



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ

Ю. В. ЛАРКИНА

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ СПОРТИВНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье анализируется состояние информационных ресурсов спортивных учреждений на примере Могилевской области, рассматривается характер, структура, полнота и актуальность доступной населению информации. Выявлено неактивное использование спортивными учреждениями преимуществ современных информационно-коммуникационных технологий либо пренебрежение последними, что в условиях цифровизации обуславливает слабую вовлеченность населения в процесс физического совершенствования. Сделан вывод о целесообразности пересмотра спортивными учреждениями коммуникационной политики в пользу организации системной работы с общественностью, в том числе в информационном пространстве, а также реализации коммуникационного менеджмента специалистами, обладающими профессиональными компетенциями в области ведения коммуникаций.

Ключевые слова: спортивное учреждение; развитие физической культуры и спорта; информационные ресурсы; коммуникация; оздоровление населения; спортивно-оздоровительная работа.

УДК 005.7

Введение. Состояние здоровья человека, как утверждают ученые, на 10–15 % определяется деятельностью учреждений здравоохранения, на 15–20 % — генетическими факторами, на 20–25 % — состоянием окружающей среды; а на 50–55 % — условиями и образом жизни людей [1, с. 90]. Хорошее здоровье входит в число основных целей устойчивого развития, к достижению которых стремится и Республика Беларусь. Поэтому развитие физической культуры и спорта как важнейшего фактора охраны здоровья

Юлия Владимировна ЛАРКИНА (cunashir@gmail.com), ассистент кафедры организации и управления Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).

является одним из приоритетных направлений государственной социальной политики, эффективным инструментом оздоровления нации.

Ежегодно на реализацию программы развития физической культуры и спорта направляются сотни миллионов рублей. Решается задача по созданию благоприятных условий для массового физического совершенствования в каждом, даже отдаленном населенном пункте. Новая редакция Конституции, вступившая в силу 15 марта 2022 г., внесла поправку, согласно которой граждане обязаны принимать меры по сохранению и укреплению собственного здоровья.

Несмотря на предпринимаемые усилия, результаты социологических исследований показывают недостаточно серьезное отношение населения к своему здоровью, пренебрежение рекомендациями специалистов в вопросах здорового образа жизни, неготовность уделять время спортивным занятиям [1, с. 94; 2; 3]. По итогам реализации Программы развития физической культуры и спорта в Республике Беларусь на 2016–2020 годы следует отметить, что население недостаточно информировано относительно услуг, предоставляемых физкультурно-спортивными объектами.

В сложившейся ситуации особо актуальным представляется анализ состояния информационных ресурсов спортивных учреждений, от грамотной информационной политики которых и зависит в конечном итоге личная заинтересованность и вовлеченность граждан в процесс физического совершенствования.

Основная часть. Недостаточная информированность всегда была фактором, ограничивающим рациональность принятия решений индивида или иного субъекта хозяйствования. Цифровая же составляющая предоставила новые возможности, связанные прежде всего с доступностью информации [4]. Сегодня Интернет выступает исследовательским инструментом: намереваясь иметь дело с какой-либо организацией, потребитель осуществляет мониторинг информации в сети. Он желает знать не только о продуктах организации, но и о том, за что она выступает, какие ценности практикует.

Привлечение населения к регулярным спортивным занятиям, популяризация здорового образа жизни, активного отдыха и досуга входят в число уставных целей спортивных учреждений, которым отводится ключевая роль в реализации государственной политики развития физической культуры и спорта. В свою очередь информационные ресурсы спортивных учреждений призваны участвовать в распространении ценностей физического совершенствования, формировании моды на здоровье, мотивировать попробовать, «примерить» активный образ жизни и самостоятельно убедиться в его высокой целесообразности. Кроме этого, выполнять и традиционные функции корпоративного сайта: представлять историю организации, достижения и результаты работы, подробную информацию о деятельности и услугах, специалистах и руководстве; налаживать коммуникацию с различными аудиториями.

