

2. Изотова, Л.Е. Модели факторов риска недостаточной образованности / Л.Е. Изотова, Д.А. Романов // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2014. – № 4 (110). – С. 56-59.
3. Селеменев, В.Ф. Научно-исследовательская работа студентов: доступность, качество, востребованность / В.Ф. Селеменев, Ю.П. Афиногенов // Вестник Воронежского государственного университета. – 2008. – № 1. – С. 37-41.

#### REFERENCES

1. Gorbunova, T.V. and Bahlova, N.A. (2014), "Assessment system of vocational training quality evaluation as implicit and apical structure", *Srednee professionalnoe obrazovanie*, No 9, pp. 27-29.
2. Izotova, L.E. and Romanov, D.A. (2014), "Factor risk models of insufficient education", *Uchenyie zapiski universiteta imeni P.F. Lesgafta*, Vol. 110, No 4, pp. 56-59.
3. Selemenev, V.F. and Afinogenov, Yu.P. (2008), "Students scientific activity (available, quality and necessity)", *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta*, No 1, pp. 37-41.

**Контактная информация:** romanovs-s@yandex.ru

*Статья поступила в редакцию 16.12.2014.*

**УДК 796:338.467**

### **СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ: СВОЕОБРАЗИЕ В КОНТЕКСТЕ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Светлана Ивановна Росенко, доктор социологических наук, профессор, декан,  
Валерий Георгиевич Велединский, кандидат педагогических наук, доцент,  
Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья  
имени П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург (НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург)*

#### **Аннотация**

Спортивно-оздоровительные услуги рассматриваются как особая часть сервисной сферы, синтезирующая сущностные черты сервиса, физической культуры и спорта. Анализируется специфика спортивно-оздоровительных услуг (аэробика, шейпинг, фитнес и некоторые другие) в контексте сервисной деятельности. Отмечен сложный характер сервисного продукта и особенности процесса обслуживания. Услуга оплачивается заранее, поэтому здесь особенно важно качество. Специфичны формы обслуживания: использование абонементов, персональный тренинг, комплексность и предпродажное обслуживание. В этой сфере по-особому действует социальная норма, которую называют «нормой взаимности». Своеобразно представление о времени оказания услуги, поскольку контакты носят циклический характер. Обозначены варианты расширения пространственно-временной доступности услуг. Анализируются свойства, функции и процесс обслуживания как средство «производства человека».

**Ключевые слова:** спортивно-оздоровительные услуги, качество услуг, формы обслуживания, сервисная деятельность

**DOI: 10.5930/issn.1994-4683.2014.12.118.p181-186**

### **SPORT AND HEALTH-IMPROVING SERVICES: THEIR PECULIARITY IN SERVICE ACTIVITY**

*Svetlana Ivanovna Rosenko, the doctor of sociological sciences, professor, dean,  
Valery Georgievich Velebinsky, the candidate of pedagogical sciences, senior lecturer,  
The Lesgaft National State University of Physical Education, Sport and Health, St. Petersburg*

#### **Annotation**

Sports and health-improving services are considered as the specific part of the service sphere, involving intrinsic lines of service, physical culture and sport. Specifics of sports services (aerobics, shaping, fitness and some other) in the context of service activity are analyzed. Complicated character of the service product and the features of process of service provision are noted. Service is paid in advance therefore the quality is especially important here. Service forms are specific: use of subscriptions, personal training,

complexity and pre-sale service. In this sphere the social norm that is called "norm of reciprocity" works in a special way. A peculiar understanding of the time of rendering the service is given as contacts have the cyclic character. Possibilities of expansion for the spatial and temporary availability of services are designated. Properties, functions and functioning processes as means of "production of the person" are analyzed.

**Keywords:** sport and health-improving services, quality of services, service forms, service activity.

Существует вполне обоснованная позиция, согласно которой «подавляющее большинство услуг, производимых и потребляемых в отрасли «физическая культура и спорт», относится к социально-культурным услугам» [1 с. 21]. Это означает, что физическая культура и спорт – неотъемлемая и весьма специфичная часть сервисной сферы. Однако среди работ, обобщающих накопленный в этой области материал, преобладает технико-инструментальный или экономический подход. При всей важности получаемых результатов сервисное своеобразие явления в этом случае в значительной степени остается в тени.

