

УДК 796.035

ОПТИМІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ ЩОДО ЗАЛУЧЕННЯ НАСЕЛЕННЯ ДО СИСТЕМАТИЧНИХ ФІЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВЧИХ ЗАНЯТЬ

Ольга ЖДАНОВА, Любов ЧЕХОВСЬКА,
Мирослава ДАНИЛЕВИЧ, Ірина ГРИБОВСЬКА

Львівський державний університет фізичної культури

Анотація. У статті висвітлено результати анкетування фізкультурних фахівців щодо діяльності з залучення населення до систематичних фізкультурно-оздоровчих занять у м. Львові. Сформовано пропозиції з оптимізації пропагандистсько-рекламної діяльності фізкультурних фахівців.

Ключові слова: фізкультурний фахівець, залучення, фізкультурно-оздоровчі заняття.

Актуальність. Ситуація зі станом здоров'я населення України в умовах сьогодення не є набагато гірша, ніж у переважній більшості європейських країн, а й без перебільшення є катастрофічною [3]. Так, середній показник тривалості життя українців майже на 12 років менший, а показник тривалості трудової і творчої активності в середньому на 30 років менший, ніж у населення економічно розвинених і соціально благополучних європейських країн. У нас найінтенсивніші в Європейському регіоні темпи щорічного скорочення чисельності населення. Демографічна криза призвела до зменшення кількості населення з 52,2 мільйона 1992 року до 45,8 мільйона 2010 року. За цей час народжуваність зменшилася на 40%, а смертність збільшилася на 30%.

Серед наших співвітчизників поширені хвороби сучасної цивілізації: гіпертонія, атеросклероз, ішемічна хвороба серця, захворювання судин, порушення постави з ураженнями кістково-м'язового апарату, інфаркт міокарда. Загальновідомо, що фізична активність має значний позитивний ефект для профілактики більшості вказаних захворювань. Цей ефект не зводиться до обмеження прогресу хвороби, він також містить удосконалення фізичної та функціональної підготовленості, поліпшення якості життя.

В українському суспільстві через низку об'єктивних та суб'єктивних причин недооцінюються можливості рухової активності в дотриманні здорового способу життя та зміцненні здоров'я громадян, профілактиці шкідливих звичок, у вирішенні інших важливих соціально-економічних проблем [6].

Експерти Всесвітньої організації охорони здоров'я зазначають, що в Європі спосіб життя кожної п'ятої людини характеризується незначним рівнем або повною відсутністю рухової активності. Ця проблема є найактуальнішою для країн східної частини континенту і, передусім, для України.

Згідно зі статистикою лише 9% жителів України (приблизно 4,4 млн осіб) охоплено всіма видами фізкультурно-оздоровчої роботи. Це у 5–6 разів менше ніж у Фінляндії, Швеції, Норвегії, Франції, Німеччині, Японії, США, Канаді, ін. країнах.

Однією із причин цього явища називають кризовий стан фізкультурно – оздоровчої роботи із населенням. Видатки українців із власного сімейного бюджету на заняття фізкультурно-оздоровчою діяльністю в десятки разів менші, ніж на придбання алкоголю й тютюну [6].

Перед нашою державою, як і перед більшістю країн, стоїть завдання подолання наявних тенденцій до зниження фізичної активності і створення таких умов, коли рухова активність є невід'ємною частиною буденного життя і сприятиме збереженню і зміцненню здоров'я, продовженню тривалості життя тощо.

У нормативно-правових документах останніх років, які стосуються розвитку сфери фізичної культури і спорту, наголошується на нагальній необхідності вирішення проблеми залучення відповідно до реалій сьогодення системи залучення населення до рухової активності оздоровчої спрямованості. Це питання було предметом обговорення на засіданні Громадської консультативної ради, яке відбулося в жовтні 2010 року під головуванням Президента України.

Важливим аспектом залучення населення до систематичної рухової активності є пропаганда та реклама фізкультурних занять.

Пропаганда фізкультурних занять – цілеспрямоване поширення та популяризація фізкультурних знань для того, щоб переконати населення в необхідності систематичних фізкультурних занять [5].

