

УДК 101.14

## ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕЙ ТЕОРИИ СПОРТА НА ОСНОВЕ МЕТОДОВ СЕРВИСОЛОГИИ И СИСТЕМНО-УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПОДХОДА

- ©**Глуценко В. В.**, д-р, техн. наук,  
Российский университет транспорта (ПУТ(МИИТ)),  
г. Москва, Россия, glu-valery@yandex.ru
- ©**Глуценко И. И.**, д-р, экон. наук,  
Российский государственный социальный университет (РГСУ),  
г. Москва, Россия
- ©**Ершова М. Д.**, Российский университет транспорта (ПУТ(МИИТ)),  
г. Москва, Россия, margarita.ershova@mail.ru
- ©**Кабанов Д. О.**, Российский университет транспорта (ПУТ(МИИТ)),  
г. Москва, Россия, daniil.kabanov@list.ru
- ©**Маркова Г. В.**, Российский университет транспорта (ПУТ(МИИТ)),  
г. Москва, Россия, markovagalina@gmail.com
- ©**Федорова Е. М.**, Российский университет транспорта (ПУТ(МИИТ)),  
г. Москва, Россия, katya.fedor.ru@mail.ru
- ©**Шарипов З. С.**, Российский университет транспорта (ПУТ(МИИТ)),  
г. Москва, Россия, zafsharipov98@gmail.com

## THE FORMATION OF GENERAL THEORY OF SPORT BASED ON THE METHODS OF SERVICELOGY AND SYSTEMIC MANAGEMENT APPROACH

- ©**Glushchenko V.**, Dr. habil., Russian University of Transport (MIIT),  
Moscow, Russia, glu-valery@yandex.ru
- ©**Glushchenko I.**, Dr. habil., Russian state social University (RSSU), Moscow, Russia,  
©**Ershova M.**, Russian University of transport (RUTH(МИИТ)),  
Moscow, Russia, margarita.ershova@mail.ru
- ©**Kabanov D.**, Russian University of transport (RUTH(МИИТ)),  
Moscow, Russia, daniil.kabanov@list.ru
- ©**Markova G.**, Russian University of transport (RUTH(МИИТ)),  
Moscow, Russia, markovagalina@gmail.com
- ©**Fedorova E.**, Russian University of transport (RUTH(МИИТ)),  
Moscow, Russia, katya.fedor.ru@mail.ru
- ©**Sharipov Z.**, Russian University of transport (RUTH(МИИТ)),  
Moscow, Russia, zafsharipov98@gmail.com

*Аннотация.* Формируются положения общей теории спорта (спортологии) — сервисологии в сфере спорта как научной основы проектирования спортивных и бизнес-процессов, оценки качества услуг в сфере спорта, методологии развития сферы спорта, исследуются и формируются теоретические основы развития экономики и управления в сфере спорта в условиях глобализации рынка такого рода услуг, развития сервисных и информационных технологий и коммуникаций, исследуется функционально-декомпозиционное представление спортивных комплексов (стадионов, тренировочных баз и др.), предложены четырехуровневые модели спортивной услуги, которые могут быть полезны при проектировании, позиционировании и анализе конкурентоспособности таких видов спортивных услуг.

*Abstract.* Formed the fundamentals of General theory of sport (sportsology) — servicology in the field of sport as a scientific basis for the design of sports and business processes, assessing the quality of services in the field of sports, methodology of development of sport are examined and formed the theoretical basis for the development of economy and management in the field of sports in the context of globalization of the market for this type of services, service development and information and communication technology, explores functional decomposition view of sports complexes (stadiums, training bases, etc.), four-level models of sports services are proposed, which can be useful in the design, positioning and analysis of competitiveness of such sports services.

*Ключевые слова:* спорт, сервис, услуга, экономика, управление, спортсмен, тренер, безопасность, эффективность, сервисология, модель, свойства, стадион, функции, декомпозиция, представление.

*Keywords:* sports, service, service, Economics, management, athlete, coach, safety, efficiency, cervicalgia, model, properties, stadium, functions, decomposition, representation.

Актуальность статьи определяется тем, что Президентом России Путиным В. В. поставлена задача повышения темпов социально-экономического развития нашей страны, включая развитие сферы спорта. Спорт не только сам является частью современной глобальной и национальной экономики, но и может существенно влиять на темпы развития других отраслей экономики. Его влияние на экономику определяется способностью спорта влиять на качество трудовых ресурсов.

Кроме того, спорт выступает как фактор формирования имиджа страны в мире и для ее населения.

Гипотезой настоящей статьи является то, что для гармоничного и устойчивого развития сферы спорта, как части постиндустриальной сферы сервиса и национальной экономики важное гносеологическое и практическое значение имеет формирование методологических основ общей научной теории спорта (спортологии) — сервисологии в сфере спорта.

Целью настоящей статьи является развитие спортивной сервисологии (спортологии) как научной, методологической основы развития и повышения качества услуг в сфере спорта, являющей частью современной экономики и социальной жизни России.

Для достижения поставленной цели решаются задачи:

- исследуется содержание и специфика сферы спорта, влияния на нее научно-технического и социально-экономического прогресса, а также обратного влияния сферы спорта на социально-экономическое развитие;
- обосновывается и исследуется понятийный аппарат и развитие научного и методического обеспечения сферы спортивного сервиса;
- развиваются методические положения сервисологии в сфере спорта (спортологии) — науки о сфере спортивного сервиса и ее развитии;
- формируется четырехуровневая модель спортивной услуги для спорта высоких достижений, массового спорта и восстановительного (рекреационного) спорта;
- разрабатывается методика проектирования спортивных комплексов на основе применения функционально-декомпозиционного представления сложных систем;
- исследованы возможные подходы к увеличению эффективности управления и повышению качества услуг в спорте в условиях научно-технического прогресса и интенсивного развития информационных технологий.

