оздоровительных занятий силовой направленности с девушками, имеющими избыточную массу тела / Ончукова Е. И., Черова М. В. // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2019. – № 5(171). – С. 230-234.

4. Сударь, В. В. Влияние занятий персональной фитнес-тренировкой силовой направленности на антропометрические показатели женщин первого зрелого / Сударь В. В., Романенко Н. И. // Состояние, проблемы и пути совершенствования спортивной и оздоровительной тренировки: Материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Казань, 29 октября 2021 года. – Казань : ФГБОУ ВО «Поволжский ГУФКСиТ», 2021. – С. 287-289.

5. Трофимова, О. С. Формирование физкультурно-оздоровительной мотивации женщин 25-35 лет в процессе занятий фитнесом / Трофимова О. С., Ончукова Е. И. // Проблемы современного педагогического образования. – 2018. – № 59-4. – С. 284-289.

6. Трофимова, О. С. Исследование мотивации женщин второго зрелого возраста к занятиям в фитнес-клубе / Трофимова, О. С., Маринович М. А. // Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции, Краснодар, 12 февраля 2020 года. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2020. – С. 78-80.

7. Управленческая подготовка специалистов в сфере физической культуры и фитнеса / С. А. Хазова Н. И. Дворкина, Е. И. Ончукова, О. С. Трофимова. – Издание 2-е, исправленное, дополненное. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2021. – 108 с.

**ОСОБЕННОСТИ ФИЗИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПО ИНДЕКСУ МАССЫ ТЕЛА
СЕЛЬСКИХ ШКОЛЬНИКОВ 6-7 КЛАССОВ****Черняк Д.В.****Научный руководитель доцент Романенко Н.И.**

Аннотация. В статье представлены результаты проведенного исследования, свидетельствующие о дисгармоничности физического развития школьников 6-7 классов, проживающих в сельской местности, заключающиеся в дефиците массы тела, избыточного веса и ожирения.

Ключевые слова: школьники, индекс массы тела, физическое развитие.

По данным физиологов, физическое развитие ребенка является важным критерием здоровья и поскольку детский организм находится в постоянном процессе роста и нарушение его нормальных процессов развития считается индикаторами неблагоприятного состояния здоровья [1, 3]. Проведенные исследования доказывают, что на физическое развитие оказывают влияние различные социально-экономические, климатические, географические и экологические факторы, в том числе и уровень урбанизации (процент городских жителей). Медики отмечают, что в последние годы наблюдается негативная тенденция ухудшения физического развития детей связанная в основном за счет увеличения избыточной массой тела и ожирения [2].

Цель исследования – выявить особенности физического развития сельских школьников 6-7 классов.

Организация и методы исследования. Исследование проводилось в станице Роговская Тимашевского района Краснодарского края. В нем приняли участие 104 школьника 13-14 лет из них 56 девочек и 48 мальчиков. Методом соматометрии определялся вес и длина тела, обхватные значения окружности грудной клетки, талии. Гармоничность телосложения оценивалась с помощью индекса массы тела (ИМТ).

Результаты исследования и их обсуждение. Сопоставление фактических данных со значением центильных таблиц (Воронцов И.М.) считается оптимальным способом оценки физического развития. По шкале Стюарта среди предусмотренных границ для здоровых детей школьного возраста являются интервалы 25-50-75 центилей. Гармоничным физическим развитием считается 25-75 центилей, при условии, что все соматометрические измерения соответствуют возрасту. Выделяют гармоничное физическое развитие с опережением возраста – 90-97 центилей, и гармоничное с отставанием от возрастных норм – 3-10 центилей.

Анализ соматометрических характеристик показал, что гармоничное развитие обнаружено почти в равных количествах у 62,4% девочек и у 65,3% мальчиков (рисунок 1).

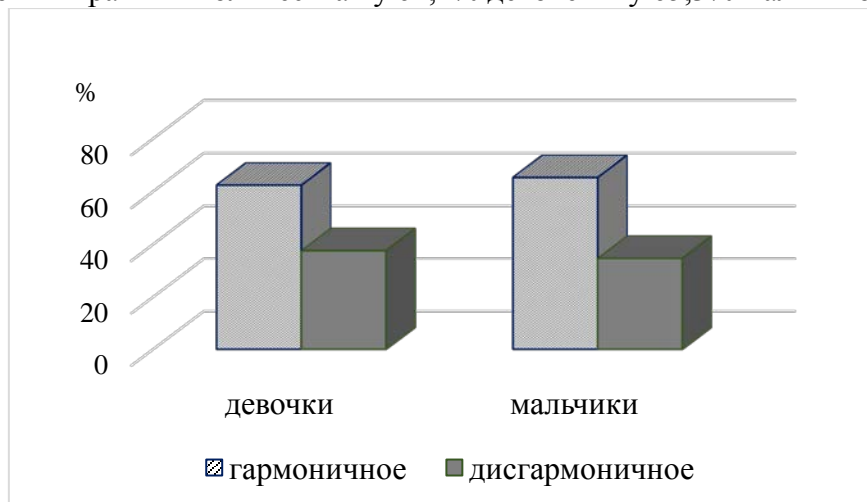


Рисунок 1. Физическое развитие школьников 6-7 классов

Выявлен и дефицит массы тела как у девочек, так и у мальчиков, что составило соответственно 8,5 и 9,8%. Установлено, что ожирение 1 степени имеют 9,5% девочек и 7,4% мальчиков (рисунок 2).

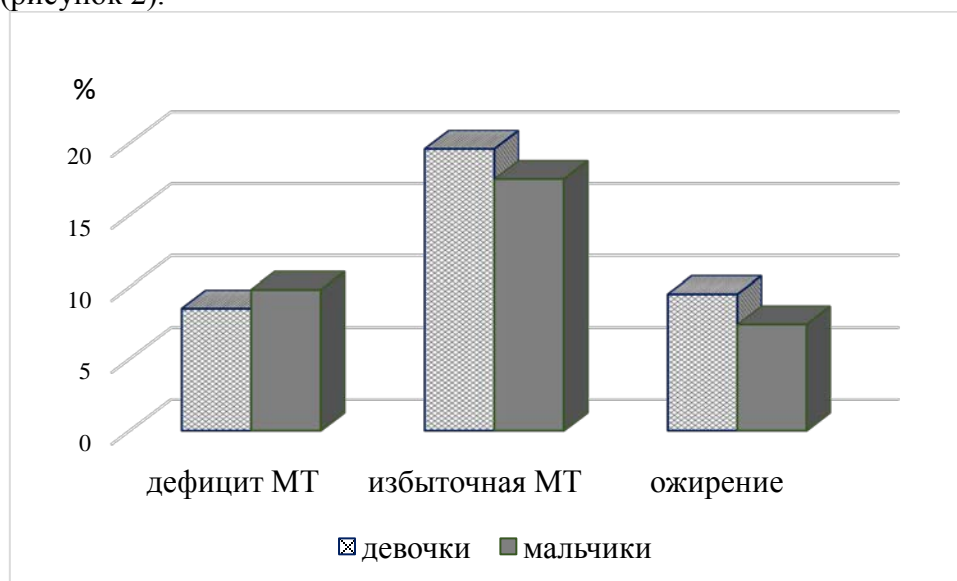


Рисунок 2. Соотношение длины и массы тела у школьников 6-7 классов

Закключение. Таким образом проведенное исследование показало, что большая часть школьников 6-7 классов, проживающих в сельской местности, имеет гармоничное физическое развитие. Дисгармоничность представлена избыточной массой тела, которая превалирует над ожирением 1 степени. Необходимо провести дополнительный углубленный анализ выявленных показателей дисгармоничности, а также разъяснительную беседу с обучающимися и родителями по возникновению отклонений в физическом развитии, связанных с нарушением пищевого поведения, не сбалансированного питания. Разработать профилактические мероприятия по повышению уровня двигательной активности школьников.

Литература:

1. Ончукова, Е. И. Современные тенденции развития фитнес-индустрии в формировании рекреационного потенциала Краснодарского края / Е. И. Ончукова, А. В. Ончуков // Трансформация социально-экономического пространства России и мира : Сборник статей международной научно-практической конференции / под ред. Г. Б. Клейнера, Х. А. Константиныди, В. В. Сорокожердьева. – Краснодар : Просвещение-Юг, 2022. – С. 112-115
2. Осик, В. И. Анализ индекса массы тела и двигательной активности педагогов / В. И. Осик, Н. И. Романенко, Е. В. Кирий // Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции, Краснодар, 06-07 октября 2022 года / Редколлегия : А. И. Погребной, Е. М. Бердичевская, Г. Б. Горская, Е. А. Еремина, Т. А. Самсоненко. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2022. – С. 339-343.
3. Сударь, В. В. Анализ составляющих здорового образа жизни и мотивации к его осуществлению у современной студенческой молодежи / В. В. Сударь // Вестник Сочинского государственного университета туризма и курортного дела. – 2010. – № 2(12). – С. 37-40.

**ПОВЫШЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИЗИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ЖЕНЩИН
25-30-ЛЕТНЕГО ВОЗРАСТА СРЕДСТВАМИ АКВАФИТНЕСА**

Щендригина А.А.

Научный руководитель доцент Сударь В.В.

Аннотация. В результате проведения сравнительного педагогического эксперимента доказана эффективность положительного воздействия систематических трех-разовых занятий аквафитнесом в неделю на улучшение параметров массы тела, жизненного показателя, функциональных показателей ЧСС, ЖЕЛ, силовой выносливости (по тесту «поднимание туловища из положения лежа») и уровня физического состояния (по Белову В.И., 1989) у женщин 25-30-летнего возраста.

Ключевые слова: аквафитнес, уровень физического состояния, женщины 25-30-летнего возраста.

В настоящее время состояние здоровья взрослого населения в нашей стране оставляет желать лучшего. Так по заключениям медицинских работников ежегодно увеличивается число людей с хроническими сердечно-сосудистыми и раковыми заболеваниями, особенно среди женщин. Причем по данным Росстата Российской Федерации (2020), опубликованных в ежегодном статистическом сборнике «Мужчины и женщины России» количество женщин с онкологическими заболеваниями выше в 1,2 раза по сравнению с мужчинами, а также за последние годы возросло число женщин с инвалидностью [4].

Для решения указанной проблемы по мнению Л.С. Дворкина, Н.И. Дворкиной (2019): «...значимую роль в повышении качества жизни населения, в сохранении их здоровья и работоспособности приобретает физкультурно-оздоровительная деятельность, которая представляет собой систему мероприятий, направленных на повышение функционального состояния организма человека средствами физической культуры» [1]. Одной из популяризированных фитнес-технологий для оздоровления женщин первого зрелого возраста по мнению многих современных авторов по праву можно считать аквафитнес [3, 5, 6, 7].

Аквафитнес – это разнообразные фитнес-технологии, применяемые с использованием водной среды, каждая из которых имеет четко подобранные и апробированные средства и методы. Одной из первых таких технологий являлась аква-аэробика. Элементы современной аква-аэробики впервые стали использоваться физкультурниками и спортсменами в качестве пропаганды плавания, они водили хороводы и маршировали в воде. Сначала средства аква-аэробики использовались спортсменами для тренировки, а примерно 30 лет назад как оздоровительная технология, затем её переняла Европа, дошла аква-аэробика и до Америки. В Россию пришла как уже сформировавшаяся и модернизированная физкультурно-оздоровительная технология в 80-х годах XX века. В нашей стране её стали использовать не только как рекреационно-оздоровительное средство, но и как лечебную физическую культуру.

В современной фитнес-индустрии для женщин рекомендуют использовать два основных вида аквафитнеса: оздоровительной и лечебной направленности: 1) оздоровительное направление включает коррекцию фигуры, снятие напряжения и стресса, направлено на эмоциональную подзарядку после тяжёлой или монотонной работы, закаливание и повышение работоспособности женщины, приобретение прикладных навыков в плавании; 2) лечебное направление помогает справляться с хроническими болезнями, избавляет от ожирения, восстанавливает трудовую способность [2].

Цель исследования состояла в определении влияния занятий аквафитнесом на показатели физического состояния женщин 25-30-летнего возраста. Для решения поставленной цели был проведён педагогический эксперимент с февраля по май 2022 года, в котором участвовало две группы женщин в возрасте от 25 до 30 лет включительно. В

экспериментальную группу (ЭГ) вошли 11 молодых женщин, занимающихся в оздоровительной секции аквафитнеса на базе плавательного бассейна «Акватория» МБУ СШ станции Брюховецкой, а в контрольную (КГ) – 11 женщин того же возраста, занимающихся базовой аэробикой в фитнес-клубе Mosfit в том же населенном пункте. Экспериментальная группа занималась по комплексной методике на основе средств и методов аквафитнеса в вечернее время 3 раза в неделю по 45 минут под руководством инструктора. В контрольной группе также проводились оздоровительные тренировки 3 раза в неделю по 50 минут. Изменения темпа выполнения упражнений от медленного до быстрого задавалось темпом музыкального сопровождения. По нашим наблюдениям время выполнения каждого упражнения варьировалось от 30-60 секунд в среднем, а количество повторений упражнений – от 8 до 32 раз каждое.

Проведя сравнительный анализ по средним статистическим характеристикам отдельных показателей, дважды измеренных согласно методике экспресс-оценки физического состояния В.И. Белова (1989): непосредственно перед проведением первых фитнес-занятий с женщинами ЭГ и КГ, а затем через 4 месяца проведения нашего сравнительного педагогического эксперимента. Здесь мы выявили, что оздоровительные занятия в воде оцениваемой методики аквафитнеса достоверно улучшили антропометрические параметры у женщин (по росто-весовому индексу), повысили функциональное состояние сердечно-сосудистой и дыхательной систем (по данным изменения ЖЕЛ и ЧСС), силовую выносливость по тесту «поднимание туловища из и.п. – лежа» по сравнению с женщинами КГ. Проведя математический анализ средних статистических характеристик таблицы 6 можно констатировать, что наибольший относительный и достоверный прирост ($p < 0,05$) произошел в ЭГ по жизненному показателю на 12 мл/кг (28,8%), по ЧСС в покое на 22,5% (снижение показателя на 16,2 уд/мин), во времени восстановления ЧСС после дозируемой нагрузки пробы «20 приседаний за 30 с» на 46,1%, что составило улучшение на 0,36 минуты; по показателю силовой выносливости мышц туловища – на 45,4%, уровня физического состояния – на 41%. Таким образом, в работе доказана эффективность положительного воздействия систематических трех-разовых занятий аквафитнесом в неделю на улучшение функциональных показателей – ЧСС, ЖЕЛ, а также параметров массы тела, жизненного показателя, силовой выносливости (по тесту «поднимание туловища из положения лежа») и уровня физического состояния (по Белову В.И., 1989) у женщин 25-30-летнего возраста.

Литература:

1. Дворкин, Л. С. Теория и методика физкультурно-оздоровительных технологий : учебное пособие для магистров / Л. С. Дворкин, Н. И. Дворкина. – Краснодар : Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, 2019. – 246 с.
2. Корсакова, Л. В. Фитнес в системе физической воспитания населения / Корсакова Л. В., Оплетасева О. Н., Романенко Н. И. // Актуальные проблемы физической культуры и спорта в современных социально-экономических условиях : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 20 мая 2019 г. – ФГБОУ ВО Чувашская ГСХА, Чебоксары, 2019. – С. 181-184.
3. Пути повышения мотивации женщин первого зрелого возраста, занимающихся фитнесом / Н. Н. Романенко [и др.] // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2021. – № 4(194). – С. 389-392.
4. Российский статистический ежегодник. 2020 : Стат. сб. / Росстат. – М. : Федеральная служба государственной статистики, 2020. – 700 с.
5. Трофимова, О. С. Формирование физкультурно-оздоровительной мотивации женщин 25-35 лет в процессе занятий фитнесом / Трофимова О. С., Ончукова Е. И. // Проблемы современного педагогического образования. – 2018. – № 59-4. – С. 284-289.
6. Трофимова, О. С. Определение физкультурно-оздоровительной мотивации женщин первого зрелого возраста к занятиям фитнесом / Трофимова О. С., Маринович М. А., Фоменко В. В. // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2018. – №11 (165). – С. 369-373.
7. Шутова, Т. Н. Здоровьесбережение женщин на основе физкультурно-оздоровительной технологии аквафитнеса // Современные проблемы науки и образования. – 2016. – № 6. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=25367> (дата обращения: 11.11.2022).

МЕТОДИКА РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ С ДЕВОЧКАМИ ПОДРОСТКАМИ ИМЕЮЩИХ ИЗБЫТОЧНУЮ МАССУ ТЕЛА

Ярковая К.А.

Научный руководитель старший преподаватель Манакова Я.А.

Аннотация. Представлена методика рекреационных занятий с девочками 10-11 классов имеющих избыточную массу тела с сочетанием средств аэробной, анаэробной направленности.

Ключевые слова: рекреационные занятия, девочки подростки, избыточная масса тела, школьницы, 10-11 классы.

В настоящее время актуальна проблема преждевременной смертности населения. Одной из главных причин является ожирение. Это заболевание, которое приводит к нарушению обмена веществ и является следствием различных заболеваний. Согласно данным ВОЗ за 2022 год число детей и подростков (от 5-19 лет) с избыточным весом увеличилось в 10 раз [2, 4, 6]. Обычно обучающиеся имеют сопутствующие заболевания и относятся к специальной медицинской группе.

Для решения данной проблемы необходимо повышать уровень физической активности для снижения жировой массы тела [1, 3, 5].

Для определения уровня физической активности девочек подростков 10-11 классов имеющих избыточную массу тела[2] был проведен опрос, представленный в таблице 1.

Таблица 1 – Посещение дополнительных занятий рекреационной направленности (n=20)

1.	Посещают не менее 2 раз в неделю	20%
2.	Посещают 1 раз в неделю	20%
3.	Не посещают	60%

Для повышения эффективности внеурочных занятий была предложена структура из трех блоков представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Содержание блоков построения занятий рекреационной направленности девочек подростков с избыточной массой тела

Блоки	Содержание
Аэробный блок	Аэробная нагрузка в форме круговой тренировки. Гимнастические упражнения (прыжки на месте, прыжки на скакалке, приседания, подъем рук вверх их положения стоя с гимнастической палкой)
Силовой блок	Упражнения регионального характера со свободными весами и тренажерными устройствами. (приседания в выпаде с гантелями, приседания со штангой, жим лежа, сгибание-разгибание рук в положении лежа, становая тяга)
Теоретический блок	Беседы, лекции, пояснения, рассказы, способствующие формированию навыков здорового образа жизни и приобщение к регулярным занятиям физической культурой.

Таким образом методика рекреационных занятий состояла из трех блоков:

В аэробном блоке нагрузка дозировалась по объёму – темп выполнения упражнений, количество упражнений, характер и интервалы отдыха, интенсивность – % от ЧСС_{max}.

В силовом блоке нагрузка дозировалась по объёму – количество повторений, количество подходов, количество упражнений, интенсивность – вес отягощений от 1 ПМ.

В теоретическом блоке были использованы материалы из теории и методики физической культуры, методики оздоровительной физической культуры, общей физиологии, анатомии и нутрициологии.

Подбор средств происходил исходя из особенностей физического воспитания обучающихся с избыточной массой тела. Не рекомендовано использование упражнений в высоком темпе из-за осложнений в работе сердечно-сосудистой системы.

Таким образом методика рекреационных занятий с дозированным сочетанием средств должна строиться с учетом возрастных особенностей.

Литература:

1. Ончукова, Е. И. Особенности организации оздоровительных занятий со старшеклассниками, имеющими избыточную массу тела / М. В. Капуста, Е. И. Ончукова // Тезисы докладов XLV научной конференции студентов и молодых ученых вузов южного федерального округа. – Краснодар : КГУФКСТ, 2018. – 165 с.

2. Маринович, М. А. Распространенность избыточной массы тела и ожирения среди студентов Вузов / О. С. Трофимова, М. А. Маринович, А. В. Заплетина // Актуальные проблемы физической культуры и спорта в социально-экономических условиях : Материалы Международной научно-практической конференции. – Чебоксары, 2019. – С. 74-78.

3. Романенко, Н. И. Методика повышения физической подготовленности девушек 16-17 лет на основе средств фитнеса / Н. И. Романенко, В. А. Кузьмина // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2018. – № 9 (163). – С. 177-181.

4. Сударь, В. В. Использование средств оздоровительной аэробики для повышения уровня физической работоспособности девушек 16-17-летнего возраста / В. В. Сударь // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава КГУФКСТ. – 2020. – № 1. – С. 199-200.

5. Головкин, П. В. Оценка состояния детей и подростков в рамках здоровьесформирующей среды общеобразовательной школы / П. В. Головкин, В. В. Сударь // Вопросы образования и науки: теоретический и практический аспекты : Международная научно-практическая конференция. – 2015. С. – 20-23.

6. Романенко, Н. И. Использование средств фитнеса в физическом воспитании населения / Н. И. Романенко, Я. А. Манакова, С. А. Горбунова // Состояние, проблемы и пути совершенствования спортивной и оздоровительной тренировки в гимнастике, танцевальном спорте и фитнесе : Материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Казань, 2022. – С. 226-228.

КАФЕДРА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА И ТУРИЗМА

УДК: 338.48

СПЕЦИФИКА МЕЖЛИЧНОСТНОГО ОБЩЕНИЯ РАБОТНИКОВ СЕРВИСНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ПРОЦЕССЕ ОКАЗАНИЯ УСЛУГИ

Беляева Е.А.

Научный руководитель доцент Ползикова Е.В.

Аннотация. В данной работе особое внимание уделяется специфике общения работников сервисных туристических предприятий с потребителями в процессе оказания этих услуг, а также этические нормы и правила этикета с клиентами, партнерами и коллегами, а также какие последствия может понести за собой игнорирования правил межличностного общения в рабочей обстановке.

Ключевые слова: деловой протокол, этика, этикет, деловое общение, регламент, правила, межличностное общение, поведение, нормы.

Актуальность данного исследования состоит в том, что начало покупки продукта начинается еще с момента общения. Работник является визитной карточкой организации, в которой работает, и как он будет себя вести, какие манеры показывать, как будет участвовать в процессе продажи, от этого полностью зависит лицо компании и приобретет ли этот продукт у него клиент. Если игнорировать правила межличностного общения работников сервисных туристических предприятий и потребителей в процессе оказания услуги, то это может повлечь за собой не только потерю своей репутации на рынке предоставляемых услуг, но и потерей уже потенциальных клиентов.

Почему на сегодняшний день этикету и правилам межличностного общения работников сервисных туристических организаций и потребителей уделяют такое большое внимание? Почему сотрудников чаще всего раз в год отправляют на курсы по взаимодействию с клиентами? Не зря говорится, что работа с людьми – одна из самых сложных работ, ведь каждый человек – разная личность и к каждому из них нужно подобрать свой подход, выполнять свою работу правильно, суметь продать и одновременно сохранить или повысить имидж компании.

Правила этикета и сервис предъявляют специалистам, работающим в этой сфере высокие требования к тому, как надо предоставлять услуги. Основными составляющими успеха специалиста социально-культурного сервиса и туризма являются высокий уровень профессионального мастерства, что обусловлено тем, что специалист должен знать свою работу от и до. Иногда можно сделать даже такой вывод, что специфика межличностного общения работников с клиентами – это синоним слова «этика».

Для начала следует разобрать в понятии «межличностное общение». Под межличностным общением работников сервисных туристических предприятий и клиентов понимается группа требований и норм поведения, морали и нравственности от работников туристической фирмы, которые должны быть исполнены в процессе выполнения своей работы и направлены на общение с окружающими, с клиентами[4]. Межличностное общение позволяет определить именно такие общие манеры общения по отношению к клиентам, как принцип честности. Наличие данного принципа не позволит клиентам обмануть сотрудника ради собственной выгоды.

Взаимодействие работника с клиентом начинается с самых первых секунд с общения в контактной зоне. Данная контактная зона играет не маловажную роль. Работник в данной контактной зоне должен обладать такими навыками и следовать следующим принципам [4]:

1. Не стоит предлагать услуги клиенту неудобства, если они не имеют надобности.

2. Не стоит пропускать возможности возникновения у клиента какие-то неприятных ощущений в ходе общения, не следует быть слишком навязчивым.

3. Нужно уметь выслушать, не перебивать.

4. Работнику необходимо быть любезным и исключить мрачность, чрезмерную серьезность, брезгливость. Для компании все клиенты одинаковы по своему социальному статусу.

База этики предполагает, что работник фирмы в контактной зоне должен обладать такими качествами, как тактичность, сдержанность, особенно, если клиент настроен на негативный разговор. Ни в коем случае нельзя повышать голос, применять слова-раздражители, ведь конфликт начать легко, а сохранить радужное настроение и доброжелательные отношения – гораздо сложнее.

Одна из причин возникновения конфликтов на сервисных предприятиях – неподготовленный персонал[1]. Именно поэтому этике и моральным принципам начали уделять особое значение, заниматься тренингами по улучшению качества обслуживания, манерам общения, где рассказывают, с чего начинается конфликт и как его предотвратить.

Обычно существуют три уровня развития конфликта[3]:

1. Турист и сотрудник сервисной службы.

2. Между самими сотрудниками сервисных предприятий.

3. Между потенциальными и реальными потребителями услуг.

Любому сотруднику контактной зоны необходимо иметь в своем запасе нейтрализующий мотив. Данное высказывание свидетельствует о том, что отсутствуют специальные факторы для развития конфликта. Так как в конфликтной ситуации весьма сложно что-то придумать, подобрать оптимальные фразы. Проблема в том, что в конфликтных условиях и сотрудник, и потребитель обычно выходят из состояния внутреннего баланса, при котором мышление бывает очень скованным [2].

Существует множество способов разрешения конфликтов, например [5]:

1. Спокойствие. Данный метод дает возможность благополучно ликвидировать напряжение, возникшее при одностороннем или взаимном недоразумении. В некоторых случаях посетители мгновенно начинают демонстрировать нервозность и спешку. Они в резком формате высказывают и показывают свое недовольство, требуют позвать администратора или старшего. В данной ситуации нельзя отвечать резкостью, а уж тем более грубостью. Правильнее будет никак не реагировать на их некорректные выражения, сказанные в свой адрес. Только идеальная вежливость, воспитанность и равнодушие дадут возможность сотруднику исключить инцидент, избежать конфликта [5].

2. Присутствие третьего лица. В том случае, если конфликтные ситуации никак не имеют все шансы прийти к соглашению между собой, то вмешательство третьего лица нередко способно ликвидировать образовавшееся несогласие. Результат работы третьего лица станет во многом зависеть от того, как он сможет заполучить доверие клиента, чтобы осуществлять контроль во время протекания конфликта. В присутствии ошибок в его действиях, третье лицо в глазах гостя становится таким же соучастником спора, а конфликтные отношения станут еще более тяжелыми. По этой причине присутствующему третьему лицу никак не нужно защищать сотрудника, в том числе и в том случае, если он прав. Сотрудник обязан осознавать такое поведение третьего лица и не сердиться на него в случае, если она поддержит клиента. В данном случае третьему лицу проще достигнуть взаимопонимания с клиентом, чтобы быстро ликвидировать конфликт [5].

3. Разъединение конфликтующих. Данный метод эффективен при разрешении спора между двумя клиентами. Однако следует учесть, что при его использовании потребуются участие двух сотрудников компании. Любой из сотрудников приступает к общению с одним из конфликтующих клиентов, с целью разъединить, унять, а также быстро обслужить. По возможности необходимо совершить всё возможное для того, чтобы один из конфликтующих быстрее ушел. При конфликте работника с клиентом следует сменить данного сотрудника другим. Новому работнику необходимо некоторое время, чтобы

посмотреть со стороны на конфликт и сформировать четкий план действий. Помимо этого, необходимо подобрать оптимальный период времени для замены специалиста.

Далее новый сотрудник обязан приступить к обслуживанию быстро и корректно. Безусловно, данные действия следует предварительно проработать. Подменяющий должен отправить под каким-то предлогом «конфликтного» сотрудника, а сам непосредственно взять его роль. При этом не стоит акцентировать внимание покупателя на том, что его жалобы относятся к другому работнику. Наоборот, в случае, если потребитель непосредственно заговорит об этом сам, необходимо ответить, что важен не определенный сотрудник, а содержание вопроса, так как все сотрудники отвечают друг за друга [5].

4. Содействие независимому формированию инцидента. Сотрудник представляет возможность покупателю полностью выговориться, тихо слушая в том числе и незаслуженные укоры. Покупателя никак не стоит перебивать, в том числе если суть его жалоб уже давно стала понятной. Как бы работник не ценил собственное время, он обязан выделить несколько минут на то, чтобы выслушать клиента. Клиент, увидев подобное внимание со стороны сотрудника, быстро успокаивается, приходит в себя. А в таком состоянии с клиентом проще нормализовать эффективный контакт [5].

5. Оперативное подавление инцидента. Допускать позволение покупателю выражать свое возмущение возможно только конкретной границы – вплоть до того момента, пока его действия никак не противоречат законам социального порядка, а также никак не нарушают нормальную работу компании. В ином случае следует обратиться к оперативному устранению конфликта. Применение данного метода потребует от обслуживающего персонала организованности. Действия сотрудников должны быть мирными, спокойными, но в тоже время радикальными. Собственные действия необходимо аргументировать не собственными взглядами, а определенными предписаниями и практическими руководствами. В случае если все же клиента не удастся успокоить, необходимо заинтересовать в своей правоте иных клиентов или вызвать представителей защиты общественного порядка.

Благополучно преодолев разногласие, целесообразнее продолжить диалог в дружеском тоне. После любой остроконфликтной ситуации сотруднику необходимо в мыслях проиграть данный конфликт. Это будет содействовать отработке вероятных альтернатив собственных действий в дальнейшем, если подобный инцидент повторится. Тогда для сотрудника не встанет внезапных обстоятельств в офисе и в последующем возникнет привычка недопущения инцидентов [5].

Таким образом, можно сделать вывод, что межличностное общение очень важно, ведь во время общения выстраивается контакт, который очень важен не только в роли сотрудник – клиент, а также сотрудник – сотрудник. Несоблюдение норм общения, отсутствие этики, правил этикета, может привести к возникновению конфликта, который урегулировать хоть и возможно, но достаточно трудно, к тому же после возникших конфликтных ситуаций подрывается доверие клиента, что негативно сказывается на рейтинге компании и клиентуре.

Литература:

1. Состояние и перспективы профессиональной подготовки персонала для индустрии туризма / Е. А. Еремина, О. Н. Костюкова, А. И. Кузьменко, А. А. Тарасенко // *Conference Proceedings*. – 2015. – С. 121-125.

2. Кучеренко, И. М. Современные каналы деловой коммуникации в туризме / И. М. Кучеренко // *Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма*. – Краснодар, 2019. – Т. 48. – С. 120-122.

3. Кучеренко, И. М. Коммуникация и практико-ориентированность в процессе образовательной деятельности обучающихся в сфере туризма и гостеприимства / И. М. Кучеренко, А. А. Юрченко / *Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма*. – Краснодар, 2021. – № 1. – С. 109-112.

4. Кучеренко, И. М. Деловая коммуникация и реформирование туристского рынка в период возникновения обстоятельств непреодолимой силы / И. М. Кучеренко / Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар, 2020. – № 1. – С. 113-114.

5. Кучеренко, И. М. Современные каналы деловой коммуникации в туризме / И. М. Кучеренко / Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар, 2019. – № 1. – С. 120-122.

РАЗВИТИЕ ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМА В ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ ФЕОДОСИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Бережная С.Р.

Научный руководитель доцент Юрченко А.А.

Аннотация. Рассматривается развитие пляжных территорий с объединением в одну концепцию – благоустроенную набережную с непрерывной пешеходной зоной с целью развития пляжного туризма.

Ключевые слова: благоустройство, пляжные зоны, набережная, Крым, городской округ, Феодосия.

Городской округ Феодосия – это муниципальное образование в составе Республики Крым. Округ расположен вдоль юго-восточного побережья республики, на берегу Феодосийского залива. Береговая линия на территории городского округа располагает многочисленными бухтами. Протяженность пляжей достигает 58 км и включает исторически первый на курорте центральный галечный пляж Камешки, Жемчужный пляж, пляж Баунти и Санрайз, дикий пляж Песчанка и др. В курортной зоне расположена 61 здравница, включающая базы отдыха, детские оздоровительные лагеря, пансионаты, гостиницы, санатории, туристско-оздоровительные комплексы.

Феодосия на протяжении многих лет является признанным курортом для семейного пляжного отдыха. Большее количество пляжей Феодосийского залива песчаные, но наравне с ними есть мелко-ракушечные и каменистые. Как во всех крымских городах, в Феодосии есть благоустроенные пляжные зоны, а есть и дикие, необустроенные. Но все-таки муниципальных (бесплатных) и благоустроенных значительно больше.

