

ЭКОНОМИКА

Токарь Анна Сергеевна

магистрант

Кострюкова Оксана Николаевна

канд. экон. наук, доцент, заведующая кафедрой

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский
государственный университет»

г. Санкт-Петербург

СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СПОРТИВНО- ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО СЕРВИСА

Аннотация: в данной статье рассмотрены базовые понятия спортивно-оздоровительного сервиса, его содержание. Автор акцентирует наличие большой привлекательности рынка спортивно-оздоровительных услуг для организаций, работающих в этой сфере.

Ключевые слова: спортивно-оздоровительный сервис, сфера услуг.

В нашей стране спортивно-оздоровительный сервис активно развивается. Потребность в спортивно-оздоровительных услугах у российского населения растет с каждым днем, предложение же пока не способно удовлетворить и малой доли существующей потребности в данном виде услуг. Из этого следует, что существует большая привлекательность рынка спортивно-оздоровительных услуг для организаций, которые работают в этой сфере. Для того чтобы легко разбираться как именно оказывать услуги, а также быть осведомленным в нормах и требованиях, которые регламентируют условия и порядок обслуживания в этой сфере нужно изучить спортивно-оздоровительный сервис.

Спортивно-оздоровительный сервис – это культурный феномен, обобщающий сущностные черты сервиса, физической культуры и спорта. Содержание понятия всегда связано с толкованием сущности, природы исследуемого явления,

поэтому имеет методологическое значение. Прежде чем раскрыть суть спортивно-оздоровительного сервиса, рассмотрим базовые понятия этого явления, опираясь на нормативно-правовые документы, положения современной сервисологии и наук о физической культуре.

Сервис – деятельность субъекта (специалиста или организации) по качественному удовлетворению потребностей общества, социальной группы, отдельного человека путем предоставления услуг [1]. Иными словами, это целенаправленный социальный процесс взаимодействия людей в ходе производства, распространения и потребления благ, удовлетворяющих соответствующие потребности [2].

Долгое время понятие сфера сервиса толковалась как бытовое обслуживание населения. Но в 2000 году понимание данной сферы становится более широким, также начинает рассматриваться ее комплексный подход к сфере услуг как системе, которая включает компоненты других систем: экономической, социальной, культурной. В дальнейшем рассмотрение сервиса, как системы стало несомненной необходимостью, т.е. было очевидно строить обобщенную модель сервиса.

В настоящее время мы рассматриваем сервис как особый вариант соотношения материально-практической и духовной форм активности человека, сложный конструкт, соединяющий конкретную технологию, экономику и сервисную коммуникацию – взаимодействие исполнителя услуги и потребителя. Изложенное выше дает основание выдвинуть следующий тезис: сервис это элемент культуры общества. Культура, как известно, представляет собой сложное и многоуровневое явление. Говоря о культуре, мы исходим из так называемой деятельностной ее трактовки, сложившейся еще в 1960-е гг. и остававшейся преобладающей в философско-культурологических исследованиях 1990-х гг. Сторонники этого подхода определяют культуру как «совокупность форм, способов, средств и результатов человеческой деятельности». И хотя среди культурологов наблюдается отступление от такого понимания культуры и оживление интереса к информационно-семиотическому подходу, деятельностный подход, тем не менее,

является достаточно широким и гибким применительно к культурной характеристике сервиса.

Сервис как явление складывается из отдельных структурных единиц – элементарных актов деятельности, каждый из которых может быть отдельной услугой или входить в совокупность, образующую услугу. Деятельность характеризуется наличием цели, в сервисе – направленностью на удовлетворение потребностей. Сервис – явление полицелевое: включает цели исполнителя услуги и цели ее потребителя. Поэтому особое значение приобретает фактор взаимодействия, фактор поведения и общения в процессе выработки программы совместной деятельности. Сервис, рассматриваемый как деятельность, поведение и общение людей, регулируется «кодами культуры». В этих кодах концентрируется «массив социального опыта – знания, навыки, умения, образцы деятельности, нормы, правила, ценности, мировоззренческие установки». В итоге, можно говорить о технологической, экономической и коммуникативной составляющей сервиса. При этом доминирующее положение занимает именно человеческий, личностный фактор, работа сотрудников сервисной организации.

Спортивно-оздоровительный сервис – это экономически обоснованное создание, предоставление и потребление услуг, удовлетворяющих совокупность специальных потребностей человека и связанных с программированием занятий тренером в целях оздоровления, поддержания здоровья и физического развития. В общем, это – элемент отрасли «физическая культура и спорт», которая производит свободно реализуемые на рынке спортивно-оздоровительные услуги, или тот сектор экономики, где в качестве товара выступают спортивно-оздоровительные услуги. Спортивно-оздоровительный сервис – реализация спортивно-оздоровительных услуг за плату. Спортивно-оздоровительная услуга в этом случае – своеобразный по форме и назначению товар, произведенный по определенной технологии, удовлетворяющий специальные потребности и существующий не в качестве вещи, а в качестве деятельности.

Теперь мы можем сделать вывод, что по своему содержанию современный спортивно-оздоровительный сервис – составная часть физической культуры, выраженный в особой организации жизни и деятельности людей применительно к оздоровлению, поддержанию здоровья и физическому развитию. А в современной системе спортивно-оздоровительного сервиса центральное место занимают фитнес-технологии.

Список литературы

1. Сервис и туризм: словарь-справочник / ред.: Ю.П. Свириденко, О.Я. Гойхман. – М.: Альфа, 2008. – 431 с.
2. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития / Московский гос. ун-т сервиса; ред. Ю.П. Свириденко. – М.: Вега интел XXI, 2000.