Реклама фізкультурно – оздоровчих послуг – сукупність відомостей про послуги оздоровчого характеру, які здатні зацікавити споживачів та задовольнити попит різних соціально-демографічних груп населення [5,7].

Наведені визначення свідчать про наявність їх спільних рис у в сфері фізичної культури і спорту. Обидва види діяльності скеровані на залучення населення до фізкультурної активності, інформування його про користь і необхідність спортивних або оздоровчих занять.

Результати аналізу літературних джерел підтверджують увагу дослідників до проблем пропаганди, починаючи з 50-х років минулого століття [1]. Подальшу наукову розробку окремих її аспектів проводили за часів Радянського Союзу П.О. Виноградов, В.С. Родіченко, В. Г. Осінчук, І.І. Переверзін та інші.

У науковому доробку останнього десятиліття років також є праці, присвячені проблемі пропаганди та реклами у сфері фізичної культури і спорту [1, 2, 4, 5]

Разом з тим вкрай недостатньо вивчалася участь фізкультурних фахівців, які проводять фізкультурно-оздоровчі заняття, в пропагандистській та рекламній діяльності.

У зв'язку з цим, дослідження пропагандистської та рекламної діяльності, яку проводять фахівці оздоровчих клубів для залучення ймовірних учасників фізкультурно-оздоровчих занять, перетворення названих занять у систематичні, з'ясування можливостей подальшої активізації та удосконалення названого аспекту діяльності є **актуальним**.

Метою проведеного дослідження був пошук шляхів активізації залучення населення до систематичних фізкультурно - оздоровчих занять.

Для досягнення мети дослідження під час його проведення вирішувалися такі **дослідницькі завдання**:

1. Вивчити аспекти проблеми за даними літературних джерел.
2. З'ясувати зміст діяльності фахівців, спрямованої на залучення різних верств населення до систематичної рухової активності.
3. Сформувати пропозиції щодо оптимізації пропагандистсько-рекламної діяльності, яку проводять фізкультурні фахівці.

Для досягнення мети дослідження та вирішення дослідницьких завдань було використано взаємодоповнювальні **методи**:

- 1) теоретичний аналіз та узагальнення науково-методичної літератури;
- 2) соціологічні методи (анкетування);
- 3) статистична обробка результатів анкетування.

Результати дослідження. Загальновідомо, що фізична активність має значний позитивний ефект для профілактики більшості захворювань. Зокрема, регулярні заняття фізичними вправами впливають на економізацію і стимуляцію функцій організму.

Під впливом кондиційного тренування підвищується адаптація організму до негативних факторів зовнішнього середовища. Це призводить до економізації роботи серця, підвищення енергетичних ресурсів та адаптаційного потенціалу.

Для вирішення завдань дослідження ми провели анкетування фахівців, які здійснюють організовані форми фізкультурних і спортивних занять різних верств населення м. Львова. У розробленій анкеті передбачено питання, які стосуються діяльності фахівців щодо залучення населення до систематичних занять.

Було опитано більше ніж 200 тренерів та інструкторів, які працюють у спортивних школах, фізкультурно-оздоровчих клубах, фітнес-центрах та інших установах. У цій статті міститься фрагмент отриманих та оброблених результатів опитування, яке охопило 100% тренерсько-інструкторського складу (30 респондентів) одного із найпотужніших фізкультурно-

оздоровчих закладів Львова – Аквапарку «Пляж», що культивує для населення Львова різні форми фізкультурно - оздоровчих занять.

