2021

Материалы
студенческой научно-практической конференции
в рамках Международной конференции

Научные и образовательные основы в физической культуре и спорте

Выпуск 5
Социальные и экономические аспекты физической культуры и спорта



Екатеринбургский институт
физической культуры (филиал)
ФГБОУ ВО «УралГУФК»

Екатеринбург, 2021

УДК 338
УДК 316

Редакционная коллегия:
Доктор педагогических наук, профессор кафедры ГСЭД И.В. Брызгалов
Кандидат юридических наук, доцент кафедры ГСЭД В.С. Плетников
Старший преподаватель кафедры ГСЭД О.В. Ломовцева

Социальные и экономические аспекты физической культуры и спорта: материалы студенческой научно-практической конференции (29 апреля 2021 г., Екатеринбург) Отв. ред. Брызгалов И.В.. – ЕИФК (филиал) ФГБОУ ВО УралГУФК, Екатеринбург, 2021. – 58 с.

Сборник содержит научные тезисы студентов, написанных под руководством преподавателей кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин, а также приглашенных ученых. Излагается теория, методология и практика научных исследований в области физической культуры и спорта, рассмотрены вопросы совершенствования подготовки спортсменов, социальные проблемы развития спорта, проблемы экономики и управления в спорте.

Для специалистов в сфере социальных и экономических аспектов физической культуры и спорта.

Материалы сборника размещаются на сайте **sport-ural.ru**

Конференция организуется и проводится кафедрой Гуманитарных и социально-экономических дисциплин по научному направлению: «Социальные и экономические аспекты физической культуры и спорта» (Утверждено Ученым советом, протокол №8 от 29.03.2021), руководитель направления, д.п.н, профессор И.В. Брызгалов.

© Екатеринбургский институт физической культуры (филиал) ФГБОУ ВО УралГУФК, 2021
© Авторы тезисов, 2021

Брызгалов Игорь Вячеславович,
д-р пед. наук, профессор кафедры ГСЭД,
Чекалина Ксения Александровна, студент
Екатеринбургский институт физической культуры (филиал)
ФГБОУ ВО УралГУФК, г. Екатеринбург

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РИСКИ В ОРГАНИЗАЦИИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Аннотация: Экономические риски присутствуют в деятельности любой организации, занимающейся предпринимательством, независимо от отрасли народного хозяйства. Деятельности физкультурно-спортивных организации присущи все экономические риски любого предпринимателя, однако есть и специфические. В данной статье представлены экономические риски, наиболее часто возникающие в деятельности физкультурно-спортивных организаций.

Ключевые слова: Риски, организация, финансово-экономические риски, физкультурно-спортивная организация, оценка.

Актуальность: заключается в том, что экономические риски являются необходимой сопутствующей составляющей любого бизнеса, т.к. реальная ситуация практически никогда полностью не соответствует запланированным или желаемым параметрам. Грамотно выполненный анализ и оценка экономических рисков позволяет предприятию выявить сферы повышенного риска и принять своевременные решения по снижению влияния негативных последствий.

Цель исследования: изучение проблемы управления экономическими рисками на предприятие ФК и С.

Методика и организация исследования:

Под рисками понимается возможность возникновения неблагоприятной ситуации или неудачного исхода производственно-хозяйственной или какой-либо другой деятельности.

Более глубоко рассмотрим *финансовые риски* — это риски, связанные с вероятностью потерь финансовых ресурсов (денежных средств). Финансовые риски подразделяются на два вида: риски, связанные с покупательной способностью денег, и риски, связанные с вложением капитала (инвестиционные риски, кредитные риски, риски прямых финансовых потерь).

Эффективность организации управления рисками во многом определяется их классификацией, (представленная на слайде) которая создает возможности для эффективного применения соответствующих методов и приемов управления риском.

Физкультурно-спортивная организация — юридическое лицо, независимо от его организационно-правовой формы осуществляющее деятельность в области физической культуры и спорта в качестве основного вида деятельности. Положения настоящего Федерального закона от 04.12.2007 «О физической культуре и спорте в РФ» [1].

Оценка уровня риска и их минимизация является одним из важнейших этапов риск – менеджмента, так как для управления риском его необходимо, прежде всего, проанализировать и оценить.

Любая организация, заинтересованная в снижении возможных потерь, связанных с риском, должно решить для себя несколько проблем:

- оценить возможные убытки, связанные с рисками;
- принять решение о том, оставляет ли она у себя определенные риски, т.е. несет ли свою ответственность по ним сами, отказывается от них или передает часть или всю ответственность по ним другим субъектам;
- по тем рискам или той части рисков, которые она оставит у себя, фирма должна разработать программу управления ими, основной целью которой является снижение возможных потерь.

Управление рисками — это процессы, связанные с идентификацией, анализом рисков и принятием решений, которые включают максимизацию положительных и минимизацию отрицательных последствий наступления рисковых событий.

Результаты исследование и их обсуждение:

Финансово – экономический риск физкультурно-спортивной организации заключается, прежде всего, в потере денежных средств или их нецелесообразное использование. Рассмотрим риски присуще фитнес клубам:

1. Непостоянство денежного потока (сезонность) - зависимость от времени года, эти риски наиболее опасные для фитнес-центра. Особенно падение спроса происходит в летнее время -традиционный «мертвый сезон». В сезонных бизнесах спады и падения - вещь достаточно предсказуемая; главное - чтобы показатели продаж не падали ниже прогнозов. Важно подготовиться к спаду.

2. Кадровые риски - персонал клуба не всегда надлежащим образом обучен и подготовлен, технические средства часто выходят из строя, в помещениях не поддерживается должная чистота и гигиена, имеют место случаи пропажи личных вещей клиентов и т.д. От квалификации, их личностных и профессиональных качеств во многом зависит успешность коммерческой деятельности клуба, его имидж и деловая репутация.

3. Закрытия фитнес-клубов из-за пандемии — это риск как никогда актуален в наше время, так как уже пережили его, но не без потерь некоторые клубы не пережили локдауна и не смогли открыться после его отмены.

Выводы

Изучение рисков и составление системы управления рисками необходима для любой организации это поможет оценить ущерб и минимизировать последствия риска или вообще его предотвратить.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 04.12.2007 № 329-ФЗ (ред. от 17.04.2017) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: www.consultant.ru.

2. Фирсова, О.А. Управление рисками организаций / О.А. Фирсова – Орёл., 2015. – 7с. – ***ISBN*** 978-5-7996-1266-5 – Текст непосредственный.

Головырских Дмитрий Эдуардович,
студент 3 курса
Ерещенко Юлия Ахиловна,
преподаватель кафедры ТиМ ФК
Екатеринбургский институт физической культуры (филиал)
ФГБОУ ВО УралГУФК, г. Екатеринбург

АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ СПОРТИВНОГО МЕРОПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР В СОЧИ 2014 г. В СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Олимпийские игры это одно из самых важных событий в жизни любой страны. Оно оставляет после себя богатейший спортивный опыт для многих спортсменов и всего Олимпийского движения. Игры поспособствуют развитию экономики и общему росту как страны в целом, так и региона, где они проходят, создавая в себе центр деловой активности и улучшая качество жизни населения. Каждые Олимпийские игры во всём мире оставляют после себя множество интересных артефактов и памятных вещей: марки, монеты и **продукцию с олимпийской символикой**. Страна в результате проведения игр получит и материальное, и нематериальное наследие.

К материальному наследию можно отнести такие события, как: полная реконструкция или новое строительство спортивных и неспортивных сооружений, модификация транспортной инфраструктуры, улучшение экологического состояния города и близлежащих поселений, создание скверов и парков, обновление энергетики и телекоммуникаций и т. д.

К нематериальному наследию относятся знания и накопленный богатый опыт, патриотизм и гордость, репутация региона и страны, социальная ответственность и экологическая толерантность.

В июле 2007 г. в Гватемале Международный олимпийский комитет выбрал столицей XXII зимних Олимпийских игр и Паралимпийских игр 2014 г. город Сочи. Олимпийские игры 2014 г., прошедшие в Сочи, стали первым

крупномасштабным спортивным проектом, реализуемым в нашей стране после Олимпиады-80.

Ключевые слова: социально-экономический аспект, наследие, Олимпийские игры, Сочи-2014.

За право быть организатором проведения крупных спортивных мероприятий в жесткой конкурентной борьбе соревнуются ведущие страны мира. Громкие заявочные кампании, ослепительные церемонии открытия, строительство новых спортивных объектов, а также совершенствование инфраструктуры региона, свидетельствуют о том, что государства отводят большую роль и большое значение спорту как одному из основных факторов формирования привлекательности и капиталовложений страны. Спорт сегодня - не только один из основных инструментов для привлечения инвестиций в страну, развития туризма и большого спектра спортивной инфраструктуры, но и инструмент на политической арене. В мире большого спорта, особенно в связи с проведением крупномасштабных спортивных мероприятий, происходит оборот огромных средств, которые необходимы для создания спортивных сооружений, гостиниц и кемпингов для спортсменов и гостей, соответствующей транспортной системы и сервисной инфраструктуры, а также привлечения обслуживающего персонала, волонтеров.

Рассмотрим составляющие предолимпийского этапа. Во время отбора страны и столицы Олимпийских игр государство несёт определенные издержки, которые включают в себя: подготовку документов для подачи заявки; оплату членского взноса за рассмотрение заявки; подготовку и организацию мероприятий по популяризации идеи проведения Олимпийских игр среди местного населения и за границей; расходы Заявочного комитета на подготовку Заявочной книги; рекламу страны и города-кандидата за границей; развитие инфраструктуры и подготовкой к визиту Оценочной комиссии МОК.

Помимо издержек, страна получает определённые выгоды, такие как: повышение престижа страны на мировой арене; увеличение возможности знакомства со страной и городом-претендентом для населения других стран; повышение привлекательности страны и города в глазах мирового бизнеса и инвестиционной активности страны и города проведения игр.

Затрагивая тему подэтапа подготовки к Олимпийским играм, необходимо отметить такие затраты как: организационные расходы (включают в себя административные расходы, церемонии открытия и закрытия игр, церемонии награждений и т.д.); расходы на новые здания и постройки, необходимые для проведения игр, систем связи и коммуникаций; расходы на строительство новых дорог; расходы на строительство и ремонт туристических баз.

