

Тема **Спортивно-оздоровчий клуб**

План

1.Поняття клубу та види клубів.

2.Функції с-оз.клубу.

3.Пропаганда здорового способу життя.

Спортивний клуб(СК) є закладом фізичної культури і спорту ,який забезпечує розвиток визначальних напрямків фізичної культури і спорту ,видів спорту,здійснює фізкультурно-оздоровчу та/або спортивну діяльність,надає фізкультурно-спортивні послуги.(ЗУ*про фізичну культуру і спорт*2009р.)

Дослідники стверджують,що найбільш оптимальним для створення і функціонування спортивних клубів в Україні є комерційна організація у формі ТЗОВ і некомерційна організація у формі громадської організації.

Некомерційні фізкультурно-оздоровчі клуби поділяються на державні і громадські .До громадських належать фізкультурні колективи,осередки,спортивно-оздоровчі центри,спортивні комплекси ДСТ,федерації,спілки,ліги.клуби туристів та ін..

В зарубіжній термінології та практиці розрізняють муніципальні та приватні клуби.Муніципальні клуби,як правило,некомерційні.Приватні клуби_типові комерційні

організації. Ці клуби різняться між собою за багатьма параметрами: цільовою скерованістю, економічними механізмами, ефективністю роботи. В муніципальних клубах ціни низькі але і якість послуг нижча; у приватних клубах ціни відносно високі, але і якість висока.

До комерційних належать спортивно-оздоровчі центри, спортивні комплекси, басейни, інші спортивні споруди.

СК, які являються первинними організаціями спортивних федерацій і фізкультурно-спортивних організацій створюються за виробничим або територіальним принципом.

Створення СК може здійснюватися 3-ма способами:

* без державної реєстрації, яка створюється спортивною організацією шляхом прийняття засновником власного рішення про створення спортивної організації в формі суспільного об'єднання;

* державною реєстрацією СК;

* СК може існувати і на правах структурного підрозділу іншої організації.

Як відзначають дослідники в Німеччині, Італії, США., Канаді, Скандінавських країнах та ін.. спортивні клуби є основною формою менеджменту.

За даними Інтернету () у Німеччині діє 85,5 тис. спортивно-оздоровчих клубів, у яких 25,9 млн. чол.

займаються різними видами спорту, в США налічується більше 15 тис. клубів, у Фінляндії біля 600. За кордоном для визначення виду спорту використовують поняття *спорт для всіх* або *рекреаційний спорт*.

Спортивно-оздоровчою діяльністю у зарубіжних країнах проводять різні фахівці та різноманітні організації для них всіх спільною основою організаційною ланкою менеджменту є клуб: оздоровчий або спортивно-оздоровчий.

Американський фахівець спортивно-оздоровчої індустрії Уолф виділяє такі види клубів:

- Комерційні оздоровчі центри та атлетичні клуби;
- Приватні спортивно-оздоровчі клуби;
- Оздоровчі центри-клуби в готелях, великих житлових будинках;
- Клуби, які належать різним асоціаціям; спортивно-оздоровчі клуби-центри корпорацій, фірм, компаній;
- Центри-клуби серцево-судинної реабілітації;
- Спортивно-медичні центри-клуби;
- Любительські та професійні клуби з видів спорту.

Узагальнення зарубіжного досвіду свідчить, що залежно від контингенту членів розрізняють такі типи клубів з виду спорту: дитячі; студентські; на підприємствах та фірмах; за місцем проживання; у парках. При великих поліклініках та на курортах працюють лікувально-оздоровчі клуби. Існують також клуби з виду спорту, спортивні клуби для жінок, для сімей та ін.

Залежно від обраного виду спорту або тренувальних програм виділяють клуби аеробіки, бігу, бодібілдингу, тенісу, плавання, гольфу та ін..

В останні роки в зарубіжних країнах набувають популярності багатоцільові клуби, наприклад у США таким є кожний 4-й клуб. Такі клуби призначені для задоволення найширшого спектру спортивно-оздоровчих інтересів клієнтів та надання послуг. Клуби, як правило, володіють різними спортивними спорудами: зали для спортивних ігор, тренажерні зали, зали для дітей, плавальні басейни, доріжки для бігу та ін..

СК забезпечують наступні види діяльності:

Науково-методичне забезпечення, організаційно-масову роботу, роботу з кадрами, агітація та пропаганда спорту, організація змагань, матеріально-технічне забезпечення, навчально-тренувальна робота.