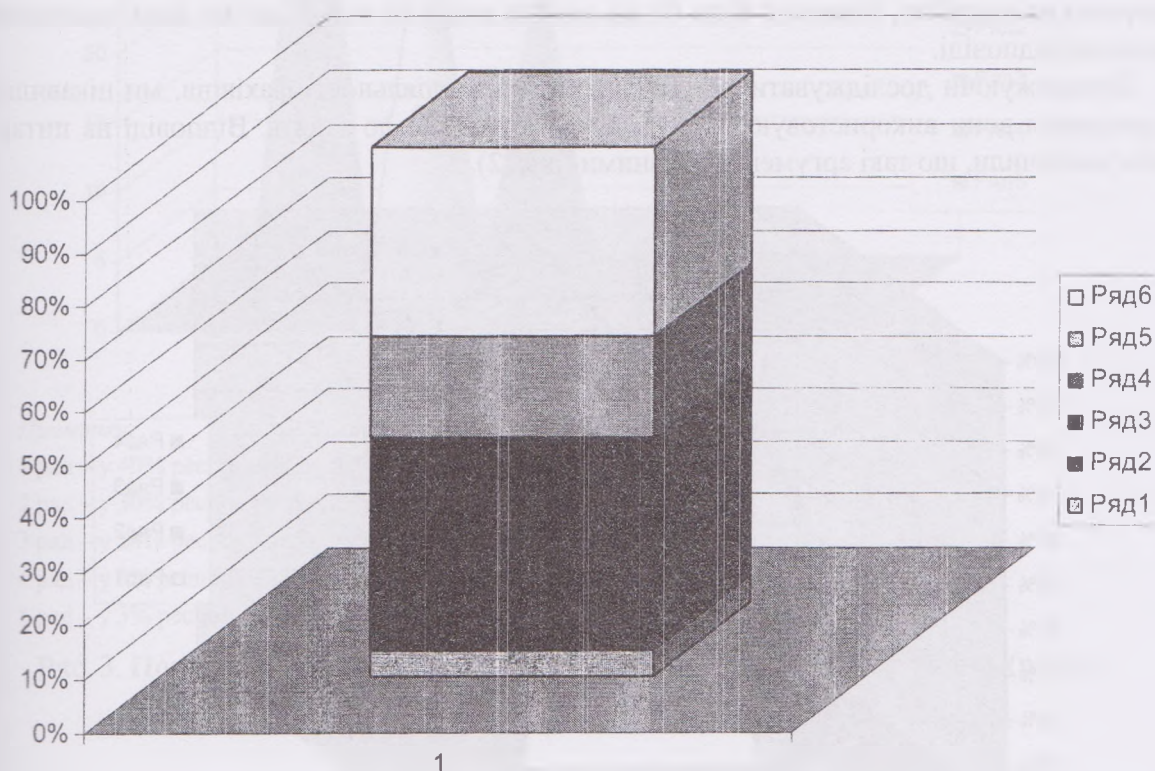
Обробка відповідей на одне із питань анкети підтвердила, що більшість респондентів усвідомлюють свої обов'язки щодо залучення населення до занять. Позитивну відповідь дали 90% респондентів, однак ще 10% відповіли негативно.

Ми також з'ясували, які вікові групи населення залучаються до організованих форм рухової активності та займаються в «Аквапарку».

Більшість опитаних (67%) залучають до занять представників різних вікових груп.

Ще 20% відповідей свідчать про переважне залучення до занять школярів; 10% – студентів; 3% – дошкільнят. Про залучення до занять, переважно дорослого населення не відповів жоден респондент.

Аналіз методів залучення до занять, якими користуються респонденти, виявив таке (рис. 1).



Примітки:

- 1 ряд – рекламна інформація в ЗМІ;
- 2 ряд – оголошення на вулиці;
- 3 ряд – контакт з батьками (якщо учасники діти);
- 4 ряд – особисті усні звернення до ймовірних учасників;
- 5 ряд – залучення нових учасників за допомогою тих, які займаються;
- 6 ряд – бесіди з тими, хто прийшов "довідатись".

Рис. 1. Відповіді респондентів щодо методів залучення до занять (n=30)

Як свідчить поданий графік, більше ніж третина опитаних (36%) залучають до занять хто прийшов «довідатись», 21% – знаходять та звертаються до ймовірних учасників за батьками. Залучають нових учасників занять за допомогою тих, які вже займаються 19% опитаних. 19% респондентів контактують з батьками, залучаючи до занять дітей. Лише 5% респондентів визначили використання рекламної інформації у ЗМІ та зовнішньої реклами (зокрема оголошення на вулицях).