В целях определения характера, структуры, полноты и актуальности доступной населению информации анализировались информационные ресурсы спортивных учреждений Могилевской области. Исследование проводилось по базе данных Управления спорта и туризма Могилевского областного исполнительного комитета в марте 2022 г. В исследовании приняли участие все действующие на территории региона областные, городские и районные спортивные учреждения (всего 78 учреждений), среди которых детско-юношеские спортивные школы (ДЮСШ), специализированные детско-юношеские школы олимпийского резерва (СДЮШОР), центры олимпийского резерва (ЦОР),

физкультурно-спортивные клубы (ФСК) [5]. Исключение составили училища олимпийского резерва (Могилевское и Бобруйское), сочетающие учебно-тренировочный и общеобразовательный процессы.

В результате исследования выявлено, что 46 учреждений (60 %) не имеют веб-сайт (рис. 1). Из них о 15-ти учреждениях (19,2 % общего числа) доступна информация справочного характера: название, сфера деятельности, часы работы, контактный номер телефона, расположение и схема проезда. Еще о 31-м учреждении (39,7 %) присутствует в разной степени расширенная информация на сайтах организаций-учредителей: районных исполнительных комитетов, Федерации профсоюзов Беларуси, Белорусского физкультурно-спортивного общества и др. Помимо базовых контактных данных здесь может находиться краткая история создания учреждения, перечень спортивных отделений, возраст набора в группы, имена воспитанников — победителей крупных соревнований.

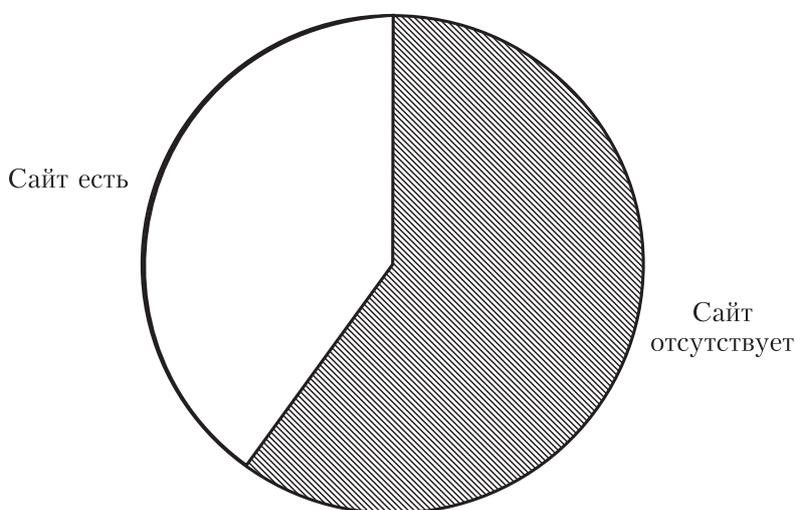


Рис. 1. Наличие сайта у спортивных учреждений

Среди 32 учреждений, имеющих сайт (рис. 2):

- 20 учреждений (62,5 %) регулярно публикуют новости спортивных первенств с участием своих команд и спортсменов, результаты соревнований и имена призеров, объявления (изменения в режиме работы учреждения, старт приема в секции, открытие новой спортивной услуги и пр.), итоги социально-экономических соревнований (лучшая спортивная школа города, лучшая организация праздничного оформления и др.), новости коллектива (участие в акции «Чистый лес», обсуждение нового проекта Конституции), новости команды (совместная тренировка со школьниками, поход в кинотеатр), поздравления с праздниками и торжественными датами, анонс спортивных мероприятий. 12 учреждений (37,5 %) не обновляли информацию от полугода до нескольких лет;

- 19 учреждений (59,4 %) представили информацию о спортивных отделениях. Соответствующий блок может включать: характеристику и зрелищность вида, влияние на здоровье и системы организма, возрастные и гендерные особенности, особенности соревнований и системы оценок, историю развития в регионе и традиции, имена подготовленных победителей и действующих перспективных воспитанников, расписание занятий. На сайтах 13-ти учреждений (40,6 %) информация о спортивных отделениях отсутствует;

