

утомления, при этом стремиться к скорости выполнения упражнений близкой к максимальной, изменять скорость выполнения упражнений от предельной к субмаксимальной, тренировать скорость расслабления работающих мышц.

Литература

1. Кардосо А.М.У. Средства и методы скоростной и скоростно-силовой подготовки юных футболистов 11-12 лет: автореф. дисс... – М., 1985. – 37 с.

УДК 796.062

**ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ
ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ И СПОРТИВНО-ЗРЕЛИЩНЫХ
УСЛУГ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ
IMPROVING THE QUALITY OF MARKETING IN THE SPHERE
OF PHYSICAL CULTURE AND SPORTS AND SPORTS
AND ENTERTAINMENT SERVICES IN DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC**

*Фалькова Н.И., кандидат наук по физическому воспитанию и спорту, доцент,
Донбасская юридическая академия, г. Донецк, ДНР*

*Falkova N. I., PhD in Physical Education and Sport, Associate Professor, Doctor of
Philosophy (Ph.D),*

Donbass Law Academy, Donetsk, DNR

*Ушаков А.В., кандидат биологических наук, доцент,
Донбасская юридическая академия, г. Донецк, ДНР*

*Ushakov A., Candidate of Biological Sciences, Associate Professor,
Donbass Law Academy, Donetsk, DNR*

Небесная В.В., кандидат биологических наук, доцент

*Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой
Народной Республики, г. Донецк, ДНР*

*Nebesnaya V.V., Candidate of Biological Sciences, Associate Professor
Donetsk Academy of Management and Public Service under the Head of the Donetsk
People's Republic, Donetsk, DNR*

Кривец И.Г.

*Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой
Народной Республики, г. Донецк, ДНР*

Krivets I. G.

*Donetsk Academy of Management and Public Service under the Head of the Donetsk
People's Republic, Donetsk, DNR*

falkova_n@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы формирования и совершенствования рыночного механизма в сфере физкультурно-спортивных и спортивно-зрелищных услуг в Донецкой Народной Республике.

Abstract. The article deals with the formation and improvement of the market mechanism in the field of sports and sports and sports services in the Donetsk People's Republic.

Ключевые слова: рынок, маркетинг, услуги, совершенствование, физическая культура и спорт.

Index terms: market, marketing, services, improvement, physical culture and sport.

Актуальность. Физическая культура и спорт как социальный институт и как специфический вид профессиональной деятельности, активно влияющей на формирование здорового общества, испытывает в настоящее время глубокие количественные, структурные и высококачественные преобразования. Они обусловлены, прежде всего, новыми общественно-финансовыми, демографическими и политическими критериями, которые сформировались в период проводимых общественно-финансовых реформ. Переход к рыночным взаимоотношениям породил множество проблем в этой особой сфере социальной деятельности. Состояние ухудшилось непостоянностью финансовой ситуации, ухудшением жизненного уровня населения.

В данных обстоятельствах существенно уменьшились возможности, как Республики, так и других субъектов экономической деятельности в формировании и финансировании отрасли физической культуры и спорта. Ограниченность финансовых средств создает большие проблемы в реализации спортивно-оздоровительных функций, связанных с заботой о здоровье населения, поддержании общественного порядка, утверждении национального престижа и отвлечении населения, прежде всего молодежи, от улицы, алкоголя, наркотиков. Помимо этого, общественная значимость физической культуры и спорта непосредственно сопряжена с самосовершенствованием личности, воспитанием в людях законопослушания, привычки к дисциплине и более эффективной трудовой деятельности, что, в конечном счете, формирует стабильность социальной концепции.

В современных рыночных условиях, когда происходит активная коммерциализация спортивной деятельности, необходимо задуматься о становлении спортивной отрасли как финансовой группы. Радикальные преобразования в общественно-финансовой жизни и государственно-политической организации Республики обусловили значительные конфигурации в сфере физической культуры, спорта, в национальной системе физического воспитания. Трансформирование организационной структуры профессионального спорта выразилось в создании профессиональных спортивных объединений, юридически самостоятельных федераций, лиг по видам спорта. Изменился статус профессиональных клубов. Перемены в обществе и отрасли послужили объективными предпосылками для превращения профессионального спорта в сферу бизнеса, затронули все стороны деятельности профессиональных клубов: организационную структуру, правовое положение, трудовые отношения со спортсменами, скорректировали место и значение спортивного маркетинга.