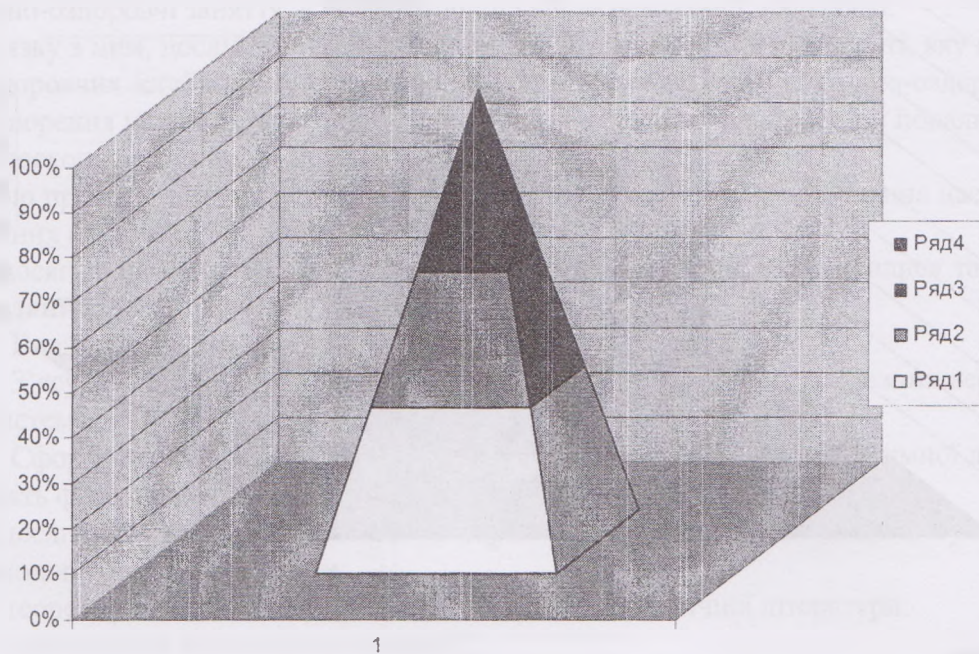
Підчас дослідження ми цікавилися різновидами мотивації, які використовують фахівці, залучаючи населення до занять. Обробка відповідей на одне із питань анкети виявила таке.

Майже третина респондентів (30%) мотивують до занять можливістю поліпшити стан здоров'я. Дещо менша кількість відповідей засвідчила використання таких мотиваторів: «без фізкультурних занять не можливий здоровий спосіб життя» (28% відповідей); можна поліпшити фігуру, поставу, зовнішність (26% відповідей). 12% респондентів мотивують необхідність занять тим, що країна потребує здорових, сильних громадян, ще 10% - тим, що спортивні досягнення важливі для особистого життєвого успіху.

Як відомо, не достатньо залучили до заняття, вкрай важливим є те, щоби людина займалася систематично упродовж усього життя. Тому під час анкетування ми намагалися з'ясувати ставлення респондентів щодо необхідності продовження та підтримки мотивації учасників занять до їх систематичного відвідування.

Як свідчить розподіл отриманих відповідей, 90% респондентів розуміють та підтримують необхідність такої діяльності; 7% вважають, що така мотивація скоріше потрібна, чим ні; 3% респондентів було важко відповісти. І хоча жоден респондент не відповів, що мотивацію формувати не потрібно, бажаною була би ще менша кількість таких, які не дали однозначної позитивної відповіді.

Продовжуючи досліджувати цей важливий аспект діяльності фахівців, ми цікавилися, які аргументи вони використовують, формуючи мотивацію до занять. Відповіді на питання анкети засвідчили, що такі аргументи є різними (рис. 2).



Примітки:

- 1 ряд – пояснюють позитивний вплив на стан здоров'я;
- 2 ряд – наводять приклади тих, які систематично займаються;
- 3 ряд – інформують про наявність успіхів інших;
- 4 ряд – можливості майбутніх досягнень.