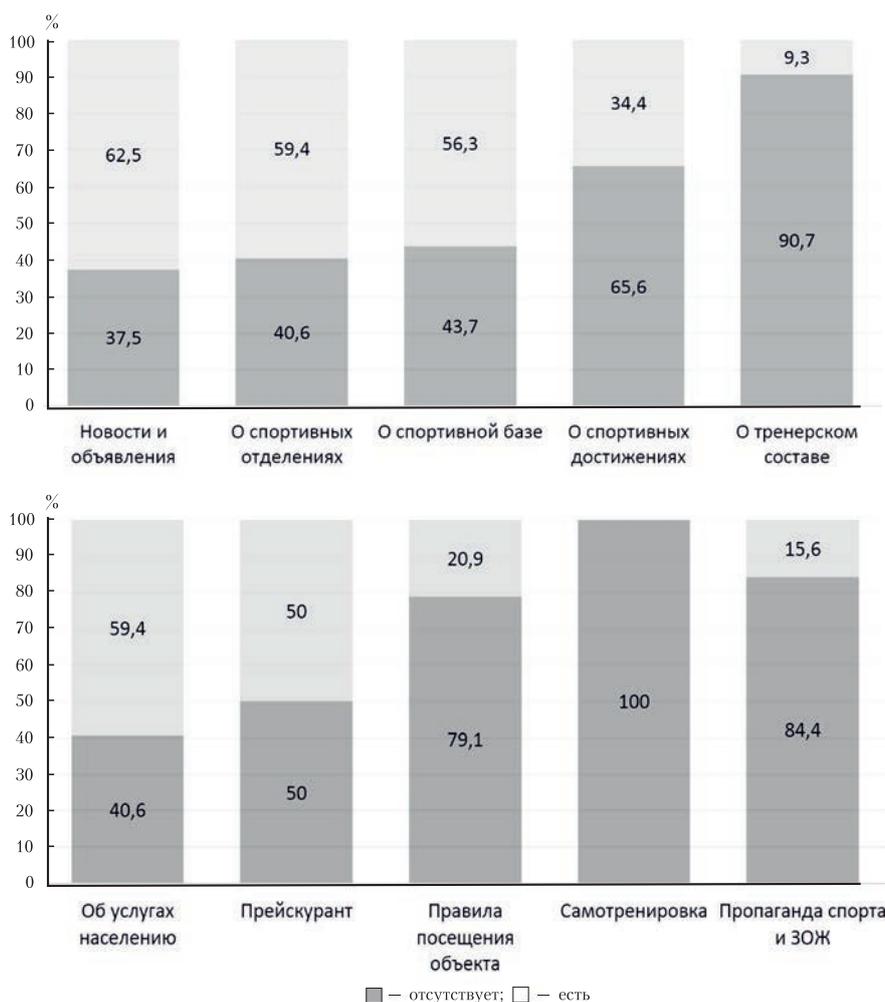


Рис. 2. Наличие информации на сайтах спортивных учреждений, %

– 18 учреждений (56,3 %) разместили информацию о спортивной базе: фотоматериалы, назначение, количественно-качественные и технические характеристики, вместимость и пропускная способность, укомплектованность и оснащение, уровень проведения соревнований, наличие вспомогательных и специализированных помещений. На сайтах 14-ти учреждений (43,7 %) информация о спортивной базе отсутствует;

– 14 учреждений (34,4 %) представили свои спортивные достижения: подготовленных мастеров спорта и мастеров спорта международного класса, победителей и призеров республиканских и международных соревнований, победы в республиканских, региональных, городских спортивных, а также социально-экономических смотрах-конкурсах, результаты работы с населением по пропаганде спорта и здорового образа жизни. На сайтах 21-го учреждения (65,6 %) информация о спортивных достижениях отсутствует;

– 3 учреждения (9,3 %) комплексно представили тренерский состав: присутствуют фото, специализация, спортивные звания, категории, стаж работы, профессиональные достижения. Еще в 19-ти случаях (59,4 %) информация ограничивается, например, именем и контактным номером телефона. На сайтах 10-ти учреждений (31,3 %) информация о тренерском составе отсутствует;

– 19 учреждений (59,4 %) представили информацию об услугах населению: характеристика услуги и фото (видео), эффект для здоровья, требова-

ния к состоянию здоровья или уровню подготовки потребителя, расписание, техническое оснащение, стоимость. На сайтах 13-ти учреждений (40,6 %) информация об услугах отсутствует либо не актуальна.