Но страна получает и определённые выгоды такие как: продажа прав на телевизионные трансляции, поддержка спонсоров, лицензирование, продажа билетов, рост количества туристов, продажа и реклама продукции.

Спорт в России имеет очень серьезную государственную поддержку: реализуется ряд федеральных целевых программ, создаются новые рынки, связанные с организацией и проведением спортивных мероприятий. В образовании этих рынков участие принимают все: государство, крупные корпорации и частный сектор, который представлен в лице малых и средних предприятий, охватывающих практически все сферы бизнеса: строительство, транспорт, банки, страховые компании, сферу общественного питания и развлечений, легкую промышленность, туризм, 1Т-технологии.

Российская Федерация в полном объеме и в соответствии с предъявляемыми требованиями выполнила свои обязательства перед Международным олимпийским комитетом и Международным паралимпийским комитетом по проведению XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр в г. Сочи. Олимпиада «Сочи-2014» стала важным международным мероприятием не только для России, но и для всего мирового сообщества.

Проведению Олимпийских Игр 2014 года в городе Сочи предшествовала многолетняя (на протяжении 7 лет) масштабная организация, консолидация человеческого и денежного капиталов, обеспечения по их подготовке, а также целенаправленная работа ответственных исполнителей программы олимпийского строительства и остальных участников Олимпийского проекта.

В целях построения эффективной системы управления Играми учреждены АНО «Оргкомитет «Сочи 2014», ГК «Олимпстрой», АНО «Транспортная дирекция Олимпийских игр», АНО «Единый информационный центр», АНО «Спортивное вещание», АНО «Агентство по проведению Церемоний», а также созданы институциональные механизмы взаимодействия между всеми участниками Олимпийского проекта. В организации Игр приняли участие более 50 федеральных министерств и ведомств.

Олимпийский этап длится значительно меньше, чем предолимпийский, но не является менее важным для страны. Основные статьи расходов составляют: обеспечение безопасности, размещение и питание спортсменов, организацию развлекательных мероприятий, ограничение движения транспорта и работы промышленных предприятий.

В то же время прибыль приносят: рост потока туристов, трансляции по ТВ спортивных мероприятий, продажа билетов, продажа сувенирной продукции, обмен валют, оборот гостиничного бизнеса, расходы спортсменов и гостей.

Сформированная система управления Играми обеспечила, как во время подготовки, так и во время проведения Игр, эффективное взаимодействие более 100 федеральных органов исполнительной власти, ведомств и организаций. Также указанная система позволила обеспечить тесное взаимодействие с МОК и МПК в период проведения Игр.

Последний этап – постолимпийский, заключается в том, чтобы правильно выработанная стратегия последующего использования инфраструктуры Олимпиады поможет привести к получению выгоды от

проведения олимпиады и улучшить экономику страны, а также региона проведения Олимпийских Игр. Так могут добавиться проведение различных мероприятий на спортивных объектах олимпиады, развитие в стране определенных видов спорта, их продвижение, развитие рынка недвижимости региона проведения олимпиады, продолжение продажи сувенирной продукции, спортивного инвентаря и обслуживание большого потока туристов.

Затраты на подготовку и проведение XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр (строительство спортивных объектов и объектов, обеспечивающих их функционирование, строительство временной инфраструктуры и организацию Игр) в общей сложности составили 324,9 млрд. руб., из них: 221 млрд. руб. - частные инвестиции, 103,3 млрд. руб. – федеральный бюджет, 0,6 млрд. руб. - бюджеты Краснодарского края и г. Сочи.

Согласно результатам проверки, доходы Оргкомитета «Сочи 2014» составили 85,4 млрд. руб. Оргкомитет «Сочи 2014» увеличил общую сумму полученных доходов по сравнению с суммой доходов, зафиксированных на стадии заявочного процесса в Заявочной книге города-кандидата на проведение Игр, в 2,1 раза, или на 47,6 млрд. руб. В основном увеличение произошло за счет привлечения большого количества национальных маркетинговых партнеров, сумма поступлений от которых в 3,2 раза, или на 33,6 млрд. руб. превышает запланированные объемы.

В 2014 г. в доход федерального бюджета Оргкомитетом «Сочи 2014» были возвращены средства неиспользованной федеральной субсидии в общей сумме 1,6 млрд. руб.

После окончания Олимпийских игр все возведённые объекты к Олимпийским играм и сейчас востребованы в полном объеме. На спортивных сооружениях проводятся самые крупные международные соревнования по разным видам спорта. А также проводятся учебно-тренировочные сборы сборных команд России, Чемпионаты России и Всероссийские соревнования.

Проведение Олимпийских игр в Сочи поспособствовала популяризации зимних видов спорта в России, привлечению юных спортсменов к занятию спортом.

Олимпийская деревня Роза Хутор, которая была возведена для проживания спортсменов во время Олимпийских игр сейчас используется, как гостиничный комплекс и очень привлекательна для туристов и любителей горнолыжного спорта. Используется практически круглогодично, что экономически выгодно Краснодарскому краю и России.

Подготовка и проведение Олимпийских игр помогла создать много новых предприятий, а соответственно появились новые рабочие места в том числе и для обслуживания всей инфраструктуры, спортивных объектов, гостиничного комплекса.

Вспомним и о рекламе, которая была представлена , как Российскими так и зарубежными партнёрами на протяжении всего проведения Олимпийских игр, которая непременно внесла свой вклад в экономику региона.

Олимпиада подтолкнула российскую экономику вперед, так как подготовка к сочинской олимпиаде дала рост сфере туризма и сфере строительства (металлопрокат, цемент). За 2013 год инвестиции в российскую экономику выросли на 70%.

Используя опыт проведения Олимпийских игр другими странами, можно выявить некоторые закономерности и определить, что они влекут за собой. Так игры полезны для рынка недвижимости. В столице игр происходят перемены, вследствие которых, появляются новые спортивные сооружения, транспортные развязки, гостиничные комплексы, градостроительство. Столица олимпиады становится более привлекательной, завлекающей для иностранцев и граждан страны, где соответственно цены на недвижимость начинают возрастать.

Большинство экономистов заявляют, что прошедшая олимпиада положительно повлияла на Российскую экономику. Россия в результате проведения сочинской Олимпиады подняла свой авторитет на мировой арене.

Таблица 1.

Сравнительная характеристика расходов на организацию и проведение Олимпийских игр.

Год	Город	Страна	Олимпийские расходы, $ млрд	
			план	факт
1988	Калгари	Канада	0,67	1,07
1992	Альбервиль	Франция	0,86	2,03
1994	Лиллехаммер	Норвегия	0,54	2,03
1998	Нагано	Япония	1,57	2,45
2002	Солт-Лейк-Сити	США	1,9	2,45
2006	Турин	Италия	2,4	4,37
2010	Ванкувер	Канада	2,1	2,45
2014	Сочи	Россия	5,14	8,6

Ермакова Виктория Сергеевна,
студентка 2 курса
Ломовцева Ольга Викторовна,
ст. преподаватель кафедры ГСЭД
Екатеринбургский институт физической культуры (филиал)
ФГБОУ ВО УралГУФК, г. Екатеринбург

СОЦИОЛОГИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ОДНА ИЗ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН СТУДЕНТОВ ФИЗКУЛЬТУРНОГО ВУЗА

Мы живем в социуме, а, следовательно, постоянно взаимодействуем с людьми как в процессе выполнения профессиональной деятельности так и в сфере решения каких-либо вопросов, касающихся самого процесса жизнедеятельности человека.

Социология как наука занимает важное место в формировании мировоззрения студентов, так как она занимается изучением законов функционирования и развития общества в котором им предстоит жить. Социология дает представление о социальных отношениях, о развитии

социальных общностей, о механизмах взаимосвязи и взаимодействия между этими общностями, а также между общностями и самим индивидом.

Изучение социологии тесно связано с изучением других наук, таких как философия, экономика, история и т.д.. Все эти знания в комплексе способствуют развитию грамотного, всесторонне развитого молодого поколения, нацеленного на развитие общества и улучшение социальных условий его жизнедеятельности.

Социология физической культуры и спорта формирует у студентов понимание того, как физическая культура и спорт влияют на нашу жизнь. Данная учебная дисциплина касается основных вопросов, связанных с социологическими проблемами развития физической культуры и спортивной деятельности, с проблемами взаимодействия спорта и политики, с вопросами развития олимпийского движения, с этапами и кризисами спортивной карьеры и путями выхода из этих кризисов, с проблемами допинга в современном спорте высших достижений, с вопросами дегуманизации профессионального спорта. Будущая профессиональная деятельность выпускников физкультурного вуза связана в большей степени с воспитанием, обучением и тренировкой спортсменов, а, следовательно, все вопросы, рассматриваемые в рамках изучения социологии, для них являются актуальными.

В последнее время произошло расширение социологического образования в нашей стране. Связано это с тем, что социологическое знание становится все более востребованным при подготовке специалистов в области экономики, психологии, педагогики, а также в сфере производства и предоставления обществу различных услуг.

Методика преподавания социологии имеет ряд особенностей. Так, деятельность педагога определяется не только знанием предмета обучения, но и его способностью создавать оптимальные условия для реализации самостоятельной учебно-познавательной деятельности обучаемых. Решающее значение при этом имеет способность преподавателя проектировать и применять в конкретной образовательной ситуации специальные средства

обучения, с помощью которых осуществляется взаимосвязь и регуляция обучающей и учебной деятельности [1].

Изучение студентами учебной дисциплины «Социология физической культуры» имеет свою специфику и не должно заключаться в заучивании социологических терминов и закономерностей. При изучении социологии студентам необходимо освободиться от непосредственных личностных оценок того или иного социального явления и взглянуть на это явление со стороны, по новому, без какого-либо предвзятого отношения, отстраняясь от собственных обычаев и привычек. Иными словами, как сказал Чарлз Райт Миллс, необходимо использовать «социологическое воображение» [2]. Именно социология не только помогает нам анализировать существующие типы социальной жизни, но также позволяет увидеть «возможное будущее», открытое для нас. Свободное стремление социологической мысли дает возможность проникнуть в суть не только того, что происходит, но и того, что может произойти, если мы станем действовать каким-либо образом. Наши попытки воздействовать на будущее окажутся тщетными, если они не будут базироваться на развитом социологическом понимании существующих тенденций.