Рис. 2. Аргументи для подальшої мотивації, які використовують респонденти (n=30)

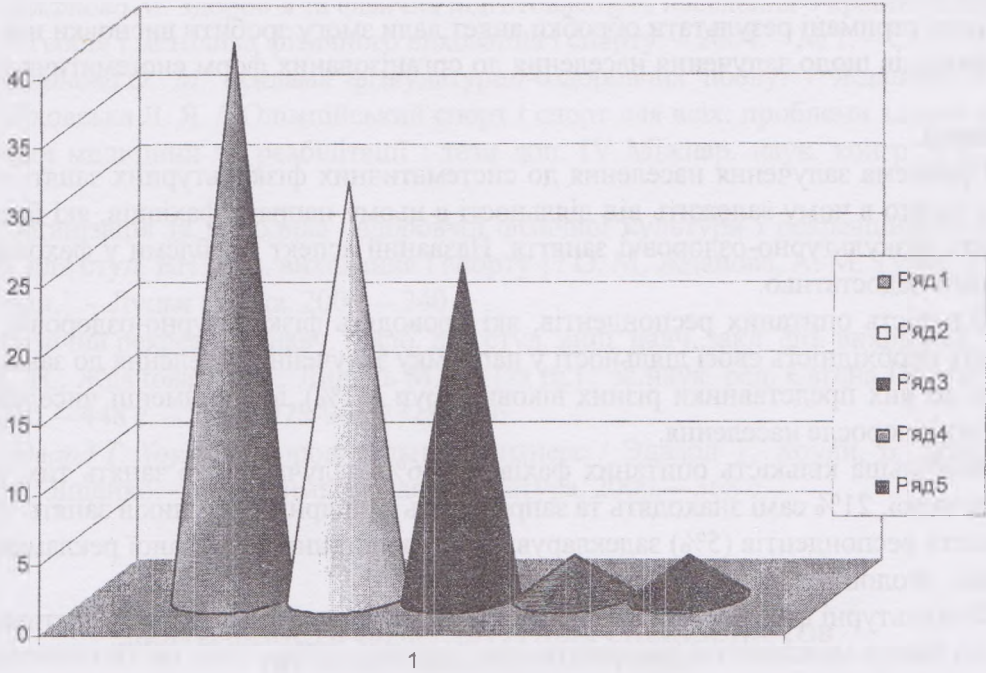
Більше ніж третина респондентів (34%) аргументують необхідність продовження занять їх позитивним впливом на стан здоров'я; 28% наводять приклади щодо тих, які тривалий час систематично займаються; 21% інформують про наявність успіхів інших; 17% респондентів наголошують на можливості майбутніх досягнень.

Чи є ефективним формування мотивації, яке здійснюють респонденти, ми з'ясували, обробляючи відповіді на наступне питання анкети, яке стосувалося плинності контингенту після місяця занять (рис. 3).

Як свідчать результати, плинність контингенту осіб, які займаються, є значною.

Втішні показники незначної плинності зазначили в анкетах лише 3% респондентів. У їх групах через місяць перестали відвідувати заняття лише 15% первинного складу.

В анкеті ми просили респондентів зазначити причини таких невтішних показників плинності складу учасників занять (рис. 4).



Примітки:

- 1 ряд – у 40% респондентів покинули заняття 30% залучених осіб;
- 2 ряд – у 30% респондентів покинули заняття 20% залучених осіб;
- 3 ряд – у 24% респондентів покинули заняття 40% залучених осіб;
- 4 ряд – у 3% респондентів покинули заняття 70% залучених осіб;
- 5 ряд – у 3% респондентів покинули заняття 15% залучених осіб.

