

ВЛИЯНИЕ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ НА ДИНАМИКУ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ В СИСТЕМЕ ФИЗКУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Изменяя весь уклад общественной жизни, рынок проникает во все сферы человеческой деятельности. Не является исключением и система физкультуры и спорта. Назрела необходимость привлечения профессиональных менеджеров из других сфер предпринимательской деятельности. Успешные механизмы развития бизнеса необходимо внедрить в спорт и постепенно сделать его преуспевающей сферой бизнеса. Современный спорт для одних игра, для других бизнес, и эти понятия успешно уживаются вместе.

Свобода деятельности, независимость и большая автономия предоставлены спортивным организациям. Они имеют возможность привлекать бюджетные и внебюджетные средства финансирования, осуществлять платные занятия и коммерческую деятельность. Спортивным организациям дано право самостоятельно комплектовать свой коллектив и технический персонал, развивать свою материально-техническую базу, информационное, методическое и технологическое обеспечение. Таким образом, потребность в эффективном управлении всей системой физкультуры и спорта в режиме рынка предполагает использование профессионального маркетинга и применение его основных принципов:

1. Принцип суверенитета потребителя (решение всех запросов потребителя).
2. Принцип концентрации усилий (все усилия и ресурсы на оказание услуг).
3. Принцип оказания услуг отрасли «физическая культура и спорт» (комплекс услуг – качество обслуживания потребителя).
4. Принцип социальной ориентации (направленность на семью, школу, здоровье человека, культуру, идеологическое воспитание).
5. Принцип оказания конкурентоспособности услуг (привлекательность и качество услуг).
6. Ориентация на снижение затрат (снижение стоимости затрат на деятельность организации).
7. Принцип нацеленности на перспективу (долгосрочность с учетом рынка).
8. Принцип непрерывности (постоянный сбор и обработка информации спортивного рынка).
9. Принцип адекватности (согласованность всех видов маркетинговых услуг).
10. Принцип гибкости и адаптивности (приспособление к требованиям рыночной деятельности).
11. Принцип педагогической ориентации (педагогический процесс в реализации маркетингового комплекса).
12. Принцип вариантности и оптимальности (выбор оптимального перед альтернативным вариантом).
13. Принцип экономической обоснованности (оптимизация экономического анализа).

14. Принцип ситуационного управления (своевременное принятие решений на изменение ситуации).

15. Осуществление жесткого и постоянного контроля со стороны руководителей.

Умеют ли решать эти проблемы белорусские спортивные менеджеры? К сожалению, на практике мы это наблюдаем далеко не всегда. Именно неумелый и неэффективный менеджмент порой приводит к тому, что у отдельных федераций нет партнеров и спонсоров, клубы периодически допускают проколы при оформлении контрактных отношений со спортсменами, редко удается договориться с телевизионщиками о продаже прав на телетрансляции на выгодных условиях, слабо используются образы спортсменов при рекламе различных товаров и услуг. Характеризуя в целом индустрию спорта, подчеркнем ее особенности и специфику. Главное – это ее продукт, который, наверно, сравним только с продуктом шоу-бизнеса. Основной спортивный продукт индустрии спорта – это то зрелище, которое создается на спортивных соревнованиях и которое притягивает внимание миллионов потребителей на стадионах и у экранов телевизоров.

Степанян А.А.

Филиал УО «БГЭУ» (Бобруйск)

Меликидзе К.Ш.

Филиал УО «БГЭУ» (Бобруйск)

СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ СПОРТА В РАЗВИТИИ ЛИЧНОСТИ

Спорт представляет большие возможности не только для физического и спортивного совершенствования, но и для нравственного, эстетического, интеллектуального и трудового воспитания. К социально-общественным, прежде всего, относят функцию личностно-направленного воспитания, обучения и развития. Притягательная сила спорта, высокие требования к проявлению физических и психических сил предоставляют широкие возможности для личностно-направленного воспитания духовных черт и качеств человека. Существенно, однако, что конечный результат в достижении воспитательных целей зависит не только и не столько от самого спорта, сколько от социальной направленности всей системы воспитания и развития. Таким образом, воспитательные возможности спорта реализуются не сами по себе, а посредством системы воспитательно-направленных отношений, складывающихся в сфере спорта.

Идеал всестороннего гармонического развития личности на протяжении многих тысячелетий существовал в представлениях многих поколений людей. В жизни современного общества он приобрел значение конкретной цели всей социальной практики воспитания.

Вполне очевидно, что сложные задачи по целостному формированию личности человека как члена общества могут быть решены лишь при условии органического соединения отдельных видов или сторон воспитания с нравствен-