Так, социология физической культуры, позволяет заглянуть в будущее. Например, анализируя события и явления, происходящие сейчас в сфере олимпийского и профессионального спорта, она позволяет сделать прогноз на то, как эти события скажутся на дальнейшем развитии спорта высших достижений в нашей стране.

Проведение социологических исследований, позволяет студентам сформировать представление об отношении населения к тем или иным проблемным ситуациям, возникающим в спорте, а также выяснить отношение жителей к проведению в их городе (районе) каких-либо спортивных мероприятий. Полученные таким образом эмпирические знания позволяют спрогнозировать позитивное или негативное отношение людей к происходящим событиям и, при необходимости, заранее подготовиться к последствиям этого отношения.

Изучение студентами учебной дисциплины «социология физической культуры и спорта» является необходимым для подготовки профессиональных кадров, готовых выполнять широких круг вопросов, касающихся как эффективного развития физической культуры и спорта в общем, так и функционирования различных физкультурно-спортивных организаций в частности. Знания, полученные студентами в процессе изучения данной дисциплины, будут необходимы им в будущем при выполнении профессиональной деятельности как будущим работникам отрасли физической культуры и спорта.

Список литературы:

1. Беликова, Л. Ф. Методика преподавания социологии: учебное пособие / Л. Ф. Беликова, О. В. Чернова, Н. Е. Эрганова. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2012. – 113 с. ISBN 978-5-8050-0473-6

2. Попов, А.С. «Социологическое воображение» Чарлза Райта Миллса: к 50-летию со времени публикации /А.С. Попов // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2009. № 3 (11). – С. 41-49

Киселев Никита Николаевич,
студент 3 курса
Ерещенко Юлия Ахиловна,
преподаватель кафедры ТиМ ФК
Екатеринбургский институт физической культуры (филиал)
ФГБОУ ВО УралГУФК, г. Екатеринбург

АНАЛИЗ ФИЗКУЛЬТУРНО - ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Физическая культура и спорт в социальном плане – это сфера жизни общества, включающая в себя физкультурно – оздоровительные, учебно-

тренировочные и соревновательные виды деятельности. С экономической точки зрения – это вид общественно полезной деятельности по оказанию населению различных услуг. Они осуществляется предприятиями, учреждениями, организациями различных форм собственности и ведомственной принадлежности, а также частными лицами. При этом физкультурно – оздоровительные организации являются важнейшим субъектом рыночных отношений в отрасли физической культуры и спорта. Продуктом их деятельности являются физкультурно – оздоровительные услуги.

Цель: проанализировать физкультурно – оздоровительные услуги по видам, их исполнителям и потребителям и на основе полученных данных оценить, какую роль играет физическая культура и спорт в современных рыночных отношениях.

В Федеральном законе понятие физкультурно–оздоровительной услуги определяется как деятельность, осуществляемая физкультурно–организацией независимо от её организационно – правовой формы, направленная на удовлетворение потребностей граждан в сохранении и укреплении здоровья, физической подготовке и физическом развитии, включающая, в том числе, проведение физкультурных мероприятий.

Федеральным законом предусматривается, что физкультурно–оздоровительные организации вправе оказывать соответствующие услуги. Перечень видов таких услуг и правила их оказания утверждаются Правительством Российской Федерации. [1]

Специалисты области экономики определяют услугу как виды деятельности, направленные на удовлетворение потребностей других людей, в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший материально – вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта. Услуги – это блага, предоставляемые не в виде вещей, а в форме общественно полезной деятельности.

Услуги, оказываемые населению, по их функциональному назначению бывают материальные и социально-культурные (нематериальные):

Материальная услуга – это услуга по удовлетворению материально – бытовых потребностей потребителя услуг. Она обеспечивает восстановление, изменение, сохранение потребительских свойств изделий или изготовление новых изделий по заказам граждан, а также перемещение грузов и людей, создание условий для потребления.

Социально – культурная услуга – это услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержание нормальной жизнедеятельности потребителя.

Физкультурно – оздоровительная услуга – деятельность исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя в поддержании и укреплении его здоровья, физической реабилитации, а также проведении физкультурно – оздоровительного и спортивного досуга.

К ним относят:

1. Проведение занятий по физической культуре и спорту;
2. Проведение спортивно – зрелищных мероприятий;
3. Организацию и проведение учебно-тренировочного процесса;
4. Предоставление физкультурно – оздоровительных и спортивных сооружений населению;
5. Информационно – консультативные и образовательные услуги;
6. Прочие спортивно – оздоровительные услуги; Потребители услуг – граждане или организации, имеющие намерение заняться или уже занимающиеся физическими упражнениями и спортом получить услугу для укрепления здоровья, профилактики заболеваний, поддержания высокой работоспособности, а также принять участие в различных видах активного отдыха и проведения досуга при посещении спортивно – зрелищных, культурно – массовых и развлекательно – игровых мероприятий.

Исполнители услуги – организации независимо от их организационно – правовой формы, а также индивидуальные предприниматели, оказывающие спортивные услуги.

Процесс обслуживания – это совокупность операций, выполняемых исполнителем при непосредственном контакте с потребителем в процессе оказания спортивных услуг.

Физкультурно–оздоровительные услуги в условиях рыночной экономики становятся объектом купли – продажи. Производители физкультурно–оздоровительных услуг выступают в качестве продавцов, а потребители - в качестве покупателей.

Проведение занятий по физической культуре и спорту предусматривает:

1. занятия в группах общей физической подготовки и оздоровительной физической культуры;
2. разработку индивидуальных (групповых) рекомендаций по режиму занятий;
3. организацию соревнований в учебных группах, командах, школах и клубах по видам спорта;
4. восстановительные мероприятия и методические консультации;
5. реализацию различных видов досуга с учетом особенностей оказываемых услуг, включая культурно-массовые и развлекательно-игровые мероприятия, а также различные виды активного отдыха с учетом требований безопасности, в том числе медицинского обеспечения.

Данные услуги вызывают у населения большой спрос и интерес, т.к. занятия физической культурой безусловно положительно влияют на общее состояние здоровья, формируют красивый рельеф тела, вызывают положительные эмоции, повышают собственную самооценку, воспитывают положительные морально- волевые качества занимающихся.

На территории Российской Федерации с 01.01.2019 по 31.12.2024 гг действует Федеральный проект «Спорт- норма жизни». Цель проекта «Доведение к 2024 г. до 55% доли граждан, систематически занимающихся

физической культурой и спортом путем мотивации населения, активизации спортивно-массовой работы на всех уровнях и в корпоративной среде, в том числе вовлечения в подготовку и выполнение нормативов Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса "Готов к труду и обороне", а также подготовки спортивного резерва и развития спортивной инфраструктуры».

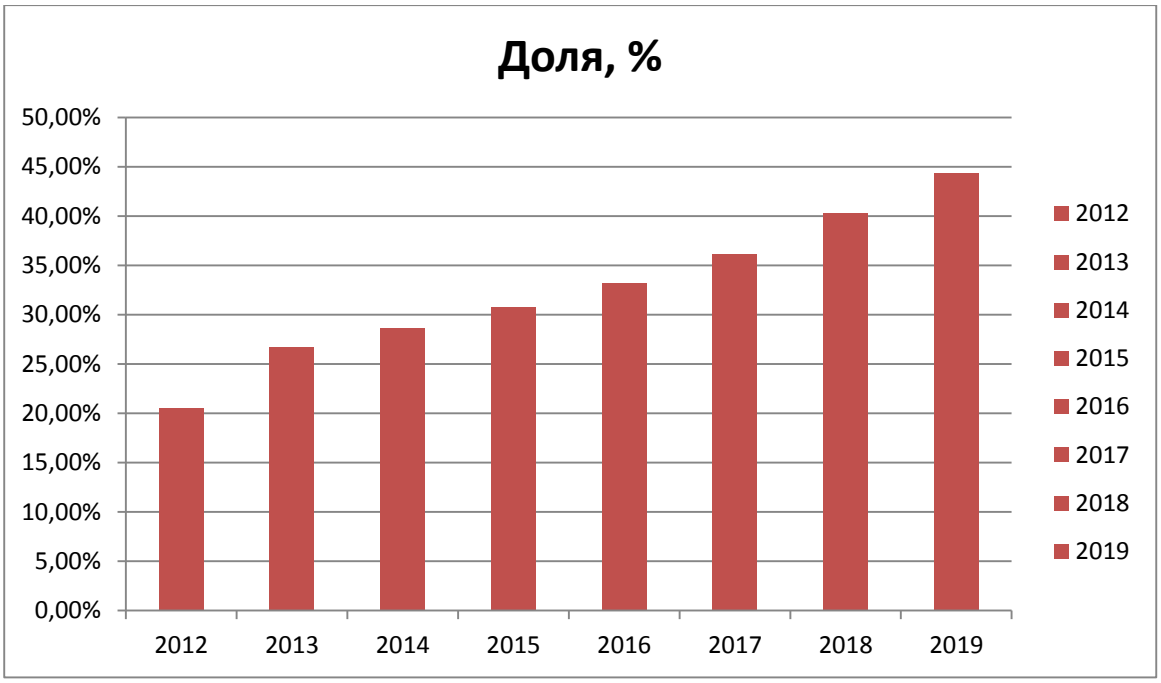
Ежегодно мы наблюдаем прирост численности людей систематически занимающихся физической культурой и спортом среди населения.

Таблица 1.

Численность лиц, систематически занимающихся ФК и С по Свердловской области 2012- 2019 гг.

Годы	Численность занимающихся	Доля занимающихся %
2012	887 217	20,6 %
2013	1031436	26,7 %
2014	1149642	28,7 %
2015	1234715	30,8 %
2016	1332546	33,2%
2017	1452917	36,2%
2018	1612775	40,3%
2019	1773450	44,4%





Заключение

Физическая культура и спорт в современном обществе является неотъемлемой частью поддержания и укрепления здоровья людей, совершенствования их культуры, активного проведения досуга, борьбы с вредными привычками. Состояние физической культуры и спорта напрямую зависит от эффективности организационно–экономических механизмов в этой системе, в частности, финансирование этой сферы. Существенно растет роль физической культуры и спорта в самоутверждении и самореализации лица, как важнейшей социальной ценности, в удовлетворении потребностей людей в физическом совершенствовании.

