

Формирование, функционирование и развитие спортивного комплекса региона

Сидоров В.П.^{1.}, Сидорова З.М.^{2.}

Магистр менеджмента, старший преподаватель кафедры экономической теории, экономических дисциплин и учета

1. Институт Дружбы народов Кавказа, факультет экономический, г. Ставрополь, Россия

Sidorow2005@yandex.ru

Магистр экономики, старший преподаватель кафедры менеджмента

2. Северо-Кавказский гуманитарно-технический институт

Zarina.sidorova@yandex.ru

Глубокие социально-экономические преобразования в России и становление территориальных рыночных структур обуславливают смену приоритетов формирования, функционирования и развития региональных социально-экономических подсистем, с которым, прежде всего, относится спортивный комплекс, поскольку обострение социально-трудовых отношений в экономике страны делают необходимым поиск инструментов и направлений качественного улучшения состояния здоровья и физического совершенствования населения на основе рационализации системы управления физкультурно-спортивной деятельностью.

Изучение вопросов развития спортивных организаций высших образовательных учреждений особо актуально с точки зрения стратегического управления экономикой субъектов РФ, поскольку в целом региональные спортивные комплексы в качестве объектов организационно-экономического регулирования имеют свои особенности, и требует учитывать при разработке программ их комплексного социально-экономического развития.

Как показывает практика развитие и функционирование современного спортивного образования в своей основе зависит, прежде всего, от взаимоотношений государства с его субъектами, от роли государства в стимулировании цели, приоритетов, движущих мотивов, экономических условий и форм их трансформации в ресурсы и факторы функционирования спортивных организаций, от уровня ответственности государственного регулирования. Необходимость в научном обосновании развития физической культуры и спорта ее приоритетов должно предусматривать разработку наиболее актуальных проблем отрасли и внедрение результатов научных исследований в практику физкультурно-спортивного движения. Внедрение прогрессивных методов организации и управления отрасли, позволит реализовать научно – методологические изыскания, как в социальном, так и в экономическом развитии специфической отрасли народного хозяйства, какой является физическая культура и спорт. Именно сейчас общество как никогда заинтересованно в расширении экономических исследований в области спорта.

В целом по России и по округам физической культурой и спортом занимается небольшой процент населения, Северо-кавказский ФО стоит на последнем месте-7,5% от общего населения округа. Одной из основных причин является недофинансирование отрасли- затраты на 1чел. составляют 31,0 руб.. Под предлогом экономической нецелесообразности предприятия и организации отказываются от содержания спортивных и оздоровительных объектов и часто используют их не по назначению. Недостаточное количество регулярно занимающихся физической культурой и спортом в значительной степени обусловлено практически полным отсутствием пропаганды здорового образа жизни и ценностей физической культуры и спорта в средствах массовой информации, особенно на телевидении. В последние годы в целом по стране картина начала меняться, но Северо-кавказского федерального округа практически не коснулась.

Современная физическая культура и спорта как научное направление, в рамках которого физическая культура и спорт изучается как форма (самостоятельная отрасль народного хозяйства), в которой спортивный комплекс основное звено перспективного развития отрасли, должна базироваться на трех основных составляющих: философии спорта – как необходимости и залогом здорового образа жизни, социальной – общественной потребности в совершенствовании своих культурных и физических нужд, научной форме – как фактор познания законов, закономерностей и процессов развития. Сложившиеся условия отечественной экономики - правовые, социальные и экономические определили особенности функционирования и развития спортивных организаций комплекса которые основываются на всеобщей информированности, создавая эффективный механизм организации и управления физкультурно – спортивным комплексом. Нами так же установлено, что проблемы ресурсного обеспечения остаются одной из самых острых. Необходимость интегративного похода в развитии социально – значимой отрасли, какой является физическая культура и спорт, определит дальнейшее ее формирование и функционирование.

Эффективность хозяйственной деятельности регионального спортивного комплекса на прямую зависит от уровня развития его экономической среды, на которую оказывают влияние различные факторы. Уровень развития и использования потенциала спортивного комплекса Ставропольского края на современном этапе предопределяется процессом его воспроизводства, региональные особенности которого связаны с действиями демографических, природно-географических, исторических и социально – экономических факторов. Несмотря на незначительный рост занимающихся физической культурой и спортом – 91601 чел., материально- спортивная база сокращается каждый год в целом на 2-5% это в свою очередь негативно сказывается на ситуации в отрасли. Финансирование отрасли ведется из различных источников, не скоординированных между собой. Достижение равновесного состояния регионального рынка физкультурно – спортивных услуг, по нашему мнению, возможно путем привлечения гуманитарных вузовских структур профессионального образования для отрасли физической культуры и спорта, и должно рассматриваться в настоящее время как одно из приоритетных направлений регионального развития. Развитие современного спорта четко проявляется тенденция, в соответствии с которой любительский спорт в основном будет студенческим. Необходимость в профессиональном спортивном образовании должна рассматриваться на национальном уровне.

Маркетинг играет немаловажную роль в развитии спортивного комплекса региона. В спортивном маркетинге имеются и успешные попытки отхода от общей концепции производственно-экономического маркетинга, учета специфики сферы спорта. Современный маркетинг трактуется как метод, основа для принятия решений, которые приводят все действия организации в соответствие с потребностями рынка. Спортивный маркетинг означает развитие концепции маркетинга для: клубов, команд, спортивных соревнований. Спортивный маркетинг не означает: — только «несколько больше рекламы и более быстрое продвижение товара на рынке»; — только лишь продажу свитеров команды спонсору; — метод быстрого обогащения». При этом никогда не следует забывать особенностей спорта, таких как некоммерческие цели, добровольная работа, идеализм и т.д.

Таким образом, проблема модернизации системы высшего спортивного образования, науки, необходима для решения приоритетных задач социально-экономического развития страны: создание условий для увеличения масштабов новых организационно – экономических форм, их активности и совершенствования; развитие кооперации между системой физкультурно-спортивной, физкультурно - оздоровительной науки и новыми формами организационно- экономической направленности, совершенствование механизмов диффузии и передачи знаний; поддержка прорывных направлений технологического развития спортивного комплекса.