Необходимость освоения и практического внедрения маркетинга признается на сегодняшний день на всех уровнях организации и управления физкультурным движением. Но, несмотря на значимость и перспективность

развития маркетинга в сфере физической культуры этот вопрос требует определенной доработки и его усовершенствования в данной тематике.

Цель и методы исследования. Рассмотреть вопросы совершенствования маркетинга в сфере физической культуры и спорта в Донецкой Народной Республике.

Анализ литературы. В развитии секторов экономики социально-культурного комплекса предпочтительное значение в формировании рыночного механизма имеют категории причин, комбинация, которых определяет специфику механизма хозяйствования и управленческой инфраструктуры в каждой из них. Так, рынок сферы физической культуры и спорта на 70% - это рынок услуг. В систематизации услуг выделяют следующие группы: услуги производству, торгово-бытовые, личные и услуги социального характера. В состав последних входит большинство услуг социально-культурного комплекса народного образования, культуры, физической культуры и спорта, здравоохранения и др. [1].

Маркетинг в сфере физкультуры и спорта является неотъемлемой составляющей жизнедеятельности современного общества, его потребность и результативность обусловлены современным уровнем становления рыночных взаимоотношений, физкультурного движения и действующими социокультурными традициями общества. Маркетинг как источник информации о рынке образовательных услуг в сфере физической культуры и спорта в настоящее время действует главным образом как прикладная наука, в которой нет четкого стратегического понимания потребителей, и отслеживания новых тенденций на рынке образования в сфере физической культуры и спорта. Это объясняется тем, что работа в данной области часто подразумевает переложение части функций на внешнюю деятельность вуза.

Маркетингу в сфере физической культуры и спорта (ФК и С) необходимо создавать и более тесные формы совместной работы с иными источниками знаний, в том числе и на базе высших профессиональных образований. Достижение данной цели возможно при выполнении следующих условий: «завоевание» потребителя посредством оказания дифференцированных образовательных услуг; влияние на совершенствование образовательной среды региона, формируя образовательные потребности социума; совершенствование профессионального мастерства педагогов вуза, усиливая их мотивацию к улучшению качества работы.

Совершенствование управления физической культурой и спортом как непроизводственной сферы и функционирования рынка услуг в его рамках требует внедрения современных методов и методов, которые позволят непосредственно обеспечить адекватное удовлетворение потребностей человека, социальных групп и общества в целом. Принимая во внимание рациональное использование имеющихся ресурсов и решение проблемы наилучшего баланса между спросом и предложением услуг физического воспитания и спорта [2].

Результаты исследования. Маркетинг в ФК и С - это рыночная деятельность по развитию сферы активного досуга и спорта, направленная на

привлечение населения в качестве зрителей, а также к занятиям физической культурой и спортом путем удовлетворения их нужд и потребностей. На сегодняшний день в Донецкой Народной Республике развивается более 70 олимпийских и неолимпийских видов спорта. В Республике работают 52 спортивные школы, из них 11 специализированных детско – юношеских школ олимпийского резерва (СДЮШОР). Созданы и ведут работу 18 федераций по олимпийским видам спорта и 27 федераций по неолимпийским видам спорта. Также ведут работу спортивные клубы, такие как: спортивный клуб армии (СКА), СК «Македон», СК «Оплот», СК «Беркут», СК «Победа» и другие.

Рынок услуг в области физической культуры и спорта имеет ряд особенностей: высокий динамизм; территориальная сегментация и местный характер; высокая текучесть капитала из-за короткого производственного цикла; преобладание в производстве услуг малых и средних предприятий, их высокая чувствительность к рыночным условиям из-за невозможности непосредственно транспортировать и хранить услуги; особенности процесса предоставления услуг, связанных с личным контактом производителя и потребителя; индивидуальность и нестандартные услуги; неопределенность результата во многих случаях при оказании услуг; наличие информационной асимметрии у производителя и потребителя.