В рыночной экономике занятия физической культурой и спортом рассматриваются в большей степени не как основная профессиональная деятельность, а как хобби, досуговая, рекреационная деятельность. Поэтому формирование нового механизма в сфере физической культуры и спорта, прежде всего, связано с распространением на нее законов рынка, когда будет обеспечен экономический суверенитет производителей и покупателей физкультурно – спортивных услуг. Соответственно функции рынка в сфере физкультурно – спортивных услуг направлены на регулирование и

удовлетворение потребностей населения в этих услугах на основе рыночного спроса и предложения, повышение качества оказываемых услуг через конкуренцию, расширение ассортимента предлагаемых услуг, так как спрос рождает новые виды услуг и формы их предоставления.

Ломовцева Ольга Викторовна,
ст. преподаватель кафедры ГСЭД,
Иванова Ольга Сергеевна,
студентка 2 курса
Екатеринбургский институт физической культуры (филиал)
ФГБОУ ВО УралГУФК, г. Екатеринбург

ВЛИЯНИЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ НАШЕЙ СТРАНЫ

В настоящий период времени физическая культура и спорт оказывают большое влияние на экономическое развитие нашей страны. Это связано с тем, что все больше людей начинают придерживаться здорового образа жизни, и, как результат, потребность в занятиях спортом начинает возрастать. А это в свою очередь ведет к повышению спроса на спортивные товары, к необходимости увеличивать количество физкультурно-спортивных организаций и создавать новые спортивные площадки. Все это в конечном счете, приводит к увеличению рабочих мест и к развитию отрасли в целом, к увеличению продолжительности жизни населения и к росту производительности труда, к увеличению налоговых поступлений от развития индустрии спорта и к росту основных экономических показателей.

Немаловажным фактором, влияющим на экономическую ситуацию в нашей стране, является то, что в последнее десятилетие Россия не раз становилась организатором проведения крупных международных спортивных соревнований, что в свою очередь привело к экономическому развитию нашей страны. Доказательством этого послужило развитие дорожной и спортивной

инфраструктуры, а также объектов гостиничного и ресторанного сервиса; увеличение производства сувенирной продукции, как результат рост ВВП; увеличение рабочих мест, как временных так и постоянных; повышение престижа нашей страны как на мировой арене, так и среди некоторой части населения нашего государства.

Нельзя не согласиться с установившимся мнением о том, что физическая культура и спорт оказывают влияние как на социальную сферу, так и на экономическое развитие. К социальным результатам деятельности в сфере физической культуры и спорта можно отнести духовное и физическое развитие человека: укрепление здоровья, увеличение продолжительности жизни, поддержание её интенсивности, формирование чувства патриотизма [1]. Так же к социальному эффекту можно отнести повышение уровня и качества жизни населения за счет развития инфраструктуры, за счет проведения различных спортивных праздников и спортивно-массовых мероприятий, просмотра спортивных телепередач или художественных фильмов, снятых про знаменитых спортсменов и тренеров.

К экономическим результатам развития физической культуры и спорта можно отнести снижение заболеваемости и повышение производительности труда работников, а как результат и увеличение прибыли предприятий во всех отраслях народного хозяйства. Также к экономическому эффекту можно отнести развитие самих физкультурно-спортивных организаций и повышение их прибыльности за счет продажи физкультурно-спортивных, физкультурно-оздоровительных, зрелищных и иных видов услуг. Также, за счет повышения престижности спорта у жителей нашей страны, можно отметить и увеличение прибыльности предприятий, производящих спортивную одежду, обувь, спортивный инвентарь, тренажеры, спортивное питание и другие товары спортивного назначения.

К сожалению, помимо положительного влияния физической культуры и спорта на экономическое развитие нашей страны, следует отметить и такие моменты, которые негативно сказываются как на экономической ситуации в

стране, так и на развитии профессионального спорта. Примером тому является дисквалификация наших спортсменов, затрет выступать на Олимпийских играх под нашим флагом, лишение российских спортсменов ранее завоеванных ими медалей. Все это в будущем может привести к снижению мотивации профессиональных спортсменов к занятиям спортом и, как результат, к уменьшению количества спортивных побед на различных чемпионатах и первенствах. Введение экономических санкций тоже имеет свои не очень приятные последствия. Так ограничение торговых отношений с другими странами в сфере продажи каких-либо спортивных товаров может привести к отставанию развития физической культуры и спорта, что в свою очередь повлечет за собой снижение спортивных результатов профессиональных спортсменов или уменьшению количества потенциальных потребителей спортивных товаров и услуг. Возможные ограничения экспорта нашей спортивной продукции в другие страны могут привести к снижению реальных доходов некоторых предприятий, производящих данную продукцию, а также и снижение доходов государства, ввиду уменьшения таможенных сборов.

Подводя итог, можно сказать, что все негативные моменты, связанные с развитием физической культуры и спорта очень часто связаны со сложной политической ситуацией, сложившейся по отношению к нашей стране. Но, не смотря на это, правительству нашей страны необходимо продолжать заниматься реализацией государственной политики в сфере физической культуры и спорта, направленной на развитие данной отрасли, на повышение заинтересованности населения в услугах физической культуры и спорта, на увеличение количества физкультурно-спортивных организаций в разных организационно-правовых формах, на строительство спортивных сооружений.

Так как развитие физической культуры и спорта способствует экономическому росту, повышению качества рабочей силы и других макроэкономических показателей, то можно с уверенностью утверждать, что значение влияния физической культуры и спорт на экономическое развитие

страны очень велико. Иными словами, физическую культуру и спорт можно рассматривать как одну из составляющих надежного фундамента дальнейшего экономического процветания нашего государства.

Список литературы:

Левченко Г. Н., Зайцев О. С., Гарцев А. В. Влияние физической культуры и спорта на экономическую сферу жизни государства и общества // Актуальные исследования. 2020. №19 (22). С. 84-88. URL: https://apni.ru/article/1283-vliyanie-fizicheskoj-kulturi-i-sporta-na-ekon

Ломовцева Ольга Викторовна,
ст. преподаватель кафедры ГСЭД,
Гулякин Даниил Андреевич,
студент 2 курса
Екатеринбургский институт физической культуры (филиал)
ФГБОУ ВО УралГУФК, г. Екатеринбург

ПОСЛЕДСТВИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КРИЗИСОВ ДЛЯ КОММЕРЧЕСКИХ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Цикличность развития экономики – это доказанный факт. Экономические колебания в нашей стране встречаются достаточно часто и состоят из следующих этапов: подъёма, кризиса, депрессии и оживления. При определенных обстоятельствах, экономические кризисы могут возникать внезапно, незапланированно в виду различных внутренних и внешних причин. Подготовиться к ним заранее не всегда представляется возможным. Экономические кризисы связаны с падением покупательской способности населения и увеличением количества банкротств предприятий различных отраслей, с отсутствием существенного роста зарплат и с ростом безработицы,

с сокращением социальных обязательств государства и ростом бедности. Все это приводит к существенному замедлению экономического развития.

Наиболее остро это ощущается в сфере оказания услуг. Так как основным продуктом физической культуры и спорта является производство и предоставление физкультурно-спортивных, физкультурно-оздоровительных, зрелищных и иных услуг, то каждый экономический кризис оказывает существенное влияние на снижение потенциальных и реальных потребителей в данной отрасли, что в свою очередь приводит к уменьшению доходности спортивных организаций и, возможно, к их частичному банкротству (особенно эта проблема касается коммерческих спортивных организаций).

Последний экономический кризис 2020 года, связанный с директивным закрытием всех физкультурно-спортивных организаций по территории нашей страны на несколько месяцев, привел к тому, что ряд фирм, предоставляющих физкультурно-спортивные услуги, так и не смогли вновь открыться. И это не удивительно: уменьшение реальных доходов населения, снижение уровня жизни граждан нашей страны, повышение общего уровня цен приводит к пересмотру существующей структуры потребительского спроса в пользу товаров первой необходимости, а также способствует формированию материальных накоплений у населения за счет увеличения желания больше сберегать, чем тратить. На этом фоне сфера услуг всегда проигрывает.

В связи с этим немаловажным является государственная поддержка данного сектора, заключающаяся в снижении налоговых ставок, предоставлении налоговых каникул и льготного кредитования организаций, предоставляющих социально-культурные услуги. Правда, как показывает практика, далеко не все организации могут претендовать на получение такой помочи от государства, и тем более ее получить.

Несмотря на всю глубину проникновения кризиса в сферу услуг и его затяжной характер, что подтверждено аналитическими данными и негативными экономическими прогнозами, бизнес улавливает любой «маячок», хотя бы косвенно указывающий на позитивные изменения в

экономике, которые могут повлечь улучшение условий ведения бизнеса [1]. Так, в результате отмены жестких ограничений, многие предприятия, оказывающие услуги в сфере физической культуры и спорта, начинают возобновлять свою работу. Первостепенным для них является не только возвращение постоянных клиентов, но и привлечение новых. Понимая, что платежеспособная потребность населения снизилась, физкультурно-спортивные организации не спешат повышать цены на свои услуги. Напротив, многие организации предлагают различные скидки или рассрочку, в надежде на то, что это будет способствовать увеличению количества клиентов и росту продаж абонементов. Еще одним важным моментом, связанным с возможным ростом реальных потребителей спортивных услуг, является тот факт, что за период самоизоляции многим людям надоело состояние «вынужденного покоя», связанного с отсутствием возможности заниматься каким-либо видом физической активности. Возможность вернуться к нормальному образу жизни многие граждане ценят очень позитивно и, скорее всего, захотят вернуться в привычный ранее темп жизни, включиться в активные занятия физической культурой и спортом.

Таким образом, большинство коммерческих физкультурно-спортивных организаций в настоящий период не нацелены на получение максимальной прибыли, а ориентированы на компенсацию понесенных убытков за период простоя и постепенному возвращению к нормальному процессу своего функционирования. Возможность увеличения прибыльности предприятий физкультурно-спортивной отрасли рассматривается ими только в перспективе.