Рис. 3. Показники плинності складу груп після одного місяця занять (n=30)

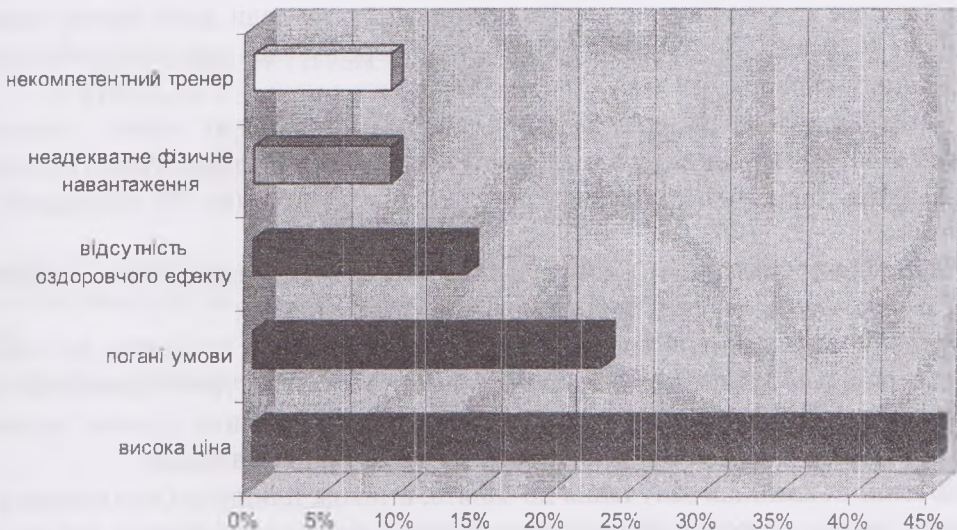


Рис. 4. Визначення респондентами причин припинення фізкультурних занять (n=30)

На думку респондентів, найбільшою і найпоширенішою проблемою є зависока ціна абонементу (45% відповідей), 23% опитаних вважають, що причиною є погані умови занять, ще 14% респондентів назвали причиною відсутність очікуваного оздоровчого ефекту. Вважають причиною припинення занять неадекватне фізичне навантаження та особу тренера по 9% учасників опитування.

Ці та інші отримані результати обробки анкет дали змогу зробити висновки про аспекти діяльності фахівців щодо залучення населення до організованих форм систематичної рухової активності.

Висновки.

1. Проблема залучення населення до систематичних фізкультурних занять є багатоаспектною і багато в чому залежить від діяльності в цьому напрямі фахівців, які безпосередньо проводять фізкультурно-оздоровчі заняття. Названий аспект проблеми у фаховій літературі висвітлено недостатньо.

2. Більшість опитаних респондентів, які проводять фізкультурно-оздоровчі заняття, усвідомлюють необхідність своєї діяльності у напрямку залучення населення до занять (90%). Залучаються до них представники різних вікових груп (67%), але найменш чисельною групою залучених є доросле населення.

3. Найбільша кількість опитаних фахівців (36%) залучають до занять тих, хто прийшов «довідатися», 21% самі знаходять та запрошують ймовірних учасників занять. Дуже незначна кількість респондентів (5%) задекларувала використання друкованої рекламної інформації (зокрема, оголошень на вулицях).

4. Фізкультурні фахівці у своїй діяльності використовують різні види мотивації: 30% мотивують до занять можливістю поліпшити стан здоров'я; 28% – тим, що без фізкультурних занять не можливий здоровий спосіб життя; 26% – тим, що систематичні заняття дадуть можливість покращити фігуру, поставу, зовнішність.

5. Необхідність продовження та підтримки мотивації засвідчили 90% респондентів. Більше ніж третина респондентів (34%) аргументують необхідність продовження занять їх позитивним впливом на стан здоров'я; 28% наводять приклади щодо тих, які тривалий час систематично займаються; 21% інформують про наявність успіхів інших; 17% респондентів наголошують на можливості майбутніх досягнень.

6. Дослідження виявило, що розуміння респондентами необхідності мотивації до занять та використання різних її видів, на жаль, не є достатньо ефективним. Про це свідчать показники плинності контингенту учасників упродовж місяця занять. Так, 40% респондентів засвідчили, що відвідувати заняття припинили 30% осіб. У 24% тренерів та інструкторів припинили ходити на заняття 40% залучених. 3% респондентів назвали дуже значну плинність – їх групи покинуло 70% осіб. Лише у 3% респондентів через місяць перестали відвідувати заняття 15% первинного складу.