Технико-инструментальный подход к физкультурно-спортивным услугам не в состоянии в полной мере дать руководство к практическому действию в аспекте взаимодействия с потребителями услуг с учетом специфики явления. Экономический анализ, в свою очередь, тоже ограничен в своих возможностях, поскольку отсутствует конкретный, материальный продукт труда, а производство и потребление услуг происходит одновременно. Антропный, этический аспект явления затушевывается, хотя основным результатом физкультурно-спортивных услуг предполагается производство человека в смысле формирования его разумных потребностей, способностей, оздоровления и физического совершенствования.

Сегодня на фоне усложнения и разрастания сервисной среды физкультурно-спортивные услуги – это культурный феномен, синтезирующий сущностные черты сервиса, физической культуры и спорта [2, с. 28-31]. Сервисный подход позволяет выявить и рассмотреть многие неповторимые особенности явления.

Ранее уже были очерчены границы понятия «социально-культурный сервис» и выделены его составляющие, среди которых значился физкультурно-спортивный сервис [3, с. 12]. Повторим его определительные характеристики: физкультурно-спортивный сервис – предоставление услуг, способствующих достижению высоких спортивных результатов, приведению габитуса (внешний облик, телосложение, осанка) потребителя в соответствие с требованиями социокультурной и социоприродной среды, предоставление культурно-валеологических услуг (услуги учреждений физической культуры и спорта, предприятий, организаций, фирм физкультурно-спортивного профиля всех форм собственности и организационно-правовых форм). Говоря проще, можно определить физкультурно-спортивный сервис в широком смысле как систему создания, предоставления и потребления услуг физической культуры и спорта.

В сегодняшней действительности получили распространение относительно новые виды физкультурно-спортивных услуг, которые чаще называют спортивно-оздоровительными: аэробика, шейпинг, фитнес и некоторые другие. В этой связи представляется целесообразным подвергнуть анализу специфику спортивно-оздоровительных услуг в контексте физкультурно-спортивного сервиса и сервисной деятельности.

Прежде всего, ответим на вопрос, как соотносятся между собой понятия «физкультурно-спортивные услуги» и «спортивно-оздоровительные услуги»? Оставляя в стороне понятие «услуга», подробно проанализированное ранее [4, с. 16-18], обратимся к специфике спортивно-оздоровительных услуг. Чтобы выявить их специфику, нужно учесть, что эти услуги:

- удовлетворяют специфические потребности;
- связаны с оздоровлением и физическим развитием человека;

– относятся к услугам физической культуры и спорта.

Проведенный ранее обзор и классификация спектра услуг физической культуры и спорта позволяет утверждать, что спортивно-оздоровительные услуги – лишь часть услуг физической культуры и спорта [5, с. 23]. Спортивно-оздоровительные услуги – это, как правило, услуги платные, коммерческие, групповые или индивидуальные. Это – собственно физкультурно-спортивные услуги, т.е. связанные с обеспечением занятий физическими упражнениями и видами спорта в целях оздоровления, физического развития и поддержания здоровья в разнообразных организационных формах.

Это – активные занятия физическими упражнениями и видами спорта по определенной программе на базе научно обоснованных методик, регламентированного времени занятий, под руководством специалистов. Спортивно-оздоровительные услуги могут включать в себя консультирование, а также дополнительные и сопутствующие услуги.

Определив своеобразие, специфику понятия «спортивно-оздоровительные услуги», можем определить спортивно-оздоровительный сервис как экономически обоснованное создание, предоставление и потребление услуг, удовлетворяющих совокупность специальных потребностей человека и связанных с программированием занятий специалистом (тренером, инструктором) в целях оздоровления и физического развития [6, с. 24].

Иначе говоря, это – часть отрасли «физическая культура и спорт», которая производит свободно реализуемые на рынке спортивно-оздоровительные услуги, или тот сектор экономики, где в качестве товара выступают спортивно-оздоровительные услуги.

Оставляя в стороне другие особенности спортивно-оздоровительных услуг, обратимся к специфике этого вида услуг в контексте сервисной деятельности.