Как в любом приморском курортном городе обустроенные пляжные территории играют огромную роль в развитии курорта, а комфортность отдыха благотворно влияет на увеличение туристского потока [1, 3].

В реализации муниципальной программы «Развитие курортов и туризма в МО ГО Феодосия» одной из главных задач стоит благоустройство и увеличение рекреационной ёмкости пляжных территорий к 2023 году, т.е. в первую очередь необходимо совершенствовать пляжную инфраструктуру и предоставить туристам комфортные условия для пляжного и детского отдыха и оздоровления.

Стратегия социально-экономического развития МО ГО Феодосия Республики Крым до 2030 года предусматривает формирование набережной от центра Феодосии до посёлка Береговое с обустроенной непрерывной пешеходной зоной с единой концепцией архитектурного и курортно-рекреационного назначения (пункты питания, торговли, развлечения и прочее), т.е. она должна иметь и выход к объектам культуры и искусства, к площадкам событийного туризма. Тем более, в далёком прошлом, Феодосийский городской округ, расположенный на пересечении морских и торговых путей, пережил немало, от забвения до расцвета и оставил множество археологических памятников периода «великой греческой колонизации». Совмещая летний отдых, туристы, приезжающие сюда в основном на личном и железнодорожном транспорте, могут познакомиться с прошлым Феодосии (Кафы). Одним из известных памятников истории, археологии можно назвать руины античной Феодосии и средневековой Кафы, а также некрополь IV-II веков до н.э., армянский монастырь XV-XVIII веков и многие другие. Отдельного внимания заслуживают поселения эпохи бронзы вдоль береговой линии, курганные группы и т.д.

Реализуемые мероприятия, отражённые в Стратегии, как отметил глава курортов Крыма, транспортная доступность, обустроенность региона, увеличение комфортности дополнительно привлекут в район туристов, не только отдохнуть на берегу теплого моря, но и насладиться интересными историческими достопримечательностями [2, 4].

Таким образом, наличие археологических и культурных достопримечательностей, благоустройство и расширение пляжных территорий при условии выполнения обеспечения формирования единой набережной, и организации единой курортной территории позволит развивать пляжный туризм Феодосийского округа, тем самым увеличить туристские потоки, что благоприятно отразится на социально-экономическом положении региона.

Литература:

1. Заднепровская, Е. Л. Бренд и брендинг территории как основа территориального развития / Е. Л. Заднепровская, Т. А. Самсоненко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма, 2017. – № 1-1. – 113 с.
2. Заднепровская, Е. Л. Особенности стандартов туристских организаций / Е. В. Ползикова, Е. Л. Заднепровская // Актуальные проблемы правового и экономического знания: теория и практика : Материалы международной научно-практической конференции. В 2-х томах / Ответственный редактор И. П. Подмаркова. – 2018. – С. 208-211.
3. Рагер, Ю. Б. Культурно-историческое наследие Восточного Крыма – как объект развития массового туризма / Ю. Б. Рагер // Теория и практика олимпийского образования: традиции и инновации в спорте, туризме и социальной сфере : Материалы V Международной научно-практической конференции, посвященной 30-летию Олимпийской академии Юга ; Редколлегия : С. М. Ахметов [и др.]. – 2019. – С. 259-262.
4. Региональные особенности развития туризма в Краснодарском крае: коллективная монография / В. Г. Минченко, Е. Л. Заднепровская, О. В. Шпырня, Т. Н. Поддубная, Т. А. Самсоненко, Т. А. Джум, М. В. Коренева, Е. В. Ползикова, Е. А. Еремина., Д. А. Кружков, А. А. Юрченко, Е. В. Василенко, А. Г. Василиади, И. С. Иванова // Под общ. редакцией В. Г. Минченко. – Краснодар : КГУФКСТ, 2017. – 269 с.

**РАЗРАБОТКА ВОЕННО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРА ВЫХОДНОГО ДНЯ
ПО ТЕРРИТОРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ
«ДОРОГА ПО МЕСТАМ ВОИНСКОЙ СЛАВЫ»**

Венгеренко Л.Ю.

Научный руководитель профессор Поддубная Т.Н.

Аннотация. Раскрыта сущность проектирования военно-исторических туров выходного дня молодежной направленности по территории Краснодарского края. Обоснованы объекты туристского показа в контексте программы военно-исторического тура «Дорога по местам воинской славы». Сформулирован вывод о значимости военно-исторических туров в патриотическом воспитании молодёжи.

Ключевые слова: военно-исторический туризм, тур выходного дня, туристский продукт, внутренний туризм, Краснодарский край, молодежь.

Результат деятельности туристских предприятий в виде услуг или их комплекса, предназначенный для продажи на рынке, обычно называют туристским продуктом. Последний в зависимости от специфики деятельности туристского предприятия может выступать в виде различных услуг, а также быть представленным в определенной форме в зависимости от удовлетворения тех или иных потребностей клиента и его предпочтений. Тур – основной вид туристского продукта, представленного на туристском рынке, производимый туристскими предприятиями и представляющий собой комплекс услуг или товаров туристского назначения, объединенных общей целью путешествия [2]. Изначально туры выходного дня были придуманы для деловых людей, у которых просто не хватало времени на отпуск. Такие туры предлагают универсальные программы: семейные путешествия, корпоративные или туры в компании друзей. Влюбленные пары могут организовать себе тур выходного дня просто как «романтическое» путешествие. Такие мини-путешествия, как туры выходного дня, позволяют вырваться из повседневности и отлично отдохнуть [3]. Туры выходного дня – лучший способ отвлечься от трудовых будней и на короткий промежуток времени окунуться в совершенно другой мир, внести немного разнообразия в повседневность жизни. Основная цель тура выходного дня заключается в восстановлении сил после рабочей недели. Для создания грамотного тура нужно проанализировать его функции, выбрать район и укомплектовать группу. Анализируя сущность туров выходного дня, можно выделить следующие его основные функции: спортивная – восстановление физического тонуса и работоспособности; эмоциональная – улучшение настроения и психологическая разгрузка; экологическая – сближение человека и природы; социальная – улучшение коммуникативных навыков и взаимопомощь в группе; познавательно-развивающая – изучение исторических, природных, рекреационных и других достопримечательностей местности, культурное развитие

При выборе района проведения тура нужно учитывать поставленные перед туром цели и задачи, состав конкретной группы (возраст, состояние здоровья, пожелания участников, объем свободного времени, которым располагают участники похода, экскурсии). При разработке военно-исторических туров и экскурсий мы подразделяем военные объекты на два направления: исторически-патриотические и соотносим их к объектам не только военного туризма, но и культурного-познавательным, которые кроме военных экскурсий можно использовать и в качестве познавательных или патриотических туров [3].

При проведении тура выходного дня по военным местам Краснодарского края в качестве объектов туристского показа можно использовать следующие: мемориальный комплекс «Малая земля», музей советской и трофейной боевой техники, музей воинской славы, музей Крейсер «Михаил Кутузов» в г. Новороссийске, посещение музея обороны Туапсе, посещение мемориал «Горка героев» в г. Туапсе. Привлекает особое внимание

туристов мемориальный комплекс «Урочище Поднависла», исторический музей г. Горячий Ключ. В рамках экскурсии по Горячему Ключу туристам предоставляется возможность попробовать лечебную воду.

В основу военного-исторического тура входит посещение военной архитектуры. Данный вид тура дает возможность лучше узнать военные объекты с целью знакомства с историей определенной местности в сочетании с эмоциональной разгрузкой после учебной или трудовой недели [1; 2]. Для привлечения юных туристов экскурсионные программы по Краснодарскому краю можно разработать в виде познавательной викторины, где туристская группа должна будет определить прочитанную историческую информацию и отнести ее к определенному периоду Великой Отечественной Войны 1941-1945 гг., что подарит атмосферу игры, которая придется по душе участникам. Можно включить в программу военно-исторического тура посещение ресторанов, парков и кинотеатров. С целью формирования программы тура желательно изучить туристские потребности потенциальных потребителей, что позволит более эргономично разработать турпродукт молодежной направленности [4; 5]. Ни один вид тура не может быть настолько информативным, как тур выходного дня, поскольку за 2-3 дня нужно дать туристу информацию в больших объемах так, чтобы у него сложилась целостная картина о городе и крае в целом. Турист планирует получить от тура положительные эмоции, а Краснодарский край с легкостью может подарить эти эмоции.

Военные туры – сегодня очень популярный вид отдыха во многих странах мира. Россия, как государство великой военной мощи и боевой славы, не является исключением. Военные программы интересны и увлекательны не только для профессионалов, но и для людей, которые никогда не служили в армии. Военно-исторические туры по Краснодарскому краю – это замечательный способ прикоснуться к героическому прошлому, возможность на себе почувствовать все трудности военной жизни.

Литература:

1. Горбачева, Д. А. Разработка военно-исторических экскурсий в процессе образовательной деятельности как форма патриотического воспитания молодежи // Проблемы современного педагогического образования. – 2019. – № 65-4. – С. 12-19.
2. Вдовенко, А. М. Развитие военно-патриотического молодежного туризма в Волгоградской области / Вдовенко А. М., Ползикова Е. В. // В сборнике : Современные тенденции развития туризма и индустрии гостеприимства : Материалы III Международной научно-практической конференции. – 2021. – С. 122-127.
3. Ползикова, Е. В. Создание национальных стандартов в сфере безопасности туризма как важное условие для функционирования туристической отрасли / Ползикова Е. В., Поддубная Т. Н., Заднепровская Е. Л. // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2022. – № 5. – С. 61-63.
4. Рекреационные предпочтения студентов вуза физической культуры как фактор развития молодежного туризма / С. М. Ахметов, А. И. Погребной, В. Г. Минченко, Е. Л. Заднепровская // Теория и практика физической культуры. – 2021. – № 8. – С. 8-10.
5. Шпырня, О. В. Новые технологии развития рынка туристских услуг / Шпырня О. В., Коренева М. В. // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2019. – № 4(28). – С. 113-116.

Аннотация. Рассматривается значимость правил и особенностей в проведении торжественных приемов для развлечений и отдыха, однако в деловой сфере торжества и приемы также выполняют рабочие функции.

Ключевые слова: дневные приемы, вечерние приемы, гость, отдых, блюдо.

В нашей жизни проводится огромное количество мероприятий совершенно разного характера. Принято считать, что они проходят для развлечений и отдыха, однако в деловой сфере торжества и приемы также выполняют рабочие функции. Полезные знакомства, которые вследствие могут перерасти в партнёрство, укрепление уже существующих контактов, решение важных вопросов в более непринужденной атмосфере, являются одними из основных причин для проведения, а также присутствия на подобных событиях [5].

Существуют различные виды приемов, которые можно разделить на дневные и вечерние.

К дневным относятся «Завтрак» и «Бокал шампанского». Они проводятся в районе полудня и длятся примерно час, предпочтителен деловой костюм.

«Завтрак» проводится по случаю визита почетных гостей, годовщины договоров, других юбилейных дат. во время приема подают одну-две холодные закуски, одно горячее рыбное блюдо, одно горячее мясное блюдо и десерт (мороженое, фрукты, кондитерские изделия). Однако стоит обратить внимание на то, что первые блюда (супы) в меню не включают. Гостям предлагают соки и минеральную воду, а по окончании – кофе или чай. Кофейный или чайный стол сервируют заново там же, где проходил завтрак или, если позволяют условия, в отдельном помещении, перейти в которое гостям предлагают хозяева приема.

А «Бокал шампанского» обычно устраивают по случаю национального праздника, прибытия или отъезда почетных гостей, открытия выставки, окончания переговоров. Данный прием отличается своей простотой в приготовлениях, проведением стоя и отсутствием напитков кроме, само собой, шампанского.

Переходя к вечерним приемам, стоит отметить, что в отличии от дневных более продолжительные, в среднем они длятся два часа [2].

К вечерним приемам относятся «Коктейль», «Фуршет», «Обед», «Ужин» и «Чай».

«Коктейль» проходит стоя– угощение на подносах разносят официанты. Этот прием удобен тем, что все присутствующие могут свободно общаться друг с другом. Свое название он получил благодаря тому, что за несколько минут до начала приема откупоривают бутылки с напитками и готовят несложные коктейли. Бокалы заполняют на две трети объема выставляют на столы. Особое внимание стоит обратить на ассортимент и оформление закусок. Лучше всего предложить маленькие бутерброды, кондитерские изделия, фрукты. Угощение не должно быть обильным. Фуршет довольно похож на него, однако в данном случае отдельные столы не накрываются [3].

«Обед» – один из наиболее почетных видов приемов. Его устраивают для того, чтобы подчеркнуть важность события, по поводу которого его дают, в ряде случаев в знак особого расположения к гостям. Мужчин приглашают, как правило, с женами, а женщин – с мужьями. При этом примерно час гости проводят за трапезой, а остальное время – за чаем и кофе. В особо торжественных случаях устраиваются два приема подряд – сразу же после «обеда» проводится прием «коктейль» или «фуршет». Две части также устраиваются на «Ужине», первая – встреча, приветствие гостей, частные и общие беседы, рассадка приглашенных за банкетным столом, аперитив, вторая – непосредственно банкет. Иногда «ужин» устраивают после вечернего спектакля, концерта или иного подобного мероприятия.

Если «обеда» обычно проводят в рабочие дни, то на «ужин» лучше приглашать (обязательно в письменной форме) в субботу. На данные приемы принято приходить в вечерних платьях и костюмах [4,1].

Последним видом приема является «Чай», он менее распространен и проводится только для женщин. Как правило, «чай» устраивает жена дипломата для жен иностранных послов и министров. На нем подают десерты (кондитерские изделия, фрукты), сухие вина, соки, воды, иногда закуски (бутерброды с икрой, рыбой, сыром, ветчиной).

Литература:

1. Андрианов, В. Деловые приемы. Застольный этикет. Руководство для бизнесменов / В. Андрианов.– М. : Издательские решения, 2020. – 23 с.
2. Кузнецов, И. Деловое общение. Деловой этикет / И. Кузнецов.– М. : Юнити-Дана, 2014. – С. 85-120.
3. Организации деловых приемов.–[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.expocentr.ru/ru/articles-of-exhibitions/17017/> (дата обращения 10.01.2023).
4. Организации деловых приемов Виды и особенности деловых приемов и презентаций, деловой этикет. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.expocentr.ru/ru/articles-of-exhibitions/17017/> (дата обращения 10.01.2023).
5. Ползикова, Е. В. Этика и этикет: курс лекций / Е. В. Ползикова.–Краснодар, 2018. –96 с.

Аннотация. Данный материал раскрывает особенности молодежной политики и духовно-нравственного и патриотического воспитания обучающихся вуза. Представлен анализ данных опроса по изучению ценностей в студенческой среде.

Ключевые слова: молодежь, политика, воспитание, ценности, патриотическое воспитание, студенческая среда.

Студенческая молодежь является самым важным стратегическим ресурсом государства. Молодежная политика является частью государственной политики России. На основах научных исследований многих специалистов в области образования и на основании нормативно-правовых актов, определена основная суть современного становления молодежной политики, а также нравственные и духовные ориентиры. Становление нравственных ориентиров должно найти отражение в искусстве, культуре, образовании и особенно в СМИ [4].

Для проведения научного исследования по изучению ценностей в студенческой среде, проведен опрос, который позволил выявить следующую архитектуру – большинство опрошенных в приоритет ставят семью, следующий этап ценностей – это занятия спортом и здоровый образ жизни, ниже находятся респонденты, предпочитающие общение в социальных сетях, завершающий уровень в структуре заняла личная выгода. Анализ, полученных данных позволил выявить низкую активность обучающихся при организации и проведении выборов, в общественно-политической жизни вуза [1, 2].

Молодежные общественные объединения вуза пытаются идти в ногу со временем, сохраняя преемственность поколений и традиции альма-матер. Воспитательная работа – это сложный кропотливый труд, направленный на развитие трудовых, умственных, эстетических, творческих и физических способностей личности. Все образовательные организации ВО внедрили программы воспитания по каждой ОПОП, которые помогают воспитывать студенческую молодежь как физически, так и духовно. Данная программа ориентирует на комплексную работу по патриотическому воспитанию, формированию здорового образа жизни и эстетическое развитие личности.

Новые задачи ставятся перед молодежной политикой в студенческой среде, они обусловлены спецоперацией и новой геополитической обстановкой:

- использование современных информационных технологий в интересах патриотического воспитания;
- формировать ценности семейной культуры и осуществлять поддержку молодых семей;
- создание условий для пропаганды здорового образа жизни;
- поддержка добровольческого движения;
- формирование информационного поля, усиление механизмов обратной связи;
- формирование высокого морального духа, отваги, мужества, выработка глубокого понимания патриотического долга и готовности защищать Родину.

Так за 2022 год, студенты факультета сервиса и туризма приняли участие более ста воспитательных массовых мероприятиях патриотической направленности, более двадцати спортивно-массовых, более тридцати профориентационных [3, 5, 6, 7]. Члены студенческого отряда «Доброволец КГУФКСТ» продолжают активно помогать бойцам Специальной военной операции, их семьям. Наши добровольцы – это обучающиеся со всех регионов нашей страны, они объединены неравнодушным отношением к нуждам других, а также большим желанием творить добро.

Таким образом, сегодня четко формируется национальная идея общества, а совместно с администрацией вуза, студенческие общественные объединения участвуют в дальнейшем становлении и развитии молодежной политики. Все большее влияние на нравственное и патриотическое воспитание молодого поколения в вузе оказывают активисты первичной студенческой профсоюзной организации, члены патриотического клуба, бойцы добровольческого отряда, члены студенческого Совета. Дальнейшее становление молодежной политики в Университете предусматривает совершенствование системы, форм, методов воспитательной работы.

Литература:

1. Еремина, Е. А. Состояние и перспективы профессиональной подготовки персонала для индустрии туризма / Е. А. Еремина, О. Н. Костюкова, А. И. Кузьменко, А. А. Тарасенко // Conference Proceedings. – 2015. – С. 121-125.
2. Еремина, Е. А. Современные проблемы развития отраслевой системы подготовки кадров для индустрии туризма / Е. А. Еремина, О. Н. Костюкова // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – Краснодар, 2016. – Т. 2. – С. 173-178.
3. Кучеренко, И. М. Современные возможности организации отдыха и развлечений в туристической индустрии / И. М. Кучеренко // Социально-экономический ежегодник-2012 : сборник статей. – Краснодар : ЮИМ, 2012. – С. 158-162.
4. Макрушина, И. В. Компетентностный подход в реализации дисциплины «Планирование карьеры в туризме» в образовательном процессе по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / И. В. Макрушина, Е. А. Еремина // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар, 2019. – № 1. – С. 125-126.
5. Попова, А. С. Молодежный гастрономический туризм как инструмент развития Краснодарского края и формирования профессиональной деятельности волонтеров / А. С. Попова, Е. В. Ползикова, А. А. Юрченко // Теория и практика олимпийского образования: традиции и инновации в спорте, туризме и социальной сфере: материалы VI Международной научно-практической конференции Олимпийской академии Юга. – Краснодар : КГУФКСТ, 2020.
6. Степанова, Е. А. Управление человеческими ресурсами в кадровой политике предприятий туристической индустрии / Е. А. Степанова, Е. А. Еремина // Тезисы докладов XLVIII научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. – Краснодар, 2021. – С. 103-105.
7. Тонковидова, А. В. Философские аспекты феноменов спортивной деятельности / Тонковидова А. В., Еремина Е. А., Битарова Л. Г. // Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2018. – № 2. – С. 61-66.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ СИТУАЦИИ

Дергачёва А.А.

Научный руководитель доцент Шпырня О.В.

Аннотация. В работе рассматриваются основные понятия маркетинговых исследований, специфика маркетинговых исследований на гостиничных предприятиях. Анализ и оценка гостиничного предприятия.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, гостиничные предприятия, потребители гостиничных услуг, рынок гостиничных услуг.

Последние изменения в экономике, реальная экономическая ситуация в современной России привели к тому, что у предприятий индустрии гостеприимства возникла насущная потребность в разработке современных маркетинговых приемов и методов оказания гостиничных услуг населению. Это обусловлено универсализацией сектора гостиничных услуг, расширением за пределы традиционных операций, а также усилением конкуренции. Чтобы выжить в конкурентной борьбе, предприятия индустрии гостеприимства осваивают новые виды услуг, новые формы бизнеса, не только ставят интересы отеля во главу угла, но и борются за каждого гостя. В настоящее время маркетинг услуг предприятий индустрии гостеприимства выступает как сочетание специальных приемов работы с новым образом мышления сотрудников. Маркетинг предприятий индустрии гостеприимства лежит в основе работы всех отделов отеля. Они изучают рынок гостиничных услуг, собирают необходимую информацию, которая анализируется, а затем разрабатывают стратегии развития указанного рынка [4].

Основной целью маркетинговой деятельности предприятий индустрии гостеприимства является максимально полное удовлетворение потребностей гостей. Но для того, чтобы должным образом удовлетворить потребности гостей, следует сначала определить их. Именно здесь на помощь предприятиям индустрии гостеприимства приходят маркетинговые исследования.

Как отмечает Е.П. Голубков, маркетинговые исследования представляют собой функцию, связывающую маркетологов предприятий индустрии гостеприимства с рынком гостиничных услуг, потенциальными гостями, конкурентами и всеми другими элементами маркетинговой среды гостиничного предприятия посредством системы маркетинговой информации[2].

Ф. Котлер определяет маркетинговое исследование как «систематическое определение круга данных, необходимых применительно к маркетинговой ситуации, с которой сталкивается предприятие, их сбор, анализ, отчетность по результатам» [4].

Можно выделить основные тенденции современной индустрии гостеприимства, которые приводят к повышению актуальности маркетинговых исследований в гостиничной сфере:

1) В последние десятилетия конкуренция во всем мире усилилась. Как отмечает М. Портер, на данный момент для того, чтобы стать конкурентоспособным на рынке гостиничных услуг, недостаточно просто снизить затраты и улучшить качество обслуживания гостей в отеле, нужно найти особое конкурентное преимущество, отличающее гостиничное предприятие от других. Маркетинговые исследования могут стать хорошим подспорьем в поиске и выборе такого конкурентного преимущества.

2) Из-за активного распространения информации жизненный цикл гостиничных услуг сокращается, проблема вывода новых услуг на рынок гостиничных услуг становится все более актуальной. Поскольку маркетинговые исследования потребителей гостиничных услуг часто проводятся именно при запуске новых услуг, роль и значение таких исследований возрастает. Как указывает И.К. Беляевский, двумя основными причинами неудач в

маркетинге новых гостиничных услуг являются отсутствие детального изучения рынка гостиничных услуг и его плохое тестирование [1, 5].

А.П. Дурович, в свою очередь, определяет маркетинговые исследования потребителей гостиничных услуг как «целенаправленный сбор, анализ и интерпретацию информации с целью принятия маркетинговых решений, связанных с конкретной рыночной ситуацией» [3].

Соответственно можно сделать вывод о том, что в условиях растущей конкуренции и глобализации гостиничного бизнеса важнейшей функцией любого гостиничного бизнеса являются маркетинговые исследования. Без маркетинговых исследований гостиничная компания не может четко понимать настроение и мотивацию существующих и потенциальных гостей, ориентироваться во внешней конкурентной среде, определять состояние существующих и перспективных рынков и успешно реализовывать маркетинговые программы.

Литература:

1. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ и прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 414 с.
2. Гирявенко, Д. С. Совершенствование деятельности гостиничного предприятия на основе интеграции с выставочным залом (на примере отеля «Бристоль») / Д. С. Гирявенко, Т. Н. Поддубная // Молодежь-науке-ХІ. Актуальные проблемы туризма, гостеприимства, общественного питания и технического сервиса : Мат. молодежной науч.-практ. конференции, г. Сочи, 18-19 апреля 2020 г./ отв.ред. Л. Н. Прихидько. – Сочи : РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2020. – С. 491-495.
3. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме : учебное пособие / А. П. Дурович, А. С. Копанев. – М. : Экономпресс, 2021. – 400 с.
4. Ползикова, Е. В. Специфика планирования ассортимента продукции гостиничного предприятия / Е. В. Ползикова, Е.А. Еремина, Ж. Воробьева // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: материалы научно-практической конференции. Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики. – 2019. – С. 699-703.
5. Ползикова, Е. В. Планирование ассортимента продукции гостиничного предприятия / Е. В. Ползикова, А. А. Величко // Актуальные проблемы развития туризма : Материалы IV международной научно-практической конференции. – М., 2020. – С. 96-101.

УДК: 338.48

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ КАК ФАКТОРА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА РЫНКЕ УСЛУГ

Дроздова Т.С.

Научный руководитель доцент Заднепровская Е.Л.

Аннотация. Проанализировано формирование инновационной стратегии предприятия питания как фактора его конкурентоспособности на рынке туристских услуг. Рассмотрены инновационные тренды в сфере услуг питания вне дома.

Ключевые слова: инновационная стратегия, конкурентоспособность, предприятия питания, услуги питания, рынок услуг.

На сегодняшний день индустрия общественного питания на туристском рынке является одной из ведущих отраслей экономики, которая быстрее других формируется и развивается. Это объясняется тем, что данная отрасль представляет собой одну из наиболее привлекательных сфер как в области капиталовложения, так и в области востребованности потребителями. В условиях жесткой конкуренции любое предприятие питания может быть конкурентоспособным только при условии использования современной инновационной стратегии, что и определило актуальность исследования.

Количество предприятий на рынке общественного питания увеличивается с каждым годом, в том числе, в Краснодарском крае, что приводит к росту конкуренции между ними (таблица 1). Необходимость реализации новых форм капиталовложений, использование прогрессивных форм технологий, производства и продвижения услуг питания способствует формированию и внедрению инновационной стратегии в деятельности предприятий питания [1, 3]. Продуманная стратегия дает возможность эффективно и качественно использовать уже имеющийся потенциал предприятия питания, а также помогает ресторанам находить и определять более четкие ориентиры для своего инновационного развития.

Таблица 1 – Основные показатели деятельности общественного питания в Краснодарском крае за период 2010-2021 гг. (<https://krsdstat.gks.ru/>)

Показатели	2010	2015	2018	2019	2020	2021
Оборот общественного питания – всего, млн. рублей	35480	65622	76690	81280	75394	88309
в том числе по формам собственности: государственная и муниципальная, млн. рублей	1545	2140	2723	2613	1734	2494
Частная, млн. рублей	31627	58632	66236	69086	64595	71564
другие формы собственности, млн. руб.	2308	4851	7731	9582	9065	14251
Индекс физического объема оборота общественного питания, в процентах к предыдущему году, млн. рублей	104,6	100,3	102,3	101,5	91,2	112,5

В 2020 году наблюдаем сокращение численности предприятий питания, что объясняется антиковидными мероприятиями и тем, что государство не эффективно поддерживало малый и средний бизнес в данный период. Однако уже в 2021 году мы наблюдаем значительный рост предприятий питания по отношению к 2019 году (на 8,6%).

Выделим следующие инновационные тренды сферы услуг питания [2, 4]:

- использование системы управления столиками: пластиковые таблички или цифровые приложения;
- размещение чеке клиента QR-кода, который считывается с любого смартфона, планшета, открывает доступ к меню, списку работников, истории предприятия размещения;
- использование цифровых рекламных сетей, т.е. многофункциональной маркетинговой системы;
- внедрение приложения по цифровому управлению персоналом;
- управление листом ожидания OnCueforRestaurants, которое объединяет множество современных аппаратных средств и др.

Таким образом, изучение предприятиями питания успешного опыта внедрения новшеств другими предприятиями, позволит сформировать грамотную инновационную стратегию и создать экономически выгодные конкурентные преимущества на рынке туристских услуг.

Литература:

1. Джум, Т. А. Перспективные бизнес-концепции в ресторанной индустрии / Т. А. Джум, М. Ю. Тамова, Т. Н. Поддубная, Е. Л. Заднепровская // Экономика устойчивого развития. – 2022. – № 1 (49). – С. 37-40.
2. Джум, Т. А. Ресторанный бизнес в условиях новой парадигмы / Т. А. Джум, Т. Н. Поддубная, Е. Л. Заднепровская // Экономика устойчивого развития. – 2021. – № 4 (48). – С. 43-47.
3. Емельянова, И. Ф. Использование информационных технологий в сфере туристских услуг / И. Ф. Емельянова, Е. Л. Заднепровская // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар: КГУФКСТ, 2020. – № 1. С. 98-99.
4. Заднепровская, Е. Л. Клиентоориентированность как главный фактор получения дохода предприятиями ресторанного бизнеса / Е. Л. Заднепровская, Т. А. Джум, О. Н. Бянкина // Теория и практика олимпийского образования: традиции и инновации в спорте, туризме и социальной сфере : Материалы V Международной научно-практической конференции, посвященной 30-летию Олимпийской академии Юга. – Краснодар : КГУФКСТ, 2019. – С. 164-166.

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Ежкова И.А.

Научный руководитель доцент Шпырня О.В.

Аннотация. В работе рассматриваются методы продвижения, применяемые в работе предприятий сферы общественного питания. Анализируется процесс продвижения услуг предприятий питания с использованием различных маркетинговых инструментов.

Ключевые слова: технологии продвижения, предприятия питания, маркетинг, рекламная деятельность, связи с общественностью, стимулирование сбыта, личные продажи.

В настоящее время предприятия общественного питания условно подразделяют на 5 базовых категорий: рестораны, бары, столовые, кафе, закусочные[3]. Важно понимать, что эстетичный интерьер, большой выбор блюд и напитков, обходительный персонал и лояльные цены еще не гарантируют предприятию питания постоянной высокой прибыли, так как кроме постоянных клиентов об этом заведении может никто не знать. Поэтому предприятиям питания необходимо иметь постоянный приток гостей, благодаря которым и будет формироваться постоянная прибыль, а значит поддерживаться рентабельность и ликвидность. Именно поэтому актуальной представляется задача по использованию технологий продвижения услуг предприятия питания.

В широком смысле под использованием технологий продвижения услуг предприятия питания в туристском маркетинге понимают любую форму сообщений, как вербальных, так и невербальных, применяющихся предприятиями питания для информирования, убеждения, напоминания гостям о своей продукции и услугах [5]. Современные технологии продвижения услуг предприятия питания требуют гораздо большего, чем просто приготовить блюда или напитки, удовлетворяющие потребности гостей, установить соответствующую цену на них и предоставить их гостям. Предприятие питания должно непрерывно применять технологии продвижения своих услуг, чтобы клиенты знали о них.

Технологии продвижения услуг предприятия питания основаны на комплексе маркетинговых коммуникаций состоят из четырёх базовых компонентов: реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, личные продажи. На специфику использования технологий продвижения услуг предприятия питания влияют самые разнообразные факторы, например, тип предприятия питания, его месторасположение и уровень проходимости, направление кухни, ценовая политика, интерьер и экстерьер, качество сервиса, наличие уникальных торговых предложений, например, фирменного блюда от шеф-повара.

Одним из основных способов использования технологий продвижения услуг предприятия питания является, прежде всего, рекламная деятельность. Рекламная деятельность подразумевает оповещение любыми способами целевой аудитории об услугах конкретного заведения общественного питания, его особенностях, акциях и специальных предложениях для формирования постоянного интереса и спроса у потенциальных и реальных гостей [1].

Основной задачей связей с общественностью является формирование определенного имиджа предприятия питания и создание положительного мнения о нём у целевой аудитории. Данный метод в большей степени ориентирован на взаимодействие с прессой: пресс-конференции, некоммерческие статьи, кино-, теле-, видеофильмы, общественная благотворительная деятельность, юбилейные мероприятия и др. Функцией службы PR предприятия питания является не призыв к посещению, например, ресторана, а разъяснение направленности его кухни, уровня сервиса и т.д.[2].

Следующий инструмент использования технологий продвижения услуг предприятия питания включает в себя стимулирование сбыта. Оно представляет собой деятельность, стимулирующую гостей не просто к посещению ресторана, но и к приобретению там

максимального числа блюд и напитков. К средствам стимулирования сбыта на предприятии питания можно отнести: финансовые инструменты (скидки), премиальную продажу (например, десерт к основному блюду или напиток), накопительные скидки, дисконтные программы.

Еще одним инструментом использования технологий продвижения услуг предприятиями питания являются личные продажи, подразумевающие устное представление блюд и напитков в ходе общения с посетителями для увеличения объемов продаж тех или иных блюд или напитков[4].

Соответственно, можно сделать вывод о решающем значении процесса использования технологий продвижения услуг предприятия питания в общей структуре их маркетинговой политики.