Объект статьи — сфера спортивного сервиса как часть структуры глобальной и национальной экономики и социальной жизни в 21 веке.

Предмет статьи — теоретические основы спортивной сервисологии как отраслевой части сервисологии — науки о развитии экономики и управления в сфере постиндустриального сервиса.

В настоящее время в условиях постиндустриального развития интенсивно развивается сфера спорта, появились новые виды спорта и технологии в сфере спорта, а глобализация сферы спорта остро ставит вопрос о конкурентоспособности российского сегмента спорта. Как отрасль экономики российский спорт должен все больше ориентироваться на нужды и интересы отечественных потребителей, отечественной экономики и общества. Признанием большого значения спорта в современном мире, значимости этого сектора национальной и глобальной экономики стало появление специализации «Менеджмент в спортивной индустрии» [1].

Исследователи спорта отмечают, что спорт в начале 21 века превратился в мощную, привлекательную с инвестиционной точки зрения индустрию. При этом ключевые международные спортивные организации, спортивные лиги и профессиональные клубы функционируют как полноценные коммерческие предприятия и имеют хороший уровень доходов. Проводится анализ основных трендов развития мировой индустрии спорта. Высказывается точка зрения, что развитие методологии крайне важно для правильного определения приоритеты в обучении менеджеров и предпринимателей для российских спортивных организаций [2, с. 46–60].

Это экспертное мнение дополнительно подтверждает актуальность данной статьи и дальнейшего развития методологии сферы спорта.

Спортивный менеджмент рассматривается как фактор развития индустрии спорта [3, с. 110–113].

При этом исследуются особенности менеджмента в индустрии спорта в современных условиях. Спортивный менеджмент исследуется как теория и практика эффективного управления организациями спортивной отрасли в рыночных условиях. Считают, что спортивный менеджмент как особый вид профессиональной деятельности управленцев возник в процессе и результате разделения, специализации и кооперации их труда. Проводится анализ причин возникновения и интенсивного развития менеджмента спорта в развитых странах (европейских и США). Исследована эволюция менеджмента в спорте как вида профессиональной деятельности. Отражено, что спортивный менеджмент в индустрии спорта в начале 21 века придает особенное значение формулировке целей спортивной организации. При этом на первое место выдвигается стратегическое планирование и управление. Обращается внимание на то, что конечной целью менеджмента физкультурно–спортивной коммерческой организации выступает обеспечение прибыльности ее работы посредством научной организации труда. В то же время для некоммерческой спортивной организации характерным является постоянное стремление удовлетворить потребности и спортивные интересы различных групп населения в физкультурно–спортивных услугах. Исследователями были описаны основные и специфические функции спортивного менеджмента. В качестве основных функций спортивного менеджмента изучаются: организация, мотивация, контроль и координация. В качестве специфических функций спортивного менеджмента определяют: физическое воспитание учащейся молодежи, организация физкультурно–спортивной работы с населением (развитие спорта для всех), подготовка высококвалифицированных спортсменов по видам спорта, развитие профессионального спорта, подготовка спортивного резерва, проведение спортивных

соревнований и спортивно–зрелищных мероприятий, научное и программно–методическое обеспечение физического воспитания и развития спорта, организация производства спортивных товаров, планирование и реализация международных спортивных связей и др. Высказывается мнение, что профессиональный уровень менеджера в спорте отражается в знании технологии управления организацией и законов рынка, в умении координировать слаженную работу коллектива и прогнозировать развитие организации. Подчеркивается возрастающая роль спортивных менеджеров в условиях рынка [4, с. 168–173].

Исследуют и значение рекламы и PR в индустрии спорта [5, с. 188–193].

Не остаются без внимания и исследуются и проблемы коррупции, вероятного конфликта интересов менеджмента в спортивной индустрии нашей страны. Проведен анализ действующего российского антикоррупционного законодательства и его влияния на спортивную отрасль. На базе выполненного анализа высказаны предложения внести изменения в существующую нормативную правовую базу спортивной отрасли. В дополнение к этому были обоснованы способы защиты субъектов спорта от проявлений коррупции, предположительно тесно связанной с конфликтом интересов [6, с. 62–67].

Определенное внимание уделяется и проблеме использования приемов менеджмента для развития государственно–частного партнерства в индустрии спорта России [7, с. 5– 9].

Известны работы и по общей теории спорта. При разработке проблемы формирования общей теории спорта исследователи отмечают важность развития понятийного аппарата в рамках общей теории спорта. Для построения общей теории спорта на основе анализа содержания спортивной деятельности исследуют проблемы теории спорта в самых различных аспектах. Далее исследуются: феномен спорта и характер теории спорта; теория соревновательной деятельности и системы спортивных соревнований; содержание, средства и методы, основные закономерности построения систем тренировки и подготовки спортсменов и др. Отмечают важность определения индивидуальной спортивной предрасположенности людей. Уделяется внимание и первичной спортивной ориентации, постановка долгосрочных спортивных целей. В рамках развития общей теории спорта по-новому интерпретируется один из основных вопросов теории спорта. Речь идет о спортивных состязаниях как собственно соревновательной деятельности спортсмена в современных условиях. Исследуется модельно–целевой подход к построению спортивной подготовки и другое [8, с. 3].

