

Заключительная часть занятия длится от 10 до 15 минут и предусматривает постепенное снижение физической нагрузки, снижение возбуждения после выполненной работы и приведение организма в относительно спокойное состояние.

Переход от высокой к малой интенсивности должен осуществляться постепенно. К средствам заключительной части относятся легкий бег, ходьба, упражнения на расслабление мышц, дыхательные упражнения. В конце занятия необходимо выстроить группу, подвести итоги занятий, дать оценку выполненной работе, сообщить домашнее задание.

Систематические занятия настольным теннисом, способствующие тренированности всего организма, а следовательно, оказывающие положительное воздействие на воспитание физических качеств, улучшающие функциональное состояние центральной нервной системы, ее пластичность, подвижность и силу нервных процессов, оказывают стимулирующее воздействие на умственную деятельность студентов и, как следствие этого, способствуют хорошей учебе. Необходимо дальнейшее изучение влияния занятий настольным теннисом на развитие физической работоспособности студентов высших учебных заведений.

1. Агеев, В.У. Организация физической культуры и спорта / В.У. Агеев, Т.М. Каневец . – М.: ФиС, 1986. – 192 с.
2. Барчукова, Г.В. Настольный теннис / Г.В. Барчукова. – М.: Физкультура и спорт, 1989. – 175 с.
3. Настольный теннис / перевод с кит.; под ред. Сюй Яньшэна. – М.: Физкультура и спорт, 1987. – 320 с.
4. Попенченко, В.В. Пути повышения эффективности учебного процесса по физическому воспитанию в вузе: метод. пособие для преподавателей вузов / В.В. Попенченко. – М.: Высшая школа, 1979. – 125 с.
5. Раевский, Р.Т. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов технических вузов / Р.Т. Раевский. – М.: Высшая школа, 1985. – 136 с.
6. Чоговадзе, А.В. ВУЗ и проблема здоровья студентов / А.В. Чоговадзе // Вуз. Здоровье. Интеллект: биоинформационные оздоровительные технологии: материалы I Междунар. научно-практ. конф. – Волгоград, 2001. – С. 4–10.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ КОМПОНЕНТЫ СИСТЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ОЛИМПИЙСКОГО СПОРТА

Барышникова Л.Н.¹, Лихтар С.Н.¹, Касперович Е.В.²,

¹Белорусский государственный университет физической культуры,

²Белорусский государственный университет,

Республика Беларусь.

Усилиями ученых спортивной науки из многих стран была сформирована совокупность знаний об экономических аспектах развития современного олимпийского спорта. Часть этих знаний активно используется в процессе олимпийского образования. Эффективность современного олимпийского образования может быть обеспечена лишь при условии, что полученные знания будут носить системный характер, т. е. давать представление об олимпийском спорте как о сложном многофункциональном феномене. Имеются знания об экономической деятельности МОК, НОКов, ОКОИ, международных и национальных спортивных федераций. Речь идет о результативности экономической деятельности, ее влиянии на развитие олимпийского спорта. Целью экономической деятельности всех участников олимпийского спорта является привлечение экономических ресурсов для решения определенных задач: развития международного олимпийского движения, развития конкретного вида спорта, экономическое обеспечение подготовки и проведения Олимпийских игр. В условиях современ-

ного рынка главным инструментом достижения целей экономической деятельностью участников олимпийского спорта выступают маркетинговые программы:

- программы делового сотрудничества с телевизионными компаниями на предмет продажи им прав на осуществление трансляций соревнований Олимпийских игр;
- рекламно-спонсорские программы (TOP Sponsor Programmes);
- лицензионные программы (IOC Licensing);
- программа выпуска олимпийских почтовых марок (Olympic Philatelic Programmes);
- программы делового сотрудничества с поставщиками (IOC Suppliers);
- программа выпуска олимпийских монет (IOC Coin Programmes).

Маркетинговые программы, разрабатываемые и реализуемые ОКОИ, представляют собой:

- программы продажи билетов на соревнования Олимпийских игр;
- программы привлечения национальных спонсоров, поставщиков;
- лицензионные программы;
- программы выпуска памятных олимпийских почтовых марок, монет и жетонов.