Литература:

1. Битарова, Л. Г. Реклама и PR в туристской индустрии : учебно-методическое пособие / Л. Г. Битарова, Е. А. Ерёмина, А. В. Тонковидова. – Краснодар : КГУФКСТ, 2019. – 75 с.
2. Варданян, Г. А. PR и реклама: взаимосвязь и применение при продвижении / Г. А. Варданян / Аллея науки. – 2020. – С. 730-735.
3. ГОСТ 31985-2013, Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Термины и определения. – М. : Стандартиформ, 2015. – 4 с.
4. Шпырня, О. В. Совершенствование комплексного обслуживания потребителей услуг предприятия общественного питания на основе разработки программы лояльности / О. В. Шпырня, Н. Вдовенко // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов. – 2019. – С. 752-757.
5. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма : учебное пособие / О. В. Шпырня. – Краснодар: КГУФКСТ, 2012, –159 с.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СИСТЕМЫ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОГО СПОРТА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Еремина А.С.

Научный руководитель профессор Поддубная Т.Н.

Аннотация. Дана оценка современному состоянию системы детско-юношеского спорта в Республике Крым. Обозначены текущие проблемы современного состояния детско-юношеского спорта в Республике Крым. Обоснована возможность его дальнейшего развития.

Ключевые слова: Республика Крым, детско-юношеский спорт, система детско-юношеского спорта, дополнительные общеобразовательные программы физкультурно-спортивной направленности, физкультурно-спортивные организации.

К детско-юношескому спорту относят мероприятия по спортивной подготовке несовершеннолетних граждан в осуществляющих спортивную подготовку организациях и участию в спортивных соревнованиях. При этом возрастные рамки спортсменов, как правило, не превышают возраста восемнадцати лет [1;2]. Развитие детско-юношеского спорта на территории Республики Крым детерминировано Программой развития детско-юношеского спорта в Республике Крым до 2030 года[5]. В регионе на начало 2022 г. 551 организация различной ведомственной принадлежности реализует дополнительные общеобразовательные программы физкультурно-спортивной направленности (рисунок 1):

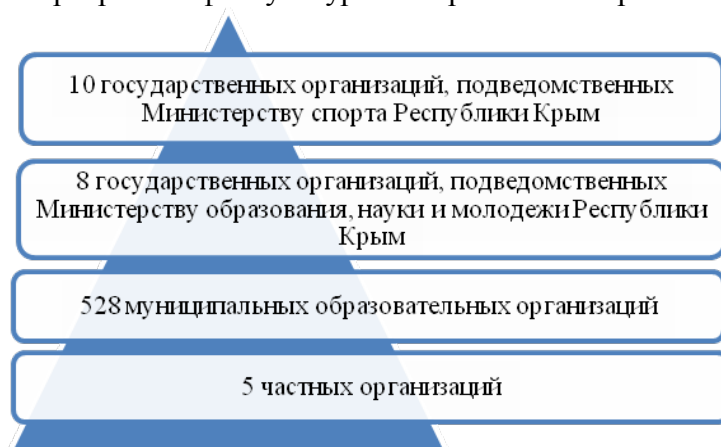


Рисунок 1. Статистика организаций ведомственной принадлежности, реализующих дополнительные общеобразовательные программы физкультурно-спортивной направленности, кол-во, 2022 г. (составлено автором по материалам источника 5)

Спортивная инфраструктура организаций представлена 560 спортивными залами, 126 из которых нуждаются в ремонте, и 1621 открытыми плоскостными сооружениями, 396 из которых нуждаются в капитальном и текущем ремонте.

Всего в физкультурно-спортивных организациях реализуется 1725 программ по следующим видам спорта: игровым видам спорта, настольным спортивным играм, единоборствам, теннису, фехтованию, спортивной хореографии, спортивной гимнастике, спортивным танцам, пулевой стрельбе, гимнастике, акробатике, легкой атлетике, спортивному туризму, велоспорту, йоге, водным видам спорта, бадминтону[4; 5].

В Республике Крым сеть образовательных организаций, которые реализуют программы дополнительного образования детей по физкультурно-спортивному направлению, состоит из 35 образовательных организаций с общей численностью воспитанников 15891 человек от 5 до 18 лет (рисунок 2). Больше всего таких организаций находится в Алуште, Армянске, Керчи, Ялте, Кировском, Красногвардейском, Первомайском и Симферопольском районах. Спортивный разряд имеют 1923 обучающихся.

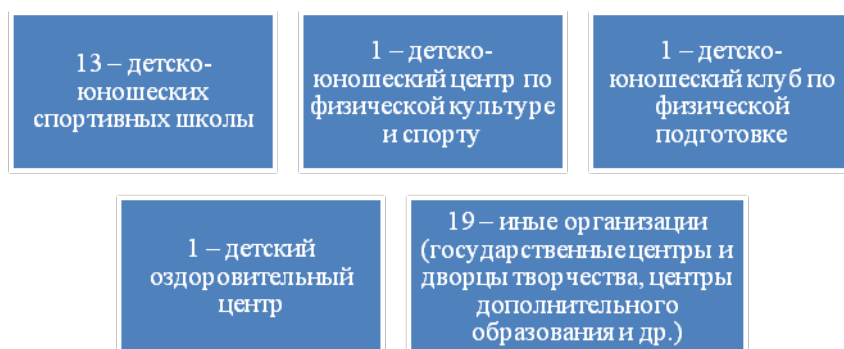


Рисунок 2. Статистика организаций дополнительного образования физкультурно-спортивной направленности, кол-во, 2022 г.(составлено автором по материалам источника 4)

Педагогическая деятельность в физкультурно-спортивных организациях дополнительного образования осуществляется 328 педагогическими работниками, в т.ч. 145 педагогами дополнительного образования и 183 тренерами-преподавателями. Доминируют педагоги с высшим профессиональным образованием (93%), остальные (7%) имеют среднее профессиональное образование[5].

На основе изучения сведений, касающихся современного состояния детско-юношеского спорта в Республике Крым, обозначим его проблемы:

- спортивная инфраструктура нуждается в модернизации, ремонте;
- неравномерная территориальная распределенность физкультурно-спортивных объектов, что делает недоступными занятия спортом различных категорий детей (в особенности детей, имеющих ограниченные возможности здоровья;
- сохраняется дефицит в профессиональных кадрах;
- бюджет региона не позволяет в достаточном объеме профинансировать республиканские спортивные мероприятия и участие команд в соревнованиях другого уровня;
- слабое решение вопросов цифровизации в физкультурно-спортивных организациях[3].

По нашему мнению, решение данных вопросов позволит поднять детско-юношеский спорт в регионе на более высокий уровень, а также увеличить число детей и подростков, активно занимающихся физической культурой и спортом.

Литература:

1. Детско-юношеский спорт, как решение социальных проблем России [Электронный ресурс] / А. Евкова. – Режим доступа: <https://www.evкова.org/referaty/detsko-yunosheskij-sport-kak-reshenie-sotsialnyih-problem-rossii->
2. Дошкольное и школьное образование в России и за рубежом: векторы развития: Коллективная монография / А. Ю. Нагорнова, А. Б. Бакурадзе, Э. Ф. Алиева [и др.]. – Ульяновск : ИП Кеньшенская Виктория Валерьевна (издательство «Зебра»), 2021. – 302 с.
3. Заднепровская, Е. Л. Цифровой сервис в физкультурно-оздоровительной деятельности / Заднепровская Е. Л., Поддубная Т. Н., Гоева Н. А. // Современные тенденции развития туризма и индустрии гостеприимства : Материалы III Международной научно-практической конференции, Донецк, 15-16 апреля 2021 года. – Донецк : ДНУЭиТ им. М. Туган-Барановского, 2021. – С. 135-139.
4. Министерство спорта Республики Крым : официальный сайт. – URL: <https://msport.rk.gov.ru> (дата обращения: 21.12.2022).
5. Программа развития детско-юношеского спорта в Республике Крым до 2030 года: Утверждена распоряжением Совета Республики Крым от 15 апреля 2022 г. № 467-р: [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://crimuntur.ru/wp-content/uploads/2015/11/Programma-razvitiya-detsko-yunosheskogo-sporta-RESPUBLIKI-KRYM.pdf>.

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ С РАЗНЫМИ ГРУППАМИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ТУРИЗМЕ

Ирхина Н.А.

Научный руководитель профессор Минченко В.Г.

Аннотация. В работе рассмотрены различные классификации групп потребителей в туризме, а также особенности коммуникации, которые необходимы для более успешной реализации туристского продукта.

Ключевые слова: коммуникация, языковая компетенция, типы потребителей, туризм, продукт.

Как потребители туристического продукта, туристы могут быть разделены на отдельные категории. В зависимости от целей исследования могут использоваться различные типы туристов.

1. Турист как покупатель туристического продукта:

- «экономные» покупатели туристического продукта, отличающиеся высокой чувствительностью к цене, качеству и ассортименту услуг;
- «персонализированные» покупатели туристического продукта, для которых важны тип туристического продукта и качество туристических услуг, в то время как цена тура или услуги не является определяющим фактором;
- «этичные» покупатели туристического продукта, которые, как правило, платят низкие цены за туры с широким спектром услуг, туризм;
- «апатичные» покупатели туристического продукта, для которых важно качество туристических услуг, а цена для них не имеет значения [2].

2. По характеру спроса на туристический продукт:

- Люди с туристическими потребностями и желанием путешествовать;
- Люди с высокой покупательной способностью, чей спрос ориентирован на самые элитные и престижные туры, оригинальные туры, высокий уровень туристических услуг (комфорт, особое внимание обслуживающего персонала, предоставление индивидуального гида-переводчика и автотранспорта и т. д.);
- Люди с покупательским поведением, которое заставляет их реагировать на рекламу.

3. В соответствии с деятельностью туристов во время отпуска:

- Любители спокойного отдыха. Его представители отправляются в отпуск, чтобы отдохнуть от повседневных стрессов и отдохнуть в спокойной и приятной обстановке. Они боятся незнакомцев и большого скопления людей, их привлекает солнце, песок и море;
- Любители лакомств. Очень предприимчивые туристы, которые во время отпуска ищут разнообразные угощения и предпочитают светскую атмосферу;
- Любители активного отдыха. Эти туристы любят природу и обеспечивают активную нагрузку на свой организм. Отдавайте предпочтение размеренным упражнениям и оставайтесь на свежем воздухе. Ваш отпуск может быть совмещен с лечением.
- Любители спорта. Все внимание спортсменов-туристов сосредоточено на соревнованиях. Как хобби, спорт для нее очень важен. Они не боятся физических нагрузок.
- Отдыхающие с целью познания, изучения. Этот тип туристов заинтересован в повышении своего образовательного уровня, изучении нового. В этом типе есть три подгруппы: а) они посещают места, описанные в путеводителях; б) они уделяют меньше внимания признанным достопримечательностям, чем поиску мест, где можно почувствовать их атмосферу; в) у них ярко выраженные культурные и социально-научные интересы, их очень привлекает природа.
- Любители приключений. К этому типу относятся искатели необычных впечатлений, любители острых ощущений, путешественники-одиночки и т. д.

4. В зависимости от вашего образа жизни:

- Любители удовольствий. Представители этой группы предъявляют очень высокие требования к качеству отдыха. Для них путешествия – это способ самовыражения. Отдыхая, они хотят повеселиться, позволить себе некоторые слабости или побаловать себя спортивной нагрузкой.

- Тенденциозные туристы. Для таких туристов отдых – это возможность найти и проявить себя как личность. Это отдыхающие с высокими требованиями, но, в отличие от «людей, которые наслаждаются жизнью», им не нужны роскошные условия. Они ищут единения с природой, тишины и возможности для психологической разрядки. Они осведомлены об экологических проблемах, интересуются политикой и культурой планируемого визита в регионы.

- Семейный отдыхающий. В эту группу входят исключительно семьи с детьми. Семейные отдыхающие любят проводить отпуск с семьей, друзьями и родственниками. Они отдыхают в спокойной и комфортной обстановке, покупают услуги по низким ценам, не любят, когда их беспокоят. В основном они обслуживают себя сами.

- Полностью отдыхающие. Важнейшим условием для туристов такого типа является возможность отдохнуть. В эту группу входят относительно пассивные туристы, которые проводят свой отпуск традиционным способом: они довольны отдыхом, долго спят, любят вкусно и обильно поесть, совершают короткие прогулки или короткие поездки [1].

5. По возрасту:

- В возрасте от 0 до 14 лет: это дети, которые обычно путешествуют со своими родителями, и вам необходимо установить для них льготные тарифы.;

- От 15 до 24 лет: сегмент – это молодежь, которая уже путешествует без родителей, но по-прежнему получает льготные тарифы на проезд;

- 25-44 года: экономически активные люди, которые проводят время в отпуске со своими семьями или друзьями. Здесь необходимо обращать внимание на потребности детей, когда они отдыхают всей семьей.

- 45-64 года: люди среднего возраста, экономически активные, но не обремененные детьми. Таких потребителей называют «пустыми гнездами».

- Старше 65 лет: здесь потребителями являются пожилые люди, безработные пенсионеры. В мире этот сегмент занимает довольно большую долю туристического рынка.

При общении с туристами необходимо определить стратегию и тактику общения, которые будут зависеть от личности. С этой целью нужно уметь задавать необходимые вопросы, которые могут быть открытыми и закрытыми.

Открытые вопросы предполагают, что на них невозможно ответить односложно, поэтому приходится о чем-то рассказывать. Такие вопросы незаменимы, когда необходимо получить информацию от клиента. На закрытый вопрос необходимо отвечать только «да» или «нет». Такие вопросы используются тогда, когда необходимо убедить собеседника получить его согласие, подвести его к определённом решению, например, к покупке турпродукта.

При личном контакте с клиентом необходимо соблюдать отношения «гость – хозяин», из чего вытекает уважительное отношение к клиенту. Тем более что гостеприимство является важнейшим свойством туристического продукта. Без него любой туристический продукт выглядит обезличенным, а клиент не получает надлежащего уровня удовлетворённости своей потребности. Гостеприимство – это искусство дать людям то, что им надо, дать почувствовать, что им рады [3].

В сфере туризма коммуникативная компетенция играет немаловажную роль, так как разработка определенного турпродукта или услуги влечет за собой распространение информации об этом продукте. Продвижение информации может осуществляться с помощью средств массовой коммуникации или в устной форме. Поэтому туристские организации уделяют огромное внимание вербальной коммуникации и умению представить свой продукт потребителям в устной форме.

Использование определенных коммуникативных тактик и стратегий в своей профессиональной деятельности поможет достичь поставленных целей, и в тоже время будет способствовать высокой производительности, и эффективности работы сотрудника в сфере туризма. С другой стороны, постоянное практическое применение тех или иных коммуникативных навыков и приемов позволят представителю сферы туризма обогатить свой коммуникативный опыт.

В случае коммуникативных неудач следует проанализировать все недостатки выбранных коммуникативных тактик и стратегий и предпринять другие ходы для достижения поставленных задач и целей. В этом случае даже коммуникативная неудача послужит хорошим уроком, а полученный опыт в сфере коммуникации поможет в дальнейшем избежать подобных ошибок [4].

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что для работников сферы туризма коммуникативные навыки, приемы и опыт являются важнейшими качествами, определяющими коммуникативную компетентность индивида и эффективность его деятельности.

Литература:

1. Кучеренко, И. М. Коммуникация и практико-ориентированность в процессе образовательной деятельности обучающихся в сфере туризма и гостеприимства / И. М. Кучеренко, А. А. Юрченко / Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2021. – № 1. – С. 109-112.
2. Кучеренко, И. М. Разработка механизма партнерских взаимоотношений в туризме / И. М. Кучеренко, Е. В. Ползикова, Е. Л. Заднепровская, Я. В. Коробенко // Финансовая экономика. – М. : Некоммерческий фонд содействия развитию экономической науки и образования «Экономика», 2019. – № 1. – С. 353-355.
3. Кучеренко, И. М. Деловая коммуникация и реформирование туристского рынка в период возникновения обстоятельств непреодолимой силы / И. М. Кучеренко / Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар, 2020. – № 1. – С. 113-114.
4. Кучеренко, И. М. Современные каналы деловой коммуникации в туризме / И. М. Кучеренко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар, 2019. – Т. 48. – С. 120-122.

УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Килочек Ю.С.

Научный руководитель доцент Шпырня О.В.

Аннотация. В работе рассматриваются теоретические аспекты управления брендом предприятия. Анализируется специфика процесса управления брендом гостиничного предприятия в современных экономических условиях.

Ключевые слова: управление, бренд гостиничного предприятия, маркетинг, продвижение, средство размещения, рынок гостиничных услуг.

Актуальность данной темы заключается в том, что её изучение и анализ помогают правильно раскрыть специфику управления брендом гостиничного предприятия с потребительской точки зрения, обосновать важность гостиничного бренда в современных экономических условиях и определить недостатки в уже существующих технологиях управлением бренда средств размещения [1].

Усиление конкуренции между предприятиями индустрии гостеприимства актуализирует проблему поиска эффективных методов и способов формирования конкурентных преимуществ, позволяющих им более четко позиционировать себя на рынке гостиничных услуг, поскольку грамотное имиджевое позиционирование укрепляет их позиции в борьбе за гостя.

В условиях текущего состояния рынка гостиничных услуг меняется содержание понятия управления брендом гостиничного предприятия, так как в современных экономических реалиях, подразумевающих не только особый подход к формированию ценовой политики, но и создание целого комплекса мер, ориентированных на повышение качества предоставления гостиничных услуг, повышение имиджа средства размещения, укрепление собственного бренда, использование клиенториентированного подхода в обслуживании гостей. Именно в современной экономической ситуации это делает бренд гостиничного предприятия эффективным инструментом для его развития [3].

Ключевой целью управления брендом гостиничного предприятия является достижение долгосрочных конкурентных преимуществ при продвижении гостиничных услуг на рынке. Управление брендом гостиничного предприятия представляет собой один из самых эффективных инструментов комплекса маркетинговых коммуникаций любого средства размещения. Повышенное внимание к проблеме управления брендом гостиничного предприятия объясняется тем, что узнаваемость бренда любого средства размещения представляет собой важнейшее условие эффективного позиционирования гостиничного предприятия на рынке.

Управление брендом гостиничного предприятия уже доказало свою эффективность не только в формировании средства размещения сильных конкурентных преимуществ на рынке, но и в значительной мере повышать его ликвидность и рентабельность. Данный факт подтверждается анализом функционирования брендов ведущих мировых гостиничных цепей, которые имеют более чем полувековую историю [4]. Обеспечение конкурентного преимущества на рынке гостиничных услуг в долгосрочной перспективе является основной целью управления брендом гостиничного предприятия. Благодаря эффективному управлению брендом гостиничного предприятия, можно сформировать такой имидж и репутацию, которые составят конкуренцию самым популярным гостиничным предприятиям на рынке гостиничных услуг.

Процесс управления брендом гостиничного предприятия несет также чрезвычайно важную смысловую нагрузку, включающую рациональные и эмоциональные элементы, выраженные материальными и нематериальными ценностями предприятия индустрии гостеприимства. Данная рациональная и эмоциональная нагрузка, как правило, определяется

целевыми сегментами рынка гостиничных услуг. Однако следует отметить, что при всем разнообразии целевых сегментов рынка гостиничных услуг, практически все бренды предприятий гостиничного бизнеса объединены четкой структурой [5].

Процесс управления брендом гостиничного предприятия имеет вполне объективные закономерности на всех этапах своего функционирования. Ю.В. Безрутенко считает, что этот процесс имеет свои риски. Другими словами, нельзя заранее с полной уверенностью утверждать, что тот или иной бренд гостиничного предприятия станет популярен [2].

Каждое средство размещения ставит своей целью создание сильного бренда в своей рыночной нише, обеспечивая при этом связь с сегментом рынка гостиничных услуг.

На основании приведенных выше фактов можно сделать вывод о том, что процесс управления брендом гостиничного предприятия содействует формированию устойчивых предпочтений у потребителей гостиничных услуг. Соответственно, процесс управления брендом гостиничного предприятия должен базироваться на формировании потребительской лояльности.

Литература:

1. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме : учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова. – М. : Инфра-М, – 2017. – 214 с.
2. Заднепровская, Е. Л. Современные особенности инновационных стратегий развития предприятий гостиничного бизнеса / Заднепровская Е. Л., Поддубная Т. Н., Панина Е. А., Джум Т. А. / Новые технологии. – Краснодар, 2022. – Т. 18, № 1. – С. 106-114.
3. Кнышова, Е. Н. Маркетинг туризма : учеб. пособие / Е. Н. Кнышова. – М. : Форум, – 2015. – 240 с.
4. Ползикова, Е. В. Специфика планирования ассортимента продукции гостиничного предприятия / Е. В. Ползикова, Е. А. Еремина, Ж. Воробьева // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: материалы научно-практической конференции. Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики. – 2019. – С. 699-703.5.
5. Ползикова, Е. В. Создание стандартов обслуживания vip-гостей на предприятии размещения как способ привлечения нового сегмента потребителей гостиничных услуг/ Ползикова Е. В., Коренева М. В., Евсюкова Е. А. // В сборнике : Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов : Материалы международной научно-практической конференции. – 2020. – С. 486-489.

ЛИЧНОСТЬ РУКОВОДИТЕЛЯ И СТИЛИ РУКОВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ КОМПЛЕКСНОГО ТУРИСТСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Коротких Я.А.

Научный руководитель профессор Минченко В.Г.

Аннотация. В данной статье рассматриваются личностные характеристики, необходимые для грамотного управления предприятием сферы туризма, а также используемые стили руководства штатом сотрудников.

Ключевые слова: руководитель, стили управления, менеджер, сотрудник, личность.

Стиль управления – это устоявшаяся манера поведения руководителя по отношению к подчиненным в целях оказания на них влияния и побуждения их к достижению определенных целей. Степень делегирования полномочий, используемые типы власти, забота о человеческих отношениях и о выполнении задачи отражают стиль руководства, характеризующий данного руководителя [2].

Стиль менеджера – очень значимая характеристика в управлении, так как именно он оказывает влияние на эффективность деятельности организации в целом, на качество трудовой жизни, на поведение подчиненных, жизнеспособность организации, на качество персонала.

Можно также сказать, что стиль управления – это проявление и выражение индивидуальности менеджера; это совокупность применяемых им методов воздействия на подчиненных, а также форма (манера, характер и т. д.) исполнения этих методов.

Это понятие призвано отразить не вообще поведение менеджера, а только устойчивые, постоянные его характеристики, сохраняющиеся в различных ситуациях. Отсюда можно считать, что стиль руководства – своего рода «почерк» в действиях менеджера.

Факторы формирования стиля менеджера. Стиль менеджера формируется в течение всей его профессиональной деятельности. Факторами формирования стиля менеджера являются морально-психологические качества менеджера, его профессиональные знания и навыки, жизненный опыт.

Каждый руководитель – уникальная личность, использующая в своей деятельности свои особые приемы и способы управления, поэтому стили руководства не всегда можно отнести к какой-то конкретной категории, скорее стиль данного руководителя может быть в большей степени соотнесен с какой-то общей моделью [4].

Стили управления могут быть различными, поэтому необходима их классификация, которая способствует их оценке, пониманию и сознательному формированию наиболее эффективного стиля.

В теории и практике менеджмента различают три основных стиля: авторитарный (административный), демократический и либеральный (попустительский).

По классификации Курта Левина, стиль бывает авторитарным (автократическим), или демократическим, или попустительским (пассивным, либеральным).

Было установлено, что автократическое руководство обеспечивало более высокую продуктивность деятельности, особенно в краткосрочном периоде, но более низкую степень удовлетворенности, чем демократическое.

Как правило, руководитель становится автократом тогда, когда он по своим деловым качествам стоит ниже подчиненных, которыми руководит, или если его подчиненные имеют слишком низкую общую и профессиональную культуру. Такой стиль руководства не стимулирует инициативу подчиненных, что делает невозможным повышение эффективности работы организации. Этот руководитель навязывает соблюдение большого количества правил, жестко регламентирующих поведение сотрудника [3]. В таблице 1 представлена характеристика стилей руководства.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика стилей менеджмента

Критерий сравнения	Авторитарный стиль	Демократический стиль	Либеральный стиль
1. Способ принятия решений	Единоначалие	Совместно с подчиненным	Подчиненными на основе указаний руководителя
2. Способ доведения задач до исполнителя	Приказ	Предложение	Просьба, уговоры
3. Ответственность	Полностью у руководителя	В соответствии с полномочиями	Полностью в руках подчиненных
4. Принцип подбора кадров	Избавление от сильных конкурентов	Ориентация на деловых людей, помощь в карьере	Нет четкой ориентации
5. Инициатива	Допускается	Поощряется и используется	Полностью в руках исполнителей
6. Отношения руководителя к знаниям	Считает, что все знает сам	Постоянно учится и требует этого от подчиненных	Безразличие
7. Отношение руководителя к подчиненным	Дистанцируется	Контактирует	Не проявляет инициативы
8. Отношение руководителя к дисциплине	Жесткое, формальное	Разумное	Мягкое, нетребовательное
9. Используемая система стимулирования	Наказание с редким поощрением	Поощрение с редким наказанием	Нет четкой ориентации

Результативность индивидуально-ситуативного стиля определяется комплексными социальными связями, возникающими непосредственно в практике управления. Это касается прежде всего реализации демократических норм социального партнерства и с нашей точки зрения предполагает формальное равенство участников трудового процесса, соблюдение культурных норм языкового контакта, учет руководителем психоэмоциональных особенностей разных социальных и профессиональных групп.

Литература:

1. Российская Федерация. Законы. «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 24.04.2020).;
2. Аримов, С. Автоматизация бизнес-процессов: Критерии оценки эффективности программного продукта / С. Аримов // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2021. – 65 с.
3. Базарова, Т.Ю. Управление персоналом : учебник для вузов / Под ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2020. – 82 с.
4. Мескон, М. Х. Основы менеджмента. / М. Х. Мескон. – М. : Человек, 2018. – 37 с.
5. Кабушкин, Н. И. Основы менеджмента : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин. – 4-е изд. – Мн. : Новое знание, 2021. – 23 с.

**ПАМЯТНИКИ ИСТОРИИ И КУЛЬТУРЫ КОСТАНАЙСКОЙ ОБЛАСТИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ
КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА**

Кривонос Т.

Научный руководитель доцент Юрченко А.А.

Аннотация. Рассмотрена история становления и заселения Костанайской области переселенцами и формирование национального состава. Смешивание народов Азии и Европы, породило историко-культурное и архитектурное наследие, отражённых в памятниках истории и культуры.

Ключевые слова: Костанайская область, крестьяне-переселенцы, национальность, объект, история, культура.

Республика Казахстан имеет самую протяжённую границу с Российской Федерацией. В географическом положении Костанайская область расположена на стыке Урала, Западной Сибири и Центрального Казахстана, а также занимает частично Западно-Сибирскую низменность, Зауральское плато и Казахский мелкосопочник. Исторические этапы становления Костанайской области начали формироваться с 1869 года как Тургайская область, в состав которой вошли 2/3 бывшей области Оренбургских киргизов. К обустройству будущего уездного города потянулись крестьяне-переселенцы. Освоив пахотные земли, они построили церкви, мечети, сельскохозяйственные школы, заводы, фабрики, народные читальни, приюты для бедных детей, таким образом сформировав определённый перечень объектов культуры и истории. Особенно разнообразным стал этнос в период поднятия целины в 1950-х XX века, когда сюда приехали более 40 национальностей. На данный момент согласно официальным данным, национальный состав Костанайской области выглядит очень пёстро: казахи (40,8%), русские (41%), украинцы (8,2%), немцы (3,1%) и остальные 6,9% другие национальности (белорусы, татары, азербайджанцы, корейцы и др.) [1, 2, 3, 4].

Костанайская область формировалась и развивалась как приграничный регион, на стыке культур Азии и Европы, смешивая народы и культуры, и сегодня иллюстрирует множество объектов культуры. На 2020 год Костанайская область насчитывает 1141 объект истории и культуры, из них 5 – республиканского значения и 1136 памятников местного значения и представляют собой отдельные постройки, мемориальные дома, кварталы, некрополи, мавзолеи, каменные изваяния, памятники археологии и другие [5].

Особое внимание среди разнообразия объектов истории и культуры привлекают туристов памятник прославленному казахскому судье – Кабыкбию, монумент «Покорителям целины» и памятник «Паровоз Эу 702-89», свидетельствующие о событиях освоения целинных и залежных земель. Среди памятников археологии можно выделить множественные курганные группы, датируемые ранним железным веком – средневековья, поселения и могильники эпохи гунно-сарматского времени. Памятники архитектуры – купеческие гнёзда (дома Давлеткадиева, Яушевых, Лореца, Бакирова, Воронова, Кияткина и многих других), а также культовые здания (мечети), промышленные предприятия (бывшее здание оптово-розничного магазина, пивоваренный завод, бывшее здание мужского 4-х классного училища, бывший Народные дом) и др.

Таким образом, географическое положение, исторические этапы становления Костанайской области, разнообразие этносов, отражённых в памятниках культуры, истории, архитектуры и археологии способствуют развитию культурно-познавательного туризма.

Литература:

1. Рагер, Ю. Б. История национальных отношений: немцы-колонисты на Кубани / Ю. Б. Рагер // Вестник Калмыцкого университета. – 2018. – № 2 (38). – С. 35-41.

2. Рагер, Ю. Б. Культурно-историческое наследие Восточного Крыма – как объект развития массового туризма / Ю. Б. Рагер // Теория и практика олимпийского образования: традиции и инновации в спорте, туризме и социальной сфере : Материалы V Международной научно-практической конференции, посвященной 30-летию Олимпийской академии Юга / Редколлегия : С. М. Ахметов [и др.]. – 2019. – С. 259-262.

3. Поддубная, Т. Н. Развитие культурно-познавательного туризма на территории Северного Кавказа : коллективная монография / Т. Н. Поддубная, А. А. Юрченко, М. В. Коренева [и др.]. – Краснодар : КГУФКСТ, 2019. – 160 с.

4. Ползикова, Е. В. Состояние и перспективы развития экскурсионного туризма в Краснодарском крае / Е. В. Ползикова, Д. М. Михайличенко, О. Н. Бянкина // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий : материалы III международной научно-практической конференции. – Краснодар, 2019. – С. 75-78.

5. Энциклопедия регионов Республики Казахстан. – Режим доступа URL: <http://kazreg.ia-centr.ru/kostanayskaya> (дата обращения 11.01.2023).

**КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ ГОРОДА-ГЕРОЯ ТУЛЫ
КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА**

Кузякин А.А.

Научный руководитель доцент Юрченко А.А.

Аннотация. Описано культурно-историческое наследие города-героя Тулы, как условие развития туризма, с целью ознакомления и привлечения туристов к достопримечательностям города.

Ключевые слова: историко-культурное наследие, историческая память, город-герой, оружейная столица, музей, музей усадьба, туризм.

В наше время всё большее внимание уделяется изучению истории и культуры отдельных городов по всему миру, в том числе субъектов Российской Федерации.

Носителями исторической памяти в рамках объектов культурного наследия могут быть разнообразные памятники – археологии, архитектуры, памятники природы или ландшафты, на которых происходили исторические события (например, битвы, сражения).

К историко-культурному наследию относятся и материальные, и нематериальные, т.е. духовные ценности, отражающие память прошлого, самобытность проживающего этноса на определённой территории и прочее.

Одним из таких субъектов является город-герой Тула. Историко-культурное наследие этого города крайне богато, что является мотивом повышения интереса туристов к оружейной столице. В 2021 году Тула попала в десятку Российских центров туризма. Основными культурно-историческими объектами города Тула являются памятники, несущие в себе историю и культуру города.

Главным историко-культурным памятником города Тула является кремль, стал результатом оборонительного зодчества XVI века. Ежегодно территорию Тульского кремля посещает в среднем 10,5 млн туристов. На территории кремля расположено два храма – Свято-Успенский собор и Богоявленский собор. После реставрации Тульского кремля создали бесплатный мобильный гид по кремлю, с помощью которого можно лучше узнать его историю. К территории Кремля примыкает Казанская набережная – место для прогулок и отдыха как для местных жителей, так и туристов.

Очень значимыми историко-культурными объектами Тулы являются музеи. Тульский музей оружия как визитная карточка оружейной столицы России, сконструирован в форме шлема. Он располагает ценнейшими экземплярами огнестрельного и холодного оружия, а также военной техники и приспособлений разных эпох. Этот музей входит в десятку самых посещаемых музеев России [1, 2, 3, 4].

Также к значимым музеям Тулы относятся: музей самоваров и музей Тульский пряник, в которых можно узнать историю и тонкости производства двух главных символов Тулы – тульских пряников и самоваров, а главное, приобрести сувениры, в том числе пряники различных форм и вкусов, а также самовары. Помимо двух названных музеев, стоит отметить краеведческий музей, музей «Тульские древности», музей Крылова, музей Бунина, а также музеи, расположенные на территории Тульской области.