2. За функціональним підходом () усі фізкультурно-оздоровчі організації виконують такі функції: операційну (виробництво і споживання фізкультурно-оздоровчих послуг), маркетингову, трудоворесурсну, фінансоворесурсну. Кожна із функцій потребує впровадження і разом як система функцій відповідної координації. Виходячи із цього у системі фізкультурно-оздоровчих організацій необхідна система фізкультурно-оздоровчого менеджменту, яка, у свою чергу, складається із трьох підсистем (ПС): керуючої, результуючої та забезпечувальної.

Керуюча ПС включає керівників різних рівнів управління. КС здійснює свою діяльність через виконання загальних функцій управління.

Результуюча ПС безпосередньо виробляє фізкультурно-оздоровчі послуги (ФОП). ФОП-це діяльність спрямована на збереження та зміцнення здоров'я людей, формування у них навичок здорового способу життя.

Забезпечувальна ПС прямо пов'язана з виробництвом ФОП, створенням для цього належних умов. В межах забезпечувальної ПС здійснюється маркетингова і фінансова діяльність та робота по управлінню персоналом організації.

Вимоги до формування програм в зарубіжних клубах:

- Різноманітність, варіантність, можливість вибору оздоровчих занять;
- Поступові, індивідуальні навантаження і межах можливостей тих, хто займається;
- Підтримка й заохочення з боку держави та ін..самодіяльних структур для підвищення мотивації занять.

У вітчизняній практиці рекомендують формувати групи ФОП відповідно до наступних вимог:

Групи за рівнем фізичного розвитку, професією, віком, інтересами, використання індивідуальних програм оздоровлення та комп'ютерних технологій, гігієна, тривалість надання послуг, безпека, ввічливість персоналу, комфортність та естетичність

оточення, компетентність фахівців, їх відповідність сучасному рівню.

3. Пропаганда та реклама спортивно-оздоровчої діяльності

Пропаганда фізкультурно-оздоровчої діяльності – цілеспрямоване розповсюдження та популяризація фізкультурних знань з метою переконання населення в необхідності систематичних фізкультурних занять.

Ефективна пропаганда і реклама є запорукою масового залучення населення до фізкультурно-оздоровчих занять.

Пропаганда являє собою безперервний освітньо-виховний процес, який можна поділити на наступні етапи:

1. Переконання необхідності оздоровчих занять;
2. Підвищення рівня фізкультурної грамотності;
3. Залучення населення до регулярних фізкультурно-оздоровчих занять;
4. Підтримка, подальше підвищення фізкультурної активності та ефективності фізкультурно-оздоровчих занять.

Ефективність пропаганди залежить від дотримання принципів її проведення.

Принципи пропаганди:

- Науковість та вірогідність;
- Диференційованість і конкретність.

- Головною метою пропаганди є переконання.
- Основні форми пропаганди : усна, друкована, наочна.

Усна-лекції , диспути, бесіди, полеміка...

Друкована перш за все у спеціальних часописах:
«Спортивна газета», «Україна туристична»,
«Український футбол», «Фізичне виховання в школі»,
«Туристичні новини» та ін..

Розміщують на своїх сторінках фізкультурну інформацію і газети «Ваше здоров'я», «Освіта України», «Краєзнавство та шкільний туризм», «Академія здоров'я», «Туризм сільський зелений»...

Наочна-стенди, вітрини, плакати, фотоальбоми тощо.

Реклама покликана переконувати , інформувати, нагадувати потенційним споживачам фізкультурно-оздоровчих послуг про доцільність їм скористатися із пропозицій (яких? Де?. Коли? На яких умовах?). Реклама може бути загальною та прямою. Ефективна реклама якщо вона вдало підготовлена і зорієнтована на конкретний сегмент споживачів, вдало підібрані засоби рекламування. (Технологію реклами Ви вивчали в курсі «Маркетинг»).

Ефективним засобом пропаганди та реклами є проведення масових фізкультурно-спортивних заходів в т.ч. показові змагання. Виконують пропагандистську функцію відкриті змагання, конкурси блицтурніри. змагання новачків... їх

мета, як відзначають аналітики, забезпечити
емоційність занять, стимулювання результатів,
ефективність занять, вирішення виховних завдань