Здесь следует обратить внимание на то, что:

– предлагаемый вариант общей теории спорта в большей мере основан на практическом (бытовом) знании технологий и структуры спорта [8, с. 3], а не на философии и методологии науки;

– применяется термин «феномен спорта» [8, с. 3], который может означать, в соответствии с лингвистическим толкованием понятия «феномен», принципиальную непознаваемость социально–экономической природы и сущности спорта, таким образом, вероятно, противоречие: с одной стороны подчеркивается научный характер теории, а с другой стороны в терминах присутствует лингвистическое указание на непознаваемость природы спорта (что это: досадная описка или оговорка по-Фрейду?);

– в дополнение к этому и другие исследователи противоречат сами себе одновременно говоря и о спортивной индустрии и об организации оказания спортивных услуг [4, с. 168].

Однако следует не забывать и о существовании в формальной логике Закон исключенного третьего, который гласит: А или (неверно, что А).

Эти противоречия нельзя упускать из внимания потому, что из философии известно, что если теория, содержит внутренние противоречия, то она не может быть истинной, практически эффективной. Наоборот, такая ошибочная теория может порождать риски (в частности, риски знания и действий) в спортивном менеджменте.

Следовательно, эту существующая двойственность в оценке объекта менеджмента в спорте может быть источником риска в развитии национальной системы спорта и отдельных организаций спорта.

Национальной системы спорта условимся называть совокупность организаций, принимающих участие в развитии спорта в нашей стране.

Для методологического обеспечения развития национальной системы спорта требуется формирование и развитие общей теории спорта (спортологии), которая одновременно может называться и спортивной сервисологией. Обоснованием для применения термина «спортология» может быть то, что современный спорт является масштабным и разноплановым объектом исследования и может быть отнесен к категории сложных больших систем, требующих развития своей методологии исследования. При развитии этой методологии может быть рекомендован системно–управленческий подход. При таком подходе спорт должен рассматриваться в его системной связи с различными сторонами деятельности государства, бизнеса и общества. При этом сам процесс получения, фиксации, структуризации и использования научных знаний должен быть направлен на максимальное использование научной информации в интересах управления спортом для максимизации социально–экономической эффективности спорта.

Обоснуем в данной статье возможность называть общую теорию спорта (спортологию), одновременно спортивной сервисологией. Для этого вспомним, что структура постиндустриальной экономики в начале 21 века включает три части: производство; сфера сервиса; сельское хозяйство. Как известно, в условиях постиндустриальной глобализации в развитых странах наиболее значимым из этих трех элементов (производство; сфера сервиса; сельское хозяйство) является постиндустриальная сфера услуг, которая составляет от 60 до 80% экономики развитых стран.

Исключим из рассмотрения сельское хозяйство на том основании, что в результате спортивных мероприятий продукция сельского хозяйства не производится. Остается два варианта: отнести спорт к производству или сфере услуг. Учтем, что как известно, все блага в условиях рыночной экономики имеют форму материальных товаров и нематериальных услуг.

Производство (индустрия) предполагает создание материальных товаров, предназначенных для обращения на рынке и удовлетворения потребностей покупателей.

Поскольку спортивная деятельность непосредственно не направлена на производство материальных товаров, то она не может быть отнесена к категории индустрии (производства).

Следовательно, логически, методом исключения в данной статье доказано, что спорт (спортивная деятельность) относится к сфере услуг.

Поэтому доказано, что в 2018 году отсутствуют какие-либо основания говорить о спортивной деятельности как об индустрии спорта. В этой ситуации дальнейшее использование термина «индустрия спорта» по сути является никак не обоснованным и может приводить к росту рисков спортивной деятельности, вводить в заблуждение.

Одновременно, выполненное в настоящей статье исследование и его результат открывает возможность формирования общей теории спорта на основе общей теории сервиса (сервисологии) [9, с. 228–243]. При этом возможен и практически интересен еще и акцент в формировании общей теории сервиса с применением системно–управленческого подхода,

который предполагает рассмотрение спорта в системном единстве с экономическими и социальными процессами в обществе с приоритетом в формировании методов эффективного управления в спорте.

При таком подходе следует учитывать, что сфера сервиса рассматривается как деятельность по предоставлению различных видов услуг. При этом сама сфера услуг может разделяться на такие структурные элементы: услуги технического сервиса; строительные услуги; социальные услуги. Логично отнести спорт к категории социальных услуг, гуманитарных (направленных на человека) услуг.

При этом вся сфера услуг в целом может исследоваться как деятельность по обеспечению безопасности, работоспособности, адаптации и развития экономики, техногенной сферы и социальной сферы. Отметим, что, как известно, техногенной сферой называют часть, регион биосферы в прошлом, преобразованный людьми в технические и техногенные объекты, составляющих среду населенных мест.

Стадионы, тренировочные базы и другое могут быть причислены к объектам техногенной сферы (техносферы) на том основании, что они были созданы людьми для проведения тренировок и соревнований спортсменов.

Сферой социальных услуг условимся называть деятельность по оказанию услуг, направленных на поддержание и продление жизни, создание более комфортных и безопасных условий жизни населения, удовлетворение культурных, социальных и бытовых потребностей населения.

Услугой принято называть любое мероприятие, деятельность или выгоду, которые одна из сторон может предложить другой стороне и которые в основном неосвязаемы и не ведут к овладению чем-либо [10, с. 23].

Сфера социальных услуг и социальная услуга как достаточно сложное общественное и экономическое явление выступают объектом изучения разнообразных наук: экономики, маркетинга, менеджмента, социологии, права, информатики, психологии и других наук. Однако, в целом теория сферы сервиса пока не разработана [11].