В заключение следует еще раз подчеркнуть, что кризисы, сотрясающие российскую экономику в последние десятилетия, вызваны различными причинами, и, соответственно, течение этих кризисов, их влияние и глубина проникновения в отдельные сегменты сферы услуг также различны. Однако общим для всех кризисных моментов признан тот факт, что сфера услуг является достаточно уязвимой отраслью экономики ввиду её прямой

зависимости от благосостояния общества и уровня покупательной способности населения [1].

Подводя итог, хочется отметить, что экономические кризисы всегда связаны с определёнными потерями и отставанием в экономическом развитии, но, тем не менее, каждый экономически кризис рано или поздно заканчивается и начинается следующая стадия экономического цикла – оживление. А это, в свою очередь, приводит к оздоровлению экономики, к развитию новых направлений деятельности, к внедрению инноваций, к ускорению экономического роста. Очень хочется верить, что этот кризис уже закончился и в настоящий момент начинается оживление и возрождение экономики, что должно положительно сказаться как на сфере услуг в общем, так и на развитии организаций, предоставляющих разнообразные физкультурно-спортивные услуги, в частности.

Список литературы:

Максименко И.В., Данилова А.С. Сфера услуг и экономические кризисы в России: ретроспективный анализ // Известия ДВФУ. Экономика и управление. 2. 2016. 63–74 https://cyberleninka.ru/article/n/sfera-uslug-i-ekonomicheskie-krizisy-v-rossii-retrospektivnyy-analiz/viewer (Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия)

Симонова Алина Константиновна,
к. социол. наук, доцент, зав. кафедры ГСЭД,
Екатеринбургский институт физической культуры (филиал)
ФГБОУ ВО УралГУФК, г. Екатеринбург

КРИЗИС СПОРТИВНОЙ КАРЬЕРЫ

«Оставляя большой спорт, надо найти в себе силы не делать из этого трагедии, не завидовать успехам других, «наступающих тебе на пятки»

новичков, не расценивать уход из спорта как закат твоего творчества, а понять, что жизнь для тебя только начинается, что весь накопленный тобой в спорте опыт пригодится в твоей будущей жизни. Что, «уходя в историю», ты не становишься ненужным ее преданием, а полноправно идешь в ногу с современным поколением твоих ровесников - медиков и строителей, инженеров и художников, тренеров и физиков...

Это слова прославленной советской гимнастки, многократной чемпионки и победительницы соревнований самого высокого ранга Л. Турищевой.

В течение многих лет выступать на самых крупных соревнованиях, и выступать с честью - это означает прожить долгую-долгую спортивную жизнь.

Но приходит момент завершения спортивной карьеры и нет смысла грустить и сокрушаться: в спорте, как и в жизни, все идет своим чередом. Так бывает всегда, таков неминуемый закон спорта. Спортсмен достигает пика своего мастерства, завоевывает самые высокие титулы, а потом сходит с пьедестала. И на смену им приходят другие - более сильные, молодые, с крепкой психикой, нерастраченной энергией. И настает их час. Они стремительно возносятся, горят ярко, ослепляя мир, и сгорают в горниле страстей, в беспощадной борьбе с соперниками, в упорном ежедневном, многочасовом тренинге. Но и эти другие со временем тоже уходят...

Для тех же, кто с детства проникается миром спорта, знает малейшие нюансы этой жизни, уход из спорта - нелегкое испытание и большая личная трагедия. Чаще всего личного характера - они так и не находят своего места в жизни. Они мечутся, ищут, не находят себя и разочаровываются: в себе, в своей прошлой «спортивной» жизни, в людях и наступает кризис спортивной карьеры.

Другие же, исчерпав в психологической борьбе с соперниками весь запас нервной энергии, душевно опустошенные, покидают большой спорт без всякого сожаления. Они, как правило, стараются не встречаться более со своими прошлыми друзьями, коллегами-соперниками.

Острота этого кризиса, не всем спортсменам удается его преодолеть, возрастает при следующих условиях:

- внезапность ухода;
- отсутствие подготовки к нему;
- пассивная позиция спортсмена;
- отсутствие материальной и психологической поддержки.

По мнению ученых, спорт оказывает значительное влияние на социализацию личности. Большинство спортсменов, заканчивающие спортивную карьеру не менее успешны, чем люди, не занимающиеся спортом. Однако углубленные занятия спортом могут стать причиной дисгармоний в личностном развитии, которые затрудняют адаптацию к жизни вне спорта. Адаптация спортсменов вне спорта зависит от уровня достигнутых им результатов: чем выше спортивные результаты, тем сложнее социальная адаптация.

Вот наиболее важные факторы, которые существенно влияют на формирование стиля жизни спортсмена, заканчивающего спортивную карьеру:

- прекращение спортивной деятельности, спортивных тренировок и выступлений в соревнованиях;
- прекращение опеки со стороны спортивного клуба, тренеров, врачей, обслуживающего персонала;
- разрыв дружеских и профессиональных связей с командой, спортивным клубом, тренером;
- психологический дискомфорт, вызванный отсутствием чувства удовлетворения от спортивной борьбы, победы, которые составляли главный смысл жизни спортсмена;
- психологический срыв, связанный с пониманием, что знания новой профессии неизмеримо ниже, чем былое спортивное мастерство;
- резкое снижение уровня доходов.

Все эти факторы смягчаются, если спортсмен уходит из спорта

постепенно, поэтапно снижая уровень спортивных результатов. Спортсмены высокого класса предпочитают резко заканчивать спортивную карьеру, уходить из спорта непобежденными, считая недопустимым для себя снижение спортивных результатов, проигрыши соревнований.

В такой ситуации спортсмен испытываетпсихологические стрессы, неудовлетворенность, неустроенность и требует как особой заботы со стороны спортивного коллектива, так и понимания со стороны друзей и близких.

Социальную адаптацию спортсменов облегчает:

- осознанный подход к концу спортивной карьеры, наличие реальных планов на ближайший период жизни;
- выбор профессии в сфере ФКС;
- психологическая поддержка и помощь со стороны семьи, друзей, тренера, спортивного клуба;
- материальная поддержка со стороны отрасли «Физическая культура и спорт»;
- социальная защищенность путем правового обеспечения по медицинскому, пенсионному обслуживанию;
- привлечение бывших спортсменов к соревнованиям ветеранов, участию в общественной жизни, выступлению перед молодежью.

Другой аспект адаптации после ухода из активного спорта - это здоровье спортсмена. После окончания спортивной карьеры чаще всего требуется серьезная медицинская реабилитация, лечение спортсмена, ведь тренировочные занятия и спортивные выступления нередко проходили на грани разрушения здоровья.

Список литературы:

1. Лубышева Л.И. Социология физической культуры и спорта: Учеб. пособие.- М.: Издательский центр «Академия», 2017.
2. Стамбулова Н.Б. Кризисы спортивной карьеры // Теория и практика физической культуры. - 2018. - № 10.

3. Филин В.П. Теория и методика юношеского спорта. - М., 2016.
4. Государев Н.А. Так становятся чемпионами. - М., 2018.

Симонова Алина Константиновна,
к. социол. наук, доцент, зав. кафедры ГСЭД,
Екатеринбургский институт физической культуры (филиал)
ФГБОУ ВО УралГУФК, г. Екатеринбург

СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА В ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Современное потребление невозможно без активного маркетинга. Поэтому любая сфера человеческой деятельности использует маркетинговые коммуникации. Не исключение, и спортивная деятельность. Одним из самых распространенных социальных процессов современного общества, современных мегаполисов, становится потребление. Потребление, - это характерный современный феномен, определяющий признак так называемого общества изобилия. В таком обществе использование вещей не исчерпывается их простым практическим применением или даже их семиотическим обозначением как знаков отличия, богатства, престижа и т.д. Потребление — это интенсивный процесс выбора, организации и регулярного обновления набора товаров и услуг, в котором неизбежно участвует каждый член общества. Приобретая произведенный продукт, человек стремится к вечно ускользающему идеалу - модному образцу-модели, опережает время благодаря покупке в кредит, пытается зафиксировать и присвоить себе время, собирая старинные, коллекционные вещи. Для утверждения и регулирования такого способа обращения с вещами служит маркетинговые коммуникации, цель которой — не столько способствовать продаже того или иного конкретного товара, сколько внедрять в сознание людей целостный образ общества, «одаривающего» своих членов материальными благами. Таким образом, потребительство не знает предела и насыщения, поскольку имеет

дело не с вещами как таковыми, а с культурными знаками, обмен которыми идет непрерывно и бесконечно, со все нарастающей скоростью.

Каждый раз, когда маркетинг начинают использовать в той или иной отрасли, осуществляется адаптация этой уникальной системы управления экономическими ресурсами. При сохранении общих маркетинговых потенциалов, отношений, методологии и инструментария отраслевые дефиниции отличаются, в первую очередь, объектами маркетинга, также характеристиками некоторых факторов рыночной среды. Это прямое отражение, в попытках найти маркетинговые отношения в спорте.

Но наиболее распространена на сегодняшний день расширенная концепция спортивного маркетинга, в основе которой - утверждение о том, что он имеет отношение к разработке, продвижении и продаже любых спортивных продуктов спорте, а также использованию спорта как средства продвижения любых других неспортивных товаров и услуг.

Спортивный маркетинг представляет собою специфическое применение принципов и процессов маркетинга в отношении спортивных продуктов через ассоциации со спортом. Именно это лаконичное определение признается и используется на сегодня многими учеными и практиками.

На современном этапе расширенная концепция маркетинга имеет еще одну вариацию, спортивный маркетинг разделяют на три направления:

- маркетинг спорта;
- маркетинг через спорт;
- массовый спортивный маркетинг.

Нужно отметить, что к «маркетингу спорта» и «маркетингу через спорт» добавляется маркетинговая деятельность с более широким участием публики, когда объектом продвижения становится массовая физическая активность, а целью - привлечение к занятиям спортом более широких кругов населения это направление называют «массовый спортивный маркетинг».

Представляется вполне актуальным для нашей страны, так как позволяет использовать возможности маркетинга для пропаганды массового спорта.