– прейскурант на услуги населению и организациям имеется на сайтах 16-ти учреждений (50 %), в остальных случаях (50 %) – отсутствует либо устарел, как вариант, иногда указывается контактный номер телефона для выяснения вопросов и стоимости;

– 7 учреждений (20,9 %) опубликовали правила посещения спортивного объекта, среди них: правила поведения в спортивном комплексе и на открытых площадках, правила поведения болельщиков, правила поведения на льду, правила посещения сауны, правила поведения на стадионе, техника безопасности при посещении конного манежа, а также информация о противодействии расизму. На сайтах 25-ти учреждений (79,1 %) правила посещения спортивного объекта отсутствуют;

– полностью отсутствует (100 %) информация для самостоятельных тренировок (подбор спортивной экипировки и инвентаря, организация тренировочного процесса, отдых и восстановление организма, организация спортивного питания, психологическое совершенствование, подготовка к соревнованиям и пр.);

– пропаганда здорового образа жизни присутствует на сайтах 5-ти учреждений (15,6 %) и включает материалы о последствиях курения и употребления алкоголя, способности мотивировать отказ от приглашений к наркотикам, пользе здорового питания, важности физической активности в пожилом возрасте, памятки по основам безопасной жизнедеятельности и профилактике инфекционных заболеваний. На сайтах 27-ми учреждений (84,4 %), пропагандирующих спорт и здоровый образ жизни, материалов не имеется;

– английскую версию сайта имеет только одно учреждение;

– только одно учреждение предоставляет возможность оплаты входных билетов онлайн;

– 13 учреждений (16,7 % общего числа) поддерживают аккаунты в социальных сетях (Instagram, ВКонтакте, Одноклассники), где публикуются объявления, фото и короткие видео спортивных мероприятий. Просмотр контента социальных сетей возможен только для зарегистрированных в них пользователей.

Таким образом, преимущества современных информационно-коммуникационных технологий используются спортивными учреждениями недостаточно активно (40 %), либо не используются вовсе (60 %), что в современных условиях цифровизации существенно затрудняет реализацию задач развития физической культуры и спорта. Усложненность поиска, неактуальность и зачастую полное отсутствие необходимой информации обуславливает отсутствие вовлеченности населения в процесс физического совершенствования, негативно сказывается на репутации спортивного учреждения и имидже отрасли в целом, вызывает недоверие и отток потенциальных потребителей спортивно-оздоровительных услуг.

Спортивным учреждениям необходим пересмотр коммуникационной политики в пользу организации системной работы с группами общественности, в том числе в информационном пространстве. Реализация коммуникационного менеджмента должна осуществляться специалистами, обладающими профессиональными компетенциями в области ведения коммуникаций [6]. Информационные ресурсы спортивных учреждений призваны нести в себе следующие функции:

– информирующую (информирование о деятельности учреждения и ее результатах, проводимых мероприятиях и оказываемых услугах, тренерско-инструкторском составе, спортивной базе и пр.);

– стимулирующую (приглашение к достижению с помощью спортивных занятий целей укрепления здоровья, хорошего самочувствия и настроения, создания красивого тела, развития силы, ловкости и выносливости, поддержания современного образа жизни, организации качественного отдыха, общения, увлекательного времяпрепровождения);

– образовательную (материалы для подготовки к индивидуальным и групповым занятиям, самостоятельного освоения спортивной активности и практики тренировочного процесса, организации отдыха, питания и др.);

– просветительскую (материалы о последствиях пренебрежения принципами здорового образа жизни);

– коммуникационную (налаживание коммуникации различных заинтересованных групп: руководства, тренеров, населения, спортсменов, спонсоров и др.);

– платёжную (оплата услуг, покупка входных билетов и абонементов).

Заключение. Поскольку в информационном обществе главным экономическим ресурсом и фактором социокультурных изменений является информация, основой организационного развития становятся информационные ресурсы, средства их обработки и доставки потребителю. Однако в настоящее время информационные технологии используются спортивными учреждениями недостаточно активно, что в условиях цифровизации обуславливает слабую вовлечённость населения в процесс физического совершенствования.

Литература и электронные публикации в Интернете

1. Неэкономические факторы устойчивого развития общества / С. А. Шавель [и др.] ; под общ. ред. С. А. Шавеля. — Минск : Беларус. навука, 2020. — 362 с.

2. *Гусинец, Е. В.* Особенности потребительских предпочтений жителей г. Гомеля в выборе физкультурно-оздоровительных услуг / Е. В. Гусинец // Экон. наука сегодня : сб. науч. ст. / Беларус. нац. техн. ун-т. — Минск, 2018. — Вып. 8. — С. 194–203.

