

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ  
СПОРТИВНО–ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО СЕРВИСА  
(НА ПРИМЕРЕ ТУРФИРМЫ «ВЛАДИВОСТОК–ТУР»)**

**Е.В. Гайфулин<sup>1</sup>, А.Н. Яковлев<sup>2</sup>**

*<sup>1</sup>Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, madfun1993@mail.ru*

*<sup>2</sup>Полесский государственный университет, Yak-33-c1957*

В ходе исследования были выявлены особенности интеграции физической рекреации с современными педагогическими технологиями воспитания физической культуры личности. Изучены основные положения воспитания физической культуры личности на предприятиях сервиса и туризма. Проведен анализ использования спортивно–оздоровительного сервиса и тенденции развития на основе маркетинговой деятельности спортивных объектов в системе реализации спортивно–оздоровительных услуг (на примере «Владивосток – ТУР» г. Владивосток) в контексте воспитания физической культуры личности.

Туристическая фирма ООО «Владивосток–турцентр» существует на рынке туруслуг с 1998 года, стабильно работает и динамично развивается на туристском рынке Приморского края 14 лет. С 2009 года ООО «Владивосток–турцентр» включена в список турорганизаций уполномоченных осуществлять деятельность в рамках реализации Межправительственного соглашения на китайском направлении.

ООО «Владивосток–турцентр» включена в Единый Федеральный Реестр туроператоров, с присвоением реестрового номера МТЗ № 001854, срок действия финансового обеспечения по 31.05.2013г., сертификат соответствия № РОСС RU.АЯ20.МО1058 сроком действия по

03.11.2012г. и является членом Приморского отделения РСТ. Для обеспечения надлежащего исполнения своих обязательств по всем договорам о реализации туристского продукта, заключен Договор страхования гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта №114400–079–000016 размере 30 000 000 (тридцать миллионов) рублей со страховой компанией ООО САК «Энергогарант», сроком действия по 31.05.2013г.

Туризм и сервисные услуги по праву считаются высокодоходными сферами деятельности, так как это активные источники поступлений денежных средств, что оказывает влияние на платежный баланс страны. В этой связи нами сформулированы основные положения работы.

Объект исследования. Спортивно–оздоровительный сервис, реализуемый в системе оздоровления молодежи на спортивных объектах г.Владивосток и турфирмы «Владивосток –ТУР».

Целью данного исследования является разработка программы реализации спортивно–оздоровительных технологий и сервисных услуг в контексте воспитания физической культуры личности.

Научно–методологические аспекты воспитания физической культуры личности отражены в нормативных документах. «Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года» – «создание условий, обеспечивающих возможность для граждан страны вести здоровый образ жизни, систематически заниматься физической культурой и спортом, получать доступ к развитой спортивной инфраструктуре...», в перечне задач Стратегии – «разработка и внедрение системы показателей оценки эффективности использования спортивных объектов [1, с. 55–59].

Спортивно–оздоровительные услуги в отрасли «физическая культура и спорт» можно классифицировать по ряду признаков (таблица).

Таблица – Классификация спортивно–оздоровительных услуг

| Признак классификации                                  | Вид услуги   |
|--|--|
| По форме распределения общественных фондов потребления | Платные, бесплатные  |
| По мотивам производства                                | Коммерческие, некоммерческие   |
| По форме потребления                                   | Индивидуальные, массовые   |
| По мотивам потребления                                 | Деловые, личные  |
| По характеру потребности                               | Физкультурно–спортивные, зрелищные, консультативные, образовательные, доп. образование, посреднические, коммерческие |
| По степени важности для потребителя                    | Основные, дополнительные, сопутствующие  |

Основным фактором, определяющим мотивацию занятий в спорткомплексах, является фактор, который можно определить как «фитнес–здоровье». Он составляет 40,6%. Следующий по значимости фактор можно определить как «внешний вид» – 31,2%. Далее следуют «психологический» фактор (8,5%), «познавательный» (7,4%), «социальный» (6,7%) и «прикладной» (0,6%) (рисунок).

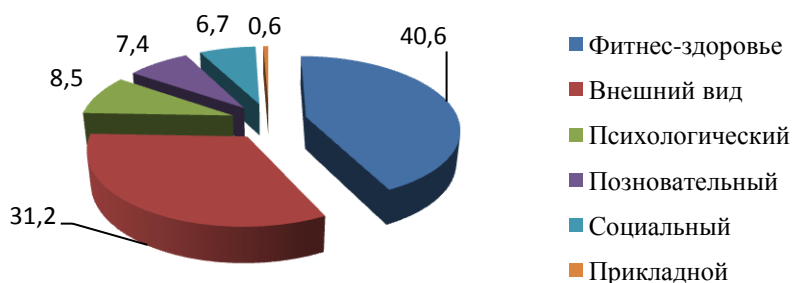


Рисунок – Структура мотивации занятий в СК

Для воспитания физической культуры личности нами предлагаются занятия в Студии: 1) Art Pole Dance Studio – акробатический танец на пилоне (актёрское мастерство, танцевальная психология). 2) Школа–студия современного танца INFINITY. В студии преподаются как популярные

современные направления в хореографии, так и классический джаз и джаз–модерн (Hip–Hop, DanceHall, House, DivaDance).

В бассейне проводятся: 1) Акваэробика. 2) Акваэробика для беременных. 3) Плавание «Мама и ребенок».

Танцы: 1) Belly Dance — арабский национальный танец. 2) DANCE MIX – танцевальное направление фитнеса. 3) Go–Go – это танец–импровизация, танец–свобода или, другими словами, танцевальный клубный стиль, объединяющий множество самых разнообразных танцевально–музыкальных направлений, например, таких как g'n'b, хип–хоп, хаус, и т.п. 4) Mari art (классика, модерн, джаз). Джаз – это ритм, драйв, красота линий, элегантность, используется в современных сценических постановках – мюзеклах, подтанцовках, клипах MTV. Игровые виды спорта: 1) Бадминтон. 2) Баскетбол. 3) Волейбол. 4) Настольный теннис. Фитнес–технологии: 1) Хот Айрон (Hot–Iron) – групповая комплексная силовая программа тренировок под музыку с мини–штангами. 2) Аэробика. 3) Йога. 4) Каланетика. 5) Лечебно – оздоровительная гимнастика. 6) Пилатес. 7) Шейпинг.

Борьба и восточные единоборства: 1) Айкидо. 2) Секция бокса.

*Выводы.* Наибольшее удовлетворение респонденты получают от высокой квалификации персонала, от качества проведения занятий и от результатов занятий (98%). Далее показатели удовлетворённости распределились следующим образом: санитарное состояние мест занятий, доступность информации об услугах, территориальная доступность (65%); возможности бесплатных пробных занятий, возможности дифференцированной оплаты услуг (43%).

При изучении потребностей клиента и показателя удовлетворённости услугой нами было установлено, что 43% респондентов не удовлетворены медицинским обеспечением спортивно–оздоровительных услуг. Для успешного решения необходима диагностика адаптационных возможностей организма и уровень физической подготовленности с использованием общепринятых клинических методов и специальных функциональных тестов.

#### ***Список использованных источников:***

1. Акимов А.С. Маркетинг физкультурно–спортивных услуг крупного стадиона / А.С. Акимов // Физическая культура. – 2010. – № 9. – С. 55 – 59.