Исходя из этого требуется развитие понятийного аппарата и науки об этом структурном элементе социального гуманитарного сервиса. Будем учитывать, что понятие «сервисология» образовано путем объединения слов «сервис» и «логос (наука)», а определение «спортивная» акцентирует отраслевую принадлежность и специфику разрабатываемой в данной статье научной дисциплины. Кроме того, обратим внимание на то, что понятие «спортология» образовано путем объединения слов «спорт» и «логос (наука)» и тоже указывает на научный характер, отраслевую направленность и социальную ориентацию формируемой в этой статье научной дисциплины. Таким образом, на понятийном уровне подчеркивается, что спортивное дело одновременно выступает как часть сервисологии и наука о спорте, функционировании и социально-экономической сущности спорта.

При таком подходе будем развивать теоретические аспекты сферы спортивных услуг, начиная с ее научных основ в виде определения сущности и специфики исследуемого в этой работе вида услуг.

Условимся исходить из того, что сфера сервиса представляет собой часть экономики, которая объединяет в себе синтез и оказание всех видов коммерческих и некоммерческих услуг. В современной экономике и обществе сфера сервиса становится все более значимым элементом как экономики, так и общественной, социальной жизни. Эта сфера ускоряет темпы своего роста и становится ключевым сектором развития экономики и некоммерческого сектора. Поэтому как уже отмечалось, именно сфера услуг составляет, в экономически развитых странах, основную часть (60–80%) экономики.

Спортивные услуги выступают как часть системы экономических и общественных отношений, которая имеет важное экономическое и социальное значение в условиях постиндустриального мира в связи с изменением характера труда. Специфика постиндустриального труда характеризуется появлением и ростом рисков гиподинамии, раннего развития заболеваний и снижения по этой причине качества трудовых ресурсов и качества жизни населения.

При различных подходах сфера спортивных услуг может быть определена как часть экономики, которая включает в себя все виды коммерческих и некоммерческих услуг по обеспечению поддержания здоровья, спортивной формы людей в различных жизненных и трудовых процессах и как интегративная обобщающая категория, включающая воспроизводство разнообразных видов спортивных услуг.

Сфера спортивных услуг может быть структурирована на три сектора:

1) спорт высоких достижений как сфера профессиональной деятельности спортсменов, сегмент сферы спортивных услуг обществу в целом, в рамках которого проводится практическое научное исследование физиологических возможностей современного человека, и устанавливаются в ходе спортивных состязаний личные, групповые и национальные статусы участников соревнований и идентифицирующих себя со спортсменами групп болельщиков, национальных федераций различных видов спорта и др.;

2) массовый спорт как сегмент сферы спортивных услуг населению в широком возрастном диапазоне, конкретным индивидам, социальным группам и обществу в целом, который направлен на поддержание физического здоровья и работоспособности населения посредством регулярного проведения спортивных тренировок и любительских состязаний;

3) рекреационный спорт, как сегмент спортивных услуг, направленных на восстановление здоровья и физической формы людей, получивших травмы, перенесших тяжелые болезни и по этой причине нуждающихся в специальных физических упражнениях для восстановления своей трудоспособности и максимально возможной полноценности социальной жизни (качества жизни) и другое.

В 21 веке сферу спорта и, в частности, спортивных услуг можно отнести к постиндустриальному экономическому укладу из-за ее активного участия в поддержании трудоспособности населения, развитии современной инфраструктуры, обеспечения сбалансированности интересов, труда и отдыха в жизнедеятельности современного человека. При этом именно сфера услуг составляет, как уже отмечалось, в экономически развитых странах, основную часть экономики по числу занятых (больше 60%) и особенно интенсивно развивается.

Спортивная услуга может рассматриваться как структурная часть родового понятия услуги. При этом спортивная услуга может быть определена: как потребительная стоимость труда (не как продукта — результата предыдущей деятельности), самой деятельности; неосязаемое действие, не приводящее к владению чем-либо; действия, обеспечивающие новое качество (спортивной тренированности, хорошей физической формы спортсменов) известным объектам.

Предоставление спортивных услуг связано с материальными продуктами, товарами (стадионы, тренировочные базы, спортзалы, спортплощадки, спортивное снаряжение и инвентарь и др.) и/или технологиями обслуживания потребителей.

Спортивную услугу как способ и инструмент удовлетворения экономических, социальных или технических потребностей экономики, общества и людей можно описать, характеризовать, классифицировать на основе ее особенностей, достоинств и недостатков.

Одной из отличительных характеристик и черт спортивной (тренировочной) услуги является ее нематериальность (неосвязаемость).

Неразрывность производства и потребления спортивной услуги определяется тем, что значительная часть услуг такова, что в них соединяется во времени и в пространстве процесс производства, распределения и потребления услуги.

В условиях новых информационных технологий многие виды спортивных услуг делают необязательным непосредственный контакт в процессе оказания услуги (тренировки) между производителем (тренером) услуги и ее потребителем (спортсменом).

Непостоянство качества спортивной услуги определяется тем, что значительная доля услуг предоставляется потребителю непосредственно работником организации или учреждения сферы спортивных услуг. При этом качество предоставляемых услуг в решающей степени зависит не только от стабильных факторов, но и от многих изменяющихся, в том числе случайных факторов (физической формы и настроения спортсмена, настроения тренера и др.). Кроме того, на качество спортивной услуги оказывает значительное влияние и масса сопутствующих факторов (состояние спортивных снарядов и мест проведения тренировок и состязаний, временной интервал оказания спортивной услуги, комплексный характер спортивной услуги и ее дополняемость другими видами услуг, например, спортивным питанием и т. п.). Данные особенности и обстоятельства производства и потребления спортивных услуг затрудняют оценку качества и определение стандартов качества спортивного сервиса (услуги). Вместе с тем, именно в этой сфере реализуются основные усилия по достижению постоянства качества услуг. Непостоянство качества спортивной услуги может быть связано и с индивидуальным характером отдельных элементов спортивных услуг (включая содержание спортзала, квалификацию тренера, оформление места и процесса состязания или тренировки и др.), зависимостью необходимого качества спортивной услуги от индивидуальных запросов конкретного клиента и его настроения.