7. З'ясовано думку респондентів, щодо причин припинення занять: зависока ціна абонементу (45% відповідей), погані умови занять (23%), відсутність очікуваного оздоровчого ефекту (14%), неадекватне фізичне навантаження та особа тренера (по 9% відповідей учасників опитування).

8. Оптимізація пропагандистської та рекламної діяльності систематичних фізкультурно-оздоровчих занять, яку проводять фахівці повинна базуватися на:

✓ активізації підготовки до проведення названої діяльності студентів, які навчаються у вищих фізкультурного профілю та готуються до роботи у фізкультурно-оздоровчій сфері;

✓ вивченні проблеми залучення населення до систематичної рухової активності в рамках перепідготовки та підвищення кваліфікації фізкультурних фахівців;

✓ включенні показників залучення до занять, а також плинності контингенту в організованих формах занять, до критеріїв оцінювання якості діяльності фахівців, визначенні розміру оплати їх праці.

✓ продовженні досліджень діяльності фахівців із залучення населення до систематичних занять у фізкультурно-оздоровчих установах різних типів.

Список літератури

1. Актуальные проблемы пропаганды физической культуры и спорта. – М. : Знание, 1990. – 64 с.
2. Артышевский В. Н. Маркетинг физкультурно-спортивных услуг и товаров / Артышевский В. Н. – К. : Энифис. – 1993. – 80 с.
3. Булатова М. Здоров'я та фізична підготовленість населення України / Булатова М., Литвин О. // Теорія і методика фізичного виховання і спорту. – 2004. – № 1. – С. 3 – 9.
4. Жданова О. М. Реклама фізкультурно-оздоровчих послуг / Жданова О. М., Тучак А. М., Чеховська Л. Я. // Олімпійський спорт і спорт для всіх: проблеми здоров'я, рекреації, спортивної медицини та реабілітації : тези доп. IV Міжнар. наук. конгр. – К., 2000. – С. 480.
5. Організація та методика оздоровчої фізичної культури і рекреаційного туризму : [навч. посіб. для студ. ВНЗ фіз. виховання і спорту] / О. М. Жданова, А. М. Тучак, В. І. Поляковський [та ін.]. – Луцьк : Вежа, 2000. – 240 с.
6. Фізична рекреація : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. фіз. виховання і спорту / Приступа Є. Н., Жданова О. М., Линець М. М. [та ін.] ; за наук. ред. Євгена Приступи. – Л. : ЛДУФК, 2010. – 448 с. – ISBN 978-966-2328-06-6.
7. Эдвард Т. Хоули Оздоровительный фитнес / Эдвард Т. Хоули, Б. Дон Френкс / пер. с англ. А. Ященко. – К. : Олимпийская литература, 2000. – 368 с.

**ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФИЗКУЛЬТУРНЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ
ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ НАСЕЛЕНИЯ
К СИСТЕМАТИЧЕСКИМ ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫМ ЗАНЯТИЯМ**

**Ольга ЖДАНОВА, Любовь ЧЕХОВСКАЯ,
Мирослава ДАНИЛЕВИЧ, Ирина ГРИБОВСКАЯ**

Львовский государственный университет физической культуры

Аннотация. В статье освещены результаты анкетирования физкультурных специалистов относительно готовности по привлечению населения к систематическим физкультурно-оздоровительным занятиям в Львове. Сформулированы предложения по оптимизации пропагандистско-рекламной деятельности, проводимой физкультурными специалистами.

Ключевые слова: физкультурный специалист, привлечение, физкультурно-оздоровительные занятия.

**ACTIVITIES OF PHYSICAL EDUCATORS IN POPULARIZATION
OF REGULAR PHYSICAL TRAINING AND HEALTH-RELATED FITNESS**

**O'l'ga ZHDANOVA, Lyuba CHEKHOVS'KA,
Myroslava DANYLEVYCH, Iryna GRYBOVS'KA**

L'viv State University of Physical Culture

Annotation. The article deals with a questionnaire of physical educators in popularization of regular physical training and health-related fitness in L'viv. The optimizational propaganda and advertising activities of physical educators have been formulated.

Key words: physical educators, popularization, physical training and health related fitness.