К наиболее востребованным областным музеям можно отнести: музей «Филимоновская игрушка»; музей-усадьба «Дворяниново» – место жизни и творчества русского ученого-агронома А.Т. Болотова; музей-усадьба Ясная поляна – поместье Льва Николаевича Толстого, которую ежегодно посещает более 130 тыс. туристов; музей-заповедник «Куликово поле», обустроенный на месте судьбоносного сражения 1380-го года между войском Дмитрия Донского и войсками представителя Золотой Орды Мамаю.

Так как Тула является оружейной столицей России, крайне важной частью ее историко-культурного наследия являются объекты, связанные с производством оружия и ремеслом туляков. Главным среди этих объектов является Тульский оружейный завод,

который был открыт по указу Петра Великого в 1712 году, и до сих пор является государственным предприятием по производству современного оружия. Завод оснащен самым продвинутым оборудованием, именно здесь были впервые собраны знаменитая винтовка Мосина, пулемет Максим и пистолет ТТ. Среди исторических объектов, связанных с тульскими ремесленниками, отметим памятники Тульской гармошке, памятник Левше и скульптуру Левши с блохой.

Подводя итог, можно сказать, что богатое историко-культурное наследие и насыщенность историко-культурными субъектами делает город-герой Тулу востребованным центром туризма и является важным условием для его развития. В городе-герое Тула каждый может найти что-то на свой вкус: полакомиться вкусными пряниками, посетить места, связанные с русским народным ремеслом, познакомиться с усадьбой великого поэта Льва Николаевича Толстого и множество других интересных объектов.

Литература:

1. Рагер, Ю. Б. Культурно-историческое наследие Восточного Крыма – как объект развития массового туризма / Ю. Б. Рагер // Теория и практика олимпийского образования: традиции и инновации в спорте, туризме и социальной сфере : Материалы V Международной научно-практической конференции, посвященной 30-летию Олимпийской академии Юга / Редколлегия : С. М. Ахметов [и др.]. – 2019. – С. 259-262.
2. Поддубная, Т. Н. Развитие культурно-познавательного туризма на территории Северного Кавказа : коллективная монография / Т. Н. Поддубная, А. А. Юрченко, М. В. Коренева, В. Г. Минченко [и др.]. – Краснодар : КГУФКСТ, 2019. – 160 с.
3. Ползикова, Е. В. Состояние и перспективы развития экскурсионного туризма в Краснодарском крае / Е. В. Ползикова, Д. М. Михайличенко, О. Н. Бянкина // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий : материалы III международной научно-практической конференции. – Краснодар, 2019. – С. 75-78.
4. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма : учебное пособие / О. В. Шпырня. – Краснодар : КГУФКСТ, 2012. – 256 с.

**ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ТУРИСТСКОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ РАЗЛИЧНЫХ ФАЗАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА**

Лапшина А.Н.

Научный руководитель доцент Шпырня О.В.

Аннотация. Проведён анализ процесса формирования маркетинговой политики туристского предприятия при различных фазах жизненного цикла. Изучены основные фазы жизненного цикла услуг туристского предприятия.

Ключевые слова: жизненный цикл, маркетинговая политика, фазы жизненного цикла туристского продукта, фаза роста, фаза внедрения, фаза разработки, фаза зрелости, фаза спада.

В ходе определения рыночного потенциала туристского предприятия большую роль играет опыт изучения процесса развития во времени жизненного цикла туристского продукта. Каждый туристский продукт или туристская услуга, независимо от туристской дестинации, имеют вполне определённый жизненный цикл [3]. Именно фазы жизненного цикла туристского продукта предопределяют, прежде всего, рентабельность деятельности туристского предприятия, рост объёмов продаж на рынке туристских услуг, а также динамичность его конкурентоспособного пребывания на указанном рынке [4].

Первоначально фазы жизненного цикла впервые упомянул известный экономист Т. Левит. Основой его теории жизненного цикла продукции послужил тезис о том, что любой продукт (в нашем случае туристский продукт или туристская услуга), каким бы популярным он ни был, со временем покинет рынок. Соответственно, можно сделать вывод о том, что жизненный цикл туристского продукта представляет собой вполне конкретный период от начала выхода туристского продукта на рынок туристских услуг до момента его ухода с него.

Здесь стоит отметить, что в процессе деятельности туристского предприятия туристский продукт или туристская услуга, как правило, проходят последовательно ряд фаз жизненного цикла. Рассмотрим процесс формирования маркетинговой политики туристского предприятия при различных фазах жизненного цикла [2].

Первая фаза жизненного цикла туристского предприятия подразумевает непосредственно разработку туристского продукта или туристской услуги. Данная фаза жизненного цикла обусловлена наличием чёткого плана действий по производству туристского продукта или туристской услуги.

Вторая фаза жизненного цикла туристского предприятия подразумевает внедрение туристского продукта или туристской услуги на рынок туристских услуг. Периодом внедрения туристского продукта или туристской услуги на рынок туристских услуг является время, когда турфирма впервые предложила их целевой аудитории. Как показывает практика, на данной фазе жизненного цикла, как правило, не бывает прибыли, а если и появляются незначительные доходы, то они покрываются издержками на проведение маркетинговых мероприятий [1].

Третья фаза жизненного цикла туристского предприятия подразумевает рост продаж туристского продукта или туристской услуги. Туристское предприятие на стадии роста обязано чётко определить целевой сегмент рынка туристских услуг и всячески стараться усилить работу по проникновению своего туристского продукта или туристских услуг на новые сегменты целевого рынка. Например, при реализации тура по такому виду туризма, как пляжный или горнолыжный, очень важно обратить свое внимание на сезонность оказания данных услуг.

Четвёртая фаза жизненного цикла туристского предприятия подразумевает зрелость туристского продукта или туристской услуги. В данном случае имеет место осуществление процесса модификации туристского продукта или туристской услуги. Здесь можно говорить

о начале разработки технологии производства нового или модифицированного туристского продукта или туристской услуги [5].

Пятая фаза жизненного цикла туристского предприятия подразумевает спад продаж туристского продукта или туристских услуг. В данном случае очень важно своевременно сформулировать грамотные управленческие решения по совершенствованию производства туристского продукта или туристских услуг. Вхождение туристского продукта или туристской услуги в фазу спада обуславливается рядом причин, например, выводом на рынок нового туристского продукта или туристской услуги, или исчезновением потребности, которой отвечал данный туристский продукт или туристская услуга.

Для того, чтобы туристский продукт или туристская услуга полностью прошли все фазы жизненного цикла, необходимо особое внимание уделить маркетинговой политике при различных фазах жизненного цикла.

Таким образом, процесс формирования маркетинговой политики туристского предприятия при различных фазах жизненного цикла играет важнейшую роль в эффективной деятельности туристского предприятия, так как он, прежде всего, обеспечивает регулирование спроса на туристские продукты или туристские услуги.

Литература:

1. Абаев, В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / А. А.. Абаев, А. Л. Алексунин, М. Т. Гуриева [и др.]. – 3-е изд., перераб. – М. : Дашков, 2021. – 433 с.
2. Битарова, Л. Г. Реклама и PR в туристской индустрии : учебно-методическое пособие / авт.-сост. : Л. Г. Битарова, Е. А. Еремина, А. В. Тонковидова ; Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ, 2019. – 124 с.
3. Заднепровская, Е. Л. Особенности регионального брендинга туристской территории : монография / Е. Л. Заднепровская, Т. А. Джум, О. В. Шпырня ; Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ :Экоинвест, 2019. – 100 с.
4. Ползикова, Е. В. Маркетинговая проблематика анализа деятельности туристских предприятий / Е. В. Ползикова, Е. Ляликова // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов. – Донецк : ДАУГС, 2019. – С. 708- 712

ЗНАЧИМОСТЬ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Ледовская И.В.

Научный руководитель доцент Заднепровская Е.Л.

Аннотация. В работе проанализирована необходимость и актуальность развития инклюзивного туризма для школьников на примере Краснодарского края. Дана оценка состоянию доступной среды для маломобильных граждан.

Ключевые слова: инклюзивный туризм, доступная среда, социализация маломобильных граждан, Краснодарский край, экскурсия.

Уровень зрелости общества во многом определяется отношением к маломобильным гражданам, в том числе, развитием инклюзивного туризма. Инклюзивный туризм может развиваться в том случае, если объекты индустрии гостеприимства и туризма отвечают принципу «доступно и удобно для всех». Инклюзивный туризм позволяет школьникам с ограниченными возможностями социально адаптироваться, эмоционально и психологически реабилитироваться, а значит, данный вид туризма является актуальным и социально-значимым направлением.

Краснодарский край – лидер в сфере внутреннего туризма. В регион едут отдыхающие со всех уголков России, среди которых – тысячи людей с ограниченными возможностями здоровья. Для них созданы специальные условия на пляжах, в санаториях, организованы экскурсии и туристические маршруты[1,3].

Вопросами обслуживания лиц, в том числе школьников, с ограниченными возможностями здоровья в городе Краснодаре занимаются следующие организации:

- Краснодарский комплексный центр социального обслуживания населения;
- Управление социальной защиты населения г. Краснодар.

На актуальность создания работы в сфере экскурсионной обеспеченности школьников с ограниченными возможностями здоровья в РФ, в том числе Краснодарском крае, указывает высокий уровень численности лиц впервые признанных инвалидами в крае среди детей в возрасте до 18 лет (таблице 1).

На данный момент в городе Краснодаре ограничено количество экскурсионных программ для маломобильных граждан, что объясняется высокими затратами, необходимостью перепрофилирования персонала (сурдопереводчики, сопровождающий персонал), а также низким спросом на подобные экскурсии из-за их высокой стоимости[2].

С целью снижения стоимости подобных экскурсий в городе несколько культурно-значимых организаций предоставляют для маломобильных экскурсантов льготные скидки, возможность бесплатного посещения: Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник имени Е.Д. Фелицына; Музей ретро-автомобилей; Краснодарский краевой художественный музей имени Ф.А. Коваленко; открытая площадка музея военной техники; Литературный музей Кубани.

Таблица 1 – Анализ численности лиц впервые признанных инвалидами
(данные: «Краснодарстат» 2010-2021 гг.)

	2010	2015	2018	2019	2021
Всего, тыс. человек	36,1	34,6	34,0	33,6	26,1
на 10000 человек населения	69	63	60	59	46
детей в возрасте до 18 лет, тыс. человек	2,2	2,7	3,5	3,7	3,8

До 2020г. – мужчины 16-59 лет, женщины 16-54 года, начиная с 2020г. – мужчины 16-60 лет, женщины 16-55 лет.

Помимо этого, функционирует несколько заведений, предоставляющих образовательные корректирующие услуги, мастер-классы, а также занимающиеся вопросами психологической помощи и поддержки детей-инвалидов и их родителей: АНО «Центр развития благотворительных программ «Край милосердия», «Мастерская для людей с ментальными нарушениями», представленная благотворительной организацией «Добрый Юг». Кроме того, на Кубани для маломобильных людей специально оборудовано 340 социально-значимых объектов, 230 единиц транспорта, 400 остановок и почти 1300 пешеходных переходов. Помимо этого, идет широкая реорганизация пляжных полос для маломобильных туристов.

Как видим, программа «Доступная среда» в Краснодаре развивается, поэтому необходимо помогать детям с ограниченными возможностями преодолевать внутренний страх и социализироваться.

Таким образом, проблему социализации школьников с ограниченными возможностями возможно решить следующими способами: организация экскурсий для школьников коррекционных школ; массовое использование инклюзивных проектов в турфирмах, экскурсионных бюро; усиление внимания и содействия государственных социальных организаций продвижению подобных экскурсий.

Литература:

1. Джум, Т. А. Перспективные бизнес-концепции в ресторанной индустрии / Т. А. Джум, М. Ю. Тамова, Т. Н. Поддубная, Е. Л. Заднепровская // Экономика устойчивого развития. – 2022. – № 1 (49). – С. 37-40.
2. Джум, Т. А. Ресторанный бизнес в условиях новой парадигмы / Т. А. Джум, Т. Н. Поддубная, Е. Л. Заднепровская // Экономика устойчивого развития. – 2021. – № 4 (48). – С. 43-47.
3. Емельянова, И. Ф. Использование информационных технологий в сфере туристских услуг / И. Ф. Емельянова, Е. Л. Заднепровская // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ, 2020. – № 1. – С. 98-99.
4. Заднепровская, Е. Л. Клиентоориентированность как главный фактор получения дохода предприятиями ресторанного бизнеса / Е. Л. Заднепровская, Т. А. Джум, О. Н. Бянкина // Теория и практика олимпийского образования: традиции и инновации в спорте, туризме и социальной сфере : материалы V Международной научно-практической конференции, посвященной 30-летию Олимпийской академии Юга. – Краснодар : КГУФКСТ, 2019. – С. 164-166.

СЕРВИС КАК ОБЩЕСТВЕННОЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ

Лопаткина Д.И.

Научный руководитель доцент Ползикова Е.В.

Аннотация. В статье рассматривается важность сервиса для социально-экономической системы мира. Представлены статистические данные последних лет, дающие представление о тенденциях развития сервиса в мире.

Ключевые слова: сервис, экономика страны, востребованные регионы, отрасли экономики, туристы.

Жизнь современного человека связана с большим разнообразием услуг, которые ему оказывает сфера услуг. В буквальном переводе слово сервис означает обслуживание. Из этого следует:

Служебная деятельность – вид экономической деятельности, направленный на создание общественных благ, оказание услуг, производство сервисной продукции в рамках рыночных отношений и на основе профессиональной подготовки работников.

Представители крупных компаний в развитых странах Запада, ища пути решения этих сложностей, нашли выход из сложившейся ситуации путем переноса ряда трудоемких и экологически небезопасных производств в развивающиеся страны Азии и Латинскую Америку. При этом в этих развитых странах началось масштабное внедрение наукоемких производств с использованием информационных и компьютерных технологий, придавших их экономике высокопроизводительный характер [2].

Такие изменения в экономике привели к колоссальным изменениям в социальной структуре, а также в ценностных установках и потребительский запросов жителей стран.

Поэтому в постиндустриальных и индустриальных обществах созданы предпосылки, определяющие опережающие темпы развития третичного сектора не только в каждой стране, но и быстрые изменения в мировой экономике в целом.

Субъекты сервисной деятельности оперативно реагируют и стимулируют эти общественные запросы. В результате в последние десятилетия во многих странах мира интенсивно идут процессы аутсорсинга услуг [4].

Аутсорсинг услуг понимается как массовое появление новых видов и форм сервисной деятельности, берущих на себя функции самообслуживания в рамках удовлетворения общественных потребностей или семейно-художественной деятельности, ранее являвшихся составной частью промышленного производства.

Все вышеперечисленные процессы привели сервисную деятельность к высокому уровню качества. Однако это не уберегло его от внутренних конфликтов.

О новом качестве производства услуг в экономике начала XXI века свидетельствуют такие данные, как увеличение доли услуг в валовом внутреннем продукте развитых индустриальных стран. Сегодня на третичный сектор приходится большая часть валового внутреннего продукта во многих странах. В странах Европейского сообщества доля услуг в ВВП составляет 63%, в США – 77% [1].

Динамика изменений третичного сектора представлена на рисунке 1.

Значительный рост количества рабочих мест отмечен в сфере отдыха и гостиничного бизнеса – на 83 тысячи, в сфере здравоохранения (60 тысяч), в сфере профессиональных и деловых услуг (46 тысяч). В промышленности их число увеличилось на 22 тыс [5].

Динамика увеличения рабочих мест США представлена на рисунке 2.

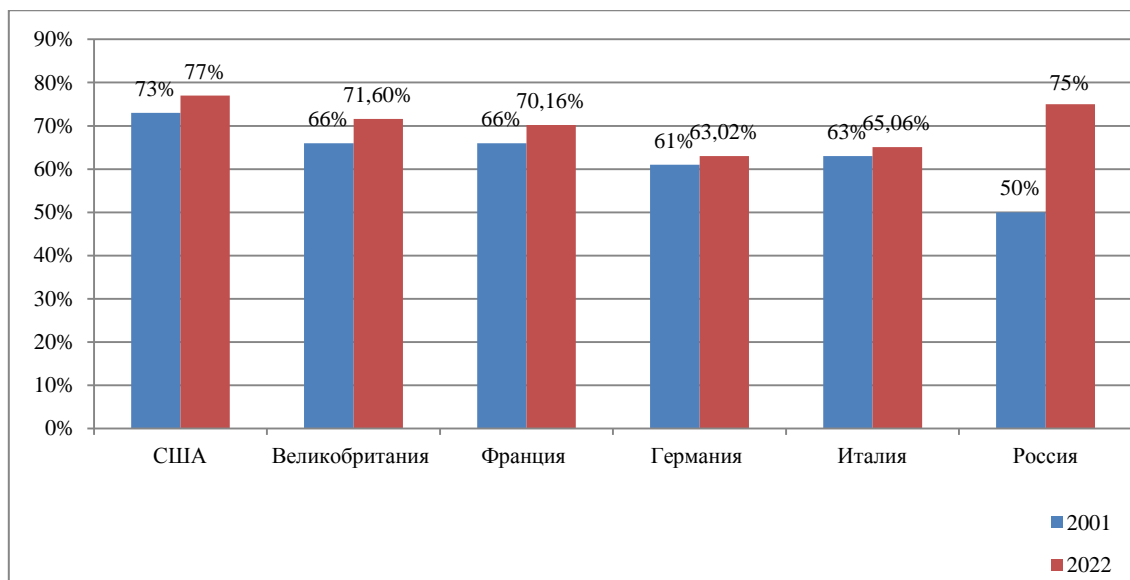


Рисунок 1. Динамика изменений третичного сектора[1]

Об изменении роли услуг в современной экономике свидетельствуют показатели результатов внутренней торговли, объема внешней торговли услугами, изменения в структуре занятости на основе увеличения численности занятых в третьем секторе.

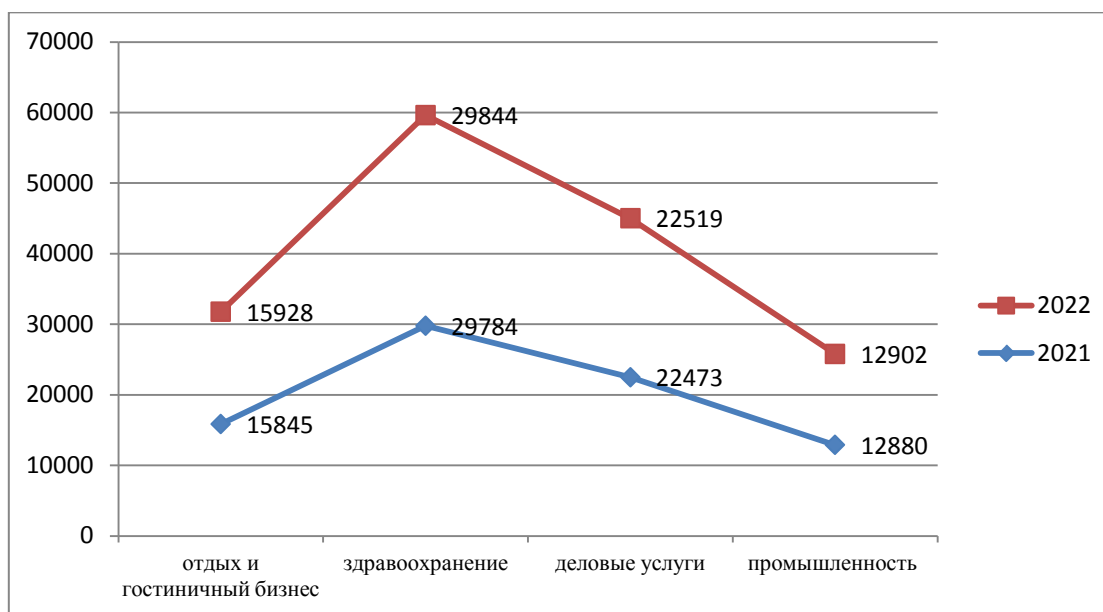


Рисунок 2. Динамика увеличения рабочих мест в США

Особое внимание следует уделить производственным услугам, связанным с поставкой и послепродажным обслуживанием промышленной продукции. Любое производство, особенно высокотехнологичное, производящее оборудование и товары длительного пользования, нуждается в особом обслуживании. Данная услуга направлена на транспортировку и хранение сырья, комплектующих, готовой продукции, монтаж и монтаж готового оборудования, а также его пополнение, техническое обслуживание, ремонт, поддержание его внешнего вида, а затем на его утилизацию [3].

Наконец, серьезные изменения во внутренней структуре третичного сектора характеризуются повышением роли услуг, направленных на рекреацию и развитие человека. Эти услуги относятся к социально-культурным, рекреационным, духовным потребностям, а также к индивидуальным потребностям любого человека.

Таким образом, экономика развитых стран становится экономикой услуг или, точнее, экономикой информационных услуг. Это возрастание роли сервиса как в экономике, так и в социальной практике свидетельствует о том, что все стороны жизни современного общества, а также его дальнейшее развитие во многом зависят от состояния сервисной деятельности – ее организации, содержания, эффективности.

Литература:

1. Вольская, А. А. Повышение уровня сервиса на территории России путём внедрения новых стандартов / Вольская А. А. / В книге : тезисы докладов XLIX научной конференции студентов и молодых ученых вузов южного федерального округа. – Краснодар, 2022. – С. 24-25.
2. Кружков, Д. А. Компетентностный подход в преподавании учебной дисциплины «Комплексное туристское обслуживание спортивных мероприятий» / Д.А. Кругков // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2019. – № 1. – С. 115-117. Туристический портал Турпром: официальный сайт. – Москва. – URL: <https://www.tourprom.ru/> (дата обращения 30.10.2022).
3. Федеральное агентство по туризму: официальный сайт – Москва. – URL: <https://tourism.gov.ru/> (дата обращения 30.10.2022).
4. Финмакет: официальный сайт – Москва. – URL : <http://www.finmarket.ru/>(дата обращения 30.10.2022).

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЭТНОТУРИЗМА В РОССИИ И ОРИЕНТИРЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Лопаткина Д.И.

Научный руководитель доцент Кучеренко И.М.

Аннотация. В данной статье рассматриваются понятия этнического туризма, его особенности и перспективы развития. По результатам исследования мы выявили, что при правильном подходе к организации этнического туризма, данная отрасль может стать весьма перспективной и приносить большой доход регионам.

Ключевые слова: этнический туризм, регионы, развитие, рынок, туристский продукт, проект.

Развитие индустрии туризма в Российской Федерации является одним из основных направлений экономического развития страны. Согласно Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года предполагается экстенсивное развитие внутреннего и въездного туризма в стране за счет создания конкурентоспособного туристского продукта.

Формируется полноценный рынок российского этнотуризма, он имеет большое будущее и становится одним из ведущих направлений туристской деятельности. Российские туристские компании, позиционирующие себя как этнографические, на самом деле предлагают маршруты этнокультурного туризма, включающие туристические программы с элементами антропологического, этнопознавательного, экологического и этнографического видов туризма [1].

Основными формами этнографического туризма в России являются: этнографический музей под открытым небом, этнографический музей-заповедник, археолого-этнографические комплексы, этнографические деревни, театрализованные праздники и обряды, этнические туры, основанные на исторических и народных памятниках [2].

Целостность памятников национальной культуры является достоянием этноса. Его можно собрать локально в одном месте или разбросать по всему миру. Задача этнографии состоит в том, чтобы выявить и систематизировать эти объекты. Этнографический туризм организует знакомство туристов с этими историческими местами. Важнейшие памятники национальной культуры охраняются государственными и международными законопроектами.

Этнотуризм также можно разделить на стационарный и эвентуальный. Первый связан с посещением места проживания этноса. Такие визиты проводятся систематически, так как объект постоянно доступен. Второй связан с проведением события: праздника, фестиваля.

Для многонациональной России этнотуризм является одним из наиболее перспективных направлений регионального развития. Почти в каждом регионе есть музеи и выставки, предлагающие специальные места для знакомства с местными ремеслами и традиционным образом жизни.

В России есть все необходимое – огромная территория, богатое историческое и культурное наследие [3].

Поэтому этнографический вид туризма является перспективным направлением туризма с правильным подходом к развитию. Развитие этнографического туризма не только положительно сказывается на экономических результатах, но и имеет социальное воздействие. Данный вид туризма решает вопросы занятости местного населения, способствует развитию смежных отраслей туристско-рекреационного комплекса: расширяя ассортимент сувенирной продукции, знакомя туристов с местной кухней, проектируя туристско-рекреационные местности и объекты.

Литература:

1. Заднепровская, Е. Л. Этнографический туризм как один из механизмов возрождения и сохранения культурного наследия (на примере Кубани) / Е. Л. Заднепровская,

Е. В. Ползикова // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: материалы международной научно-практической конференции. – Донецк : ДАУГС, 2017. – С. 291-296.

2. Заднепровская, Е. Л. Роль культурно-познавательного туризма в развитии этнографического туризма / Е. Л. Заднепровская, Е. В. Ползикова // Филологические и социокультурные вопросы науки и образования : материалы II Международной научно-практической конференции. – Краснодар : КГТУ, 2017. – С. 592-597.

3. Ползикова, Е. В. Роль этнокультурного фактора в развитии туризма на Северном Кавказе / Е. В. Ползикова, Е. Л. Заднепровская, Э. Э. Тропина // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: материалы международной научно-практической конференции. – Донецк : ДАУГС, 2020. – С. 481-485.

Аннотация. В данном материале определена значимость проектной деятельности в туризме, связанной с продвижением турпродукта на внутренний рынок туруслуг в современных условиях.

Ключевые слова: проект, рекреация, туризм, индустрия, технологии.

Актуальность научного обеспечения туристской деятельности становится всё более очевидной, а эффективность сферы туризма в общегосударственном масштабе всё в большей степени начинает зависеть от правильного и своевременного применения результатов научных исследований в практике планирования и продвижения развития туризма [1]. Проектную деятельность в туризме можно рассматривать, как инструмент реализации туристского продукта, ведь проектная работа позволяет развить определенные навыки, умения анализировать информацию, ставить стратегические и определять операционные задачи, решение которых приведет к достижению искомых целей и результатов.

Проектная деятельность в туризме позволяет персоналу работать в команде несмотря на то, что является сложной интеллектуальной работой. Сложно представить, что разрабатывать и продвигать новые туристские продукты могут специалисты, не имеющие высокого профессионального уровня. Туристско-рекреационное проектирование включает производство комплекса услуг, который реализует через систему различных бизнес-процессов: управление проектом, изучение рынка услуг, разработка турпродукта, менеджмент персонала, снабжение материально-техническими и информационными ресурсами [2, 4].

Существуют определённые технологии в туристско-рекреационном проектировании – это процессы, правила, навыки и другие компоненты проектного производства. Специфика технологии проектной деятельности в сфере услуг, отличается от технологии промышленного производства, где за основу принята творческая интеллектуальная составляющая труда, а также предмет труда – информация. Конечным продуктом проектирования может быть уникальный научно-исследовательский проект, связанный с туризмом и гостеприимством, приносящий продвижение отрасли в рамках определенной территории [3].

Планирование туристической дестинации, проектирование новых маршрутов согласно современным тенденциям рынка предполагает внедрение в туроперейтинг актуальных инструментов, позволяющих создавать новые услуги и продукты. Большой интерес сегодня для публичной власти при участии представителей различных групп интересов, представляет стратегия пространственного развития, включающая градостроительную компоненту. К данной проектной работе можно отнести мастер-планирование туристской территории. туристская система является комплексом предприятий, реализующих туристские продукты и услуги в рамках определенной дестинации.

Проектирование в туризме имеет комплексный подход и поэтапное достижение результатов. Туристско-рекреационное проектирование включает как масштабные процессы, происходящие в отрасли, отражающие динамичные изменения, так и проектирование отдельных объектов и статичных элементов, представляющих туристские системы. Результатом проектирования туристической территории, турпродукта является ожидаемое туристское предложение, сформированное в соответствии с запросом рынка. Проектирование турпродукта – процесс многогранный, предполагающий поиск нестандартных подходов, надежных партнеров, инновационных решений. Длительный период времени туроператоры используют в своей деятельности эффективную технологию

динамического пакетирования, зарекомендовавшую себя в бизнесе. Аналогичный принцип – проектирование туров по схеме GDSW, которая помогает формировать туры – трансформеры (разные варианты размещения, перелетов и др. услуг). При помощи таких конструкторов могут сформировать турпакет менеджеры турагентств. На сайте туроператора «Русский Экспресс» сервис FIT-express предлагает турагентам инструмент по формированию индивидуального тура. Данная площадка весьма проста для работы. Весь процесс ценообразования прозрачен и отображен в истории. Проектируя турпродукт, менеджер учитывает все пожелания туриста, включая трансферы, замены отеля и др. Новое предложение туроператора – недавно разработанное приложение FIT-express для мобильных телефонов, что расширяет круг возможностей специалистов.

Литература:

1. Ассоциация туроператоров. Экспертный совет. URL: https://www.atorus.ru/subst_import.html (дата обращения: 11.11.2022).
2. Еремина, Е. А. Ответственное развитие региона как инструмент воспроизводства человеческого капитала / Еремина Е. А., Нехай В. Н. / В сборнике : Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции ; Редколлегия : А. И. Погребной, Е. М. Бердичевская, Г. Б. Горская, Е. А. Еремина, Т. А. Самсоненко. – Краснодар, 2022. – С. 187-189.
3. Ползикова, Е. В. проектная деятельность в индустрии туризма : курс лекций / Е. В. Ползикова, Т. Н. Поддубная, Е. Л. Заднепровская.– Краснодар, 2021. – 100 с .
4. Шпырня, О. В. Особенности продвижения услуг предприятий индустрии развлечений / О. В. Шпырня, Е. А. Еремина, М. В. Коренева // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2020. – № 1(29). – С. 83-87.

ЭТИКЕТ И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ КОМПЛЕКСНОГО ТУРИСТСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Малыхина А.А.

Научный руководитель доцент Ползикова Е.В.

Аннотация. В работе рассмотрены сложности соблюдения правил этикета в сервисной деятельности, цели и задачи развития этики на предприятиях сферы обслуживания и особенности корпоративной этики.

Ключевые слова: этикет, моральные нормы, сервис, удовлетворение потребностей, корпоративная этика.

Общение играет особую роль в жизни каждого человека. Оно определяет отношения между людьми. Но кроме семейного, уличного, бытового, существует еще и деловое общение, то есть общение внутри коллектива и общение работников турфирмы с клиентами, об этом и пойдет речь. Даже поменяв место работы, бывшие коллеги часто продолжают общаться друг с другом. Основным принципом эффективного делового общения и отношений людей являются этические нормы или правила. Каждый имеет свое представление о нормах общения, вкладывая свой опыт, воспитание и представления о нравственных ценностях. Поэтому деловое общение для одних – эффективный инструмент карьерного роста, самореализации, привлечения и закрепления постоянных клиентов, для других – повод для неудач и трудностей в отношениях с коллегами и начальством и трудности общения с клиентами [2].

В понятии моральных норм лежит некое представление идеала, который является примером для копирования и подражания. Но иногда это идет вразрез с необходимостью человека удовлетворить свои собственные потребности, что подчас напрямую связано с нарушением морально-нравственных норм. В конфликт вступают представление о нормах поведения и практический расчет, желаемое самосовершенствование и реальная необходимость зарабатывать деньги.

Создавая положения о корпоративной этике турфирмы, управляющий должен исходить из уровня развития коллективных отношений. Если коллектив новый, в нем преобладает формальная сторона отношений, сотрудники еще только присматриваются и друг к другу, и к руководителю. Это самый подходящий момент для управляющего, чтобы установить свои собственные традиции и законы.

Если же руководитель пришел в уже сложившийся коллектив, то нельзя сразу все ломать. Необходимо продумать путь постепенного исправления просчетов и ошибок прежнего руководителя, привлекая при этом лидеров данного коллектива.

В современных понятиях об этике делового общения и о корпоративной этике как одной из её составляющих лежит принцип контроля и сочетания мотивов и интересов [5].