Несохраняемость спортивной услуги, как ее фундаментальное свойство и характеристика, в определенной степени связана с неразрывностью ее производства, распределения и потребления во времени. На несохраняемость спортивной услуги оказывает влияние и необходимость периодических тренировок для поддержания физической формы клиентов, личного контакта между производителем услуг (тренером) и клиентом. Несохраняемость спортивной услуги существенным образом влияет на процесс ее распределения и качество спортивных услуг. Несохраняемость спортивных услуг ограничивает возможности использования сезонных и иных колебаний спроса на эти услуги во времени, ведет к ситуативному дефициту или переизбытку мощностей организаций сферы спортивных услуг в отдельные периоды времени.

Это повышает актуальность интеграции спортивного дела с туристическим делом, сферой гостиничных услуг, производством сельскохозяйственных продуктов для спортивного питания на основе методов сервисологии (общей теории сервиса).

Учитывая уже определенные выше в данной статье особенности спортивной услуги, можно выделить следующие характеристики ее предоставления:

– требования к целям, процессу и качеству спортивной услуги должны быть четко определены как характеристики, поддающиеся наблюдению и оценке клиентом (потребителем);

– в большинстве случаев управление процессом оказания спортивной услуги и определенные характеристики результата предоставления услуги могут быть достигнуты только путем осуществления управления процессом предоставления услуги.



Характеристика спортивной услуги и/или процесса ее предоставления (оказания) может носить качественное (состоит в сопоставлении по качеству) и количественное измерение в зависимости от того, в каких целях, как и кем осуществляется такая оценка качества услуги (сервисная организация, потребитель, и т. д.).

В исследованиях анализируется экономическая и социальная природа спортивных услуг, уточняется экономическая трактовка этой категории, определяются перспективные направления всей сферы спортивного сервиса в рамках постиндустриальной рыночной трансформации общества в условиях протекающего глобального кризиса.

С учетом многогранности, сложности и относительной условности трактовки такого многогранного понятия, каким несомненно выступает спортивная услуга, можно предложить такое экономическое определение спортивной услуги: спортивная услуга представляется собой хозяйственную, тренировочную, соревновательную деятельность, направленную на удовлетворение потребностей заказчиков (физических и/или юридических лиц) посредством организации и проведения тренировок и состязаний спортсменов с учетом возможности предоставления дополнительных социальных, материальных, духовных благ или создающая условия для зрителей в процессе потребления спортивных зрелищных услуг.

Спортивная услуга может рассматриваться и как специфический продукт, результат действий, который имеет нематериальный характер, произведенный по желанию потребителя (заказчика), который выражается в обеспечении безопасных и комфортных условий повышения физической формы спортсмена, удовлетворения зрелищных потребностей болельщиков в целях потребления спортивной услуги (спортивной зрелищной услуги) или в изменении состояния здоровья самого потребителя в результате тренировок.

Социально–экономическими функциями спорта в 21 веке можно назвать такие функции:

1) научно–исследовательскую функцию спорта, заключающуюся в мотивации синтеза адекватной общей теории спорта, формировании методик и создании условий экспериментальных исследований и теоретических обобщений данных о физических возможностях современного человека, зависимости физического здоровья человека от занятий спортом, разработке методик спортивных тренировок и другого;

2) функцию спорта как деятельного инструмента обеспечения качества трудовых ресурсов экономики, качества и продолжительности жизни населения и обеспечения устойчивости развития путем поддержания неуменьшения человеческих ресурсов развития;

3) функция поддержания общественного и личного здоровья путем профилактики заболеваний на основе занятий спортом как структурного элемента здорового образа жизни личности и общества;

4) рекреационная функция восстановления здоровья пострадавших от несчастных случаев или тяжелых заболеваний, жизненных ситуаций, направленная на последующее восстановление трудоспособности и качества жизни людей, поддержания численности населения;

5) интенсификации личных, межгрупповых, межнациональных контактов и коммуникаций в процессе проведения спортивных обменов, публичных мероприятий, показательных выступлений и соревнований;

6) функция развития физической культуры населения, национальных видов спорта, как части национальной культуры и образа жизни, как элемента «культурного кода» нации, фактора культурной и геополитической самоидентификации населения;

7) функция установления личных, групповых (командных), национальных статусов и отношений в процессе и по результатам спортивных соревнований;

8) функция гуманизации международных и общественных отношений, например, известно, что в древности в периоды проведения Олимпийских игр останавливались войны;

9) международная и внутренняя имиджеобразующая функция спорта, заключающаяся в том, что спорт и степень его развития в государстве формируют имидж государства на международной арене и внутри государства для его населения, что влияет на геополитическую и политическую устойчивость государства и другое;

10) функция удовлетворения потребностей индивидов, отдельных социальных групп и общества в целом в публичных зрелищных мероприятиях состязательного и демонстрационного типа с созданием эффекта сопричастности к происходящему у зрителей (болельщиков)

11) функция развития специфического направления предпринимательской деятельности в области реальной экономики (строительства, эксплуатации спортивных сооружений, производства спортивного инвентаря, спортивной символики), в области финансов (инвестиции, страхование и т. д.), организации игрового (букмекерского) бизнеса и спортивных лотерей и т. п.;

12) развития специализированного направления в теории и практике современного управления — спортивного менеджмента, направленного на разработку приемов и инструментов воздействия на спортивный процесс и его субъекты в интересах повышения эффективности спорта, роста спортивных достижений, коммерческой привлекательности спорта и др.