Gusinec, E. V. Osobennosti potrebitel'skih predpochtenij zhitelej g. Gomelja v vybore fizkul'turno-ozdorovitel'nyh uslug [Features of consumer preferences of inhabitants of Gomel in the choice of sports and improving services] / E. V. Gusinec // Jekon. nauka segodnja : sb. nauch. st. / Belorus. nac. tehn. un-t. — Minsk, 2018. — Vyp. 8. — P. 194–203.

3. Минспорта: 25,3 % белорусов регулярно занимаются физической культурой и спортом [Электронный ресурс] / БЕЛТА — Новости Беларуси, 2021. — Режим доступа: <https://www.belta.by/sport/view/minsporta-253-belorusov-reguljarno-zanimajutsja-fizicheskoj-kulturoj-i-sportom-440932-2021/>. — Дата доступа: 21.02.2022.

4. *Гурский, В. Л.* Феномен цифровой трансформации экономики в развитии общества / В. Л. Гурский // Беларус. экон. журн. — 2021. — № 3. — С. 4–14.

Gurskij, V. L. Fenomen cifrovoj transformacii jekonomiki v razvitii obshhestva [The phenomenon of digital transformation of the economy in development of society] / V. L. Gurskij // Belorus. jekon. zhurn. — 2021. — N 3. — P. 4–14.

5. Специализированные учебно-спортивные учреждения [Электронный ресурс] // Управление спорта и туризма Могилевского облисполкома, 2022. — Режим доступа: <https://fst.by/sport/uchrezhdeniya>. — Дата доступа: 15.03.2022.

6. *Ларкина, Ю. В.* Коммуникационный менеджмент учреждения физической культуры и спорта / Ю. В. Ларкина // Весн. Магілёўскага дзярж. ун-та імя А. А. Куляшова. — 2020. — № 1 (55). — С. 31–34.

Larkina, Ju. V. Kommunikacyonnyj menedzhment uchrezhdenija fizicheskoj kul'tury i sporta [PR-management in physical culture and sports institutions] / Ju. V. Larkina // Vesn. Magiljouskaga dzjarzh. un-ta imja A. A. Kuljashova. — 2020. — N 1 (55). — P. 31–34.

YULIA LARKINA

***ANALYSIS OF THE EFFICIENCY
OF INFORMATION RESOURCES
OF THE MOGILEV REGION
SPORTS INSTITUTIONS***

Author affiliation. *Yulia LARKINA* (cunashir@gmail.com), *Belarus State Economic University (Minsk, Belarus).*

Abstract. The article analyzes the state of information resources of sports institutions based on the example of the Mogilev region. The nature, structure, completeness and relevance of the information available to the population is examined. The author reveals the inactive use by sports institutions of the advantages of modern information and communication technologies or neglect of the latter, which in the conditions of digitalization causes the weak involvement of the population in the process of physical improvement. The conclusion is drawn that it is advisable to revise the communication policy of sports institutions in favor of the organization of systematic work with the public, including in the information space, as well as the implementation of communication management by specialists with professional competencies in the field of communications.

Keywords: sports institution; physical culture and sports development; information resources; communications; public health improvement; sports and recreational activities.

UDC 005.7

*Статья поступила
в редакцию 12. 04. 2022 г.*

Ф. А. ПОДГАЙСКИЙ

***МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ
КОМПАНИЙ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ***

Целью статьи является анализ маркетинговых возможностей компаний, работающих на внешних рынках либо планирующих внешнеэкономическую деятельность. Исследуются этапы и направления маркетинговой деятельности за рубежом, предлагаются оригинальные авторские методики выбора маркетинговых стратегий при выходе компаний на внешние рынки, взаимодействие компаний с государственными органами, иностранными партнерами и зарубежными средствами массовой информации. Рассматриваются различные стратегии работы на внешних рынках и приводятся примеры эффективных и успешных маркетинговых стратегий. Анализируется маркетинговая деятельность компаний по реализации выбранной стратегии на внешних рын-

Федор Александрович ПОДГАЙСКИЙ (podhaiskii@gmail.com), *аспирант кафедры маркетинга Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).*