Цели и задачи управляющего турфирмой, будь то сам владелец фирмы или наемный директор, таковы:

- сплочение коллектива. Руководители организации должны понимать, что одной из основных целей управления является реализация идеи максимального сплочения коллектива. Тогда приходит состояние психологического комфорта, понимания, что все вместе – единое целое, но каждый незаменим и индивидуален;
- мотивы и причины. Решая любую проблему с подчиненным, руководитель выясняет мотив его поступка, причину неудачи;
- постоянный и разумный контроль – одно из основных правил этического поведения. Безднаказанность способна разрушить самый сплоченный коллектив;
- оценка результата, а не личности. Необходимо быть критичным к результатам работы, но не к слабостям и недостаткам человека;

- отсутствие «любимчиков». Руководитель не должен показывать, что у него есть наиболее любимые сотрудники;
- пастырь защищает свою паству. Необходимо защищать своих подчиненных, быть на их стороне, не бояться разумной самокритики;
- воспитывать паству. Именно руководителю необходимо воспитывать в своих подчиненных этические нормы общения;
- приказы в форме просьбы. Надо уметь выбирать форму распоряжения, сочетая приказы с просьбами, советуясь и подчиняясь;
- атмосферу создают все и каждый. Подчиненные должны знать, что это они все вместе и каждый поодиночке создают атмосферу в коллективе;
- не потакать. Нельзя, чтобы допускалась возможность кому-то из сотрудников напрямую командовать руководителем;
- ценить и поддерживать бригадиров. Нельзя поощрять у сотрудников прямого обращения к управляющему, минуя свое среднее звено – старшего по смене, администратора и т.п.

При общении между равными по статусу сотрудниками особенно остро встает вопрос личной конкуренции, соперничества. Во многих рабочих ситуациях они проявляют особые таланты создания интриг и сплетен.

Руководитель в этом случае должен избегать определенных ошибок, предупреждая и опережая конфликтную ситуацию [5].

Разрабатывая трудовой договор или должностные инструкции для нового сотрудника, нужно не только расписать нормы поведения и общения в коллективе, но и объяснить существующие традиции. Это не только облегчает сам процесс адаптации, но и позволяет человеку занять правильную позицию, он быстрее чувствует себя «своим».

Потому что часть клиентов, особенно впервые посетивших данную турфирму, чувствуют себя неуверенно. Они пока не знают, какие услуги им могут предложить, какой продукт предложить. И когда их взгляд встречается с неуверенным и настороженным взглядом сотрудника, ощущение комфорта пропадает вовсе.

На практике та или иная ситуация повторяется. Изучая их, продумывая наиболее корректные пути общения в них, создавался деловой этикет. Он в корне отличается от тех норм отношений, которые были приняты в недалеком прошлом – в советские времена. И главное его отличие – уважение к личности человека. Только уважая каждого отдельно взятого человека, признавая его индивидуальность, можно добиться долговременного развития бизнеса. На уважении людей вне зависимости от их ранга и положения строится и этикет вербального (разговорного) общения.

Руководству рекомендуется выработать специальный запрет на слова, изначально порождающие негативное восприятие у клиентов турфирмы.

Исключить из употребления слова и выражения: нельзя, нет, не желаете ли, все менеджеры заняты.

Вместо них рекомендовать позитивные словосочетания: у нас есть, могу порекомендовать, позвольте предложить.

Хорошая работа сама по себе уже является одним из законов корпоративной этики. Стремление проявить себя с лучшей стороны, умение сдерживать свои негативные настроения – эта задача в одинаковой степени важна для всех специалистов турфирмы.

Литература:

1. Аванесова, Г. А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент : учебное пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2020. – 68 с.
2. Еремина, Е. А. Состояние и перспективы профессиональной подготовки персонала для индустрии туризма / Е. А. Еремина, О. Н. Костюкова, А. И. Кузьменко, А. А. Тарасенко // Conference Proceedings. – 2015. – С. 121-125.

3. Романович, Ж. А. Сервисная деятельность : учебник. – 3-е изд., пер. и доп. / Под общ. ред. проф. Ж. А. Романовича. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2019. – 96 с.
4. Ползикова, Е. В. Этика и этикет : курс лекций / Е. В. Ползикова, В. Г. Минченко. – Краснодар, 2018. – 65 с.
5. Шпырня, О. В. Повышение квалификации специалистов индустрии туризма как инструмент роста их конкурентоспособности на рынке труда / О. В. Шпырня // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2017. – № 3. – С. 89-95
6. Шпырня, О. В. Совершенствование комплексного обслуживания потребителей услуг предприятия общественного питания на основе разработки программы лояльности / О. В. Шпырня, Н. Вдовенко // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов. – 2019. – С. 752-757.

Аннотация. Материал содержит информацию про этнотурзм в Кыргызстане. Рассматриваются культурные достояния Кыргызской республики, а также традиции народов, населяющих страну.

Ключевые слова: Кыргызстан, этнотуризм, кочевники, племена, объекты.

Этнотуризм является перспективным направлением развития туристской деятельности на современном этапе. На северо-востоке Средней Азии находится удивительное государство, которое в себе совмещает зеленые луга с заснеженными горными вершинами, городскую суету с размеренной аульской жизнью. В стране существует множество этно-отелей, заселившись в которые туристы могут сполна прочувствовать жизнь древних кочевых племен [1].

Широко известна жемчужина Кыргызстана – озеро Иссык-куль, находящееся на северо-восточной части страны [4]. Недалеко от берега Иссык-куля, в городе Чолпон-Ата расположен музей под открытым небом «Рух Ордо», что с кыргызского переводится как «Центр духов». Данный комплекс включает в себя 10 мини-музеев, среди которых дом известного советского писателя Ч. Айтматова, зал кыргызского искусства и культуры, картинная и фото галереи, беседка Саякбая Каралаева, сокровищница знаний и пять часовен, каждая из которых представляет одну из мировых конфессий, а именно: ислам, католицизм, православие, буддизм и иудаизм, как символ того, что Бог един для всех [3].

Иссык-куль не единственное горное озеро на территории Кыргызстана, есть также Сонкель, расположенный на высоте 3016 м. выше уровня моря в северо-западной части Нарынской области. Так же, как и Иссык-куль является центром развития этнотуризма в государстве. Рядом с озером расположилось множество отелей, которые вместо обычных номеров предлагают поселиться в юртах, жилищах древних кыргызских племен. В юрте нет таких же удобств, как в среднестатистических отелях или хостелах. Туристам придется ходить в туалет на улицу, умываться холодной родниковой водой, мыться в уличном душе, спать на земле, постелив тошоки – тонкие, но тяжелые матрасы, наполненные овечьей шерстью. Для туристов предоставляются все условия, чтобы они почувствовали себя в качестве кочевников. Туристы могут отвлечься от городской суеты, будут принимать в пищу исключительно натуральными продуктами, пить по утрам айран, бозо или кумыс – национальные кыргызские напитки. Еще туристам предлагают сыграть в национальные игры. Например, «Кок бору». Правила игры похожи на футбол, но есть некоторые отличия. Участники передвигаются по полю исключительно на лошади, вместо привычного мяча используют тушу барана, вместо ворот большие тай-казаны, похожие на огромные казаны из камня [5].

Немало мест для этнотуризма находится в южной столице Кыргызстана – городе Ош. Особенность данного места являются местные рынки. Товары, представленные на этих рынках самые разнообразные, на любой вкус и цвет, туристы могут купить все от курута – национального угощения до стиральной машины.

Таким образом, этнотуризм в Кыргызстане развивается умеренными темпами. С каждым годом число туристов приезжающих сюда, чтобы познакомиться с жизнью местного населения и древних кочевников увеличивается. И это положительно сказывается на экономике страны, что дает мотивацию для выделения больших средств на развитие этнического туризма в стране [2].

Литература:

1. Заднепровская, Е. Л. Этнографический туризм как один из механизмов возрождения и сохранения культурного наследия (на примере Кубани) / Е. Л. Заднепровская,

Е. В. Ползикова // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: материалы международной научно-практической конференции. – Донецк : ДАУГС, 2017. – С. 291-296.

2. Заднепровская, Е. Л. Роль культурно-познавательного туризма в развитии этнографического туризма / Е. Л. Заднепровская, Е. В. Ползикова // Филологические и социокультурные вопросы науки и образования : материалы II Международной научно-практической конференции. – Краснодар : КГТУ, 2017. – С. 592-597.

3. Ползикова, Е. В. Роль этнокультурного фактора в развитии туризма на Северном Кавказе / Е. В. Ползикова, Е. Л. Заднепровская, Э. Э. Тропина // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов : материалы международной научно-практической конференции. – Донецк : ДАУГС, 2020. – С. 481-485.

4. Заднепровская, Е. Л. Бренд и брендинг территории как основа территориального развития / Е. Л. Заднепровская, Т. А. Самсоненко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2017. – № 1-1. – 113 с.

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Манохина Б.Р.

Научный руководитель доцент Кучеренко И.М.

Аннотация. В данной статье определены аспекты социализации людей с ограниченными возможностями и определена значимость развития инклюзивного туризма в обществе.

Ключевые слова: инклюзивный туризм, социальная защита, доступная среда, Россия, туристы, ограниченные возможности.

Актуальность темы данной работы определяется тем, что туризм может стать очень эффективным средством интеграции людей с ограниченными возможностями и людей с особыми потребностями здоровья в современное общество, среди прочих.

Долгосрочной целью развития инклюзивного туризма является создание туристической среды, в которой могут активно участвовать все туристы, независимо от их индивидуальных потребностей, возраста, инвалидности, что ведет к социальной сплоченности и преодолению изоляции людей с ограниченными возможностями.

Информационные сайты туристических предприятий, средств размещения и других предприятий, включая транспортный сектор, также должны быть доступны для слепых или слабовидящих пользователей. Культурные объекты, музеи, театры, архитектурные и исторические памятники и общественные учреждения должны быть доступны для путешественников с ограниченными возможностями [2].

Самое главное для любого туриста перед поездкой – быть готовым к ней не только морально, но и физически. А для людей, обремененных временными или постоянными ограничениями, и для пожилых людей это еще более важно. Кроме того, следует разумно оценивать сложность поездки, ее комплексность и продолжительность. Рекомендации лечащего врача, а также пожелания путешественника и его или ее семьи должны быть приняты во внимание. Все детали поездки подбираются с учетом конкретных потребностей клиента – транспорт, проживание и питание. Это также зависит от того, путешествуете ли Вы один, с семьей, с друзьями или с другими туристами. Если это не связано напрямую с медицинским фактором и не является существенным для безопасности и здоровья туриста, то это полностью зависит от желания путешественника. Он или она может путешествовать с семьей, друзьями или личным помощником [1].

Наличие инвалидности не должно помешать отправиться в круиз и отдохнуть. Ведь современные лайнеры – это даже не отель, а целый курорт. К сожалению, не во всех круизах есть условия для людей с ограниченными возможностями. Существует определенный перечень условий, которые необходимо соблюдать при путешествии на корабле. Но когда путешествие планируется заранее, можно уточнить, что это будет за корабль и есть ли на нем условия для людей с ограниченными возможностями. О многом нужно договариваться и бронировать заранее, например, помощь при посадке и высадке с корабля, специально оборудованные каюты, лифты во время осмотра достопримечательностей в городах.

Цель обслуживания туристов с ограниченными возможностями – простое и комфортное пребывание в путешествии [2].

В соответствии со статьей 2 ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» всем инвалидам, независимо от группы и категории, гарантированы экономические, правовые и социальные меры, призванные создать и обеспечить оптимальные условия компенсации/замещения ограничений жизнедеятельности.

В ходе анализа развития инклюзивного туризма в Российской Федерации можно сделать вывод, что существует несколько препятствий для развития этого вида туризма в нашей стране:

- недостаточная реклама регионов как территорий инклюзивного туризма;
- недостаток (а иногда и отсутствие) статистических данных в области инклюзивного туризма
- низкие финансовые возможности клиентов инклюзивного туризма.
- недостаточная поддержка инклюзивного туризма со стороны регионального правительства [3].

Однако, несмотря на перечисленные проблемы, в России существует большой потенциал для развития инклюзивного туризма. Слово за крупными игроками туристического рынка: туроператорами, перевозчиками, предприятиями общественного питания, социальными службами, страховыми компаниями и др.

Литература:

1. Еремина, Е. А. Ответственное развитие региона как инструмент воспроизводства человеческого капитала / Еремина Е. А., Нехай В. Н. // В сборнике : Физическая культура и спорт. Олимпийское образование // Материалы международной научно-практической конференции ; Редколлегия : А. И. Погребной, Е. М. Бердичевская, Г. Б. Горская, Е. А. Еремина, Т. А. Самсоненко. – Краснодар, 2022. – С. 187-189.
2. Карнаухова, В. К. Сервисная деятельность : учебное пособие / В. К Карнаухова. – М. : Феникс, 2019. –288 с.
3. Поддубная, Т. Н. Социальная защита детства в Российской Федерации : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Т. Н. Поддубная, Ф. Р. Хатит. – Майкоп, 2022. – 96 с.
4. Руднев, И. В. Клиентоориентированный подход в работе современной туристской компании / И. В. Руднев. – Орёл, 2019. – 260 с.

**СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ
ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ КАК ЭЛЕМЕНТА
КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА**

Мартыненко К.Р.

Научный руководитель доцент Шпырня О.В.

Аннотация. В работе рассматривается товарная политика как элемент комплекса маркетинга предприятия общественного питания. Анализируется процесс расширения и сужения товарного ассортимента предприятий общественного питания.

Ключевые слова: предприятие питания, комплекс маркетинга, товарная политика, товарный ассортимент, конкурентоспособность.

Изучение современных аспектов формирования содержания комплекса маркетинга предприятия общественного питания, прежде всего, имеет основной своей целью понимание структуры компаний, процессов управления и ведения бизнеса для успешного процветания на рынке услуг общественного питания и повышению конкурентоспособности на рынке[5].

Современные аспекты формирования содержания комплекса маркетинга предприятия общественного питания рассматриваются как определенная совокупность контролирующих факторов, ориентированных на возникновение предсказуемых и желательных ответных реакций потребителей услуг предприятий питания. Комплекс маркетинга предприятия общественного питания необходим для вывода, например, ресторана или кафе на лидирующие позиции в целевом сегменте рынка, поднятия уровня их конкурентоспособности за счет формирования конкурентных преимуществ производимых и реализуемых блюд и напитков, формирования необходимых условий для производства качественной пищевой продукции и реализации ее потребителям. Современные аспекты формирования содержания комплекса маркетинга предприятия общественного питания обуславливаются наличием четырех элементов, а именно товарная политика, ценовая политика, политика продвижения и политика распределения [2].

Рассмотрим более подробно товарную политику предприятия общественного питания.

Товарная политика предприятия общественного питания, как элемент комплекса маркетинга, ориентируется на покупательские нужды и потребности гостей. Целью товарной политики предприятия общественного питания является максимальное удовлетворение потребностей гостей в определенных блюдах и напитках.

Разработка и реализация товарной политики предприятия общественного питания подразумевает соблюдение определенных правил, прежде всего, четкого представления о безопасной рецептуре производства блюд и напитков, ее сбыта потребителям, наличие ясной и внятной стратегии производственно-сбытовой деятельности, хорошие знания рынка услуг общественного питания и характера его требований, ясное представление о возможностях и ресурсах предприятия общественного питания [4].

Товарная политика предприятия общественного питания подразумевает определенную совокупность конкретных правил в отношении формирования товарного ассортимента и товарной номенклатуры, разработки новых блюд и напитков, в том числе авторских, а также присвоения им фирменных ли рецептурных наименований.

Товарный ассортимент предприятия общественного питания представляет собой важнейшую составляющую товарной политики любого кафе, ресторана, буфета, столовой и т.п. Очень важной характеристикой товарного ассортимента предприятия общественного питания является широта, которая подразумевает количество блюд, напитков, десертов и т.п., входящих в ассортиментную группу конкретного предприятия питания. Ассортимент предприятия общественного питания можно считать узким, если включение в ассортиментную группу новых блюд, напитков, десертов и т.п. приводит к росту доходности

предприятия питания, наоборот избыточно широким, если доходность растет при исключении из ассортиментной группы определенных блюд, напитков, десертов и т.п. [1, 3].

В зависимости от своих миссии и цели предприятия общественного питания с разной степенью внимания относятся к проблеме расширения или сужения своего товарного ассортимента.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что эффективная товарная политика предприятия общественного питания не только предоставляет возможность оптимизации процесса включения или исключения тех или иных блюд, напитков, десертов, но и является эффективным инструментом комплекса маркетинга.

Литература:

1. Макрушина, И.В. Интерьер предприятия питания как основной фактор привлечения потребителей / Макрушина И. В., Ползикова Е. В., Горбачева Д. А. // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2021. – № 1. – С. 91-95.

2. Ползикова, Е. В. Анализ предложений новых услуг общественного питания в городе Краснодар / Ползикова Е. В., Юрченко А. А., Ширяева П. А. // В сборнике : Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов : Материалы международной научно-практической конференции. – Краснодар, 2020. – С. 490-495.

3. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма : учебное пособие / О.В. Шпырня. – Краснодар : КГУФКСТ, 2012. – 256 с.

4. Шпырня, О. В. Совершенствование комплексного обслуживания потребителей услуг предприятия общественного питания на основе разработки программы лояльности / О. В. Шпырня, Н. Вдовенко // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов. – 2019. – С. 752-757.

5. Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии : учебное пособие / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. – М. : Издательство Юрайт, 2021. – 120 с.

ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ «ВИРУСНОГО» МАРКЕТИНГА

Масенко В.С.

Научный руководитель доцент Шпырня О.В.

Аннотация. В работе рассматриваются понятие и специфика процесса продвижения туристических услуг на основе использования технологий «вирусного» маркетинга. Обосновывается необходимость использования технологий «вирусного» маркетинга в деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

Ключевые слова: «вирусный» маркетинг, продвижение туристических услуг, технологии продвижения, контент.

Продвижение туристических услуг на основе использования технологий «вирусного» маркетинга представляет собой новые маркетинговые инструменты, базирующиеся на осуществлении влияния непосредственно на эмоции туриста. Но это не единственный фактор, влияющий на продвижение туристических услуг [1]. Продвижение туристических услуг на основе использования технологий «вирусного» маркетинга представляет собой составную часть «партизанского» маркетинга, а именно глобальной маркетинговой стратегии, ориентированной на снижение издержек продвижения туристических продуктов и туристических услуг. Вот почему, продвижение туристических услуг на основе использования технологий «вирусного» маркетинга подход предоставляет возможность снизить издержки на продвижение [4].

Основная цель продвижения туристических услуг на основе использования технологий «вирусного» маркетинга заключается в мотивации туристов к проявлению эмоциональных реакций на предлагаемый контент. В результате, туристы начинают делиться заинтересовавшим их контентом. Вот почему продвижение туристических услуг на основе использования технологий «вирусного» маркетинга базируется на переносе информации из сообщения в сообщение. Интересным представляется тот факт, что в настоящее время отсутствует разница в типе эмоциональной реакции, то есть в принципе не очень важно негативные или позитивные эмоции вызывает продвигающий контент. Наоборот, очень часто «вирусные» рекламные кампании строятся на вызывании именно отрицательных эмоций, так как, согласно статистическим исследованиям, негативными эмоциями делятся чаще, чем позитивными [3]. Условно продвижение туристических услуг на основе использования технологий «вирусного» маркетинга можно разделить на развлекательный, информационный, продающий, обучающий и скандальный контент.

Необходимость продвижения туристических услуг на основе использования технологий «вирусного» маркетинга обусловлено наличием высокой конкуренции в индустрии туризма и гостеприимства, а, значит, жесткой конкурентной борьбы за каждого туриста. Еще одним фактором популярности продвижения туристских услуг на основе использования технологий «вирусного» маркетинга является то, что большинство предприятий индустрии туризма и гостеприимства используют в настоящее время именно Интернет, как основной канал коммуникации с туристами [2].

Рассмотрим основные инструменты продвижения туристических услуг на основе использования технологий «вирусного» маркетинга:

1) Медийная (баннерная) реклама, подразумевающая размещения баннеров на специальных туристских Интернет-порталах – «TopHotels», «Turprofi», «Profi.Travel» и других.

2) Размещение контента на собственном web-сайте

3) Размещение контента на информационных порталах типа «Тонкости туризма».

4) SMM, подразумевающий размещение контента в разрешенных законодательством Российской Федерации социальных сетях, «ВКонтакте», «Одноклассники» и других [5].

Соответственно можно сделать вывод о том, что продвижение туристических услуг на основе использования технологий «вирусного» маркетинга является в современных, достаточно сложных социально-экономических условиях, необходимым элементом комплекса маркетинговых коммуникаций предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

Литература:

1. Колодник, Т. Д. Развитие теории цифрового маркетинга / Т. Д. Колодник // Наука и инновации. – 2021. – № 1(215). – С. 53-57.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Юнити-Дана, 2021. – 1071 с.
3. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма : учебное пособие / О. В. Шпырня. – Краснодар : КГУФКСТ, 2012. – 360 с.
4. Шпырня, О. В. Тенденции развития комплекса маркетинговых коммуникаций туристских предприятий в Интернете / О. В. Шпырня, В. Н. Печеницина // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. –2018. – Т. 3. – С. 138-141.
5. Шпырня, О. В. Использование Internet-технологий в реализации услуг туристского агентства / О. В. Шпырня, А. А. Савченко // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. –2018. – Т. 3. – С. 141-144.

УДК: 338.48

ИНТЕГРАЦИЯ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ ЗАБРОШЕННЫХ АУЛОВ В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ ПОТЕНЦИАЛЕ ТЕРРИТОРИЙ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Митрошкина Д.В.

Научный руководитель доцент Еремина Е.А.

Аннотация. Проведено исследование территории Чеченской Республики, заброшенного аула Цой-Педе с целью интеграции культурно-исторического наследия в туристско-рекреационный потенциал.

Ключевые слова: культурно-историческое наследие, аул, туристско-рекреационный потенциал, Чеченская республика, Цой-Педе, турист.

Особое значение по сохранению исторических поселений в практической деятельности администраций муниципальных образований уделено в соответствии с концепцией долгосрочного социально-экологического развития Российской Федерации и концепцией по развитию исторических поселений, поддержке и популяризации культурных и туристских возможностей территорий [2]. Актуальность исследования обусловлена целями развития культурно познавательного туризма в отношении исторических поселений Чеченской Республики, на основании выше указанных концепций.

В ходе исследования территории Чеченской Республики, были выявлены ряд заброшенных аулов: Дади-юрт, Дзержинка, Кахановская, Курчал и т.д., научный интерес в ходе исследования сфокусирован на заброшенном ауле Цой-Педе (Рисунок 1).



Рисунок 1. Карта расположения заброшенных Аулов (сделано в Яндекс картах)

Цой-Педе состоит из более 40 объектов культурно-исторического наследия, которые представляют большую археологическую ценность и значимость для туротрасли. В комплекс входят по 2 боевые башни и святилища (сиелинги), напоминающие столбы. Историки уверены, что эти постройки были возведены в честь бога грома Селе. Также 42 склепа (кашковы) со старинными захоронениями [1].

Если обратиться к чеченскому варианту перевода названия аула Цой-Педе, то оно звучит как «Святилище Бога». Это место еще называют «Городом мертвых», оно славится своей недоступностью и таинственностью. Его название обусловлено тем, что большую

часть дня этот аул освещается солнцем, особый микроклимат позволял мумифицировать умерших. На склонах гор было огромное количество поселений, которые занимались земледелием [3].

Не так давно через эти территории пролегали туристские маршруты, но в связи со сложившейся геополитической ситуацией, их использование стало затруднительным, так как от аула до границы с Грузией 5 км. В наши дни появилась возможность возобновить один из туристских маршрутов по Чеченской Республике. По дороге от столицы республики до того самого аула существует множество объектов туристской инфраструктуры. Зброшенный аул Цой-Педе может стать одной из важнейших точек туристского маршрута. Если мы говорим про экстремальный туризм, то это один из интереснейших объектов для такого вида туризма. Во-первых, выйдя из машины туристам придется преодолеть путь по опасной каменистой тропинке для этого им понадобится специальная трекинговая обувь. Во-вторых, некрополь расположен на мысе, который недоступен с трех сторон из-за известковых отвесных скал и добраться до него возможно только пешком [4].

Такие места важны для воспитания молодого поколения, они должны знать историю своих предков. Как сказал один из писателей М.В. Лысенко: «Воспитание на основе гуманитарной картины мира требует открытия учащимися красоты окружающего мира, места и роли человека – творца в нем. Это возможно только благодаря приобщению детей к человеческой культуре, понимаемой как система общечеловеческих ценностей и смыслов, закрепленных в ее творениях». Посещая заброшенный аул Цой-Педе, молодые люди узнают о том, как жили их предки много веков назад, это заставит задуматься о культурно-историческом наследии защитников этой земли. Молодому поколению очень важно прививать чувство патриотизма, используя возможности культурно-исторического наследия данных туристских территорий Чеченской Республики [2,5].

Проведенные исследования позволили выявить туристский потенциал заброшенных территорий Чеченской Республики с большим культурно-историческим наследием и возможностями экстремального туризма. Предложенная программа позволит не только возродить территорию заброшенного аула, но и усилит возможности туристского комплекса Чеченской Республики в интеграции с физическим воспитанием подрастающего поколения [6].

Литература:

1. Концепция по развитию исторических поселений, поддержке и популяризации культурных и туристских возможностей. Развитию экономики культурного наследия на период до 2030 года. пат. 2460563 Рос. Федерация. № 2011122362/12; заявл. 01.06.2011; опубл. 10.09.2012, Бюл. № 25. – 8 с.
2. Распоряжение от 20 сентября 2019 г. по 2129-р. пат. 2460653 Рос. Федерация. № 2011122362/12; опубл. 20.09.2019: [Электронный документ] URL<https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/>(дата обращения 16.01.2023)
3. Алиева, А. И. История Чечни в российских научных изданиях XIX – начала XX вв. / А. И. Алиева, Я. З. Ахмадов. – ЧГПУ, 2020. – 540 с.
4. Лысенко, М. В. Современные проблемы нравственно-патриотического воспитания детей : Научно-образовательный журнал образовательный альманах. – 2019. – № 17. – С. 23-27.
5. Макрушина, И. В. Современные подходы организации профессионального воспитания обучающихся в целостном образовательном пространстве / Макрушина И. В., Еремина Е. А. // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3: Педагогика и психология. – 2019. – № 2 (238). – С. 50-58.
6. Региональные особенности развития туризма в Краснодарском крае : коллективная монография / В. Г. Минченко, Е. Л. Заднепровская, О. В. Шпырня, Т. Н. Поддубная, Т. А. Самсоненко, Т. А. Джум, М. В. Коренева, Е. В. Ползикова, Е. А. Еремина., Д. А. Кружков, А. А. Юрченко, Е. В. Василенко, А. Г. Василиади, И. С. Иванова // Под общ. редакцией В. Г. Минченко. – Краснодар : КГУФКСТ, 2017. – 269 с.

ПРОЕКТ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРА ДЛЯ МОЛОДЁЖИ ПО ТЕРРИТОРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Мухамедова Н.Ш.

Научный руководитель профессор Поддубная Т.Н.

Аннотация. Представлен авторский проект промышленного тура для молодежи по территории Краснодарского края, описана его программа, схема маршрута. Обоснована перспективность территории Краснодарского края для использования в целях развития молодежного туризма промышленной направленности. Сформулирован вывод о значимости промышленных туров как фактора инвестиционной привлекательности региона.

Ключевые слова: промышленный туризм, молодежь, внутренний туризм, Краснодарский край, проект промышленного тура.

Промышленные туры сегодня являются очень популярным видом отдыха во многих странах. Для такой категории потребителей туристских услуг, как молодежь, промышленный туризм выполняет функции расширения общего кругозора, профориентации, рациональной организации свободного времени [3, 4, 6]. В настоящее время промышленный туризм включён в категорию приоритетных направлений развития туризма Краснодарского края, что обусловлено преимущественно мощной промышленной специализацией региона, в которой на протяжении нескольких столетий зарождались традиции и основы агропромышленного комплекса [1, 2, 5]. Поэтому выбор Краснодарского края как объекта проектирования промышленного тура для молодежи объясняется наличием интересных и привлекательных промышленных предприятий, которые являются уникальными ресурсами для развития такого вида туризма.

Опираясь на требования ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги нами разработан проект промышленного тура для молодежи «Все о производстве подсолнечного масла».

Цель тура: формирование знаний о производстве подсолнечного масла у молодежи.

Задачи тура:

- формирование положительного имиджа промышленных предприятий региона у молодежи;
- помощь в выборе будущей профессии;
- продвижение и популяризация развития внутреннего туризма.

Местом проведения предлагаемого тура является Краснодарский край, город Кореновск. По типу передвижения тур автобусно-пешеходный. Преимущественно тур можно реализовывать в период с августа по сентябрь. Программа тура ориентирована преимущественно на молодежную аудиторию (школьников, студентов). Продолжительность тура: 2 дня и 1 ночь. Программой тура предусмотрено посещение заводов по производству подсолнечного масла, полей подсолнечника на территории Краснодарского края. Ниже представлена краткая программа промышленного тура.

1 день: г. Краснодар – г. Кореновск.

07:00 – сбор группы у центрального входа в железнодорожный вокзал. Инструктаж по технике безопасности. Выезд.

10:00 – прибытие в г. Кореновск, заселение в отель «Гараж». Поздний завтрак, выезд на образовательную экскурсию по проращиванию масленичного подсолнечника.

12:00 – прибытие в ст. Сергиевская, Краснодарского края, Кореновского района, в организацию ООО «Золотой колос». Пешеходная экскурсия с главным агрономом по полю цветущего масленичного подсолнечника.

13:30 – посещение растворного узла, наблюдение за приготовлением хим. раствора для последующей десикации подсолнечника.

14:30 – обед: пикник.

15:00 – экскурсия на поле подсолнечника.

17:00 – экскурсия по механизированному току.

19:30 – возвращение в отель. Ужин. Свободное время.

20:00 – посещение ночного клуба «911».

2 день: посещение завода по изготовлению подсолнечного масла.

08:00 – завтрак в отеле.

09:00 – сбор группы, поездка на завод по производству подсолнечного масла ООО «Сахиби» Кубанское подсолнечное масло.

09:30 – экскурсия по заводу, посещение лаборатории, где определяют качество поступающих семян (сорность, влажность, масличность, зараженность вредителями).

10:00 – посещение силоса (хранилища). В одних семена хранятся при определенной температуре. В других – хранится переработанное сырье – жмых.

10:30 – посещение первого этапа производства (семена на данном этапе приходят разрушению кожуры, отделяются семена от ядер).

12:00 – обед в столовой завода с дегустацией масел разного вида отжима и переработки.

13:00 – продолжение экскурсии по заводу, наблюдение за дальнейшим производством масла.

14:00 – посещение музея при заводе по изготовлению подсолнечного масла.

15:00 – посещение экспозиции «Музей масла» в хуторе Бабице – Кореновском.

Принятие участия в фотосессии.

17:00 – прибытие в отель. Ужин. Свободное время.

18:30 – посещение Антикафе «Хорошее время».

20:30 – отбытие в г. Краснодар.

21:30 – прибытие в г. Краснодар.

Схема маршрута:

1 день: г. Краснодар – г. Кореновск – ст. Сергиевская. Маршрут из г. Краснодар в г. Кореновск осуществляется туристическим автобусом Ford Transit. Данный вид транспорта предназначен для осуществления комфортных пассажирских перевозок по международным и туристическим направлениям. Расстояние проезда ~ 110 км. Время в пути 2 часа 50 минут.

2 день: г. Кореновск – г.Тимашевск – хутор Бабице – Кореновский. Расстояние 80 км. Время в пути 1 час 40 минут. Возвращение в г. Краснодар.

В программу тура включены экскурсии по полям выращивания масленичного подсолнечника в ст. Сергиевская, заводу по изготовлению подсолнечного масла, музею при заводе «Музей масла». Общая стоимость предложенного тура составляет 2 700 руб. (по состоянию на 10.01.2023 г.). Изучение спроса на разработанный турпродукт подтвердило относительно высокую востребованность предлагаемого тура среди потенциальных потребителей.

В целом, развитие данного вида туризма в регионе будет содействовать привлечению туристов в регион и повышению его инвестиционной привлекательности.

Литература:

1. Еремина, Е. А. Динамическое пакетирование туров в условиях перехода на цифровую экономику / Е. А. Еремина, Д. М. Джаббарова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ, 2018. – № 1. – С. 117-119.

2. Зубова, В. М. Специфика комплексного обслуживания в сфере организации молодежного досугового отдыха // Тезисы докладов XLVII научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного Федерального округа / Зубова В. М., Кучеренко И. М. // Редколлегия : И. Н. Калинина [и др.]. – Краснодар : КГУФКСТ, 2020. – С. 59.

3. Кружков, Д. А. Становление и развитие самостоятельного туризма в России / Д. А. Кружков, В. О. Немцова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета

физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ, 2016. – № 1. – С. 110-112.

4. Мисриева, Д. Ш. Проблемы развития туризма в Республике Дагестан / Мисриева Д. Ш., Павельев И. Г. // Тезисы докладов XLIV научной конференции студентов и молодых ученых вузов Южного федерального округа. – Краснодар : КГУФКСТ, 2017. – С. 82-83.

5. Развитие культурно-познавательного туризма на территории Северного Кавказа : коллективная монография. – Краснодар : ГУФКСТ, 2019. – 218 с.