Каждое из трех направлений спортивного маркетинга имеет специфические объекты и цели, используют различный набор маркетинговых инструментов, а маркетинговая деятельность осуществляется разными типами субъектов и отношений в спорте

Маркетинг спорта это концепция финансово - экономической работы, направленная на привлечение источников финансирования деятельности спортивных организаций, или другими словами, это любая деятельность по созданию продукта, его продвижению и продажам связанная со спортивными событиями и их участниками. Основными объектами маркетинга здесь являются спортивные продукты - события, товары, услуги (тренировка, аренда) и информация, а также проекты, персоны (спортсмены, тренеры, менеджеры), сооружения и права (телевизионные, лицензионные, трансфертные), а также целевые аудитории.

Цели маркетинга спорта связаны созданием эффективных рыночных предложений, способных принести экономические и репутационные выгоды от предоставления их клиентам и спонсорам в обмен на их деньги и время.

Также можно отметить то, что спортивный маркетинг на сегодняшний день является важным средством (звеном) решения стратегических и тактических задач спортивных организаций, заинтересованных в разработке, продвижении и продаже востребованных рынком продуктов, а также инструментом продвижения практически любых иных товаров и услуг с помощью спорта, а также средством развития массового спорта.

Маркетинг в спорте – это рыночная деятельность, поэтому можно предусмотреть определённые перспективы и тенденции развития финансовых возможностей спорта. Для маркетинга в спорте самое важно- увеличить спортивную ауди-торию и расширить спортивный рынок, чтобы сохранить общедоступные, но ценные спортивные субъекты в ходе развивающейся глобализации, надо искать решение для расширения спортивной аудитории и спортивного рынка в процессе спортивной интеграции.

Список литературы

1. Жестянников Л.В. Современная концепция маркетинга услуг в сфере физической культуры и спорта / Л. В. Жестянников. - СПб.: СПбГУЭФ, 2016.

2. Черепанов В.А. Проблемы менеджмента в сфере физической культуры и спорта: Хрестоматия.Учеб.пособие для вузов В. А. Черепов; СПбГАФК им.П.Ф.Лесгафта. - СПб.: СПбГАФК, 2018.

3. Степанова О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Монография / О. Н. Степанова. - М.: Сов.спорт, 2015.

4. Степанова О.Н. Принципы маркетинга и управления маркетинговой деятельностью в системе физической культуры и спорта / О. Н. Степанова // Теория и практика физической культуры. - 2018.

Старцев Никита Павлович,
студент 2 курса
Ерещенко Юлия Ахиловна,
преподаватель кафедры ТиМ ФК
Екатеринбургский институт физической культуры (филиал)
ФГБОУ ВО УралГУФК, г. Екатеринбург

ЭКОНОМИКА И БИЗНЕС В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Ключевые слова: экономика, бизнес, физическая культура, спорт.

Экономика- это наука, которая изучает людей использующих имеющиеся ресурсы для удовлетворения своих неограниченных потребностей. Бизнес – это экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела.

Экономика и спортивный бизнес. Положительное воздействие физической культуры и спорта в последнее время бурное развитие получила индустрия физической культуры.

В мире создается множество спортивных, физкультурных организаций, осуществляющих свою деятельность на коммерческой основе. Разные фитнес и йога клубы, секции футбола, баскетбола, волейбола, единоборств и т.д

Другой составляющей спортивного бизнеса является профессиональный спорт - профессиональные клубы, лиги и федерации, действующие на основе самофинансирования и получающие прибыль за счет рекламы, продажи прав на телеканалы и радиостанции.

Кроме этого современная спорт индустрия включает в себя сферу производства спортивной одежды, различного инвентаря, тренажеров и аксессуаров.

По сути, бизнес это тоже самое что и спорт: есть соперничество, соревнования и некая конкуренция.

Мотив в бизнесе такой же как и в спорте- желание участников доказать, самовыразиться, показать свою значимость тем, чего ты добился.

Спортивный бизнес удовлетворяет такие потребности у людей как: укрепление здоровья, стремление к физической активности, окружение здоровых и успешных единомышленников. Так же спортивный бизнес избавляет от таких вредных привычек, как употребление табака и алкоголя. В этом аспекте спортивный бизнес выступает важнейшим элементом процесса качественной рабочей силы, развития и укрепление трудовых качеств.

Именно в спортивных соревнованиях, в экстремальных условиях, выявляются лучшие качества новых разработок, их удобства, экономичность и иные характеристики.

В то же время следует подчеркнуть, что физическая активность, спорт и труизм помимо прямых экономических выгод приносят и иные блага нематериального характера, которые напрямую не поддаются количественной оценке.

Физкультура и спорт дают каждому человеку колоссальные возможности для самовыражения, самосовершенствования и самоутверждения. Физическая культура и спорт таким образом являются существенным фактором роста благосостояния общества и улучшения качества жизни людей.

Получается, что спортивный бизнес обладает множеством положительных факторов, и несет исключительно хорошие качества. В спортивном бизнесе есть незначительные минусы, но в этой статье мы говорим только о плюсах.

Спортивный бизнес несет в себе приятные качества, заключающиеся в снижении государственного финансирования образования разнообразных физкультурно-спортивных программ федерального и местного уровня, в развитии социально значимой сферы предпринимательской деятельности, за счет которой оздоравливается население и создаются новые рабочие места, снижается потребление алкоголя и табака, уровень преступности.

Перспективы развития спортивного бизнеса.

Развитие спортивной индустрии в России во многом зависит от квалификации управленческого персонала. На рынке труда сегодня не так просто найти грамотного управляющего спортивным сооружением, способного сформировать на объекте сильную высокопрофессиональную команду.

Однако речь идет не о каких-то частных ситуациях, а о системе в целом. В Российской индустрии спорта назрела необходимость заниматься подготовкой кадров системно, выстраивая работу таким образом, чтобы развивать и грамотно использовать человеческий потенциал. Создаваемая система должна в равной степени опираться на обучение , развитие, подбор, расстановку , эффективную мотивацию и оценку эффективности работы.

БИЗНЕС НА СПОРТЕ: ИДЕИ, ВЛОЖЕНИЯ И ДОХОДНОСТЬ.

В последние годы наметилась ярко выраженная тенденция повышения заинтересованности в бизнесе на спорте. Особенно среди региональных

инвесторов. И это легко объяснимо среди региональных инвесторов. Популярность спорта среди населения растет, а количество фитнес центров и спортивных магазинов в регионах заметно отстает от реальных потребностей.

Эксперты утверждают, что спортивная индустрия одна из немногих способна сравнительно легко переживать экономические кризисы. Экономить на здоровье сейчас не принято.

Заключение. В этой статье мы проанализировали на сколько тесно связаны между собой бизнес и экономика в сфере физической культуры.

Спортивный бизнес решает многие проблемы современного общества, такие как повышение грамотности населения и формирование путей его оздоровления.

На данный момент спортивный бизнес стремительно развивается, как и специалисты этой сферы. Инвесторы, осознающие перспективу развития спортивного бизнеса и возможность получить высокие доходы на нем, начинают активно вкладываться в него уже сейчас.

Список литературы:

1.Галкин В. В. Экономика спорта и спортивный бизнес : учебное пособие , _ Москва : КНОРУС, 2006. - 320 С.

2.Любимов С. В., Любимова Г. И. Экономическая эффективность занятий оздоровительной физической культурой // Теория и практика физической культуре. – 2008.

Сухарев Лев Андреевич, студент
Брызгалов Игорь Вячеславович,
д-р пед. наук, профессор кафедры ГСЭД,
Екатеринбургский институт физической культуры (филиал)
ФГБОУ ВО УралГУФК, г. Екатеринбург

КАДРОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Аннотация

Система подготовки кадров для деятельности в области физической культуры и спорта является одной из важных составляющих института образования в каждой стране. В то же время эта система входит в качестве существенной части в ту сферу социальной деятельности, которая связана с физической рекреацией населения, спортом, активным досугом, физическим воспитанием детей и молодежи. Именно в процессе подготовки и обучения будущих специалистов в физкультурных вузах складываются те ориентации, навыки, знания, которые в последующем в значительной мере будут определять "лицо" всей сферы физической культуры и спорта, ее реальное место и значимость в обществе.

Ключевые слова: система подготовки, спортсмены, кадры, профессионализм, методологическое исследование, концепция, компетентность, ориентация, деятельность, специалист, физическая культура, спорт.

В настоящее время особую актуальность и значение приобретает профессионализм кадров, которые являются проводником реформ, проводимых в нашей стране. В этих условиях одной из важнейших задач становится организация целенаправленного дополнительного профессионального образования, обеспечивающего повышение квалификации и переподготовку кадров для физкультурно-спортивной отрасли.

Согласно нормативным документам, в отделе кадров работают специалисты двух категорий: руководители (сюда же относятся их заместители) и рядовые сотрудники —табельщики, менеджеры и специалисты по персоналу, кадровому делопроизводству, социальным программам и социальной политике, карьерному развитию и планированию, подготовке кадров и т. д.

В ходе методологических исследований был выделен ряд принципов концепции непрерывного повышения квалификации, отражающей идеи профессиональной подготовки специалиста физкультурно-спортивной области. Основными принципами построения и функционирования системы непрерывного профессионального образования подготовки кадров для физкультурно-спортивной отрасли в системе дополнительного образования Российской Федерации являются следующие:

1. Ориентированность системы на реализацию единой государственной политики через сферу подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для физкультурно-спортивной отрасли. Система должна функционировать таким образом, чтобы подготовка кадров для физкультурно-спортивной отрасли способствовала пониманию сущности проводимой государственной политики в области физической культуры и спорта и эффективно реализовывалась ими на своем участке деятельности.

2. Непрерывность процесса обучения каждого специалиста физкультурно-спортивной отрасли. Этот принцип предполагает, что каждый специалист физкультурно-спортивной отрасли должен быть охвачен системой непрерывного профессионального образования подготовки кадров в области физической культуры и спорта.

3. Отбор и привлечение кадров в области физической культуры и спорта, обеспечивающих высокую эффективность функционирования системы.