Понятие «сервисная деятельность» может быть рассмотрено в разных контекстах: социальном, культурном, экономическом, технологическом [4, с. 9-14]. Применительно к нашей теме сервисная деятельность может быть определена как активность людей, взаимодействующих в процессе производства, продвижения, реализации, предоставления и потребления спортивно-оздоровительных услуг, удовлетворяющих потребности человека, социальной группы или общества в целом.

В сервисной ситуации одна из сторон – потребители. Они ищут удовлетворения своих потребностей и оплачивают услуги. Они предъявляют специфические требования, привнося в процесс свои запросы и ценностные ориентации. Потребитель – конечный пользователь услуги. Другая сторона взаимодействия – профессионально подготовленные производители, исполнители услуги, выполняющая на основе определенных (часто уникальных) технологий информационные, организационные и материальные операции.

Сервисный продукт в спортивно-оздоровительном сервисе носит сложный характер: это результат взаимодействия и сочетания действий разных субъектов деятельности, их труда, функционирования оборудования, материальных ресурсов, общей атмосферы. Основной процесс обслуживания тоже специфичен: услуга, как правило, оплачена заранее, поэтому здесь особенно важно качество.

Здесь качество определяется не столько соответствием стандартам или установленным требованиям, сколько согласованностью с запросами потребителей. Это не исключает, разумеется, необходимости соблюдения нормативно-правовых требований, но при их соблюдении потребитель воспринимает их как должное, вроде бы и не замечает их. Понимание качества в этом случае имеет, прежде всего, субъективную составляющую как наилучшая возможность удовлетворения потребности. Экономическая компонента присутствует в скрытом виде, если потребитель удовлетворен соответствием цены и качества. Большое значение приобретают в этом случае условия обслуживания.

К числу факторов, влияющих на восприятие и оценку потребителями качества спортивно-оздоровительных услуг, относятся:

- современное оборудование, техническое оснащение исполняемой услуги;
- профессионально-квалификационные характеристики и этичность персонала;

- физико-технические и эстетические характеристики среды: свет, звук, свежий воздух, дизайн, комфортность;

- санитария и гигиена в основных и вспомогательных помещениях.

Показателем качества является и безопасность услуги. Спортивно-оздоровительные услуги могут создавать угрозу жизни и здоровью, поскольку напрямую связаны с воздействием на сознание и телесность человека. Любая возможность нанесения ущерба здоровью или самочувствию посетителей должна быть исключена. Здесь можно также выделить эксплуатационно-техническую, экологическую, информационную безопасность.

Особым образом организована здесь контактная зона: она может иметь разные масштабы и специальное оборудование, которым пользуется потребитель. Исполнитель услуги (тренер, инструктор) работает в непосредственной близости от посетителя, не допуская болезненных или неприятных ощущений. Поведенческие стереотипы персонала и соблюдение процедур имеют особое значение. Могут быть и варианты, когда контакты сведены к минимуму. Создаются возможности и условия для самостоятельности посетителя, что не исключает дистанционного контроля и готовности прийти на помощь в случае необходимости. Разумно организованная сервисная среда гармонизирует отношения потребителя и сервисного работника, предоставляющего соответствующую услугу.

Характеризуя контактную зону в этом случае, стоит обратить особое внимание на Reception (приёмная, регистратура, стойка дежурного администратора) фитнес-клуба. Первое позитивное впечатление посетителя – лучшая реклама. Оформляя и проектируя приемную, принимаем во внимание, что здесь должен быть наглядно представлен ассортимент услуг, творческий персонал, топ-менеджмент клуба.

Одной из характерных особенностей сервисной деятельности является форма обслуживания – способ предоставления услуг, состоящий из набора конкретных сервисных ситуаций и благ для потребителя. В сфере спортивно-оздоровительных услуг традиционные формы обслуживания тоже приобретают своеобразный облик.