6. Хатит, Ф. Р. Тенденции развития сталкер-туризма среди молодежи в контексте современных социокультурных трансформаций / Хатит Ф. Р., Поддубная Т. Н. // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2020. – № 2(259). – С. 131-139.

Аннотация. В данной работе рассматриваются такие вопросы как: понятие «безбарьерный туризм», подходы к формированию безбарьерного туризма. Представлены примеры известных организаций, которые внесли свой вклад в развитие безбарьерного туризма, а также рассмотрены основные направления развития данного вида туризма.

Ключевые слова: безбарьерная среда, доступный туризм, лица с ограниченными физическими возможностями, инвалидность, адаптация.

В настоящее время многие страны ставят в приоритет поддержание и развитие доступности внутреннего и въездного туризма, ориентируясь на равенство и гуманность в реализации досуга. Кроме всего прочего прилагают все средства и усилия для того, чтобы внутренний и въездной туризм становился все более доступным и не отставал от мировых тенденций, в противовес тому как выездной туризм уводит денежные средства граждан из экономики в другую страну и не способствует развитию качества и доступности собственной туристской сферы государства.

Для того, чтобы туризм был массовым, туристы с ограниченными возможностями здоровья могли остановиться в гостинице, воспользоваться туристическими услугами, посетить экскурсии наравне с другими, следует учитывать особенности людей и создать такую среду, где было бы комфортно всем. Массовый туризм может быть обеспечен благодаря такой категории, как доступность. Доступная среда – это окружающая среда, где сведены к минимуму или отсутствуют физические препятствия для людей с ограниченными возможностями. Однако, следует понимать, что доступный туризм предназначен не только для людей с ограниченными физическими возможностями, но и для всех категорий населения, которые по некоторым обстоятельствам не могут или не хотят уезжать с постоянного места жительства.

Независимо от физических, интеллектуальных ограничений, возраста и инвалидности туристическая сфера старается обеспечить доступность для каждого, чтобы люди смогли воспользоваться туристическим продуктом или услугой в полной мере. Стоит сказать, что в настоящее время все больше набирает популярность организация путешествий для маломобильных групп населения. Путешественники с ограниченными возможностями становятся все более значимым сегментом аудитории. Так, по данным Пенсионного фонда и Росстата, в России на 1 февраля 2022 года зарегистрировано 10 миллионов 556 тысяч 63 инвалида. Что составляет 9,03% от всего населения нашей страны. В России, как вещает Росстат, проживает 146 миллионов 171 тысяча 15 человек. А по данным Всемирной организации здравоохранения, более 1 миллиарда людей на планете сегодня живут с инвалидностью [1].

Безбарьерный туризм становится уже не социальной ответственностью, а полноценным бизнесом. Принимать туристов с ограниченными возможностями порой выгоднее, чем обычных гостей, так как маломобильные граждане тратят в 1,5 раза больше и путешествуют в основном по 3-5 человек, поэтому если туристская компания не может принять таких людей, то она теряет не одного потенциального клиента, а целую группу.

Для формирования безбарьерной коммуникации в туризме, конкурентоспособного рынка, эффективного и современного, обеспечивающего большие возможности для удовлетворения потребностей клиентов, повышения занятости и уровень дохода населения, следует:

- продвигать и рекламировать свои туристические услуги внутри страны и зарубежом;
- развивать транспортную сеть, инфраструктуру городов, создать условия для инклюзивного туризма;

- совершенствовать нормативно-правовое регулирование в сфере туризма.

Для развития и обеспечения безбарьерного туризма на всей территории страны в первую очередь необходимо изменение нормативно-правовой базы. Стремительного и устойчивого развития данного туризма можно добиться с помощью государственно-частного партнерства как на федеральном, так и на региональном уровнях.

В России и других странах разрабатываются проекты для людей с ограниченными возможностями, которые помогают упростить и сделать путешествия более доступным и интересным.

К примеру, в Санкт – Петербурге ведет свою работу инклюзивный театр «Дети тишины», показывая визуальный театр, понятный каждому, эстетичный и эмоциональный, здесь разговаривают на языке пластики и жестов. Этот проект был разработан совместно с глухими людьми. Миссия театра – мост между «миром звуков» и «миром тишины» и мир без границ [3].

В последнее время сохраняется тенденция снижения сложности нахождения доступного маршрута у людей с особыми потребностями. Развитие беспрепятственной среды зависит как от собственной инициативы туристических предприятий, так и от деятельности государственных учреждений. Зарубежным примером обеспечения доступной среды для инвалидов может послужить программа «Доступный пляж» в государстве Коста-Рика, предоставляющей выдвижные тротуары и шезлонги, позволяющие смело перемещаться по песку и обеспечивающие доступный и безопасный путь к воде.

Существуют социальные проекты направленные на открытие гастрономии для людей с нарушениями зрения. Концептуально первым таким предприятием является ресторан «DansLeNoir?» принадлежащий Полу Гино в Париже, вслед за которыми появились аналоги по всему в том числе и в России, по франшизе в Санкт-Петербурге.

В отельном бизнесе все чаще можно встретить специально адаптированные номера для лиц с ОВЗ, они больше по площади чем обычные номера, в них есть оборудование, которое помогает людям в коляске принять душ и переместиться на кровать. Такие номера есть в Краснодаре, в следующих отелях: «Конгресс Отель Краснодар», «Отель Хемингуэй», «Hilton Garden Inn Krasnodar», «45 Параллель» и многих других.

Во время путешествия на воздушном транспорте авиакомпании позаботились, чтобы незрячие гости смогли легко ориентироваться в самолете. Салон снабжают шрифтом Брайля, раньше его можно было встретить на «Boeing» зарубежных авиакомпаний, в 2020 году в России выпустили специальные тактильные наклейки для самолетов, а в 2021 оснастили лайнеры «S7» [2].

В век высоких технологий не могли не создать специальный сайт для людей на колясках под названием «Wheelmap.org». Благодаря нему можно найти места, доступные для кресел – каталог по всему миру совершенно бесплатно. Сайт работает по системе светофор. Зеленый значок означает полностью доступное место для кресел-каталог, оранжевый-частично доступное, красное-недоступное. Приложение «Яндекс разговор» может перевести устную речь в текст и обратно, тем самым помогая глухим и слабослышащим общаться со своими друзьями, семьями, знакомыми.

Для незрячих людей тоже существует свое приложение под названием «BeMyEyes», что в переводе означает: «Будь моими глазами». Оно соединяет двух людей с помощью видео чата, где зрячий волонтер поможет решить повседневные проблемы незрячего, к примеру, для описания фотографий, осуществления покупок, определения срока годности покупок или навигация на местности. Такое приложение можно использовать для повседневных потребностей.

Формирование безбарьерной коммуникации в туризме- это результат реализации механизмов, создающих и стимулирующих направления для развития и осуществления лицами с ограниченными возможностями свободного перемещения и проведения досуга в сфере туризма.

Безбарьерный туризм стоит рассматривать как механизм формирования доступной среды (условий) для реализации туристской деятельности и стимулирования путешествий лиц с ограниченными физическими возможностями.

Для эффективного расширения безбарьерного доступа к различным туристическим услугам важно усилить государственную политику, которая будет направлена на создание правовой базы, принятие законов, социальную защиту, обучение квалифицированных сотрудников и совершенствование системы информирования, а также обеспечивающую использование и гарантирующую достойное и безопасное проведение досуга различным слоям населения.

Литература:

1. Зайцева, Н. А. Безбарьерный туризм / Н. А. Зайцева, Д. Б. Шуравина. – М. : КноРус. – 2016. – 176 с.
2. Еремина, Е. А. Ответственное развитие региона как инструмент воспроизводства человеческого капитала / Еремина Е. А., Нехай В. Н. // в сборнике : Физическая культура и спорт. Олимпийское образование : Материалы международной научно-практической конференции / Редколлегия : А. И. Погребной, Е. М. Бердичевская, Г. Б. Горская, Е. А. Еремина, Т. А. Самсоненко. – Краснодар, 2022. – С. 187-189.
3. Киреева, Ю. А. Проблемы развития безбарьерного туризма в России / Ю. А. Киреева // Вестник РМАТ. – 2014. – №. 2. – 41-45 с.
4. Кудрявцева, Е. А. Особенности разработки и предоставления туристских услуг для людей с ограниченными возможностями / Е. А. Кудрявцева // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. – 2019. – № 4. – С. 90-95.

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ
ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Поддячая К.Н.

Научный руководитель доцент Шпырня О.В.

Аннотация. В работе проводятся основные аспекты исследования маркетинговой среды гостиничного предприятия в современных условиях. Обосновывается необходимость постоянного мониторинга внешних и внутренних факторов, оказывающих воздействие на гостиничное предприятие.

Ключевые слова: маркетинговая среда, гостиничное предприятие, внутренняя и внешняя среда, факторы маркетинговой среды, услуги.

Одним из главных теоретических аспектов исследования маркетинговой среды гостиничного предприятия в современных условиях, изучаемых в рамках комплекса маркетинга, является внешнее и внутреннее бизнес-окружение. Исследование маркетинговой среды гостиничного предприятия в современных условиях представляет собой один из основных и самых важных процессов для любого средства размещения. Исследование маркетинговой среды гостиничного предприятия в современных условиях ставит своей задачей мониторинг изменяющихся условий функционирования бизнес-среды, оценивание различных внутренних и внешних факторов, а также установление соответствия между ними, и определение самых насущных проблем в процессе деятельности средства размещения [3].

Маркетинговая среда гостиничного предприятия в современных условиях функционирует в условиях воздействия на нее внешних и внутренних факторов. Указанные внешние и внутренние факторы влияют на способность гостиничного предприятия осуществлять эффективную коммуникацию с потребителями гостиничных услуг.

В процессе развития своей операционной и стратегической деятельности любое гостиничное предприятие находится под непосредственным влиянием разного уровня воздействия хозяйствующих субъектов, имеющих отношение, как к внутренней, так и к внешней среде.

Задача исследования маркетинговой среды гостиничного предприятия в современных условиях заключается в непосредственном получении актуальных и конкретных данных о текущей ситуации на рынке гостиничных услуг[5].

При этом стоит отметить, что наибольшее влияние на деятельность различных средств размещения оказывает именно макросреда, то есть внешние силы, на которые гостиничное предприятие не может прямо влиять. Само гостиничное предприятие и его контрагенты, туроператоры и турагенты, туристы, конкуренты и контактные аудитории функционируют именно в условиях макросреды. Указанные условия макросреды гостиничного предприятия представляют собой факторами, за которыми любое средство размещения должно следить в первую очередь [1].

Соответственно, основной задачей отдела маркетинга любого гостиничного предприятия является поддержка и постоянное улучшение имиджа гостиницы в глазах внешнего и внутреннего окружения посредством использования всех инструментов комплекса маркетинговых коммуникаций [2].

На основании приведенных выше фактов можно сделать вывод о том, что посредством данных, полученных в ходе исследования маркетинговой среды гостиничного предприятия в современных условиях, очень важно правильно определить актуальные рыночные тренды, позволяющие отелю эффективно функционировать на рынке гостиничных услуг в условиях жесткой конкуренции.

Литература:

1. Заднепровская, Е. Л. Современные особенности инновационных стратегий развития предприятий гостиничного бизнеса / Заднепровская Е. Л., Поддубная Т. Н., Панина Е. А., Джум Т. А. // Новые технологии. – Краснодар, 2022. – Т. 18, № 1. – С. 106-114.
2. Ползикова, Е. В. Специфика планирования ассортимента продукции гостиничного предприятия / Е. В. Ползикова, Е. А. Еремина, Ж. Воробьева // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: материалы научно-практической конференции. Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики. – 2019. – С. 699-703.
3. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма : учебное пособие / О. В. Шпырня. – Краснодар : КГУФКСТ, 2012. – 360 с.
4. Шпырня, О. В. Тенденции развития комплекса маркетинговых коммуникаций туристских предприятий в Интернете / О. В. Шпырня, В. Н. Печеницина // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 138-141.
5. Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии : учебник / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 120 с.

УДК: 640.4

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Прасолова А.С.

Научный руководитель доцент Заднепровская Е.Л.

Аннотация. В данной статье проанализирована динамика роста численности гостиниц в Российской Федерации, дана оценка количеству проклассифицированных средств размещения в Краснодарском крае, перечислены основные тенденции развития рынка гостиничных услуг Краснодарского края в современных экономических условиях.

Ключевые слова: международная деловая переписка, части делового письма, оформление, предприятия размещения, Краснодарский край.

Рынок гостиничных услуг Краснодарского края является одним из наиболее привлекательных и динамично развивающихся российских рынков, на котором постоянно используются новые технологии обслуживания клиентов, формируются новые программы лояльности, привлекаются дополнительные услуги. Активный рост числа субъектов рынка гостиничных услуг, усиление конкуренции в современных экономических условиях приводят к разработке и использованию новых способов выживания предприятия в конкурентной среде [1, 3, 4]. Перечисленные способы выживания предприятий формируют новые тенденции в развитии гостиничной отрасли края, что и определило актуальность данного исследования.

Проведенный анализ российского рынка предприятий размещения свидетельствует (таблица 1) об активном его развитии до 2019 года. Состояние рынка предприятий размещения до 2019 г. свидетельствует о наличии серьезного потенциала, что должно было способствовать развитию стабильной экономической системы индустрии размещения внутри нашей страны.

Таблица 1– Численность гостиниц и аналогичных средств размещения, РФ, 2017-2021 гг. (тыс.)

Параметр	2017	2018	2019	2020	2021
Численность гостиниц, тыс.	18,75	21,30	21,31	20,41	20,64
Динамика (% к предыдущему году)	-	13,6	0,05	- 4,2	1,1

*Данные Росстат

В 2020 г. наблюдаем уменьшение количества предприятий размещения на 4,2% (с 21,3 до 20,4 тыс. гостиниц), что объясняется пандемией коронавируса, нанесшей ущерб многим отраслям экономики. Необходимо отметить, что уменьшению количества гостиниц (хостелов) способствовало реализация запрета на использование жилых помещений в многоквартирных домах для оказания услуг размещения (с 1 октября 2019 г.).

Наш регион известен большим числом разнообразных предприятий размещения, имеющих разное количество категорийных звезд [1, 2]. Количество проклассифицированных средств размещения в Краснодарском крае на 01.01.2022 г. представлено в таблице 2.

Как видим, на 01.01.2022 г. количество гостиниц 5 звезд в регионе составляет 45 объектов, 4 звезды – 219 объектов, 3 звезды – 662 объекта, 2 звезды – 295 объектов, 1 звезда – 90 объектов.

Поскольку рынок гостиничных услуг в Краснодарском крае активно развивается, ему свойственны такие тенденции дальнейшего развития, как:

- 1) Участие предприятий размещения в процессах глобализации.
- 2) Положительная динамика развития рынка услуг предприятий размещения.
- 3) Увеличение объемов продаж предприятий размещения.

- 4) Уменьшение продолжительности размещения в днях гостей в средствах размещения.
- 5) Активное использование инновационных технологий.

Таблица 2 – Количество проклассифицированных средств размещения в Краснодарском крае на 01.01.2022 г. (составлено автором)

Наименование МО	1 звезда	2 звезды	3 звезды	4 звезды	5 звезд	без звезд	итого
Анапа	17	55	171	41	5	278	567
Геленджик	8	35	83	19	5	211	361
Горячий Ключ	0	2	7	3	0	22	34
Ейский район	3	13	7	0	0	46	69
Краснодар	2	16	62	28	4	76	188
Сочи	40	111	238	107	28	413	937
Туапсинский район	11	23	34	12	1	145	226
Итого по краю:	90	295	662	219	45	1603	2914*

*Источник: данные Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края

Таким образом, тщательное изучение тенденций развития рынка гостиничных услуг в Краснодарском крае, учет их в хозяйствовании предприятий, будет способствовать более эффективному функционированию в современных экономических условиях.

Литература:

1. Джум, Т. А. Основы формирования и развития конкурентного преимущества предприятий сферы услуг / Т. А. Джум, Е. Л. Заднепровская // Материалы международной научно-практической конференции. Актуальные проблемы правового, экономического и социально-экономического знания: наука и практика. – Донецк : ООО «Цифровая типография», 2017. – С.85-89.
2. Джум, Т. А. Ресторанный бизнес в условиях новой парадигмы / Т. А. Джум, Т. Н. Поддубная, Е. Л. Заднепровская // Экономика устойчивого развития. – 2021. – № 4 (48). – С. 43-47.
3. Дмитриева, Н. В. Гостиничный менеджмент : учебное пособие / Н. В. Дмитриева, Н. А. Зайцева, С. В. Огнева, Р. Н. Ушаков. – М. : Альфа-М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 352 с.
4. Заднепровская, Е. Л. Анализ предпринимательской активности на рынке гостиничных услуг / Е. Л. Заднепровская, Е. В. Ползикова, Т. А. Джум, А. В. Казалиева // Финансовая экономика. – М. : Некоммерческий фонд содействия развитию экономической науки и образования «Экономика». – 2019. – № 4. – С. 615-620.

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ РАЗМЕЩЕНИЯ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Рябцева А.А.

Научный руководитель доцент Заднепровская Е.Л.

Аннотация. В данной работе рассматриваются вопросы формирования конкурентных преимуществ предприятий размещения на основе инновационной стратегии развития отрасли в целом. Выделены основные инновационные тренды, которые становятся конкурентными преимуществами гостиниц.

Ключевые слова: инновационная стратегия, конкурентные преимущества, предприятия размещения, туризм, гостиница.

Уровень конкурентоспособности предприятия размещения зависит от разнообразных факторов: месторасположение, размер отеля, количество номеров, виды номерного фонда, количество звезд, технологическая обеспеченность, наличие инноваций, стоимость номера, его оснащение, квалифицированность персонала, наличие интересных мест посещения рядом с гостиницей и др. Однако, для настоящего успеха, для высокой эффективности деятельности предприятию размещения необходимы уникальные идеи, используемые в бизнесе, поскольку именно инновации и технологии определяют место на конкурентном рынке, что и определило актуальность темы данного исследования.

Инновационные тенденции развития предприятий размещения связаны со спектром ряда задач: усиление конкурентных преимуществ; создание постоянной клиентской базы; обновление маркетинговой программы и т.д.

Профессиональное бизнес-планирование и грамотное использование имеющихся ресурсов (материальных, кадровых, финансовых) позволяет предприятию разработать эффективную инновационную стратегию производственно-хозяйственной деятельности и, как следствие, привести к желаемым результатам [2,3].

Анализ динамики численности размещенных лиц в коллективных средствах размещения показал, что в период 2020-2021 гг. наблюдалось падение клиентского потока (рисунок 1), что, объясняется ограничительными мерами в период пандемии.

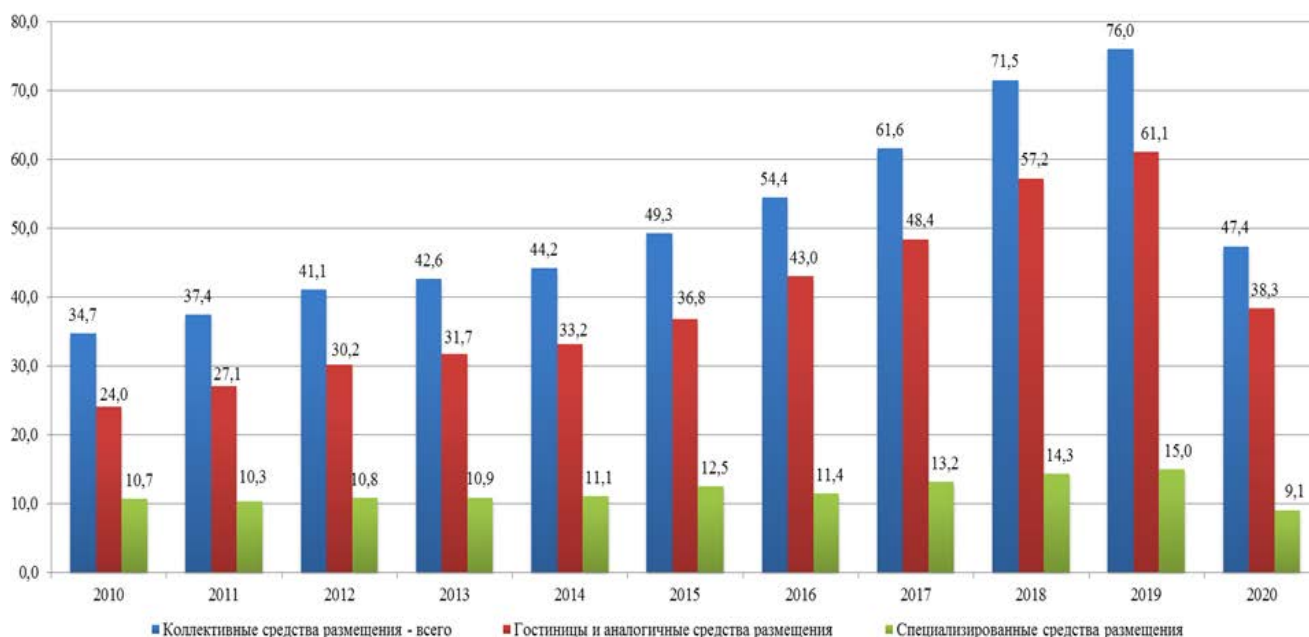


Рисунок 1—Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения (данные Росстат)

Отметим, что в российской гостиничной практике мы наблюдаем активное использование современных информационных технологий, которые разделим на две категории:

– информационные технологии, связанные с оптимизацией внутренних хозяйственных процессов предприятия размещения: система управления внутренними службами отеля (Back-office); технология LED-оповещения; системы централизованного управления, автоматизирующие участки деятельности предприятия размещения: бронирование номеров, управление гостиничным номерным фондом; веб-мониторинг;

– технологии, используемые для удовлетворения потребностей клиентов: система «умный дом»; системы бронирования; панель аудио-, видеоразъемов (Connectivity Panel); CRM-система; система приема цифровых заказов от гостя и пр. [5].

Кроме того, выделим ряд следующих инновационных трендов, которые становятся конкурентными преимуществами гостиниц: трансформация холлов гостиниц в коворкинги; открытие дверей номеров с помощью приложений для телефона; использование роботов для уборки номеров; установка регуляторов освещения; предоставление услуг медитации; обустройство «зеленых этажей»; переход в режим пет-френдли и т.д. [1,4].

Таким образом, реализация конкурентных преимуществ предприятий гостеприимства невозможна без использования грамотно разработанной инновационной стратегии на основе изучения современных трендов развития отрасли туризма.

Литература:

1. Джум, Т. А. Основы формирования и развития конкурентного преимущества предприятий сферы услуг / Т. А. Джум, Е. Л. Заднепровская // Материалы международной научно-практической конференции : Актуальные проблемы правового, экономического и социально-экономического знания: наука и практика. – Донецк : ООО «Цифровая типография», 2017. – С.85-89.

2. Джум, Т. А. Ресторанный бизнес в условиях новой парадигмы / Т. А. Джум, Т. Н. Поддубная, Е. Л. Заднепровская // Экономика устойчивого развития. – 2021. – № 4 (48). – С. 43-47.

3. Дмитриева, Н.В. Гостиничный менеджмент : учебное пособие / Н. В. Дмитриева, Н. А. Зайцева, С. В. Огнева, Р. Н. Ушаков. – М. : Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 352 с.

4. Заднепровская, Е. Л. Анализ предпринимательской активности на рынке гостиничных услуг / Е. Л. Заднепровская, Е. В. Ползикова, Т. А. Джум, А. В. Казалиева // Финансовая экономика. – М. : Некоммерческий фонд содействия развитию экономической науки и образования «Экономика». – 2019. – № 4. – С. 615-620.

5. Заднепровская, Е. Л. Основные направления развития цифровизации в российском туризме / Е. Л. Заднепровская, Т. Н. Поддубная // Цифровизация экономики и общества: проблемы, перспективы, безопасность: материалы III международной научно-практической конференции. – Донецк : Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донбасская юридическая академия». – 2021. – С. 49-53.

**АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ СЕРВИСА КАК СОСТАВЛЯЮЩЕЙ
ЧАСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ**

Скобелева Ж.П.

Научный руководитель доцент Шпырня О.В.

Аннотация. В данной работе проведён анализ теоретических аспектов сервиса как составляющей части маркетинговой политики санаторно-курортного предприятия и постоянного совершенствования уровня обслуживания гостей.

Ключевые слова: сервис, маркетинг, маркетинговая политика, индустрия туризма, санаторно-курортная сфера.

Санаторно-курортная сфера является одной из крупнейших отраслей в мире, и, несмотря на недавние события, которые усложнили условия ее функционирования, отрасль продолжает расти. Санаторно-курортная сфера представляет собой одну из крупнейших отраслей индустрии гостеприимства, которая завоевывает все большую значимость на рынке туристских услуг. Санаторно-курортная сфера и связанный с ней сервис обусловлены перемещением людей из места постоянного проживания в туристскую дестинацию с целью не только отдыха и рекреации, но и получения лечебных и лечебно-оздоровительных услуг, которые им необходимы для полноценной жизнедеятельности [4].

Рынок санаторно-курортных услуг и связанного с ним сервиса состоит из многочисленных и разнообразных по своему профилю санаторно-курортных учреждений, туристских фирм (туроператоров и туристских агентств), средств размещения, транспортных организаций, имеющих целью осуществление восстановительного лечения, организацию оздоровления организма человека.

Санаторно-курортные учреждения являются лечебно-профилактическими учреждениями, предназначенными для оказания санитарно-курортной помощи – разновидности помощи, оказываемой населению медицинским персоналом с использованием природных целительных факторов в сочетании с искусственными физическими факторами, лечебной физкультурой, диетическим питанием и прочими методами в условиях рационального режима исцеления и отдыха [3].

В переводе с английского сервис подразумевает обслуживание, а именно предоставление различных услуг по обслуживанию туриста (гостя или пациента). Сервис как составляющая часть маркетинговой политики санаторно-курортного предприятия ориентирован, прежде всего, на предоставление санаторно-курортных услуг. Санаторно-курортная услуга представляет собой определенный результат деятельности предприятий санаторно-курортной сферы по удовлетворению потребностей гостей в лечении и оздоровлении. Работа предприятий санаторно-курортной сферы заключается в организации и осуществлении лечебного и лечебно-оздоровительного обслуживания гостей, а также в оказании дополнительных услуг. Услуги предприятий санаторно-курортной сферы обладают достаточно специфическими характеристиками, и их обязаны оказывать сотрудники, имеющие соответствующее образование и уровень квалификации [1]. Одной из главных задач сервиса как составляющей части маркетинговой политики санаторно-курортного предприятия является постоянное совершенствование уровня обслуживания гостей, в том числе и лечебного. Высокая культура сервиса как составляющей части маркетинговой политики санаторно-курортного предприятия обеспечивает конкурентоспособность предприятия на рынке санаторно-курортных услуг.

Применительно к сервису как составляющей части маркетинговой политики санаторно-курортного предприятия можно сказать, что это определенная сфера хозяйствования на конкретном рынке санаторно-курортных услуг, провозглашающая ориентацию производства на удовлетворение потребностей конкретных потребителей [5]. Сервис как

составляющая часть маркетинговой политики санаторно-курортного предприятия подразумевает деятельность по планированию и осуществлению процесса обслуживания гостей в ходе их отдыха и лечения.

Литература:

1. Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме : учебное пособие / Н. А. Зайцева. – 3-е изд., доп. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. – 366 с.
2. Кучеренко, И. М. Совершенствование системы управления рисками и интеграционные лечебно-оздоровительные возможности санаторно-курортного отдыха в России и за рубежом / Кучеренко И. М., Шпырня О. В., Ползикова Е. В. // Экономика и предпринимательство. – Москва, 2021. – № 10 (135). – С. 1061-1065.
3. Региональные особенности развития туризма в Краснодарском крае : коллективная монография / В. Г. Минченко, Е. Л. Заднепровская, О. В. Шпырня [и др.] ; под общ. ред. В. Г. Минченко ; Куб. гос. ун-т физ. культуры, спорта и туризма . – Краснодар : КГУФКСТ : Экоинвест, 2017. – 289 с.
4. Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии : учебное пособие для СПО / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; отв. ред. В. П. Нехорошков. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2020. – 205 с.
5. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма : учебное пособие / О. В. Шпырня. – Краснодар : КГУФКСТ, 2012. – 159 с.

УДК: 338.48

ОПТИМИЗАЦИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ НА ПРИМЕРЕ

ООО «Кактус Тревелл»

Смолин А.А.

Научный руководитель доцент Заднепровская Е.Л.

Аннотация. Проанализирована ассортиментная политика компании ООО «Кактус Тревелл» в современных геополитических условиях, даны рекомендации по оптимизации услуг туристского предприятия.

Ключевые слова: туристская индустрия, ассортиментная политика, геополитика, услуги, виды туризма.

В современном мире объем предоставляемых туристских услуг стремительно растет, что объясняется активными изменениями в структуре туристского спроса и предложения. В условиях функционирования современного туристского рынка роль и место ассортиментной политики туристского предприятия резко возрастает [1, 3].

Одним из важнейших факторов получения максимальной прибыли при ведении бизнеса в туристской сфере является грамотное управление ассортиментной политикой предприятия. В современных геополитических условиях, а также в условиях жесткой конкуренции туристским предприятиям, в том числе, ООО «Кактус Тревелл», сложно сохранять стабильность деятельности, поэтому крайне важно грамотно осуществлять анализ бизнес-процессов, применять новые методы привлечения и удержания клиентов, что и определило актуальность данного исследования [2].

В целях проведения анализа ассортиментной политики компании ООО «Кактус Тревелл» были проведены ABC-анализы, построены матрицы ВКГ, и проведено маркетинговое исследование посредством анкетирования. В результате анализов, было выявлено:

– наибольшую прибыль предприятию приносят направления поездок: Тайланд, Турция, ОАЭ, Вьетнам, Краснодарский край, Республика Крым, г. Москва, Республика Адыгея;

– наименьшую прибыль компании приносят направления поездок: Греция, Испания, Италия, Республики Татарстан и Башкирия;

– в современных геополитических условиях внутренний туризм пользуется высоким спросом у клиентов, вследствие чего, автором было предложено расширить ассортимент внутренних направлений поездок;

– на основании проведенного анкетирования (100 человек), наиболее предпочтительными направлениями внутреннего туризма оказались: детские туры по России, молодежные туры по России, инклюзивные туры по Краснодарскому краю (таблица 1);

Таблица 1 – Результаты анкетирования клиентов ООО «Кактус Тревелл» (составлена автором)

Виды туризма	Кол-во проголосовавших, чел.
Молодежные туры по Краснодарскому краю	41
Молодежные туры по России	55
Семейные туры по Краснодарскому краю	25
Семейные туры по России	38
Туры для пожилых людей по Краснодарскому краю	44
Туры для пожилых людей по России	51
Детские туры по Краснодарскому краю	44
Детские туры по России	57
Инклюзивные туры по Краснодарскому краю	64
Детские инклюзивные туры по России	51

– для увеличения прибыли, автором были предложены ряд дополнительных услуг: продажа авиа и ж/д билетов, аренда автомобилей, яхт, вертолетов и т.д., продажа билетов на концерты, шоу, трансфер в аэропорт, а так же личный переводчик, гид.

Также, стоит отметить, что по результатам исследования было выявлено, что наиболее выгодным партнером в реализации вышеуказанных внутренних направлений туризма являются туристские компании TezTour и Sunmar.

Таким образом, оптимизация ассортиментной политики предприятия индустрии туризма, на примере ООО «Кактус Тревел», позволит привлечь дополнительный поток клиентов, увеличить объем продаж туристских услуг и увеличить прибыль в сложных современных экономических и геополитических условиях.

Литература:

1. Заднепровская, Е. Л. Конкурентоспособность Краснодарского края на рынке туристического бизнеса / Е. Л. Заднепровская, О. Н. Бянкина // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий: материалы III международной научно-практической конференции. – Донецк : ДАУГС, 2019. – С. 31-32.

2. Коренева, М. В. Привлечение туристов в Сочинский район на основе разработки и реализации программ событийных туров / М. В. Коренева, Е. В. Ползикова, Е. Л. Заднепровская // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: материалы научно-практической конференции. – Донецк : ДАУГС, 2018. –С. 436-441.

3. Овчаренко, Л. А. Стратегический подход к управлению развитием внутреннего и въездного туризма в контексте современных вызовов / Л. А. Овчаренко, Е. Л. Заднепровская // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий: материалы IV международной научно-практической конференции. – Донецк : ДАУГС, 2020. – С. 82-84.

ОСОБЕННОСТИ ЭТИКЕТА ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ ЕВРОПЕЙСКИХ И АЗИАТСКИХ СТРАН

Сорока В.М.