Ролями спорта (спортивного сервиса) можно назвать те полезные результаты, которые приносит спорт государству, экономике и бизнесу, обществу и его отдельным членам (индивидам).

Ролями спорта на уровне индивида можно назвать: поддержание физических характеристик и состояния здоровья, как структурных элементов личной безопасности, качества жизни, трудоспособности и другое.

Ролями спорта на уровне экономики и бизнеса следует считать: повышения качества трудовых ресурсов в части создания условий для повышения выносливости персонала и интенсификации труда; снижения потерь трудовых ресурсов по причине их сверхнормативного перенапряжения в производственном процессе; возможности формирования благоприятного имиджа организаций посредством спонсорства, развития физической культуры персонала и другое.

Роли спорта на уровне государства можно определить так: создание определенного геополитического статуса государства по результатам проведения международных спортивных соревнований; формирование благоприятного имиджа государства на международной арене и внутри общества; повышения устойчивости государства путем создания благоприятной внутриполитической ситуации за счет сохранения и восстановления численности, работоспособности, обороноспособности населения данного государства и другое.

При этом, как показало проведенное исследование существует достаточно оснований для того, что бы заключить, что развитая научная теория спорта — спортивного сервиса (спортивная сервисология) пока не еще сформировалась, недостаточно развита, не представлена научной общественности и многочисленным субъектам (актерам) экономики и общества, работающим по предоставлению спортивных услуг и/или пользующимися услугами этой сферы.

По этой причине не могут быть решены многие актуальные теоретические и практические проблемы развития сферы спортивных услуг, которые невозможно решить без

теоретического осмысления сущности спортивной услуги и развития научной теории спортивных услуг (спортивной сервисологии — спортологии).

Гносеологическое (познавательное) значение общей теории спорта (спортивной сервисологии–спортологии) будет состоять в систематизации и классификации накопленных теоретических знаний и полученных на их основе практических результатов, координации исследований сферы спорта, повышению эффективности дальнейших научных исследований. Общая теория спорта призвана стать катализатором дальнейших исследований в этой области науки, будет иметь большое значение для координации работ ученых в данной сфере (науки о спорте), повысит эффективность использования уже имеющихся знаний и знаний, которые могут быть получены о спорте в будущем.

При этом такие исследования, направленные на формирование общей теории спорта, теоретических основ сферы спортивных услуг будут иметь не только теоретическое, но в значительной степени и прикладное (практическое) значение, поскольку более точные знания объекта управления (спорта), специфики технологий оказания спортивных услуг, ресурсная составляющая и целевая установка непосредственно определяют эффективность системы менеджмента и маркетинга в области развития спортивных услуг.

Технологические особенности производства различных видов спортивных услуг прямо взаимосвязаны с проблемами разработки и использования систем стандартизации. Вопросы обеспечения безопасности, унификации, стандартизации и сертификации применительно к сфере спортивных услуг следует отнести к наиболее сложным для разработки.

В современных публикациях, посвященных спортивным услугам, должно уделяться внимание и управлению качеством, должны формироваться модели для проектирования и оценки качества услуг, описываются этапы измерения качества с использованием различных методик. При этом в 2018 году остается актуальным вопрос о том, что такое качество услуги и спортивной услуги, в частности. Разработка этой научной и практической проблемы должна и может основываться как на общей теории спортивных услуг (спортивной сервисологии), сформированных для этих целей моделях спортивных услуг.

Обязательным элементом общей теории спортивных услуг следует признать исследование экономических основ и особенностей оказания спортивных услуг, предоставления и потребления этих услуг в рамках постиндустриальной рыночной экономики.

Наличие производителей спортивных услуг: коммерческих и некоммерческих организаций (предприятий) разных форм собственности, организационно–правовых форм, относящихся к этому сектору экономики, может порождать дифференцированные подходы к научной постановке целей и определению стратегии их деятельности, формированию источников ресурсного обеспечения деятельности, построению критериев эффективности функционирования, обеспечению адекватной кадровой политики и созданию системы отношений с внешними участниками и персоналом процесса оказания спортивных услуг.

Важной составной частью спортивной сервисологии как общей теории услуг в спортивном деле следует признать и такой важный элемент обеспечения функционирования этой сферы, как финансовый менеджмент и механизм ресурсного обеспечения оказания спортивных услуг.

При этом нужно учитывать, что в работах по теории сервиса изучается сфера услуг как современная отрасль экономики, основывающаяся на развитии научно–технологического прогресса, спортивных инновациях. Сфера услуг исследуется: во-первых, как отдельный сектор экономики, способный самостоятельно формировать общехозяйственный эффект (макрэкономический аспект); во-вторых, с точки зрения узкоотраслевого подхода к

производству отдельных видов услуг, создающих сегменты отраслевого рынка (в том числе рынка спортивных услуг). Отмечается, что при последнем подходе не находит свое адекватное отражение полнота вклада отрасли в социально-экономический результат деятельности города, региона и страны в целом [12].

Одновременно с этим слабо изучена роль предпринимательства в развитии сферы услуг. В дополнение к этому пока не вполне ясны экономические границы возможностей расширения сферы услуг. В целом не до конца исследован вклад сферы спортивных услуг в обеспечение безопасности, качества и комфорта жизнедеятельности современного человека. Между тем, глобализация экономики и социальной жизни, интенсификация труда реалии трудовой занятости экономически активного населения требуют новых подходов к развитию сферы услуг (*включая спорт — прим. авт.*), ее объемному и видовому расширению, обеспечения ценовой и территориальной доступности услуг. Высказывается мнение, что важное значение следует уделять стратегическому управлению в сфере услуг [12].