Эффективность системы непрерывного образования кадров физкультурно-спортивной отрасли обеспечивается подбором контингента,

наиболее подходящего по своим способностям к педагогической деятельности в области физической культуры и спорта, у которого просматривается потребность в получении соответствующих специальных знаний в процессе деятельности. Получившие соответствующую профессиональную подготовку (переподготовку) кадры должны занять соответствующее их потребностям и знаниям место в профессии, позволяющее им более эффективно выполнять функции на своем рабочем месте.

4. Опережающий характер обучения. Этот принцип предполагает такое функционирование системы, когда использование последних нововведений в науке и практике физической культуры и спорта позволит специалисту решать более сложные задачи в области физкультурно-спортивной деятельности.

5. Принцип фасилитации. Реализация этого принципа заключается в опоре на творческий потенциал обучающегося, в искренней вере и поддержке его стремления к самоактуализации и самореализации. Следовать принципу фасилитации - значит активно включать обучающегося в деятельность, создавая предпосылки самоорганизации и саморазвития личности. Принцип фасилитации оказывает системообразующее влияние на компоненты образовательного процесса и ориентирован на разрешение противоречий в системе непрерывного повышения квалификации, уменьшение влияния когнитивного диссонанса, добавляя новые когнитивные элементы в систему знаний индивида .

6. Принцип элективности. Принцип элективности заключается в обеспечении возможности выбора индивидуальной траектории профессионального самообразования специалиста в области физкультурно-спортивной деятельности. Он означает предоставление слушателю свободы выбора целей, содержания, форм, методов, источников, средств, сроков, времени, места обучения, оценивания результатов обучения, так как взрослому обучающемуся человеку принадлежит ведущая роль в процессе обучения.

Принцип элективности предполагает создание системы многоуровневой подготовки специалистов, учитывающей индивидуальные особенности обучающихся, предоставляющей каждому возможность максимального раскрытия способностей для получения соответствующего этим способностям образования.

7. Единство гуманитарной, управленческой, экономической и правовой подготовки в сочетании с углубленной специализацией в области физической культуры и спорта. В соответствии с этим принципом знания и навыки специалиста физкультурно-спортивной отрасли должны включать четыре главных блока: гуманитарно-обществоведческий как базовый, дающий общее понимание социальных процессов, методологию и методику их изучения и решения социальных проблем; управленческий (менеджерский) как центральный, выражающий технологическую сущность управления; экономический, дающий возможность анализа экономической базы социальных явлений и экономических возможностей управленческих решений; правовой, дающий возможность оценивать правовую состоятельность управленческих решений.

8. Оптимальность сочетания всех видов дополнительного профессионального, послевузовского образования; гибкость системы. Система должна охватывать все уровни физкультурно-спортивной деятельности, а значит - включать все уровни образования, причем, сочетание этих уровней должно быть оптимальным для существующей кадровой ситуации и меняться с изменением этой ситуации.

Основа данной концепции - это опережающий характер содержания обучения, ориентация на развитие специалиста как личности, индивидуализация учебного процесса.

В каждой организации физической культуры и спорта необходимо разработать, апробировать и реализовать разнообразные программы повышения квалификации по различным видам спорта и различным видам деятельности физической культуры и спорта, создать соответствующий

перманентный учебный процесс с факторами обновления и привлечения последних научных данных с разработкой компетентностного подхода в обучении учащихся, широко развернуть демонстрацию инновационных технологий подготовки специалистов. При этом учебный процесс должен быть насыщен периодически проводимыми мероприятиями, способными отразить самые последние нововведения в науке и практике физической культуры и спорта: образовательные семинары, мастер-классы, открытые учебно-тренировочные занятия, научно-практические конференции и т.д.

Personnel activities of the organization of physical culture and sports.

Lev A. Sukharev, Post-graduate student of the Department of Tim FC

Bryzgalov Igor Vyacheslavovich, Professor of Pedagogical Sciences

Yekaterinburg Institute of Physical Culture (branch) of URALGUFC, Yekaterinburg

Yekaterinburg Institute of Physical Culture (branch) of URALGUFC, Yekaterinburg

Abstract

The system of training personnel for activities in the field of physical culture and sports is one of the important components of the institute of education in each country. At the same time, this system is included as an essential part in the sphere of social activities related to physical recreation of the population, sports, active leisure, and physical education of children and young people. It is in the process of training and training of future specialists in physical education universities that the orientations, skills, and knowledge are formed, which in the future will largely determine the "face" of the entire sphere of physical culture and sports, its real place and significance in society.

Keywords: training system, athletes, personnel, professionalism, methodological research, concept, competence, orientation, activity, specialist, physical culture, sport.

Список литературы:

1. Масягина Н.В. ПРИНЦИПЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ОТРАСЛИ В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 6.

REFERENCES

1. Masyagina N. V. PRINCIPLES OF PERSONNEL TRAINING FOR THE PHYSICAL CULTURE AND SPORTS INDUSTRY IN THE SYSTEM OF ADDITIONAL EDUCATION OF THE RUSSIAN FEDERATION / / Modern problems of science and education. – 2013. – № 6.

Шалаев Вадим Владиславович, студент,
Брызгалов Игорь Вячеславович,
д-р пед. наук, профессор кафедры ГСЭД,
Екатеринбургский институт физической культуры (филиал)
ФГБОУ ВО УралГУФК, г. Екатеринбург

ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА ЭКОНОМИКИ ОРГАНИЗАЦИИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Аннотация

Среди множества организаций, все они отличаются друг от друга по различным аспектам. Вместе с тем они имеют общие для всех организаций характеристики. Одной из самых значительных характеристик организации является зависимость от внешней и внутренней среды. Ни одна организация не может функционировать изолированно, вне зависимости от внешних ориентиров. Они во многом зависимы от внутренней среды. Это условия и факторы, возникающие в окружающей среде независимо от деятельности организации, так или иначе воздействующие на нее.

Внешняя среда организации – это условия и факторы, возникающие независимо от ее (организации) деятельности и оказывающие существенное

воздействие на нее. Кроме того, они способствуют функционированию, выживанию и эффективности ее работы.

В данной работе подробнее остановимся на вопросе о внутренней среде организации. Внутренняя среда организации – это среда, которая определяет технические и организационные условия работы организации, и являются результатом управленческих решений. Организация анализирует внутреннюю среду с целью выявления слабых и сильных сторон ее деятельности. Это необходимо потому, что организация не может воспользоваться внешними возможностями без наличия определенного внутреннего потенциала. При этом ей необходимо знать свои слабые места, которые могут усугубить внешнюю угрозу и опасность.

Ключевые слова: организация, экономика, внутренняя среда, анализ

INTERNAL ENVIRONMENT OF THE ECONOMY OF THE ORGANIZATION OF PHYSICAL CULTURE AND SPORT

Shalaev Vadim Vladislavovich, student of the Department of Theory and Methodology of Physical Culture

Bryzgalov Igor Vyacheslavovich, Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor

Yekaterinburg Institute of Physical Culture (branch) Ural State University of Physical Culture, Yekaterinburg

Abstract. Among the many organizations, they all differ from each other in various aspects. However, they have characteristics common to all organizations. One of the most significant characteristics of an organization is its dependence on the external and internal environment. No organization can function in isolation, regardless of external guidelines. They are largely dependent on the internal environment. These are conditions and factors that arise in the environment regardless of the activities of the organization, one way or another affecting it.

The external environment of an organization is the conditions and factors that arise independently of its (organization's) activities and have a significant impact on it. In addition, they contribute to the functioning, survival and efficiency of its work.

In this work, we will dwell in more detail on the issue of the internal environment of the organization. The internal environment of the organization is the environment that determines the technical and organizational conditions of the organization, and is the result of management decisions. The organization analyzes the internal environment in order to identify the strengths and weaknesses of its activities. This is necessary because an organization cannot take advantage of external opportunities without having some internal capacity. At the same time, she needs to know her weak points, which can aggravate the external threat and danger.

Keywords: organization, economics, internal environment, analysis

Организация как социально-производственная структура-результат длительного исторического развития специализации и кооперации труда, вызванного необходимостью повышения технического уровня производства, получения материальных благ в условиях дефицита факторов производства. Формы специализации и кооперации на каждом предприятии определяются особенностями выпускаемой продукции и техническим оснащением производства.

Слово «организация» можно отождествлять со словом «предприятие», под которым обычно понимают завод, фабрику или задуманное кем-либо и предпринятое дело.

Организация – это группа лиц, взаимодействующих друг с другом с помощью материальных, экономических, правовых, информационных и иных средств, для достижения общих целей. Группа может считаться организацией, если она соответствует следующим требованиям: 1) наличие, по крайней мере, двух людей, которые считают себя частью этой группы; 2) наличие общей для всех членов группы цели – желаемого конечного состояния или результата; 3) наличие членов группы, которые сознательно работают вместе

для достижения значимой для всех цели. Следует отметить, что организации имеют не одну, а целый набор взаимосвязанных целей. Эти цели являются еще и взаимозависимыми.

Чем больше в экономике организаций, чем они разнообразнее, тем лучше условия для удовлетворения потребностей в обществе. Организации присутствуют во всех сферах общественно полезной деятельности людей, включая науку, образование, консультативные, бытовые услуги и т.д.

Организации создаются как государством, так и отдельными физическими лицами или группами лиц. Деятельность государственных организаций нацелена на удовлетворение общественных потребностей, укрепление общественной безопасности страны, повышение уровня жизни населения. Целью частных организаций является получение прибыли от реализации продукции, пользующейся спросом у населения. Организация имеет собственное название, фирменный знак, самостоятельный баланс, расчетный счет в банке. Как социально-производственная система организация находится в постоянном движении, она развивается под действием управленческих решений и окружающей среды. Каждая организация функционирует, с одной стороны, как самостоятельный производственно-хозяйственный механизм, а с другой стороны – как часть общего механизма экономики страны.

Выделяют формальные и неформальные организации. Приведенное выше определение дано для формальной организации. Существуют и неформальные организации, группы которые возникают спонтанно, но где люди вступают во взаимодействие друг с другом достаточно регулярно. Неформальные организации существуют во всех формальных организациях, за исключением, быть может, очень маленьких. И хотя у них нет руководителей, неформальные организации очень важны.