Научный руководитель доцент Ползикова Е.В.

Аннотация. Рассматривается этикет деловых переговоров в странах Европы и Азии, значимость осведомленности об особенностях этикета страны-партнера для успешного ведения деловых встреч.

Ключевые слова: этикет, деловые переговоры, европейские страны, азиатские страны.

В настоящее время осуществляется повышение уровня международных контактов во всех сферах. Каждая страна уникальна. В разных странах свои обычаи, традиции, законы, культура, язык, менталитет, этикет и т.д. Поэтому при общении с людьми из разных стран необходимо знать особенности этикета, чтобы не показать себя в плохом свете для собеседника. А в деловой сфере при ведении переговоров с иностранными партнерами требуется особое внимание к национальным особенностям, так как от этого может зависеть подписание какого-либо выгодного контракта или даже имидж компании, в которой вы работаете.

Рассмотрим этикет в европейских странах на примере этикета во Франции, а в азиатских на примере Китая.

Французский этикет считается самым «строгим» из всех европейских стран, особенно это находит отражение в деловом стиле. Франция известна во всем мире, как страна моды, красоты и роскоши, но в деловой среде французы достаточно консервативны. На работу они одеваются в классическом стиле без каких-либо лишних и отвлекающих аксессуаров. Одежда должна выглядеть модно, стильно, но при этом просто и элегантно. На деловой встрече невозможно встретить француза, одетого в футболку, джинсы или в кроссовках. Такие вещи во французском этикете приемлемы только для прогулок в парке или в качестве домашней одежды.

При общении коллег не стоит называть по имени. Для обращения необходимо использовать такие слова, как «мадам» и «месье». Популярное у многих «мадмуазель» сейчас не пользуется популярностью и его употребление не совсем корректно [5].

Во многих компаниях принято решать какие-то вопросы по телефону. Так вот во Франции это категорически не принято. Все дела нужно вести при личной встрече. Также удивительной особенностью делового этикета во Франции является то, что французы предпочитают решать все вопросы исключительно на французском языке, даже при отличном владении иностранными языками [4].

Во Франции большое значение имеет иерархия в компании, для того, чтобы знать лиц, которые в итоге будут принимать окончательное решение. Поэтому при первой встрече необходимо вручить визитку с указанием не только фамилии, имени и компании, но также и должности.

На деловом обеде не стоит наливать самому себе вино, а также класть руки на колени. Запястья рук должны всегда находиться на столе, так как человеку, который прячет руки французы не доверяют. Не стоит накладывать себе вторую порцию одного и того же блюда.

Перейдем к особенностям делового этикета в Китае. В китайском обществе к людям принято обращаться со слов «господин» или «госпожа» и далее назвать фамилию человека. В Китае не приветствуются телесные контакты любого вида: объятия, поцелуи и даже прикосновения. Особое отношение в культуре к женщинам. С ними в не должно быть никакого контакта. Например, мужчинам не стоит уступать даме место, открывать ей дверь или пододвигать стул. В китайской культуре не особо выражают различные эмоции.

Китайцы при ведении переговоров всегда достаточно сдержаны и серьезны, на их лице довольно-таки сложно увидеть улыбку [2].

Главным критерием выбора одежды на деловую встречу в Китае является скромность. Поэтому они предпочитают классический стиль одежды. А яркий, экстравагантный стиль вызовет у китайских партнеров только усмешку [3].

В Китае деловые отношения носят сугубо формальный характер, исключая приглашение деловых партнеров в ресторан, театр, а тем более к себе домой. В китайской культуре особо ценится уважение к старшим, и неважно в чем человек вас старше (возраст, звание, положение). Если человек старше по какому-либо признаку, то ни в коем случае не стоит относиться к нему невежественно: спорить, перебивать, оскорблять. Данные действия будут являться не столько нарушением этикета, а сколько нарушением национальных традиций Китая [1].

Таким образом, при рассмотрении этикета двух разных стран можно сделать вывод, что в этикете этих стран есть как различия, так и некие сходства. Например, в обеих странах в одежде превалирует консервативный, классический стиль. Различия заключаются при налаживании личных контактов, если во Франции позвать партнера в ресторан или к себе домой является нормальным, то в Китае – это не принято, так как есть четкое разграничение работы и личной жизни. Поэтому при деловых встречах с иностранными партнерами лучше всего ознакомиться с культурными особенностями страны, гражданами которой являются партнеры или страны, в которой базируется компания, с которой ведутся переговоры.

Литература:

1. Белозерцева, Я. И. Деловой этикет в Китае / Я. И. Белозерцева // Языки. Культуры. Перевод. – 2015. – № 1. – С. 327-333.
2. Буров, В. Г. Китай и китайцы глазами российского ученого / В. Г. Буров. – М. : ГАММА, 2000. – 316 с.
3. Деловая культура Китая. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rusexporter.ru/business-etiquette/407/?ysclid=lcqhko5n81531091006> (дата обращения 10.01.2023).
4. Ползикова, Е. В. Этика и этикет : курс лекций / Е. В. Ползикова, В. Г. Минченко. – Краснодар, 2018. – 65 с.
5. Юрченко, А. А. Страноведение. Ч.1 – Зарубежная Европа. Австралия : учебное пособие / А. А. Юрченко, Л. И. Демидова. – Краснодар : КГУФКСТ, 2017. – 11 с.

**КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ АРХИТЕКТУРНОГО МУЗЕЯ-ЗАПОВЕДНИКА
«СТАРАЯ САРЕПТА»**

Сорока В.М.

Научный руководитель доцент Юрченко А.А.

Аннотация. Материал содержит краткую историю Сарепты. Рассматривается культурное наследие музея «Старая Сарепта», которое влияет на развитие этнографического туризма и привлечение туристов в Волгоградскую область.

Ключевые слова: музей, Сарепта, Волгоград, немецкие поселенцы, туризм, достопримечательности.

В Красноармейском районе города Волгоград находится один из самых удивительных памятников культуры России – это музей-заповедник «Старая Сарепта», которому исполнилось 258 лет.

В 1765 году Екатерина II издала манифест «Об генеральном размежевании земель...». Тем самым она объявила земли на Волге свободными к заселению. В том же году первые пять колонистов из Гернгута (Саксония) прибыли на берег реки Сарпа и основали колонию под названием «Сарепта». Изначально там не было ничего кроме степей и кочевников, но поселенцам удалось с нуля построить целый развитый город.

Немцы в Сарепте активно развивали промышленность. Они делали: вино, масло, лекарства, а также горчицу. Именно в Сарепте появился первый горчичный завод в стране.

В годы ВОВ жители Сарепты были депортированы, либо отправлены за Урал. Только в 70-е годы уже потомкам, рожденным за Уралом, удалось вернуться. Но Сарепта перестала существовать, на ее месте возник Красноармейский район Волгограда. Как культурную ценность удалось сохранить центральную площадь – Площадь Свободы (ранее Церковная) и расположенными вокруг неё отреставрированными сооружениями, такими как кирха (1772 г.), Административное здание (18 в., жили холостые мужчины и незамужние женщины), Дом Сарептского общества, Вдовый дом, производственные помещения (производили вино, масло, пекли хлеб и т.д.) [1,2,3].

По территории музея-заповедника «Старая Сарепта» организуются экскурсии с включением в программу прослушивание органной музыки в старой кирхе, узнают историю о гернгутерах и их вкладе в развитие региона. Экскурсанты также осматривают памятник архитектуры «Торговая лавка Гольдбаха» (1774 г.), дом богатого немецкого колониста с подземельями, дом известного российского ботаника и энтомолога «Дом Беккера» (1825 г.), дом А. Риттера (1773 г.) – садовода и табаководы, пивоваренный завод Г.О. Краутвурста (нач. 20 в.) и др. При музее также есть Немецкая библиотека, с различными носителями информации. В 2004 году город-побратим Кёльн подарил скульптуру «Равновесия и согласия Эквилибрио».

В составе музейно-архитектурного комплекса особо выделяется немецкая кирха – старейшая действующая лютеранская церковь в России. Кирха была построена для приобщения жителей к христианству. В ней установлен единственный во всей Волгоградской области орган с живым звуком.

В музее как самостоятельно, так и в рамках экскурсии можно изучить: историю колонии, промышленность, сельское хозяйство Сарепты. Также возможно посетить музей российской горчицы, в котором можно посмотреть, как создавали горчицу и горчичное масло в прошлые века, а также самому попробовать приготовить уникальную сарептенскую горчицу.

Таким образом, «Старая Сарепта» – кусочек немецкой культуры XVIII-XIX веков в самом центре России. Это дает всем желающим окунуться в атмосферу тех времен и изучить особенности быта данного народа. Можно сказать, что, не выезжая за пределы России, можно изучить немецкую культуру.

Литература:

1. Заднепровская, Е. Л. Городской туризм как способ привлечения туристов к культурному наследию и истории г. Краснодара / Е. Л. Заднепровская, Е. В. Ползикова // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – Краснодар : КГУФКСТ. – 2017. – Т. 1. – С. 94-98.
2. Поддубная, Т. Н. Требования к разработке культурно-познавательной экскурсии для учащихся старших классов / Т. Н. Поддубная // Теория и практика олимпийского образования: традиции и инновации в спорте, туризме и социальной сфере: материалы V Международной науч.-практ. конференции, посвященной 30-летию Олимпийской академии Юга (25-26 сентября 2019 г.). – Краснодар, 2019. – С. 204-207
3. Рагер, Ю. Б. История национальных отношений: немцы-колонисты на Кубани / Ю. Б. Рагер // Вестник Калмыцкого университета. – 2018. – № 2 (38). – С. 35-41

УДК: 338.48

ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ ДЛЯ СЕМЕЙНОЙ АУДИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Сохина А.В.

Научный руководитель доцент Заднепровская Е.Л.

Аннотация. В данной работе рассматриваются тенденции развития гостиничной отрасли, аспекты привлекательности для инвесторов, а также проблемы эффективности деятельности предприятий размещения в современных геополитических условиях ведения бизнеса.

Ключевые слова: предприятия размещения, эффективность деятельности, гостиничный бизнес, экскурсионная деятельность, культура, история.

Культурно-исторический туризм является одним из самых массовых и популярных видов туризма, его основной целью является изучение социокультурного потенциала отдельной территории. Историко-культурный туризм играет важную роль в формировании и развитии туристических городов. Экскурсии культурно-исторической направленности для семейной аудитории дают возможность ознакомиться с культурой, обычаями и традициями предыдущих поколений, способствуют воспитанию толерантности и уважения к историческому наследию, укреплению семейных ценностей и традиций, что и определило актуальность данного исследования.

Семейный туризм, как правило, представляет собой временно-совместное путешествие семьи (с детьми или без), а также нескольких групп из семей в место, отличающегося от места постоянного пребывания. Главной особенностью данного вида туризма является проведение совместного семейного досуга.

Краснодарский край насыщен своей колоритной историей, объектами историко-культурного наследия, спортивного и развлекательного характера. Статистические данные, представленные в таблице 1 свидетельствуют о значительном историко-культурном потенциале Краснодарского края.

Таблица 1 – Основные показатели культуры по Краснодарскому краю
(данные Краснодарстат)

	2010	2015	2018	2019	2020	2021
Число профессиональных театров, единиц	5	5	5	7	7	7
Численность зрителей, тыс. человек	451	572	536	563	146	222
Число спектаклей, проведенных театрами, единиц	1346	1443	1419	1495	368	1309
Число музеев, единиц	59	61	61	61	61	63
Число посещений музеев, тыс. человек	2201	2211	2700	2849	1080	2025
Организации культурно-досугового типа, единиц	1142	1095	1088	1086	1087	1086
Число библиотек, единиц	1109	846	818	820	1045	1045

Как видим, по итогам 2021 года в крае функционировало 7 профессиональных театров, 63 музея, 1086 организаций культурно-досугового типа. Кроме того, для семейного культурного отдыха в крае имеется большое количество соответствующих парков: Сочи Парк (пос. Сириус), Skypark (г. Сочи), Олимпийский Парк (Имеретинская низменность), Парк Краснодар (г. Краснодар), Парк Победы (г. Краснодар), Парк Олимп (г. Геленджик), Планета динозавров (село Архипо-Осиповка) и т.д.

Семейный туризм активно развивается и имеет значимую социальную и воспитательную роль, а также решает следующие задачи:

- способствует сплоченности семьи и установлению эмоционального контакта, взаимопониманию, сотрудничеству между родителями и детьми, коррекции детско-родительских отношений, реализации семейных ценностей;

- реализует потребность в отдыхе и физической активности. Особенно это касается спортивных видов семейного туризма;

- ориентирует на здоровый, активный образ жизни и освоение технологий, обеспечивающих сохранение здорового состояния человека;

- способствует активной социализации детей, многие виды семейного туризма являются командными, совместная работа, сотрудничество, взаимодействие в команде создают естественные условия для приобретения социального опыта у детей;

- укрепляет и дополняет знания истории, культуры, традиций местности и др.

Таким образом, Краснодарский край обладает высоким туристским потенциалом для развития экскурсионной деятельности историко-культурной направленности для семейной аудитории.

Литература:

1. Заднепровская, Е. Л. Конкурентоспособность Краснодарского края на рынке туристического бизнеса / Е. Л. Заднепровская, О. Н. Бянкина // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий : материалы III международной научно-практической конференции. – Донецк : ДАУГС, 2019. – С. 31-32.

2. Овчаренко, Л. А. Стратегический подход к управлению развитием внутреннего и въездного туризма в контексте современных вызовов / Л. А. Овчаренко, Е. Л. Заднепровская // Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий: материалы IV международной научно-практической конференции. – Донецк : ДАУГС, 2020. – С. 82-84.

3. Развитие культурно-познавательного туризма на территории Северного Кавказа : коллективная монография / Т. Н. Поддубная, А. А. Юрченко, М. В. Коренева, В. Г. Минченко, Е. Л. Заднепровская, Д. А. Кружков, Е. А. Еремина, О. В. Шпырня, Е. В. Ползикова, И. В. Макрушина, И. М. Кучеренко, Е. В. Василенко. – Краснодар : КГУФКСТ, 2019. – 218 с.

4. Поддубная, Т. Н. Туристско-рекреационное ресурсоведение : курс лекций / Т. Н. Поддубная, В. Г. Минченко, Е. Л. Заднепровская. – Краснодар : КГУФКСТ, 2021. – 188 с.

Аннотация. В данной работе рассматривается понятие клиентоориентированность, а также важность понимания и употребления данного термина. Рассмотрены принципы клиентоориентированности в жизни.

Ключевые слова: клиентоориентированность, потребитель, турбизнес, философия, турфирма.

Любая организация в сфере туризма будет успешна только в том случае, если она умеет ориентироваться на потребителя. Понимание и удовлетворение потребностей клиента – является залогом стабильности и роста турфирмы. Ведь если фирма смогла удовлетворить все, или большую часть нужд покупателя, то она сможет его удержать и сохранить в своей клиентской базе.

Целью турфирм является эмоциональный отклик у клиентов, именно поэтому они должны следить не только за тем какой продукт они продают, но и как они это делают. Например, знает ли менеджер правила этикета при разговоре с клиентом по телефону, или приветливы ли сотрудники, их готовность и желание помочь клиенту [5].

При изучении клиентоориентированности в турбизнесе, можно представить, что это – некая философия, без которой турбизнес не сможет нормально существовать.

Давайте рассмотрим, кто такой клиентоориентированный сотрудник. Если рассматривать его внутренние качества, то такой человек должен быть позитивным, ответственным, уметь признавать свои ошибки, хотеть понять клиента, общительным, должен внушать доверие. Сотрудник должен следовать интересам клиента как своим. Речь должна быть понятна, грамотна, доходчива и сдержана. Так же работник должен понимать психологию потребителей и подстраиваться под каждого исходя из особенностей клиента [3,6].

Клиентоориентированность – это в первую очередь желание помочь найти клиенту то, что он хочет. Для этого нужно иметь терпение и вежливость. Человек, претендующий на работу в турбизнесе обязательно должен иметь такое качество как желание помогать людям. К сожалению, если такого качества нет, то ему практически невозможно научиться. Поэтому на этапе отбора сотрудников очень важно распознать такое качество.

Исходя из этого можно выделить несколько важных аспектов клиентоориентированного персонала, это:

- активность при общении с клиентом;
- вежливость по отношению к клиенту;
- готовность помочь клиенту;
- индивидуальный подход к клиенту [1].

Конечно, не все зависит только от одних сотрудников. Сама турфирма должна быть клиентоориентирована. У нее должны быть свои правила, кодекс, которому она будет придерживаться. Компания продумывает стратегию работы, а сотрудники уже воплощают ее.

В широком понимании клиентоориентированность – это оценка, которую получает компания при взаимодействии с ним [2].

Давайте теперь рассмотрим основные принципы клиентоориентированной компании.

1) Предвосхищать ожидания. Нужно уметь удивлять клиента, это можно сделать, подарив ему какой-то бонус (например, экскурсию в туре, или чек лист по сбору в путешествие) или оформив документы по визе раньше, чем обещали. Приятные и неожиданные события запомнятся клиенту, он захочет к вам вернуться и будет рекомендовать клиенту.

2) Персональный подход. Как мы уже говорили, очень важно понимать клиента, его психологию и желания. При этом мало понять, нужно уметь работать с каждым клиентом. К каждому иметь свой подход.

3) Добросовестность. Любую работу важно выполнять качественно, в выставленные вами сроки.

4) Эмпатия. Сотрудник должен воспринимать эмоции клиента и сопереживать ему. Тогда найти нужный подход к клиенту не составит большого труда.

5) Забота. Задача компании сделать жизнь клиента проще и приятнее. Например, это можно сделать, предложив ему чашечку чая или кофе, при выборе тура. Если человек видит, что он дорог компании, и чувствуют, что к нему проявляют заботу, он становится более лояльным.

6) Обратная связь. Для того, чтобы улучшать свой продукт и качество обслуживания, всегда нужно поддерживать обратную связь с клиентами.

7) Умения работать с негативом. Как ни крути, всегда найдется человек, которому что-то не понравится, вот здесь очень важно правильно обработать отрицательный отзыв и выстроить конструктивный диалог с недовольным клиентом [4].

Исходя из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что клиентоориентированность это настоящая философия, которую нужно понимать и изучать. Клиент – это важная часть турбизнеса, без него не сможет состояться ни один тур. Поэтому очень важно понимать его и стремиться улучшить его жизнь хорошим обслуживанием.

Литература:

1. Бычкова, Ю. О. Увеличение аудитории потенциальных клиентов в туризме с применением современных информационных технологий / Ю. О. Бычкова. – Современные научные исследования и инновации, 2017. – 358 с.

2. Кучеренко, И. М. Современные каналы деловой коммуникации в туризме / И. М. Кучеренко // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар, 2019. – Т. 48. – С. 120-122.

3. Панфилова, А. П. Интенсивные технологии в изучении потребностей клиентов в туризме / А. П. Панфилова, А. Ю. Мишанова. – Вестник Балтийской педагогической академии, 2019. – 65 с.

4. Кучеренко, И. М. Разработка механизма партнерских взаимоотношений в туризме / И. М. Кучеренко, Е. В. Ползикова, Е. Л. Заднепровская, Я. В. Коробенко // Финансовая экономика. – М. : Некоммерческий фонд содействия развитию экономической науки и образования «Экономика», 2019. – № 1. – С. 353-355.

5. Роздольская, И. В. Формирование стратегии рыночного позиционирования услуг социального туризма / И. В. Роздольская, Е. И. Макринова, М. Е. Ледовская, В. В. Лысенко. – Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права, 2020. – 44 с.

6. Шпырня, О. В. Повышение квалификации специалистов индустрии туризма как инструмент роста их конкурентоспособности на рынке труда / О. В. Шпырня // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2017. – № 3. – С. 89-95.

ОСОБЕННОСТИ ОТСЛЕЖИВАНИЯ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ

Стыценко А.С.

Научный руководитель доцент Шпырня О.В.

Аннотация. В работе были рассмотрены санаторно-курортные услуги как комплекс сервисов в туристской отрасли, занимающихся лечением, оздоровлением и реабилитацией туристов. Анализируется жизненный цикл санаторно-курортных услуг на основе коммерческого предприятия в санаторно-курортной отрасли Российской Федерации.

Ключевые слова: санаторно-курортная деятельность, жизненный цикл услуги, федеральная целевая программа, инфраструктура курорта, тариф проживания.

На сегодняшний день санаторно-курортная отрасль в РФ является значимой и популярной среди разнообразной целевой аудитории внутреннего и въездного туризма. Санаторно-курортные предприятия в РФ получают государственную поддержку в виде субсидий, грантов, федеральных, региональных и муниципальных дотаций, частные инвестиции [4]. Коммерческие и бюджетные организации рассматриваемого сектора услуг в 2022 году нуждаются в реформации и внедрении инноваций разного сектора таких как: модифицированные технологии, эффективное управление, образованный и современный кадровый резерв, актуальная технологическая база для оказания лечебно-оздоровительных услуг.

Санаторно-курортный комплекс образует уникальный туристический продукт – комплекс товаров и услуг, которые предоставляются туристам на санаторно-курортном предприятии за определенную стоимость в соответствии с договором о реализации санаторно-курортной путевки [5]. Описание санаторно-курортного продукта производится с помощью мультиатрибутивной модели Т. Левитта – Ф. Котлера.

Жизненный цикл санаторно-курортных услуг включает внедрение туристического продукта, преимущественный рост, зрелость туристского продукта и при необходимости ликвидации блока услуг. Каждый из этапов рассматриваемого цикла имеет высокую значимость для потенциальных клиентов, инвесторов, бизнес-сообщества, местных административных структур, то есть стейкхолдеров девелоперского проекта одного предприятия. Важно отметить, что санаторно-курортные услуги практически лишены фактора сезонности и сталкиваются с конкуренцией лишь на этапе внедрения собственных услуг, что позволяет санаториям, лечебницам и пансионатам осуществлять постоянные продажи турпутевок для общей или узкопрофильной аудитории [1]. Главной проблемой становится надлежащее содержание оборудования, персонала, инфраструктуры и целостности знаний, что обеспечивает комфорт и заявленное восстановление для туристов.

В качестве примера реализации этапов жизненного цикла предприятий сектора рассмотрим ФГБУ «Объединенный санаторий «Сочи» – крупный санаторий Краснодарского края оказывает смешанный комплекс санаторно-курортных услуг для разнообразной целевой аудитории [2]. Санаторий включен в программу государственных гарантий, то есть он принимает участие в оказании гражданам бесплатной, сертифицированной экстренной, паллиативной и реабилитационной медицинской помощи. Подробные планы оказания услуг регламентирует региональное законодательство в сфере организации туристической и медицинской деятельности в Краснодарском крае. ФГБУ «Сочи» согласно основному виду деятельности по ОКВЭД занимается предоставлением санаторно-курортных услуг, то есть сочетает в себе возможность полноценного курортного отдыха в южном регионе с жарким климатом и параллельного прохождения лечебно-оздоровительных процедур, включенных в туристическую путевку или за дополнительную плату [3, 6].

Тарифы оказания услуг в ФГБУ «Объединенный санаторий «Сочи», следующие: Санаторно-курортный, Санаторно-курортный Плюс (с медицинскими услугами) и

Гостиничный (курортное проживание без медицинских услуг). Каждый из них иллюстрирует определенный этап, который реконструирует систему санаторно-курортного предприятия и наделяет новыми связями ее элементы. Жизненный цикл санаторно-курортных услуг в ФГБУ «Объединенный санаторий «Сочи» начинался внедрением санаторно-курортных тарифов и популяризации релаксации в компании с медицинскими сервисами, однако со временем и изменением потребностей и тенденций среди туристов перешел на формат функционирования гостиницы с возможным дополнительным приобретением медицинских услуг.

Согласно проведенному исследованию, все санаторно-курортные предприятия могут избежать фазу застоя предприятия или его полной ликвидации с помощью постоянной переклассификации услуг для санаторно-курортной организации в целях расширения целевой аудитории, постоянного поддержания спроса и общественной симпатии.

Литература:

1. Ветитнев, А. М. Организация санаторно-курортной деятельности : учебное пособие / А. М. Ветитнев, Я. А. Воинова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2017. – 292 с.
2. Кучеренко, И. М. Совершенствование системы управления рисками и интеграционные лечебно-оздоровительные возможности санаторно-курортного отдыха в России и за рубежом / Кучеренко И. М., Шпырня О. В., Ползикова Е. В. // Экономика и предпринимательство. – Москва, 2021. – № 10 (135). – С. 1061-1065.
3. Официальный портал ФГБУ «Объединенный санаторий «Сочи» Управления делами Президента Российской Федерации Дата обращения: 22.11.2022 www.sanatoriysochi.ru
4. Приказ Минздрава России от 07.06.2018 N 321н (с изм. от 16.11.2018) «Об утверждении перечней медицинских показаний и противопоказаний для санаторно-курортного лечения» (Зарегистрировано в Минюсте России 02.07.2018 N 51503)
5. Распоряжение от 20 сентября 2019 года N 2129-р [Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года] (с изменениями на 7 февраля 2022 года)
6. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 №132-ФЗ с изменениями и дополнениями;

ПРОБЛЕМЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РАЗМЕЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Тюльтева А.М.

Научный руководитель доцент Заднепровская Е.Л.

Аннотация. В данной работе рассматриваются тенденции развития гостиничной отрасли, аспекты привлекательности для инвесторов, а также проблемы эффективности деятельности предприятий размещения в современных геополитических условиях ведения бизнеса.

Ключевые слова: предприятия размещения, эффективность, деятельность, гостиничный бизнес, геополитические условия.

Гостиничный бизнес является перспективной сферой предпринимательства, поскольку приносит ощутимую прибыль собственникам. Главной целью функционирования предприятий размещения является эффективная деятельность, приносящая прибыль, которая зависит от огромного числа факторов: количества и качества предоставляемых услуг, грамотного руководства, маркетинговой политики, кадровых перестановок и т.д. Каждое современное предприятие размещения стремится к увеличению объемов продаж гостиничных услуг, при этом функционирует в условиях жесткой конкуренции на рынке в современных геополитических условиях. Для настоящего успеха, высокой эффективности деятельности предприятию размещения в современных геополитических условиях необходимы уникальные идеи, используемые в бизнесе, поскольку именно инновации и технологии определяют место на конкурентном рынке, что и определило актуальность темы данного исследования.

Активному функционированию рынка предприятий размещения в настоящих геополитических условиях способствовали такие тенденции [2, 3]:

- продолжающаяся демократизация цен на услуги размещения, что становится доступным для массового потребителя;
- усиление специализации рынка предприятий размещения, что позволяет качественнее удовлетворять запросы определенного сегмента потребителей;
- экологизация средств размещения (строительство в экологически чистых регионах, обустройство «зеленых этажей»);
- глобализация рынка предприятий размещения;
- широкое использование новых онлайн-технологий;
- использование новых бизнес-технологий в деятельности предприятий размещения.

Далее отметим, что современный бизнес предприятий размещения привлекателен для инвесторов по следующим причинам [1, 4]:

- высокий уровень рентабельности предприятий размещения;
- малый срок окупаемости капитальных вложений в строительство отелей и их реконструкцию;
- прекрасная возможность проведения деловых мероприятий разного уровня (международные, всероссийские, региональные).

Но, необходимо отметить, что индустрия предприятий размещения, как и любая другая индустрия, имеет ряд существенных проблем, связанных с экономическим кризисом, сложной политической обстановкой в мире [3, 5]. Кроме этого, в процессе данного исследования российских предприятий размещения отмечены следующие проблемы в ведении эффективного бизнеса в современных геополитических условиях:

- не всегда качественная информация в сфере исследований рынка предприятий размещения;
- острая нехватка профессиональных отельеров;

- ошибки в разработке маркетинговой политики, которые связаны с выбором целевой аудитории;
- часто профессионально не проработанная ценовая политика;
- частое отсутствие резервов снижения себестоимости услуг;
- слабая оценка конкурентных преимуществ других предприятий размещения.

Таким образом, преодоление проблем в развитии индустрии гостиничных услуг позволит предприятиям размещения преодолеть ошибки в разработке маркетинговых программ, решить вопросы формирования кадров, профессионально оценивать конкурентный рынок, что, несомненно будет способствовать повышению эффективности бизнеса в современных геополитических условиях.

Литература:

1. Джум, Т. А. Основы формирования и развития конкурентного преимущества предприятий сферы услуг / Т. А. Джум, Е. Л. Заднепровская // Материалы международной научно-практической конференции. Актуальные проблемы правового, экономического и социально-экономического знания: наука и практика. – Донецк : ООО «Цифровая типография», 2017. – С.85-89.
2. Джум, Т. А. Ресторанный бизнес в условиях новой парадигмы / Т. А. Джум, Т. Н. Поддубная, Е. Л. Заднепровская // Экономика устойчивого развития. – 2021. – № 4 (48). – С. 43-47.
3. Дмитриева, Н. В. Гостиничный менеджмент : учебное пособие / Н. В. Дмитриева, Н. А. Зайцева, С. В. Огнева, Р. Н. Ушаков. – М. : Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 352 с.
4. Заднепровская, Е. Л. Анализ предпринимательской активности на рынке гостиничных услуг / Е. Л. Заднепровская, Е. В. Ползикова, Т. А. Джум, А. В. Казалиева // Финансовая экономика. – М. : Некоммерческий фонд содействия развитию экономической науки и образования «Экономика», – 2019. – № 4. – С. 615-620.
5. Заднепровская, Е. Л. Основные направления развития цифровизации в российском туризме / Е. Л. Заднепровская, Т. Н. Поддубная // Цифровизация экономики и общества: проблемы, перспективы, безопасность: материалы III международной научно-практической конференции. – Донецк : Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донбасская юридическая академия», 2021. –С. 49-53.

PR СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Удинцева Е.Г.

Научный руководитель доцент Еремина Е.А.

Аннотация. В публикации PR как инструмент воздействия оказывает серьезное влияние на возможности управления в спортивных организациях, для возможностей продвижения во внешней среде. Предложены варианты работы с целевыми аудиториями, средствами массовой информации и органами государственного управления, чтобы спортивная организация была легко узнаваема и пользовалась солидной репутацией.

Ключевые слова: связи с общественностью, PR мероприятия, спортивная организация, средства массовой информации, российская индустрия спорта.

Понятие «связи с общественностью» настолько прочно вошло в нашу профессиональную деятельность, что невозможно представить себе ни одной сферы экономики, не использующей данный инструмент.

PR – коммуникативная функция управления, посредством которой спортивные организации адаптируются к окружающей их среде, меняют (или же сохраняют) его во имя достижения своих организационных целей.

Для максимально эффективного распределения ресурсов спортивной организации при формировании коммуникационной стратегии не обходима тщательная и глубокая сегментация аудитории. Актуальность сегментации обоснована существенными различиями в покупательских привычках отдельных гендерных и психологических групп. Схема коммуникации, демонстрирующая все этапы процесса обмена информацией между двумя и более участниками, изображена на рисунке. Именно максимально адресные сообщения, «закодированные» на языке, понятном потребителю, пробиваются через информационный шум и помехи.

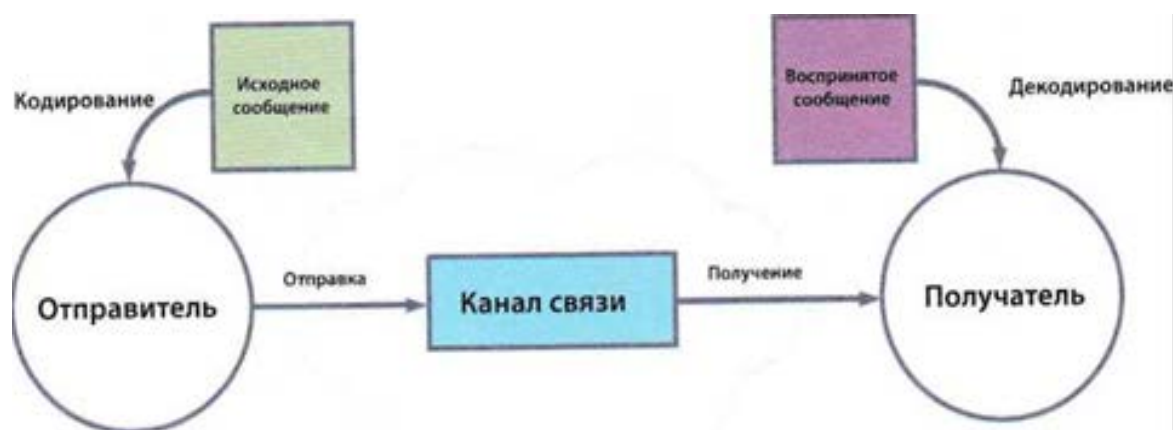


Рисунок. Схема обмена информацией [2]

Сообщение о спортивном бренде должно пробиваться через информационный шум, обойти конкурентов и примерно 18 раз получить контакт с представителем целевой аудитории. 18 контактов – это не так много, учитывая арсенал современного специалиста по коммуникациям в сфере спорта. Рассмотрим основные каналы и инструменты коммуникации. Рассмотрим часто используемые.

