

Выводы. Таким образом, полученные результаты свидетельствуют, что между показателями быстроты реагирования девушек и юношей отсутствуют межгрупповые различия в средних данных.

Показатели простой двигательной реакции не зависят от возраста и пола старшеклассников.

ДАНИЛОВА Я.Д.

Брест, БрГТУ

Научный руководитель – Н.В. Орлова,

канд. пед. наук, доцент

РОЛЬ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В ФОРМИРОВАНИИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ

Введение. При всем многообразии работ связанных с проблемами здоровья, здорового образа жизни, роли спорта и физической культуры в его формировании, а так же в той или иной степени касающихся вопросов воздействия спорта на процесс формирования здоровья и здорового образа жизни в молодежной среде, данная проблема является недостаточно разработанной.

Свидетельством этого является отсутствие, прежде всего теоретико-концептуальной основы, не возникли обобщающие научные работы по выделению мировоззренческих идей и понятий о здоровье, здоровом образе жизни, оздоровительном аспекте занятий спортом и физической культурой.

Цель работы – проанализировать место и роль физической культуры и спорта как факторов формирования здорового образа жизни студенческой молодежи.

Методы исследования. Анализ научно-методической литературы, методы сбора и анализа текущей информации (наблюдение, анкетирование, педагогическое наблюдение); метод получения и анализа ретроспективной информации; педагогический эксперимент; метод математической обработки результатов исследования.

Результаты исследования и их обсуждение. Проведенное нами исследование позволило рассмотреть проблемы воздействия спорта и физической культуры на здоровье современной молодежи.

В ходе проведенной работы была подтверждена гипотеза о том, что в современных социально-экономических и политических условиях, в которых находится современная Беларусь, факторы реализации гуманистического потенциала физической культуры и спорта в формировании здорового образа жизни не достаточно востребованы, ценности здоровья, здорово-

го образа жизни, физической культуры и спорта не являются значимыми в молодежной среде. Они уступают ценностям образования и профессиональной карьеры. Молодые люди относятся к физической культуре и спорту потребительски.

Для привлечения молодежи к формированию собственного здоровья, здорового образа жизни нужно создать на государственном уровне положительное общественное мнение о физической культуре и спорте. Это действительно важно, поскольку физическая культура и спорт представляют собой особый тип творческой деятельности, их воздействие в качестве факторов позволяет формировать здоровый образ жизни населения, в частности студенческой молодежи.

На наш взгляд, для решения этой проблемы необходимо использовать возможности учебных заведений, которые должны помогать студентам в приобретении необходимой мотивации, основанной на индивидуальных потребностях, создавая условия для получения необходимых знаний и способов достижения этих знаний, предлагая свободу выбора вида и формы деятельности для реализации мотивации в формировании здоровья. Можно сказать, что вуз должен помочь в решении стоящей перед обществом проблемы: сформировать у каждого студента потребность в постоянном повышении своей профессиональной подготовки, включающий и аспект здоровья. Наличие такой потребности является важным условием и необходимым признаком гармонично развитой личности.

В результате масштабных изменений в ходе реформ произошли ценностные сдвиги в сознании молодежи. Как показывает проведенный социологический анализ, современные молодые люди ориентированы преимущественно на потребительские ценности или страдают комплексом «материального недопотребления», исключают спорт как «не приносящий массу удовольствий и связанный с определенными моральными запретами».

По результатам социологических исследований спорт значимым фактором, не говоря уже о его оздоровительных аспектах, оказался лишь для 25 % опрошенных, 45% респондентов оценили данную ценность в 4–5 баллов, 20% – 2–3 балла.

Приобретение спортивного инвентаря, спортивной одежды и обуви, плата за занятия в спортивных и оздоровительных секциях занимает в бюджете молодых белорусов 10–12 места наравне с театром, музеями, концертами классической музыки.

Выводы. Данные педагогического эксперимента позволяют сделать вывод о том, что ценность физической культуры и спорта в оценках молодежи характеризуется их снижением в качестве факторов формирования здорового образа жизни.

Одновременно возрастает конкуренция новых видов достиженческих видов деятельности. Прагматизм в оценке физической культуры и спорта отражает устремления молодежи к рыночным ценностям, успеху и независимости.

ДАНИЛЮК М.В., ПОЛЕТИЛО И.В.

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина
Научный руководитель – В.Г. Беспутчик,
доцент

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Введение. Данная тема является актуальной, так как физическое состояние населения региона ухудшается. Наблюдается рост количества заболеваний сердечно-сосудистой, дыхательной, нервной систем и опорно-двигательного аппарата. Зачастую люди ведут малоподвижный образ жизни, что приводит к гиподинамии.

Как известно, физическая культура и спорт относятся к социально-культурной сфере, имеющей главную цель воспроизводства национального человеческого потенциала. Именно в физкультурно-спортивной деятельности в максимальной степени проявляется не столько коммерческий, сколько социальный характер маркетинга, и доминирующее положение приобретает необходимость учета социальных факторов, особенностей контингента потребителей.

При этом важно помнить, что у людей нет потребности в физической культуре или спорте как таковых, а есть потребности в отдыхе, в двигательной активности, здоровом образе жизни, общении с людьми, а средствами удовлетворения этих потребностей является, в числе прочих, средства физической культуры и спорта.

В частности, рекреационные потребности (в отдыхе, компенсации, развлечении) удовлетворяются путем привлечения населения в качестве активных или пассивных участников физкультурно-спортивных мероприятий (праздников, конкурсов, соревнований); для удовлетворения информационно-познавательных потребностей (в сведениях о спортивных событиях, в физкультурно-спортивном образовании) работают средства массовой информации, а также физкультурно-спортивные образовательные учреждения и т.п. [1, 2].

Цель работы – выявление основных закономерностей, направлений, принципов развития спортивного маркетинга, изучение и систематизация форм работы оценки эффективности физкультурно-оздоровительных центров.