В сфере спортивно-оздоровительного сервиса сформировались свои формы обслуживания: персональный тренинг, индивидуальные и групповые занятия. Те, кто хотя бы раз попробовал персональные тренировки, при наличии финансовой возможности, как правило, продолжают занятия с тренером. Практика показала, что именно такие занятия являются наиболее эффективными. Персональный тренинг обеспечивает индивидуальный подход к конкретному человеку: учитываются личные особенности: строение тела, возраст, пол, хронические заболевания, если таковые имеются. В то же время в тренажерных залах посетители могут, свободно обходя помещение, опробовать и самостоятельно позаниматься на разных тренажерах. В залах для групповых занятий иной порядок предоставления услуги.

В спортивно-оздоровительном сервисе активно используется и вариант абонементного обслуживания. Заранее заключив договор и оплатив услуги за определенный промежуток времени, можно получить возможность занятий в любое удобное время, а в сетевых вариантах – и в любом удобном месте. Спортивно-оздоровительные центры в гостиницах можно рассматривать как предоставление услуг по месту проживания. Гостям отелей часто предлагают самостоятельные занятия на тренажерах. Здесь услуги могут быть включены в стоимость размещения или предоставляться за невысокую дополнительную плату.

Говоря об особенностях производства и потребления спортивно-оздоровительных услуг необходимо также иметь в виду, что эти процессы тесно связаны с потреблением материальных услуг (прокат, ремонт спортивного оборудования и т.п.) и использованием товаров (спортивная одежда и обувь, спортивный инвентарь, оборудование, специальное питание и т.д.). Названные материальные услуги и товары по отношению к спортивно-оздоровительному сервису имеют дополнительный характер, однако, трудно себе пред-

ставить потребление спортивно-оздоровительных услуг в отрыве от них. Другими словами, спортивно-оздоровительные услуги, материальные услуги и товары потребляются в едином комплексе, в связи с чем рост спроса на спортивно-оздоровительные услуги неизбежно влечет за собой соответствующий рост спроса на материальные услуги и товары специального назначения. Удовлетворение этого спроса – требование комплексности предоставляемых услуг. Предоставление основных, дополнительных и сопутствующих услуг в рамках одного посещения спортивно-оздоровительного центра, фитнес-клуба можно считать комплексной формой обслуживания, поскольку имеет место экономия времени посетителей.

Пробные бесплатные занятия, экскурсии по спортивно-оздоровительному центру, открытые уроки, показы достижений, которые широко практикуются для продвижения услуг и привлечения новых посетителей, можно рассматривать как своего рода предпродажное обслуживание.

Сегодня происходит интенсивный поиск инноваций в формах обслуживания на предприятиях спортивно-оздоровительного сервиса. Гибкость условий предоставления услуг, ночные занятия и другие варианты расширения пространственно-временной доступности услуг становятся повседневной практикой. Распространение таких форм обслуживания говорит об осознании фактора времени, удобства, комфортности для потребителя менеджментом предприятий, генерирующих спортивно-оздоровительные услуги.

Степень включения в сервисную деятельность самого потребителя различна в разных вариантах сервиса. В случае спортивно-оздоровительного сервиса можно говорить об интерактивном предоставлении услуг, причем по мере занятий эта интерактивность только усиливается. Характер труда по оказанию спортивно-оздоровительных услуг насыщен внерыночными, внеэкономическими элементами. Это, прежде всего, труд самого потребителя, его работа над собой, его адаптация к физическим нагрузкам. Здесь даже групповое обслуживание сочетается с индивидуальным подходом. Это партнерский характер активности.

В этой сфере по-особому действует известная социальная норма, которую называют «нормой взаимности». Когда получатель услуги чувствует, что исполнитель с готовностью оказывает помощь посетителю, действует по внутреннему побуждению, из желания помочь, исходя из своего понимания идеальности услуги для потребителя, а не просто отработывая время или ради заработка, у посетителя спортивно-оздоровительного клуба возникает дополнительное моральное обязательство, побуждающее, поддерживающее движение к цели. Тем самым, в известной степени, снимается противоречие бескорыстия и выгоды.

Этическая фундированность услуги и экономическая выгодность оказываются соединенными в единой модели сервисной деятельности, которая одновременно является и социально-культурной, творческой, формирующей разумного, культурного человека.

Представления о времени оказания услуги тоже своеобразно преломляются в сфере спортивно-оздоровительного сервиса, поскольку контакты носят не разовый, а циклический характер, происходят с определенной регулярностью, периодически. И здесь – еще одна особенность сервисной деятельности применительно к нашей теме.

