

**Булучевская Ольга Александровна**

студентка

Университетский колледж

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

г. Оренбург, Оренбургская область

## **НОВЫЕ ФОРМЫ ДОСУГА В РАЗВИТИИ МАССОВОГО СПОРТА**

*Аннотация: в статье рассмотрены новые формы досуга в развитии массового спорта. По мнению автора, Pro Game – это коммерческий проект, созданный для того, чтобы каждый желающий мог в любое время получить положительные эмоции от своей любимой спортивной игры и от общения с единомышленниками.*

*Ключевые слова: досуг, массовый спорт, Pro Game, развитие.*

В последние десятилетия наблюдается повышенный интерес к здоровому образу жизни, в частности, к различным спортивным занятиям. Фитнес-центры с тренажерными залами и групповыми программами, разнообразные студии outdoor-тренировок, плавание, йога – эти популярные предложения для широкого круга потребителей удовлетворяют потребности в занятиях силовыми видами спорта, в повышении выносливости и улучшении общей физической подготовки.

Игровые виды спорта слабо представлены на рынке спортивно-оздоровительных услуг, несмотря на то, что спортивные игры дают возможность потребителям получить не только физическую нагрузку, но и положительные эмоции от общения с единомышленниками, от командного взаимодействия [2]. Также, благодаря тому, что спорт пробуждает огромную страсть внутри людей, они готовы менять свое поведение, привычки и как следствие потреблять продукты и услуги, связанные или ассоциированные с любимой командой или видом спорта [3].

Более общая проблема – это недостаточное разнообразие форм досуга населения. По результатам исследований ВЦИОМ самыми популярными способами

развлечения россиян являются: прием гостей и поход в кино или кафе [1]. Все эти способы достаточно пассивны и не дают возможности для какого-либо саморазвития, слабо отвечают на потребность в общении с новыми людьми. Например, если человек хочет расширить свой круг общения или ему просто не с кем идти куда-либо – то эти места ему плохо подходят. Альтернативой проведения досуга могут стать игровые виды спорта. Так, в университете Лобачевского организован клуб Pro Game, в котором представлены командные виды спорта для студентов, преподавателей и населения города Нижнего Новгорода.

Pro Game – это коммерческий проект, созданный для того, чтобы каждый желающий мог в любое время получить положительные эмоции от своей любимой спортивной игры и от общения с единомышленниками.

На стадии запуска проекта внимание акцентировано только на двух видах спорта: волейбол и баскетбол – для того, чтобы отработать сам процесс проведения занятий. В дальнейшем будут добавлены другие виды, исходя из потребностей клиентов. Для проведения мероприятий достигнуты договоренности с руководством нескольких ФОКов и спортшкол об аренде спортивных площадок в разных частях города. Впоследствии планируется более тесное сотрудничество с наиболее подходящими спортивными залами. Для тренерской и судейской деятельности привлечены студенты-выпускники факультета физической культуры и спорта университета им. Н.И. Лобачевского. Также в планах привлечение известных спортсменов для проведения мастер-классов.

На данном этапе основным каналом продвижения является интернет, а точнее социальные медиа. Преимущество социальных сетей в том, что люди уже объединены в группы по интересам, и целевая аудитория уже сформирована.

Помимо проведения игр клуб Pro Game включает в себя занятия с обучением по уровню подготовки как для самых начинающих, так и для играющих на уровне ниже среднего. Уровень подготовки определяется при помощи предварительного анкетирования или на вводных занятиях. По мере развития проекта планируется проведение турниров с привлечением спонсоров.

Для посещения мероприятий в клубе предлагаются абонементы, которые представляют собой клубные карты с различной вариацией посещений. Клиент может выбрать как вариант с ограниченным набором посещений, так и приобрести клубные карты на определенный временной срок.

В настоящее время проделываются последние организационные работы по запуску деятельности клуба, начала проведения первых мероприятий.

Таким образом, основной целью клуба игровых видов спорта Pro Game является предоставление населению нашего города новой формы досуга, развитие массового спорта, популяризация игровых видов среди широкой аудитории.

### ***Список литературы***

1. Кандаурова Н.В. Предпринимательская деятельность особенности маркетинга физической культуры и спорта / Н.В. Кандаурова, Н.А. Лобанов // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2013. – №11. – С. 57–60.
2. Российский рынок фитнес-услуг растет // РБК. Исследования рынков. 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://marketing.rbc.ru/news\\_research/22/07/2015/5629](http://marketing.rbc.ru/news_research/22/07/2015/5629) (дата обращения: 24.10.2016).
3. Как проходит культурная жизнь? Респонденты и блогеры – о своем досуге // ВЦИОМ. – 2013. – Пресс-вып. №2260. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=113791> (дата обращения: 24.10.2016).