Официальный сайт спортивной организации [1,4]. Цель официального сайта спортивной организации – предоставить официальную информацию о спортивном бренде: статистику, документацию, биографию, фото- и видеогалереи, контакты, изменения в спортивном, тренерском или руководящем составах, партнерские или спонсорские пакеты.

Наружные носители к ним относятся билборды, сити-форматы, общественный и

персональный транспорт, афиши, стикеры, штампы на асфальте. Особенности наружных носителей в краткости контакта с аудиторией и низкой адресности сообщения. При использовании наружных носителей основной акцент делается на дизайне и информационном посыле, а также локации размещения. Задача наружных носителей – вызвать у представителя целевой аудитории яркую визуальную ассоциацию [3].

Средства массовой информации (СМИ). К ним относятся телевидение, радиоканалы, информационные агентства, печатные издания, интернет-издания.

PR мероприятия или промо-мероприятия (события) – пример эффективного сочетания канала коммуникации и информационного повода. Существует три основных типа PR мероприятий:

- информирующие (ситуационные) – пресс-конференции, брифинги, пресс-завтраки, пресс-туры;
- стратегические – события, направленные на реализацию среднесрочных и долгосрочных целей компании;
- имиджевые – мероприятия, направленные в основном на повышение лояльности пула журналистов.

По наполнению PR мероприятия можно подразделить так:

- пресс-мероприятия. Основная цель – контакт с представителями СМИ и последующий информационный выхлоп. Главные действующие лица – журналисты;
- социальные;
- развлекательные;
- деловые;
- виртуальные мероприятия: конкурсы, челленджи, флеш-мобы, запущенные в социальных сетях.

Коммуникации в социальных сетях имеют одно неоспоримое преимущество перед использованием иных инструментов PR – точечное воздействие на целевую аудиторию, при этом не интересующие организаторов кампании пользователи остаются практически не затронутыми информационными сообщениями.

Наиболее популярные социальные медиа располагают четко определенной аудиторией, характеристики которой регулярно исследуются, а описание постоянно находится в открытом доступе. Это позволяет оперативно выбирать площадки, максимально отвечающие запросам на потенциальную аудиторию того или иного бренда. Наиболее популярные в России – социальные сети «ВКонтакте», «Одноклассники» и т.д.

Для российской индустрии спорта характерны следующие инструменты:

- креатив в визуальном оформлении;
- качественный, подходящий к концепции выбранной социальной сети и коммуникационной стратегии спортивной организации контент;
- цикличность в наполнении;
- обратная связь и постоянное «ведение» аудитории;
- оперативное реагирование на негатив;
- аккуратное следование трендам;
- кросс-продвижение;
- формирование сообщества;
- конвертация в офлайн;
- самоирония, смелость [1,6].

Как и в любом динамичном процессе продвижение посредством SMM обусловлено непрерывным совершенствованием инструментов, поэтому в рамках использования социальных медиа необходимо тщательное отслеживание изменений тенденций.

Подводя итоги PR деятельности спортивной организации, можно выделить несколько основных тезисов в российском спортивном PR:

- найти свою уникальную нишу;
- создать свою легенду;

- быть верным своей стратегии и последовательным в действиях;
- стать знаменитым, «создать моду» на себя;
- использовать все ресурсы и свою фантазию;
- эффективные лозунги работают лучше умных;
- ваши сотрудники и клиенты должны стать частью вашего бренда спортивной организации [2,5].

Литература:

1. Мишина, Т. В. Гуманистическая направленность современного спорта / Т. В. Мишина, Т. А. Самсоненко, Е. А. Еремина // The Scientific Heritage. – 2020. – № 54. – С. 67-68.
2. Конова, Т. А. Менеджмент спортивных и физкультурно-оздоровительных организаций. – Москва : Омега-Л, 2017. –280с. – ISBN 978-5-370-04140-2
3. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для вузов / Р. Ю. Почекаев. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 223 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04832-2. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/514593> (дата обращения: 03.01.2023).
4. Тонковидова, А. В. Философские аспекты феноменов спортивной деятельности / А. А. Тонковидова, Е. А. Еремина, Л. Г. Битарова // Физическая культура, спорт – наука и практика. – 2018. – № 2. – С. 61-66.
5. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 263 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-00227-0. – 5 Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/510852> (дата обращения: 04.01.2023).
6. Филиппов, С. С. Менеджмент физической культуры и спорта : учебник для вузов / С. С. Филиппов. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 234 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-12771-3. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/514559> (дата обращения: 04.01.2023).

ФОРТИФИКАЦИОННЫЕ СООРУЖЕНИЯ КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ВОЕННО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ГОРОДЕ СЕВАСТОПОЛЕ

Усенко И.А.

Научный руководитель доцент Юрченко А.А.

Аннотация. Рассматривается потенциал города-героя Севастополя для развития военно-исторического туризма на основе фортификационных сооружений разных времён. Раскрыта значимость военно-исторической направленности путешествий.

Ключевые слова: город-герой Севастополь, военно-исторический, туризм, фортификационные сооружения, памятники истории

Севастополь – величественный белокаменный город на берегу Чёрного моря. С самого его основания Екатерина 2 дала ему название, что в переводе с греческого означает «Достойный поклонения». Непрístupный – называли его жители, а Героическим его сейчас зовут потомки. И это поистине так, город с богатой на войны историей, трижды отстоявший своё имя. Здесь живут прекрасные люди, которые безумно любят свой город и чтут память его военной истории. Мы видим это в сохранившихся до сих пор фортификационных сооружениях, которые не остаются без внимания органов власти, жителей и туристов города-героя Севастополя. Столь важные объекты для всей страны являются основными ресурсами для развития военно-исторического туризма.

Город-герой Севастополь – город трёх оборон. Дважды он был разрушен до основания, таким образом мы можем сказать, что морской порт был создан своими двумя оборонами. «Третья оборона» же осталась лишь на словах. Каждая из них отпечатана не только в памяти и сердцах людей, но и как военно-исторические объекты достойные внимания всего мира.

В городе федерального значения – Севастополе 25 объектов фортификационных сооружений:

1. Трое из них Херсонес, Каламита (Инкерман) и Чембало (Балаклава) – античные и средневековые крепости. Они являются памятниками истории тех поселений, которые жили на данной территории в Античные и Древние века. Каламита и Чембало находятся в постоянном бесплатном доступе для осмотра. Их нередко включают в общие экскурсии, но вам стоит надеть обувь поудобней, так как придется подниматься в горку без лестниц и поручней. Херсонес Таврический же является музейным комплексом. Вход в него самостоятельным осмотром стоит 300 рублей. Но также можно заказать групповую экскурсию по развалинам старинного города, где вам покажут и античную, и византийскую части. Еще на территории находится множество музеев с экспозициями античной и византийской историями.

2. Пять бастионов и батарей связанные с первой обороной Севастополя 1854-1855 годов. Каждый бастион имеет свой памятный знак, но есть два самых известных из них. Это бастион, который находится на легендарном Малаховом кургане. Именно с этого бастиона руководили обороной знаменитые адмиралы Владимир Алексеевич Корнилов и Павел Степанович Нахимов. На Историческом же бульваре находится 4-й бастион. Здесь принимал участие в обороне знаменитый Лев Николаевич Толстой. На территории Исторического бульвара также расположена знаменитая панорама, посвященная первой обороне Севастополя [1, 2, 3].

3. Семнадцать береговых батарей и укреплений 20 века. Все эти военные объекты связаны со второй обороной 1941-1942 годов. Самая героическая и печально известная 35 береговая батарея расположена на берегу Голубой бухты. Данная батарея является не просто музеем, а памятником памяти и скорби о тех, кто погиб, защищая и отстаивая город. Сейчас там проводятся экскурсии по трем маршрутам. Посетители как правило проходят ИиШили ИиШ. Каждая из них заканчивается посещением Пантеона памяти. Но посещение И

и маршрутов не рекомендуется детям до 12 лет и людям, испытывающим дискомфорт в замкнутом пространстве, а также имеющим заболевания сердечно-сосудистой системы. И нельзя не упомянуть Сапун-гору, которая является памятником героического освобождения Севастополя 8 мая 1944 года. Здесь же находится диорама освобождения города и образцы военной техники времени обороны Севастополя. Посещение территории Сапун-горы и просмотр военной техники бесплатно.

Жители города и правительство города-героя Севастополя заботится о фортификационных сооружениях. С каждым годом производится все больше работ по реконструкции данных сооружений и их всё больше открывается для посещения туристами и они входят в экскурсионные маршруты, позволяющим гостям города, а так же и жителям узнать военную историю города и почтить память погибших в данных сражениях.

Закончим словами Льва Николаевича Толстого: «Не может быть, чтобы при мысли, что вы в Севастополе, не проникло в душу вашу чувство какого-то мужества, гордости, и чтоб кровь не стала быстрее обращаться в ваших жилах...».

Таким образом, мы пришли к выводу, что фортификационные сооружения являются одними из основных ресурсов развития военно-исторического туризма. А их постоянная реконструкция и открытие для посещения все больших объектов повышает интерес огромного количества туристов к изучению истории такого прекрасного города как город-герой Севастополь.

Литература:

1. Вдовенко, А. М. Развитие военно-патриотического молодежного туризма в Волгоградской области / Вдовенко А. М., Ползикова Е. В. / В сборнике : Современные тенденции развития туризма и индустрии гостеприимства : Материалы III Международной научно-практической конференции. – 2021. – С. 122-127.

2. Рагер, Ю. Б. Исторические и социальные аспекты межрегионального туризма на Кубани и в Республике Крым / Ю. Б. Рагер // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2014. – № 1. – С. 69-70.

3. Рагер, Ю. Б. Культурно-историческое наследие Восточного Крыма – как объект развития массового туризма / Ю. Б. Рагер // Теория и практика олимпийского образования: традиции и инновации в спорте, туризме и социальной сфере : Материалы V Международной научно-практической конференции, посвященной 30-летию Олимпийской академии Юга / Редколлегия : С. М. Ахметов [и др.]. – 2019. – С. 259-262.

АНАЛИЗ ТРЕНДОВ РЫНКА РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ В НОВЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ РЕАЛИЯХ

Ханас Д.Л.

Научный руководитель доцент Заднепровская Е.Л.

Аннотация. Проанализированы главные тренды развития рынка ресторанного бизнеса Краснодарского края в новых экономических и геополитических реалиях. Рассмотрены проблемы отрасли, которые сдерживают дальнейшее благополучное развитие рынка.

Ключевые слова: рынок, ресторанный бизнес, конкурентоспособность, оборот, общественное питание, предприятие.

В 2022 году ресторанный бизнес Российской Федерации столкнулся с новыми экономическими и геополитическими вызовами. Главные сложности были связаны с уходом поставщиков, падением доходов граждан, ростом инфляции. Для того чтобы предприятие ресторанного бизнеса могло стабильно функционировать в условиях новых реалий рынка необходимо тщательно изучать и анализировать существующие тренды, а также прогнозировать новые, что и определило актуальность данного исследования.

Анализ основных показателей деятельности предприятий ресторанного бизнеса в Краснодарском крае за период 2010-2021 гг. свидетельствует об активном развитии рынка до 2019 года, а затем мы наблюдаем, спад оборота общественного питания, что объясняется антиковидными мероприятиями и ограничениями (таблица 1). Однако в 2021 году статистические данные свидетельствуют об активном росте объема продаж – его рост по сравнению с 2020 годом составил 17,1% (с 75394 млн. руб. в 2020 г. до 88309 млн. руб. в 2021 г.

Таблица 1 – Основные показатели деятельности предприятий ресторанного бизнеса в Краснодарском крае за период 2010-2021 гг. (<https://krsdstat.gks.ru/>)

Показатель	2010 год	2015 год	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год
Оборот общественного питания – всего, (млн. рублей)	35480	65622	76690	81280	75394	88309

Отметим, что, несмотря на длительный период сложностей (2020-2022 гг.) падение спроса на продукцию ресторанного бизнеса, по свидетельству специалистов, не наблюдается и прирост объемов реализации в 2022 году составил около 10% по отношению к 2021 году. Подобный уверенный рост объемов реализации предприятий ресторанного бизнеса в Краснодарском крае объясняется концентрацией внутреннего туристского потока на внутрироссийских направлениях.

Главным трендом в развитии ресторанного бизнеса в 2022 году текущего года стало уход ряда поставщиков с российского рынка, пересмотр меню, корректировка поставщиков и как итог –импортозамещение. Многие предприятия ресторанного бизнеса для привлечения клиентов делают акцент на качестве местных продуктов, что, конечно, способствует мультипликационному эффекту и дает толчок более активному развитию деятельности аграрных предприятий Краснодарского края [1,3, 4].

Следующий заметный тренд развития отрасли – уменьшение количества премиальных ресторанов и рост количества ресторанов с невысокими ценами. Кроме того,

анализ развития рынка ресторанного бизнеса Краснодарского края свидетельствует о некоторых проблемах отрасли, которые сдерживают дальнейшее благополучное развитие:

- неравномерное распределение ресторанов и кафе по всей территории края;
- не заинтересованность образовательных учреждений в подготовке обслуживающего персонала (официантов, барменов, сомелье);
- недостаточный уровень материально-технического оснащения ресторанов по всему краю;
- низкий показатель сервиса в большом количестве заведений;
- малая оснащенность ресторанов специальными пандусами для людей с ограниченными возможностями;
- отсутствие социальной поддержки предприятий отрасли [2, 4].

Таким образом, тщательное изучение трендов развития рынка ресторанного бизнеса Краснодарского края в новых экономических и геополитических реалиях, преодоление проблем в развитии индустрии питания позволит предприятиям отрасли сохранять стабильность и укреплять конкурентоспособность.

Литература:

1. Джум, Т. А. Перспективные бизнес-концепции в ресторанной индустрии / Т. А. Джум, М. Ю. Тамова, Т. Н. Поддубная, Е. Л. Заднепровская // Экономика устойчивого развития. – 2022. – № 1 (49). – С. 37-40.
2. Джум, Т. А. Ресторанный бизнес в условиях новой парадигмы / Т. А. Джум, Т. Н. Поддубная, Е. Л. Заднепровская // Экономика устойчивого развития. – 2021. – № 4 (48). – С. 43-47.
3. Емельянова, И. Ф. Использование информационных технологий в сфере туристских услуг / И. Ф. Емельянова, Е. Л. Заднепровская // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ. – 2020. – № 1. – С. 98-99.
4. Заднепровская, Е. Л. Клиентоориентированность как главный фактор получения дохода предприятиями ресторанного бизнеса / Е. Л. Заднепровская, Т. А. Джум, О. Н. Бянкина // Теория и практика олимпийского образования: традиции и инновации в спорте, туризме и социальной сфере : Материалы V Международной научно-практической конференции, посвященной 30-летию Олимпийской академии Юга. – Краснодар : КГУФКСТ, 2019. – С. 164-166.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СЕРВИСА С УЧЁТОМ НАЦИОНАЛЬНО-РЕГИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Шаповалова А.А.

Научный руководитель доцент Ползикова Е.В.

Аннотация. В статье рассмотрены основные аспекты теории и практики сервиса как процесса обеспечения действительного достижения организацией своих целей, позволяющего получать информацию, необходимую для дальнейшего планирования и по мере необходимости предпринимать корректирующие действия по предотвращению отклонений или изменению целей с учетом национально-региональных особенностей.

Ключевые слова: обслуживание, методы обслуживания, задачи обслуживания, бизнес-процесс, туриндустрия, туристская фирма, стратегия.

Рынок потребителей сервиса продолжает оставаться массовым. Он демонстрирует многообразие характеристик в зависимости от объективных факторов, определяющих поведение людей в локальной сфере услуг [1].

В условиях компактного рынка сфера деятельности предприятий услуг имеет четкую пространственную ограниченность. Она может осуществляться в пределах городского района, города, поселка или групп поселков. Товарная политика на компактном рынке включает разработку и предоставление услуг стационарными предприятиями и организациями сферы обслуживания, размещенными в рамках данного территориального образования.

Дисперсный рынок складывается из группы локальных рынков, размещенных на большом расстоянии друг от друга, и поэтому отличается большим разнообразием поведенческих типов. Это затрудняет работу специалистов сервисной деятельности.

На характер и содержание сервисной деятельности влияет не только климат и ландшафт, но и плотность, структура размещения людей на территории. Одним из наиболее важных факторов территориального размещения людей являются городские и сельские поселения [2].

Американцы не любят чопорность, предпочитают удобную одежду, обращаются друг к другу просто, неофициально, даже если между собеседниками большая разница в возрасте и общественном положении.

Американцы обожают соревноваться, ценят достижения. Они часто считаются материалистами. «Успех» часто измеряется количеством заработанных денег.

Французы скорее галантны, чем вежливы, скептически и расчетливы, хитры и находчивы. В то же время они восторженны, доверчивы, великодушны.

В Великобритании – англичанам присущи сдержанность, склонность к недосказанности, щепетильности, которые заставляют англичан быть замкнутыми и необщительными с незнакомыми людьми, почитание собственности, предприимчивость, деловитость [3].

Немцы отличаются трудолюбием, прилежанием, пунктуальностью. Немцы имеют привычку расписывать свою как деловую, так и частную жизнь по дням и часам.

В мусульманском мире иностранец не может обратиться с вопросом к женщине, т.к. это считается неприличным. При встрече в Арабских странах мужчины обнимаются, слегка прикасаются друг к другу щекой, похлопывают по спине и плечам, но такие знаки внимания только между «своими».

Австралийцы очень любят спор и беседы о нём. Другая широко распространённая тема – отдых.

Итальянцы экспансивны, горячи, порывисты, отличаются большой общительностью. Для налаживания деловых отношений достаточно обмена официальными письмами с предложениями.

По своему характеру испанцы – серьёзные, открытые, галантные, человечные, обладают большим чувством юмора и способностью работать в команде. Не следует назначать встречу на полдень – час фиесты. Склонность испанцев опаздывать на встречу является предметом многочисленных шуток.

Испанцы любят очень много говорить, поэтому регламент встреч часто не соблюдается. В Испании едят поздно: завтракают в 14 часов, обедают в 22 часа. За столом избегайте обсуждения таких тем, как гражданская война, период правления Франко, коррида, личную жизнь [4].

Шведы известны в мире своей глубоко укоренившейся лютеранской этикой, которая наиболее близка к немецкой, но не столь суха. К её характерным чертам относятся прилежность, пунктуальность, аккуратность.

Китайцы – очень весёлые, душевные и сообразительные люди. Но их представления о правилах хорошего тона во многом не совпадают с нашими.

В Китае придают большое значение наложению неформальных отношений. Вас могут спросить о возрасте, семейном положении, детях – это проявление искреннего интереса [1].

В японском характере выделяют: трудолюбие, сильно развитое эстетическое чувство, приверженность традициям.

Рукопожатие в Японии не принято. Важнейшим элементом правил хорошего тона являются поклоны. Большое значение в японской культуре придаётся пунктуальности, точности. Договорившись о встрече, японец непременно в срок, вплоть до минуты, появится на месте.

Таким образом, выявлена необходимость адаптировать сервисные действия в комплексном туристском обслуживании с учетом национально-региональных особенностей.

Литература

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм : учебник / А. Ю. Александрова. – М. : КноРус, 2018. – 460 с.
2. Баумгартен, Л. В. Управление качеством в туризме: Практикум : учебное пособие / Л. В. Баумгартен. – М. : КНОРУС, 2018. – 288 с.
4. Минченко, В. Г. Анализ программ проектов, входящих в стратегию развития туризма в Российской Федерации в период до 2035 года / Минченко В. Г., Ползикова Е. В. / Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – 2021. – № 1. – С. 122-124.
5. Шпырня, О. В. Инновационные технологии в деятельности предприятия ресторанного бизнеса / О. В. Шпырня, В. Л. Эм // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 3. – С. 147-149.

ОСОБЕННОСТИ ПСИХОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ КОМПЛЕКСНОГО ТУРИСТСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Шеметов А.И.

Научный руководитель доцент Ползикова Е.В.

Аннотация. В работе рассмотрены особенности психологии управления в сервисной деятельности на предприятиях комплексного туристского обслуживания. Проведен анализ различных по характеристикам коллективов.

Ключевые слова: туристское предприятие, психология управления, сервисная деятельность, туристское обслуживание, коллектив.

В менеджменте часто применяются социально-психологические методы управления персоналом. Они базируются на знании основ социологии и психологии, благодаря чему позволяют эффективно влиять на людей: на их работоспособность, мотивацию и, как следствие, на успех компании. От психологического состояния человека напрямую зависит качество его работы. А атмосфера, которая царит в коллективе, может влиять на результаты его деятельности. Поэтому, анализируя особенности характера разных сотрудников, а также то, как они взаимодействуют между собой, их распределяют по подразделениям, проектным группам в рамках такого подхода [4]. В будущем это позволяет улучшить коммуникацию внутри коллективов и минимизировать возникновение конфликтов. Через психологические механизмы руководитель может также формировать и укреплять свой авторитет.

Психологический подход в управлении в сервисной деятельности на предприятиях комплексного туристского обслуживания сводится к сфокусированности на интересах человека, групп в менеджменте [7]. Те, кто применяют этот подход, ведут работу сразу по нескольким направлениям, а именно: стараются создать максимально комфортные условия труда для каждого сотрудника (имеются в виду удобное рабочее место, благоприятный настрой в коллективе, возможности для роста и т. д.); стараются добиться сплочённости коллектива через организацию совместного времяпровождения (корпоративный отдых, мероприятия и пр.), информирование о стратегических планах, успехах подразделений; стимулируют к эффективной трудовой деятельности через донесение миссии и целей компании, повышение мотивации, лояльности персонала.

Социально-психологические методы управления персоналом позволяют воздействовать на людей двумя способами [5]:

- через инструменты социологии;
- через инструменты психологии.

Они ориентированы на личность каждого сотрудника и изучают его интеллект, характер, темперамент, а также помогают создать подходящий климат в коллективе, в котором этот сотрудник сможет лучше всего раскрыться и принести максимум пользы компании.

Под психологией управления понимаются направления [6]:

- изучение взаимоотношений руководителя и подчинённых;
- изучение психики работников;
- изучение методов повышения результативности коллектива.

Правила управленческой психологии включает в себя определенные стадии:

1. Подбор персонала.
2. Психологический климат коллектива.
3. Эффективные управленцы.

Управление коллективом – сложный процесс, который требует специальных знаний. Чем больше опыта и осведомлённости, тем успешнее будет работать коллектив: будь это офисные работники, музыкальный ансамбль, школьный класс или группа в детском саду. Познакомиться с основами психологии управления полезно каждому руководителю

независимо от количества человек в подчинении.

Психология управления в сервисной деятельности на предприятиях комплексного туристского обслуживания – это ориентир, помогающий выстроить результативную деятельность у любого коллектива: от фирмы из трёх-четырёх человек до предприятия со множеством отделов. Он охватывает все стороны взаимоотношений начальников и подчинённых.

Литература:

1. Ильин, Г. Л. Социология и психология управления : учебное пособие для академического бакалавриата / Г. С. Ильин. – М. : Юрайт. 2019. – 125 с.
2. Карпов, А. В. Психология менеджмента : учебник для академического бакалавриата / А. В. Карпов. – М. : Юрайт. 2019. . – 145 с.
3. Козлов, В. В. Психология управления / В. В. Козлов. – М. : Academia, 2017 . – 100 с.
4. Пичугин, В. Г. Психология влияния в управлении персоналом : учебное пособие / В. Г. Пичугин. – М. : Прометей. 2020. – 256 с.
5. Сысоев, В. В. Теоретические основы психологии управления / В. В. Сысоев. – М. : Юрайт. 2019. – 197 с.
6. Чуваткин, П. П. Управление персоналом гостиничных предприятий : учебник для вузов / П. П. Чуваткин, С. А. Горбатов ; под редакцией П. П. Чуваткина. – М. : Издательство Юрайт, 2021. – 96 с.
7. Чуланова, О. Л. Кадровый консалтинг : учебник / О. Л. Чуланова. – М. : ИНФРА-М, 2020.– 345 с.

СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В СТРУКТУРЕ КОМПЛЕКСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Щеблыкина Е.П.

Научный руководитель профессор Минченко В.Г.

Аннотация. В работе рассмотрена специфика управления маркетинговой деятельностью в структуре комплексного обслуживания в индустрии туризма в современных условиях. Анализируются формы и методы данного процесса.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, управление, комплексное обслуживание, индустрия туризма, дестинация.

Актуальность данной работы заключается в том, что специфика управления маркетинговой деятельностью в структуре комплексного обслуживания в индустрии туризма в современных условиях должна в обязательном порядке учитывать эффективность процесса организации функционирования туристских предприятий, гостиничных, транспортных предприятий, предприятий питания. Существенным элементом управления маркетинговой деятельностью в структуре комплексного обслуживания в индустрии туризма является стимулирование продаж, как непосредственного туристского продукта, так и отдельных туристских услуг, например, проживания, питания, перелета и т.д. Все это невозможно без четкого и планомерного определения потенциала рынка туристских услуг конкретной дестинации, так и ресурсов предприятий индустрии туризма [1].

В современной социально-экономической ситуации индустрия туризма и гостеприимства продолжает достаточно интенсивно развиваться. В настоящий момент можно сказать, что процесс комплексного обслуживания в индустрии туризма, прежде всего, в сфере внутреннего туризма, представляет собой очень значимый фактор развития экономики Российской Федерации. В Российской Федерации процесс комплексного обслуживания в индустрии туризма начинает занимать все большую долю в увеличении ВВП, формировании новых рабочих мест в традиционных туристских дестинациях, а, соответственно, в пополнении бюджетов всех уровней [4].

Вот почему процесс управления маркетинговой деятельностью в структуре комплексного обслуживания в индустрии туризма в современных условиях играет такую важную роль. Управление маркетинговой деятельностью в структуре комплексного обслуживания в индустрии туризма в современных условиях представляет собой одну из важнейших подфункций управления, обеспечивая повышение конкурентоспособности турпредприятий на рынке туристских услуг. Тоже время необходимо понимать, что управление маркетинговой деятельностью в структуре комплексного обслуживания в индустрии туризма в современных условиях подразумевает осуществление полномасштабных маркетинговых исследований [2].

Изменение структуры туристских потоков в последние несколько лет в пользу внутреннего туризма обуславливает наличие интереса турпредприятий к различным формам и методам управления маркетинговой деятельностью в структуре комплексного обслуживания в индустрии туризма в современных условиях. При этом необходимо учитывать, что жёсткая конкуренция во всех сегментах рынка туристских услуг приводит к необходимости дифференциации форм и методов управления маркетинговой деятельностью в структуре комплексного обслуживания в индустрии туризма в современных условиях [3].

В основе управления маркетинговой деятельностью в структуре комплексного обслуживания в индустрии туризма в современных условиях лежит ориентация туристского предприятия на потребности туристов. Благодаря этому предприятия индустрии туризма имеют возможность эффективно формировать и реализовывать собственный комплекс маркетинга.

Соответственно, можно сделать вывод о том, что управление маркетинговой деятельностью в структуре комплексного обслуживания в индустрии туризма в современных условиях является необходимым условием поддержания конкурентоспособности на рынке туристских услуг.

Литература:

1. Бабинцева, Н. С. Мировая экономика : учебное пособие / Н. С. Бабинцева. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2019. – 226 с.
2. Беквит, Г. Руководство по современному маркетингу услуг / Г. Беквит. – Альпина Паблишер, 2018. – С. 45-47.
3. Брашнов, Д. Г. Основы индустрии гостеприимства : учебное пособие / Д. Г. Брашнов, Е. В. Мигунова. – Москва : ФЛИНТА, 2013. – 74 с.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – США: КНИГА, 2009 г. – 256 с.
5. Ползикова, Е. В. Маркетинговая проблематика анализа деятельности туристских предприятий / Е. В. Ползикова, Е. Ляликова // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов. – Донецк : ДАУГС, 2019. – С. 708- 712.

**ОСОБЕННОСТИ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ
В УСЛОВИЯХ ОРИЕНТАЦИИ ОТРАСЛИ НА ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ**

Щеблыкина Н.П.

Научный руководитель профессор Минченко В.Г.

Аннотация. В работе рассматриваются особенности технологии продвижения туристских услуг в условиях ориентации отрасли на внутренний туризм. Анализируется трансформация туристских потоков в Российской Федерации.

Ключевые слова: внутренний туризм, технологии продвижения, индустрия туризма, спрос, туристские услуги.

Индустрия туризма и гостеприимства представляет собой одну из наиболее интенсивно функционирующих отраслей экономики Российской Федерации. При этом, в последние несколько лет, но, прежде всего, в 2022 году произошла трансформация туристских потоков в нашей стране. В результате имеет место переориентация отрасли на внутренний туризм, что в обязательном порядке должно учитываться при использовании технологий продвижения туристских услуг. Особенности технологии продвижения туристских услуг в условиях ориентации отрасли на внутренний туризм особенно проявляются на традиционных рынках туристских услуг [1].

Развитие внутреннего туризма в Российской Федерации сегодня невозможно представить без использования современных технологий продвижения туристских услуг. Технологии продвижения туристских услуг в условиях ориентации отрасли на внутренний туризм представляют собой, прежде всего, очень эффективный инструмент в попытках предприятий индустрии туризма и гостеприимства осуществить коммуникацию со своими туристами, дифференцировать их поведение, привлечь внимание к реализуемым туристским продуктам и туристским услугам, что в конечном итоге будет способствовать формированию позитивной репутации компании на рынке. Соответственно, технологии продвижения туристских услуг в условиях ориентации отрасли на внутренний туризм являются серьезным аргументом в достижении цели предприятия индустрии туризма на рынке туристских услуг [4].

Основной целью использования технологий продвижения туристских услуг в условиях ориентации отрасли на внутренний туризм является формирование устойчивого спроса на реализуемые туристские продукты. В индустрии туризма в настоящее время используются такие технологии продвижения туристских услуг как рекламная деятельность, PR, стимулирование прямых продаж. Все указанные инструменты продвижения туристских услуг являются средствами стимулирования спроса в условиях ориентации отрасли на внутренний туризм [5].

Актуальность рассматриваемого вопроса заключается в том, что в современных в условиях ориентации отрасли на внутренний туризм современные технологии продвижения туристских услуг представляют собой фактор, оказывающий наибольшее влияние на процесс реализации туристских продуктов. Издержки на традиционные методы продвижения очень велики. Поэтому приоритетной целью любого предприятия индустрии туризма и гостеприимства является снижение издержек на продвижение туристских услуг без потери качества [2].

Поэтому основной целью использования технологий продвижения туристских услуг в условиях ориентации отрасли на внутренний туризм является, прежде всего, осуществление эффективной коммуникации с туристами [3]. Для эффективной деятельности предприятия индустрии туризма очень важно проводить мониторинг изменения направленности туристских потоков.

Таким образом, подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что процесс использования технологий продвижения туристских услуг в условиях ориентации отрасли на

внутренний туризм является сегодня одним из эффективных способов поддержания конкурентоспособности.

Литература:

1. Аванесова, Г. А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент : учебное пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – М. : АспектПресс, 2017.
2. Аванесова, Г. А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент : учебное пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2017.
3. Биржаков, М. Б. Введение в туризм : учебное пособие / М. Б. Биржакова. – издание 9-е. – СПб. : Издательский дом Герда, 2020. – 576 с.
4. Еремина, Е. А. Динамическое пакетирование туров в условиях перехода на цифровую экономику / Е. А. Еремина, Д. М. Джаббарова // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. – Краснодар : КГУФКСТ, 2018. – № 1. – С. 117-119.
5. Ползикова, Е. В. Маркетинговая проблематика анализа деятельности туристских предприятий / Е. В. Ползикова, Е. Ляликова // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов. – Донецк : ДАУГС, 2019. – С. 708-712.

Научное издание

**ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ
I НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ СТУДЕНТОВ
И МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ ВУЗОВ
ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА
(февраль - март 2023 г.)**

ЧАСТЬ 2

Ответственный редактор
Технический редактор
Корректор
Оригинал-макет подготовила

А.А. Витер
Г.А. Ярошенко
Е.В. Чуйкова
Л.И. Просоедова

Подписано в печать 28.04.2023 г.
Формат 60х90/16.
Бумага для офисной техники.
Усл. печ. л. 18,0 . Тираж 22 экз. Заказ № 17.
Отпечатано на множительной технике.

Редакционно-издательский отдел
Кубанского государственного университета
физической культуры, спорта и туризма
350015, г. Краснодар, ул. Буденного, 161