При этом следует учитывать, что всякое научное исследование сферы и системы управления оказанием спортивных услуг может быть основано на первичной информации и на вторичной. К вторичной информации относятся все ранее выполненные исследования. Достоинством этого вида информации можно считать то, что в ранее выполненных исследованиях, например, научных обзорах и статьях, в частности работах [1–9], отражено содержание методологического и научного обеспечения развития сферы спортивных услуг на соответствующий период времени.

Проведенное исследование показывает, что в настоящее время не известны развернутые аналоги данной работы, направленные на создание единого комплекса философского и методического обеспечения развития сферы спортивного сервиса как единого экономического комплекса (подсистемы национальной и глобальной экономики) [1–9]. По этой причине аргументы исследователей [11–12] об отсутствии в начале 21 века развернутой теории сервиса и спортивного сервиса, в частности, можно рассматривать как основу при формировании гипотезы настоящего исследования о том, что для гармоничного и устойчивого развития сферы спортивных услуг (сервиса), как части постиндустриальной экономики и общества, структурного элемента сферы сервиса большое значение имеет формирование методологических основ общей научной теории сферы спортивных услуг (спортивной сервисологии — спортологии).

Как уже отмечалось, развитие целостной общей теории сферы спортивных услуг будет способствовать решению не только теоретико-методологических проблем, которые имеют место в данной области, но и многих практические вопросы, которые обусловлены особенностями услуги как структурного элемента функционирования постиндустриальных экономики и общества [9–12].

При этом, как уже отмечалось, актуальна интеграции методологии спортивного дела с процессами производства развлекательных программ и продуктов, методологией физиотерапии в медицине, что возможно на основе общей теории сервиса (сервисологии) [9, с. 228–243] и общей теории науки (наукологии) [13, с. 5].

На основе результатов выполнения работ [9, с. 228–243; 13, с. 5] становится возможной разработка научной теории спортивного сервиса (спортивной сервисологии) — спортологии.

В философии и методологии науки сказано, что сущность научной теории определяется путем описания ее объекта исследования, научного метода, функций, ролей научной теории и путем разработки ее законов. Именно эти научные положения спортивной сервисологии (спортологии) и станут последующим содержанием данной статьи.

При разработке общей теории спортивных услуг (спортивной сервисологии) условимся учитывать специфику исследуемой сферы деятельности, которая определяется технологическим процессом обеспечения безопасности спортивных услуг для персонала и спортсменов и определенного уровня наслаждения, комфортности процесса занятий спортом, целями спортивной деятельности, ресурсами и источниками финансирования, кадровой политикой, сегментами потребителей спортивных услуг, размерами спортивного бизнеса, приемами менеджмента и концепциями маркетинга, особенностями продвижения и коммуникации, а зачастую и формой собственности и архитектурой (сетевая, несетевая) спортивного бизнеса.

Изучение спортивных услуг как юридических объектов также является важным элементом в исследованиях. Необходимо отметить, что спортивной услуге как объекту гражданских прав должно быть уделено достаточное внимание в виде нормативных актов и публикаций. Следует отметить, что до 2018 года ученых нет единого мнения в том, чем отличается работа от услуги и в чем особенность каждой из них как объектов гражданских прав. Эта проблема имеет не только теоретическое, но и практическое значение, ее разрешение может существенно повлиять на безопасность и качество спортивных услуг, практику бизнеса в сфере спортивных услуг.

В перечень основных концептуальных направлений, которые могли бы быть включены в спортивную сервисологию как общую теорию спортивных услуг, можно включить направления, связанные с экономикой и управлением в сфере оказания данных видов услуг. При этом объектом общей теории сферы спортивного сервиса должна быть сфера таких услуг и сама услуга, рассматриваемая как специфический продукт и объект экономической деятельности, обладающий определенным назначением и особыми социальными и культурными свойствами.

Спортивный сервис в интеграции с другими видами услуг, таких как туризм, гостиничное обслуживание, ресторанный сервис, например, спортсменов и спортивных болельщиков может повышать качество и привлекательность таких услуг за счет создания синергетического эффекта от удовлетворения спортивных, познавательных, культурных потребностей, комфортного отдыха участников соревнований и болельщиков.

Предметом спортивной сервисологии (спортологии) можно назвать систему экономических, управленческих, организационных, финансовых, социальных отношений, которые возникают в процессе продвижения, производства и потребления спортивных услуг.

Субъектами (актерами) сферы спортивных услуг являются производители (менеджеры, тренеры, спортсмены), потребители (зрители, болельщики), заказчики (государство, спонсоры), посредники (спортивные агенты, промоутеры и другие физические и юридические лица), участвующие в процессе социально-экономических отношений в сфере производства и потребления спортивных услуг.

Спортивной сервисологией условимся называть науку о создании научных знаний, практических компетенций и технологий, которая охватывает комплекс научных проблем, философию, идеологию, политику, мотивы, методы, способы, инструменты, технологии традиционного и/или инновационного создания спортивных услуг, технологий, их обращения и оказания, а так же методы оценки финансовых результатов этой деятельности и влияния сферы спортивных услуг на развитие государства, экономики, общества и международные отношения.

С гносеологической точки зрения спортивная сервисология выступает методологией исследования, анализа и управления методами решения научных и практических задач, стоящих перед современной экономикой и обществом в сфере развития спорта, спортивного бизнеса и сервиса.

Определим научный метод, объект, предмет, функции и роли общей теории спортивного сервиса — спортивной сервисологии (спортологии).