В сфере спортивно-оздоровительного сервиса интерес концентрируется вокруг определенных качеств, в которых заинтересован заказчик в качестве цели дальнейшей перспективы. Эти качества вырабатываются далеко не сразу. В спортивно-оздоровительной услуге ценен длительный эффект – вплоть до приобщения к здоровому образу жизни. В этой связи возникает необходимость активизировать педагогическую составляющую сервисной деятельности в этой сфере, необходимость в научно обоснованной и практически реализуемой концепции, позиционирующей спортивно-оздоровительный сервис не как услугу, удовлетворяющую всякую потребность «на основе платёжеспособного спроса», а услугу, которая может и должна формировать разумную потребность в здоровом

образе жизни.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта : учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / М. И. Золотов [и др.]. – М. : Академия, 2004. – 432 с. – (Высш. проф. образование). – ISBN 5-7695-1748-4.
2. Велединский, В.Г. Спортивно-оздоровительный сервис: формирование новой учебной дисциплины / В.Г. Велединский, С.И. Росенко // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2007. – № 9 (31). – С. 28-31.
3. Сфера социально-культурного сервиса: теоретические аспекты изучения : кол. монография / С.-Петерб. гос. ун-т сервиса и экономики. – СПб. : Изд-во СПб ГУСЭ, 2012. – 159 с. – ISBN 978-5-228-00588-4.
4. Велединский, В.Г. Сервисная деятельность : учебник [...] / В.Г. Велединский. – 2-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2013. – 174 с. – ISBN 978-5-406-02161-3.
5. Велединский, В.Г. Спортивно-оздоровительный сервис: вопросы теории и практики : монография / В.Г. Велединский / С.-Петерб. гос. ун-т сервиса и экономики. – СПб. : Изд-во СПб ГУСЭ, 2013. – 167 с. – ISBN 978-3-228-00675-1.
6. Велединский, В.Г. Спортивно-оздоровительный сервис : учебник / В.Г. Велединский. – М. : КНОРУС, 2014. – 216 с. – ISBN 978-5-406-02880-3.

#### REFERENCES

1. Zolotov, M.I., Kuzin, V.V., Kutepov, M.E. and Seyranov S.G. (2004), *Management and economy of physical culture and sport*, Academy, Moscow, ISBN 5-7695-1748-4.
2. Veledinsky, V.G. and Rosenko, S.I. (2007), “Sports and health-improving service: formation of a new subject matter”, *Uchenye zapiski universiteta imeni P.F. Lesgafta*, Vol. 31, No. 9, pp. 28-31.
3. *Sphere of sociocultural service: theoretical aspects of studying: Collective monograph* (2012), publishing house “SPb. GUSE”, St. Petersburg.
4. Veledinsky, V.G. (2013), *Service activity*, KNORUS, Moscow, ISBN 978-5-406-02161-3.
5. Veledinsky, V.G. (2013), *Sport and health-improving service: questions of the theory and practice: monograph*, publishing house “SPb. GUSE”, St. Petersburg.
6. Veledinsky, V.G. (2014), *Sport and health-improving service: textbook*, KNORUS, Moscow, ISBN 978-5-406-02880-3.

**Контактная информация:** rosenko1@mail.ru

*Статья поступила в редакцию 27.10.2014.*

**УДК 378**

### **ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ: К ВОПРОСУ ВОСПИТАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ЗНАНИЙ-КОМПЕТЕНЦИЙ ШЕСТОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УКЛАДА**

**Юлия Альбертовна Санникова**, старший преподаватель,  
Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья  
имени П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург (НГУ им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург)

#### **Аннотация**

Статья затрагивает вопросы преподавания экономических дисциплин в условиях информационного общества и перехода к шестому технологическому укладу, проблемы воспитания нового поколения экономистов, обладающих инновационными знаниями-компетенциями и пониманием информационного состояния общества. Приводится краткая характеристика современного этапа развития информационного общества.

**Ключевые слова:** информационное общество, инновационные компетенции, экономика ожиданий, интеграция рынков, самообразование.