

ИССЛЕДОВАНИЕ СУБЪЕКТ-ОБЪЕКТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СИСТЕМЕ «СПОРТСМЕН-ТРЕНЕР»

Спортивная карьера акробатов продолжительна. Ребенок приходит в зал в возрасте 5-6 лет и, при хорошем «развитии событий», заканчивает активные занятия в среднем в 25 лет. За этот двадцатилетний период происходит формирование личности спортсмена. Большое влияние при этом, естественно, оказывает тренер, общение с которым становится практически ежедневным на протяжении многих лет.

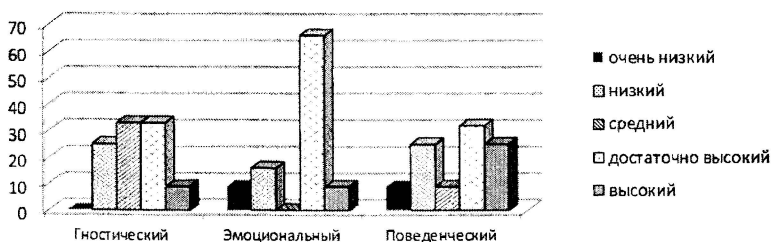
В период взросления спортсменов их взаимоотношения с тренером переходят на новый качественный уровень. Спортсмен, как правило, уже сам хорошо ориентируется в современных правилах, технике элементов, умеет оценить силы соперников. Случается, что у спортсмена формируется ложное мнение о нецелесообразности тренерской опеки. На этой почве нередко возникают конфликты, которые если и не заканчиваются завершением спортивной карьеры, на самом ее пике, то создают сложности, сдерживают рост мастерства.

Тренер не должен ограничиваться в своем взаимодействии с учеником только решением задач технической и физической подготовки. Он обязан хорошо знать и учитывать среду, в которой живет спортсмен, уметь управлять и корректировать влияние этой среды на воспитанника. Профессиональные качества тренера и его личностные свойства во многом определяют успешность многолетней тренировочной деятельности акробата.

Учитывая слабую освещенность данного вопроса в специальной, ориентированной на акробатику литературе, автором (Т.А.Морозевич, 2003) были проведены исследования с целью формирования обобщенной оценки отношений квалифицированных акробатов к своим тренерам [1, 2]. Компоненты личности тренера (гностический, эмоциональный, поведенческий) и содержательная часть анкетного опроса были заимствованы из методики Ю.Л.Ханина, А.В.Стабмулова [3]. Предполагается, что гностический компонент оценивает компетентность тре-

нера специалиста, уровень его профессионального мастерства; эмоциональный – то, насколько тренер отвечает потребности спортсмена в неформальных, теплых отношениях, внимании, поддержке, оценке его как личности; поведенческий – особенности внешнего поведения и общения тренера с воспитанниками. Полученные результаты, свидетельствовали о недостаточно высокой оценке белорусскими акробатами обобщенного тренера, что очевидно, должно было привлечь внимание специалистов: ученых, преподавателей, готовящих тренерские кадры по акробатике и тренеров в данном виде спорта. Для оценки динамики ситуации были в 2010-2011 гг. были проведены повторные исследования по той же методике. При повторном анкетном опросе в качестве респондентов выступили члены национальной команды Республики Беларусь по акробатике (опрос проводился П.Ф. Лесько). Формализация ответов респондентов проводилась по пятибалльной шкале: очень низкий уровень; низкий уровень; средний уровень; достаточно высокий уровень; высокий уровень.

Анализ полученных данных (рисунок) показал неоднозначность суждений акробатов относительно профессиональных и личностных качеств их тренеров.



Обобщенная оценка отношений спортсменов к тренерам

Несмотря на большое количество в сумме достаточно высоких и высоких оценок отдельных компонентов (42%, 75% и 57%), значительное количество респондентов оценивают уровень психолого-педагогического мастерства своих тренеров низким и очень низким. Полученные результаты не ставят под сомнение компетентность и заслуги тренеров, однако свидетельствуют о наличии резервов в системе подготовки и необходимости проведения дальнейших исследований, направленных на изучение сложившейся ситуации и выявление путей

повышения мастерства спортсменов за счет профессионализма и личностных свойств тренеров по акробатике.

Литература:

1. Morozevich, T. Features of mutual relations of the sportsmen and trainers in sport acrobatics / T. Morozevich // New ideas in sport sciences: current issues and perspectives. - Part 1. - Warszawa, Poznan, Leszno, 2003. - С.175-177.

2. Морозевич, Т.А. Обобщенная оценка отношений спортсменов к тренерам в спортивной акробатике / Т.А. Морозевич Ученые записки / Сборник рецензируемых научных трудов, Вып. 6, Минск, 2003. - С.118-121.

3. Ханин, Ю.Л. Психология общения в спорте / Ю.Л. Ханин. - М.: Физкультура и спорт, 1980. - С.172-173.

В.О. Оныськив

*Тернопольский национальный экономический университет
(Украина, Тернополь)*

ОСОБЕННОСТИ НОВОГО ТОВАРА В КОМПЛЕКСЕ МАРКЕТИНГА

В условиях современного нестабильного развития экономики и постоянного усиления конкурентной борьбы на потребительском рынке, в конкурентной борьбе за потребителя побеждает всегда тот производитель, который способен как можно лучше и быстрее удовлетворить нужды потребителей, используя экономически наиболее эффективный способ. Это является сегодня главным направлением работы предприятий.

Роберт Лотерборн определил четыре основных критерия удовлетворения потребителей: решение потребности покупателя, расходы покупателя, удобство и коммуникации (или так называемые «4С»). В свою очередь, Джерри Маккарти предложил классификацию маркетинговых инструментов, используемых предприятиями для влияния на целевой рынок по четырем основным направлениям: товар, цена, распределение и продвижение (или так называемый комплекс маркетинга «4Р»). Соотношение моделей Роберта Лотерборна и Джерри Маккарти изображено на рисунке 1.

Сегодня существует большое количество маркетинговых комплексов, которые создаются в целях уточнения существующей концепции