Общей чертой всех организаций является то, что организацией необходимо управлять. Также, стоит отметить, что целью всех организаций

является преобразование ресурсов для достижения результатов. Организации используют два основных вида ресурсов:

- человеческие ресурсы, труд, человеческий капитал, т.е. труд квалифицированного персонала.
- капитал, в том числе собственно капитал-финансовые ресурсы, а так же капитал, вложенный в технологию, включая оборудование, материалы, энергию, информацию.

Процесс преобразования ресурсов наиболее нагляден в производственных организациях. В организациях обслуживания, в некоммерческих организациях также используют перечисленные ресурсы.

Одной из важнейших черт организации является её взаимосвязь с внешней средой. Любая организация зависит от окружающего мира, как в части получения ресурсов, так и части отношения потребителей, которые используют результаты её деятельности.

Внутренняя среда – это факторы, действующие внутри организации, хозяйственный организм фирмы. Другими словами, это структура фирмы, которая охватывает все производственные подразделения, входящие в состав организации. Поскольку организации представляют собой созданные людьми системы, то внутренние переменные факторы, в основном являются результатом управленческих решений.

Экономика как хозяйство, если смотреть в самую суть понятия, то можно дать такое определение – производство материальных и нематериальных благ для удовлетворения насущных потребностей и для создания новых условий комфортного существования. Все отрасли тесно переплетены между собой. Стоит отметить основные формы хозяйственной деятельности:

- индивидуальная;
- коллективная;
- корпоративная.

Виды хозяйственной деятельности:

- сельское хозяйство;
- промышленность;
- сфера услуг;
- транспорт;
- торговля;
- наука и образование;
- здравоохранение;
- строительство.

Роль экономики как хозяйства:

- Обеспечивает людей материальными условиями существования
- Определяет ход всех процессов, происходящих в обществе.

Основные внутренние факторы, которые действуют в организации и требуют внимания ее руководства, это цели, структура, задачи, технология и люди.

Цели – это конкретное конечное состояние, достижение, получение, совершенствование, желаемый результат, которого добивается группа людей, объединившихся в организацию, работая вместе. В ходе процесса планирования руководство разрабатывает цели и сообщает их членам организации. Это процесс представляет собой мощный механизм координирования, потому что он дает возможность членам организации знать, к чему они должны стремиться. Организацию можно рассматривать как средство достижения целей, позволяющих людям коллективно выполнять то, чего они не могли бы выполнить индивидуально. При формулировке цели необходимо ответить на вопросы: 1) что надо получить и зачем; 2) когда и кто должен решать задачу по достижению цели. Формулировка цели включает:

- набор требований, который должен удовлетворять желаемый результат;
- перечень условий, ограничивающих круг допустимых средств достижения целей;
- перечень возможных вариантов или характеристик результата;

- характеристики желаемой степени достижения ожидаемого результата;
- оценка фактического достижения цели.

Как правило, организации ставят перед собой следующие цели:

- поддержание рыночной устойчивости предприятия и его выживание;
- обеспечение доходности;
- обеспечение рентабельности;
- обеспечение конкурентоспособности;
- минимизация затрат.

Организации, занимающиеся бизнесом, сосредоточены в основном на создании определенных товаров или услуг в рамках специфических ограничений - по затратам и получаемой прибыли. Эта их задача находит отражение в показателях рентабельности (прибыльности) и производительности. Государственные органы, учебные институты и некоммерческие больницы не стремятся получать прибыль, но их волнуют затраты. Это находит отражение в наборе целей, сформулированных как предоставление конкретных услуг в рамках определенных бюджетных ограничений. Крупные организации имеют много целей. Ориентация, определяемая целями, пронизывает все последующие решения руководства.

Внутренняя среда организации — совокупность процессов, в результате которых организация преобразует имеющиеся ресурсы в товары, предлагаемые рынку. В составе внутренней среды можно выделить две части: ресурсную часть, операционную часть. Ресурсная часть организации — совокупность ресурсов, которыми организация располагает для осуществления своей деятельности. В состав ресурсной части входят менеджмент как ресурс, определяющий организацию процессов управления (менеджеры и их квалификация, методы и технология управления, информация, необходимая для принятия управленческих решений и т. п.), финансы как ресурс, определяющий возможности в приобретении

необходимых ресурсов для своего развития, персонал как трудовой ресурс. Операционная часть организации — совокупность процессов, связанных с преобразованием исходных ресурсов в готовый товар. В состав операционной части включаются процессы, связанные с анализом состояния целевых рынков, процессы проведения научных исследований и разработки новых товаров (работ, услуг), процессы поставки производственных ресурсов, производства и сбыта продукции.

Подобная структура внутренней среды позволяет выделить состав объектов управления, но не дает ответа на вопрос о технологии управления. Для этого может быть использовано иное определение внутренней среды. Внутренняя среда — это ситуационные факторы внутри организации, на которые оказывают воздействие управленческие решения. Выделяют следующие элементы внутренней среды: производство, персонал, организация управления, маркетинг, финансы и учет.

Для успешного развития организация должна постоянно выявлять имеющиеся и потенциальные возможности в отношении наиболее эффективного использования своих ресурсов (интеллектуальных, информационных, трудовых, материальных, финансовых и др.). Именно эти ресурсы составляют рыночный потенциал организации. Они всегда ограничены, неравномерно развиты как в количественном, так и в качественном отношении. Развитость одного вида ресурса может представлять силу по отношению к открывшемуся из окружающей среды шансу (высокий научно-технический потенциал на рынке наукоемкой продукции), и, наоборот, нехватка какого-либо из ресурсов может нести в себе угрозу существованию организации (отсутствие надежных поставок материальных ресурсов ведет к перебоям в производстве и срыву сроков исполнения заказов, потере потенциальных заказчиков и рыночных позиций).

Главная задача организации состоит в реализации открывающихся во внешней среде благоприятных возможностей (шансов), путем выделения своих сильных сторон, и ограничении внешних угроз существованию и

развитию организации, путем нейтрализации слабых сторон. Ее эффективное решение и определяет содержание менеджмента организации.

Анализ внутренней среды физкультурно-спортивной организации.

Предназначение этого анализа - выявление сильных и слабых сторон физкультурно-спортивной организации. Причем он может осуществляться как для всей организации, так и для отдельных ее структурных подразделений и видов деятельности. Внутренняя среда организации, как правило, включает финансовую, производственную (оказание физкультурно-оздоровительных услуг), организационную, кадровую, маркетинговую составляющие.

Стратегический анализ внутренней среды физкультурно - спортивной организации осуществляется при помощи различных видов анализа. Наиболее используемым в менеджменте методом является «SWOT-анализ». Аббревиатура метода «SWOT- анализа» составлена из первых букв английских слов: Strengths - силы, Weaknesses - слабости, Opportunities - возможности, Threats - угрозы.

Последовательность этапов применения метода «SWOT-анализа» следующая:

- выявляются все факторы, которые оказывают влияние на физкультурно-спортивную организацию;
- выявленные факторы распределяются на две группы: 1) характеризующие влияние внешней среды; 2) относящиеся к факторам внутренней среды организации;
- составляется список факторов внешней среды: а) представляющие для организации различные угрозы; б) открывающие для организации новые возможности;
- составляется список факторов внутренней среды: а) отражающие сильные стороны организации; б) отражающие слабые стороны;
- строится матрица для осуществления « 8 XV O T - а и а л и з а », заполняются соответствующие ноля: СИВ, СИУ, СЛВ, СЛУ.

В матрице выделены слева два раздела: сильные и слабые стороны организации. В них вносятся выявленные в результате проведенного анализа сильные и слабые стороны физкультурно-спортивной организации. В верхних разделах матрицы указываются выявленные возможности и угрозы для организации.

Успешное применение метода «SWOT-анализа» предусматривает не только определение возможностей и угроз внешней среды для физкультурно-спортивной организации, но и возможность оценить их влияние на организацию, предусмотреть последствия этого влияния с учетом сильных и слабых сторон.

В заключении, хотелось бы сказать, что в данной работе подробнее нужно остановиться на вопросе о внутренней среде организации. Внутренняя среда организации – это среда, которая определяет технические и организационные условия работы организации, и являются результатом управленческих решений. Организация анализирует внутреннюю среду с целью выявления слабых и сильных сторон ее деятельности. Это необходимо потому, что организация не может воспользоваться внешними возможностями без наличия определенного внутреннего потенциала. При этом ей необходимо знать свои слабые места, которые могут усугубить внешнюю угрозу и опасность.

Список литературы:

1. Сорокина, Л.А. Менеджмент в малом бизнесе. Учебное пособие. / Л.А. Сорокина. –М.: Юнити-Дана, 2008. – 201с.

2. Демидова, А.В. Организационный менеджмент. Конспект лекций. / А.В. Демидова. –М.: Приор-издат, 2006. – 155с.

3. Алексеева, А.Н. Теория управления. / А.Н. Алексеева. –М.: Издательство РАГС, 2005. – 279с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Брызгалов И.В. **Чекалина К.А.**	Экономические риски в организации физической культуры и спорта ……..	3
Головырских Д.Э. **Ерещенко Ю. А.**	Анализ организации спортивного мероприятия на примере олимпийских игр в Сочи 2014 г. в социально- экономическом аспекте …….	6
Ермакова В.С. **Ломовцева О.В.**	Социология физической культуры как одна из учебных дисциплин студентов физкультурного вуза……..…	12
Киселев Н.Н. **Ерещенко Ю.А.**	Анализ физкультурно-оздоровительных услуг в социально- экономическом аспекте…….....	15
Ломовцева О. В. **Иванова О.С.**	Влияние физической культуры и спорта на экономическое развитие нашей страны…….	21
Ломовцева О.В. **Гулякин Д.А.**	Последствия экономических кризисов для коммерческих физкультурно-спортивных организаций …….	24
Симонова А.К.	Кризис спортивной карьеры…….	27
Симонова А.К.	Сущность маркетинга в физкультурно-спортивной деятельности…….	31
Старцев Н.П. **Ерещенко Ю.А.**	Экономика и бизнес в сфере физической культуры и спорта…….	34
Сухарев Л.А. **Брызгалов И.В.**	Кадровая деятельность организации физической культуры и спорта…….....	38
Шалаев В.В. **Брызгалов И.В.**	Внутренняя среда экономики организации физической культуры и спорта……..	43