В сфере физкультурно-спортивных и спортивно-зрелищных услуг в Республике, есть целый ряд обстоятельств, ограничивающих возможности их организации на чисто рыночной основе: общественное благо, внешние факторы, асимметрия информации, естественная и другие виды монополии, требования и возможности потребителя. Эти причины недостаточной эффективности рыночного механизма тесно связаны и переплетаются между собой.

Однако, в последнее время, наметилась тенденция развития сети физкультурно-оздоровительных клубов, секций и групп, где занятия физкультурой самым тесным образом переплетаются с лечением и профилактикой различного рода заболеваний [3].

Для организации физкультурно-оздоровительной и спортивной работы среди людей с ограниченными физическими возможностями и детей-воспитанников общеобразовательных школ-интернатов и детских домов в Республике работают Донецкий республиканский центр адаптивной физической культуры и спорта и Донецкая республиканская детско-юношеская школа для детей социально незащищенных категорий. Донецкий республиканский центр адаптивной физической культуры и спорта тесно сотрудничает с общественными организациями и спортивными клубами для инвалидов, которые участвуют в организации и проведении спортивно-массовых и реабилитационных мероприятий. Ежегодно центром проводится более 25 спортивно-массовых

Республиканских соревнований по различным видам спорта, в которых принимают участие более 600 спортсменов-инвалидов. Ассортимент услуг в них самый разнообразный - помимо собственно занятий физкультурой, в их круг

входят массаж, занятия аутотренингом, консультации врачей-диетологов и других специалистов, различного рода лечебные процедуры.

Выводы. Совершенствование рыночного механизма в обеспечивании благами и предложениями в сфере физической культуры и спорта отчасти компенсируется частной благотворительностью, спонсорством, поставляющим дополнительные ресурсы на развитие на добровольной безвозмездной основе, а также через институты добровольно-общественного сектора.

Растущий рынок физкультурно-спортивных услуг в Донецкой Народной Республике, через развитие предпринимательства обязан обеспечивать востребованное удовлетворение индивидуальных потребностей граждан, являясь дополнительным и эффективным конкурентом в производстве данных услуг для государственных учреждений и организаций.

Литература

1. Корневский С.А. Физическая культура и спорт в условиях рыночных отношений (учебное пособие)/С.А. Корневский - Смоленск: СГИФК, 2003. - 245 с.

2. Шарапа С.А. Маркетинг в спорте, спортивный маркетинг. Теория и практика/С.А. Шарапа, П.С. Маркина // Ростовский научный журнал. – 2016. № 12 - С. 162-171.

3. Фалькова Н.И. К вопросу совершенствования маркетинга в сфере физической культуры и спорта в Донецкой Народной Республике /Н.И. Фалькова, А.В. Ушаков //Актуальные проблемы развития менеджмента и маркетинга производственных и социальных систем: материалы II международной науч.-практ. конф., 15 ноября 2018, г. Донецк/ ГОУ ВПО «ДонАУиГС». -Донецк: ДонАУ и ГС, 2018- С. 287-291.

УДК796.058.2

**ДИСЦИПЛИНА ГОЛЬФ: ОПЫТ ВВЕДЕНИЯ В УЧЕБНЫЕ
ПРОГРАММЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И КОРРЕКЦИОННЫХ УЧЕБНЫХ
ЗАВЕДЕНИЙ САМАРСКОГО РЕГИОНА
DISCIPLINE GOLF: EXPERIENCE OF INTRODUCTION
IN THE CURRICULUM OF FURTHER EDUCATION SECONDARY AND
SPECIAL EDUCATIONAL INSTITUTIONS OF THE SAMARA REGION**

Фризен Оксана Ивановна, преподаватель, СИПКРО

Фесенко Владимир Антонович, кандидат медицинских наук,

Самарская областная общественная организация

«Федерация развития гольфа»

г. Самара, Россия

Friesen Oksana Ivanovna, Teacher, SIPKRO, Samara, Russia

Fesenko Vladimir Antonovich, Candidate of medical Sciences,

Samara regional public organization "Golf development Federation"

Samara, Russia

samaraoksi@mail.ru