Ученые отмечают, что реализация маркетинговых программ достаточно жестко регламентируется соответствующими руководящими органами. В соответствии с официальными разъяснениями к правилам Олимпийской хартии МОК регламентирует разные стороны экономической деятельности: порядок реализации права собственности на «товар» олимпийского спорта (Олимпийские игры, олимпийская символика); принципы, которых следует придерживаться во время заключения контрактов между ОКОИ и компаниями, предоставляющими поддержку проведению Олимпийских игр; требования к рекламной деятельности в период подготовки к Олимпийским играм и во время их проведения; порядок распределения доходов от реализации коммерческих программ между участниками олимпийского движения. Международным олимпийским комитетом определено, что использование маркетинга в олимпийском движении должно быть направлено на достижение таких целей, как обеспечение полной финансовой независимости олимпийского движения, оказание помощи в развитии олимпизма в мире, разработка долгосрочной программы, базирующейся на успешной деятельности постоянно действующих организационных комитетов Олимпийских игр (в противовес созданию коммерческих структур для каждой Олимпийских игр), обеспечение справедливого распределения доходов во всех сферах олимпийского движения – между организационными комитетами и их континентальными ассоциациями, международными спортивными федерациями и другими международными спортивными организациями, включая финансовую поддержку развивающимся странам; уменьшение возможности «бесконтрольной коммерциализации» олимпийского движения, сокращение числа коммерческих партнеров и контроль использования олимпийской символики [1]. Ученые и специалисты отмечают положительное влияние мероприятий, проводимых участниками олимпийского движения, на социально-экономическую жизнь стран и народов. Особое место в решении социально-экономических проблем занимают Олимпийские игры. Благодаря Олимпийским играм, страны-хозяйки получают возможность снижать уровень безработицы в странах – организаторах соревнований, особенно в городах и регионах, где непосредственно проходят соревнования. Так, ресурсы, привлеченные благодаря маркетинговым программам для подготовки и проведения XXI зимних Олимпийских игр в Альбервиле, позволили создать за период с 1985 по 1990 год 14 тысяч дополнительных рабочих мест. Коммерческие программы с подготовкой Игр XX Олимпиады в Барселоне позволили сократить безработицу с 125 тысяч человек в 1985 году до 66 тысяч человек в 1991 году, т. е. почти в 2 раза [1]. Также в процессе подготовки к Олимпийским играм обновляется социальная инфраструктура стран-хозяев (гостиницы, дороги, транспортные сети и т. д.). После окончания Игр население получает в свое распоряжение новые или реконструированные спортивные сооружения, а также олимпийскую деревню. В результате проведения Игр Олимпиады 2004 года Греция

получила новый международный аэропорт, модернизированный метрополитен в Афинах, а также возможность улучшить жилищные условия 10 тысяч граждан за счет использования жилых строений олимпийской деревни [1]. Подготовка и проведение Олимпийских игр дают достаточно сильный импульс общему экономическому развитию страны-хозяина. В этот период наблюдается активный приток внутренних и внешних инвестиций в развитие социальной инфраструктуры, а также поступлений от иностранного туризма. К положительным последствиям следует отнести, прежде всего, укрепление экономических основ олимпийского спорта. В сферу олимпийского спорта привлекаются огромные средства из других отраслей экономики в виде спонсорской поддержки, поступлений от телевизионных компаний, продажи лицензий на право использования спортивной символики, а также из других источников. Это дает возможность распространять идеалы олимпизма в мире, активизировать пропаганду различных видов спорта, привлекать население к активным занятиям спортом.

Специалисты обращают внимание на отрицательные последствия влияния современной экономики на олимпийский спорт. Коммерциализация спорта ведет к трансформации отдельных видов спорта, к изменению правил соревнований и многочисленных соревнований «по приглашению». Оргкомитеты по проведению Олимпийских игр попадают в зависимость от внешних источников финансирования, не имеющих непосредственного отношения к спорту. Правила проведения олимпийских соревнований и расписание часто формируются под влиянием финансовых интересов тех или иных структур. В условиях активной коммерциализации олимпийского спорта стало сложно отстаивать целесообразность оказания ему финансовой помощи со стороны государства. К отрицательным моментам относят и дискриминацию отдельных видов спорта, которые не пользуются вниманием телевидения, рекламодателей и спонсоров, которые отдают предпочтение наиболее зрелищным видам спорта. Вследствие этого виды спорта, входящие в олимпийскую программу, делятся на «бедные» и «богатые». В этом случае происходит падение интереса детей и молодежи к тем видам спорта, которые обделены вниманием телевидения, прессы и не позволяют даже спортсменам высшей квалификации получать существенные доходы от занятий спортом. Ко всему прочему, формируется относительно узкий круг спортивной элиты, пользующейся вниманием средств массовой информации, получающей значительные доходы от занятий спортом. Одновременно ущемляются интересы основной массы спортсменов, не достигших вершин мастерства. Эти спортсмены, их тренеры, обслуживающий персонал не получают выгоды от коммерциализации спорта. Более того, они неизбежно утрачивают часть материальных и финансовых ресурсов. К сожалению, усиливается влияние спонсоров в решении спортивных вопросов. Коммерциализация стимулирует достижение спортсменами максимально возможного результата в соревнованиях любой ценой, в том числе за счет средств, несовместимых с принципами спорта и морали. Увеличение количества соревнований, носящих коммерческий характер, ведет к чрезвычайным физическим и психологическим нагрузкам спортсменов, угрожает их здоровью. Руководящие органы олимпийского спорта, спортивная общественность ведут активную работу по предотвращению названных отрицательных явлений путем введения жестких ограничений на осуществление маркетинговых программ, повышения требований к деловым партнерам, антидопинговой программы и др. Экономический компонент играет все большую роль в формировании современных представлений об олимпийском спорте, его внутренних и внешних источников развития, а также знаний о социально-экономических аспектах функционирования.

В процессе распространения знаний об олимпийском спорте целесообразно использовать информацию о влиянии экономической среды на его развитие и социально-экономической эффективности.

1. Мичуда, Ю. Экономический компонент системы современного олимпийского образования: структура и содержание / Ю. Мичуда // Наука в олимпийском спорте. – 2007. – № 2. – С. 57.