Научным методом в спортивной сервисологии условимся считать систему принципов и приемов, с применением которых обеспечивается объективное познание научных процессов и социально-экономических результатов проектирования, создания, обращения, оказания, модернизации услуг и технологий их производства в спортивном сервисе.

Функции (от итальянского слова «исполняю») спортивной сервисологии охватывают то, что в рамках спортологии (спортивной сервисологии) может быть выполнено в геополитической, политической, социальной, экономической, технологической, экологической подсистемах государства, глобальной экономики и общества.

Экономическая и социальная роль (значимость) спортивной сервисологии продуцируется эффективностью выполнения таких ее функций, которые данная сервисология реализует в отношении удовлетворения потребностей экономики, общества, конкретного человека в спортивных услугах.

Базовыми функциями спортивной сервисологии условимся называть: методологическую, познавательную, инструментальную, законотворческую, оптимизационную, прогностическую, предупредительную, психологическую функции, функцию социализации знаний, минимизации техногенных, экологических и социальных рисков, системообразующую функцию спортивной сервисологии.

Методологическая функция спортивной сервисологии охватывает развитие понятийного аппарата, разработку теоретических основ научных исследований и методологии исследования сферы спортивных услуг, отдельных услуг, явлений и процессов, формулировании законов и категорий спортивной сервисологии, разработке инструментов управления научным исследованием, инновационным проектом (в различных сферах деятельности) по созданию спортивных услуг, жизненным циклом спортивных услуг в интересах повышения эффективности их производства и применения в экономике и обществе, минимизации ущерба от техногенных рисков и обеспечения эффективности политики (системы мер) в области науки, инноваций, технологий в сфере спортивных услуг.

Познавательная функция спортивной сервисологии включает процессы накопления, описания, изучения фактов действительности в сфере спортивного сервиса, ее научного исследования, инноваций, технологий в сфере такого сервиса на различных уровнях (глобальном, национальном, отраслевом, региональном и т. п.), анализ конкретных явлений и процессов в сфере спортивного сервиса, научных исследований, осуществления инновационных проектов в сфере спортивных услуг, жизненного цикла спортивных услуг, выявления важнейших проблем и источников развития сферы спортивных услуг, обоснования отдельных мер и программ развития сферы спортивных услуг.

Инструментальная (регулятивная) функция спортивной сервисологии носит практический характер и состоит в: синтезе способов и инструментов управления научными исследованиями во всех частях сферы спортивных услуг, управления инновационными проектами в сфере развития спортивного сервиса, управления жизненным циклом спортивных технологий и услуг; выработке практических рекомендаций для властных структур, научно-исследовательских организаций, организаций сферы оказания спортивных

услуг; предварительной оценке эффективности спортивных услуг и необходимости их модернизации.

Законотворческая функция спортивной сервисологии заключается в обосновании потребности в формировании норм права, которые способствуют развитию сферы спортивных услуг, инноваций в сфере спортивных услуг, форм ответственности при возникновении ущерба третьим лицам, персоналу и обществу в целом при оказании спортивных услуг, которые не соответствуют требованиям безопасности и др.

Оптимизационная функция спортивной сервисологии состоит в синтезе или выборе наилучших (с определенной точки зрения, например, минимальных затрат), достижения безопасных и экологических условий и последствий функционирования сферы спортивного сервиса, технологий, способов и приемов реализации спортивных услуг в экономике и социальной среде.

Прогностическая функция спортивной сервисологии охватывает оценку будущего состояния сферы спортивных услуг, как части экономики и общества в будущем с точки зрения возможности развития определенных направлений и частей сферы спорта (спортивных услуг), их изменения под влиянием научно–технического прогресса в сферах науки, техники, технологий в области спорта.

Предупредительная функция спортивной сервисологии охватывает проведение предупредительных и профилактических мер по результатам прогноза развития науки и техники с учетом возможности развития технико–экономических кризисов сферы спортивных услуг, техногенных катастроф, технологических кризисов и других видов негативных явлений, возникающих в результате развития негативных явлений в сфере спортивных услуг.

Психологическая функция спортивной сервисологии заключается в разъяснении населению государства необходимости финансовых и других затрат на постоянное развитие научной и инновационной деятельности в сфере спортивного сервиса, ускорение научно–технического прогресса в сфере оказания спортивных услуг, ориентации общества на устойчивый характер и эффективное управление научно–техническим прогрессом экономики и общества в сфере спортивного сервиса.

Функция социализации знаний в спортивной сервисологии заключается в распространении знаний о роли и значении современной науки, технологий, техники для современной сферы спортивного сервиса и ее влияния на развитие государства и общества, необходимости эффективных мер по развитию научного обеспечения развития сферы спортивного сервиса (услуг) среди широких слоев населения. Выполнение функции социализации в спортивной сервисологии может иметь большое значение для обеспечения устойчивости развития и прогрессивного правового обеспечения развития науки и техники и НТП в целом в сфере спортивного сервиса.

Системообразующая функция спортивной сервисологии включает формирование и накопление знаний направленных на комплексное обслуживание клиентов, обеспечение создания адекватных систем управления научным и инновационным процессами в сфере спортивного сервиса, включая, планирование, организацию, мотивацию и контроль результатов научного и инновационного процессов в этой части сферы услуг.

Ролями спортивной сервисологии (спортологии) можно считать:

во-первых, повышение степени оптимальности процессов развития научного обеспечения в сфере спортивных услуг и ее инновационного развития;

во-вторых, снижение рисков — возможности отрицательных отклонений от планируемых результатов в ходе развития сферы спортивных услуг, при проведении научных исследований и реализации инновационных проектов в этой сфере;

в-третьих, увеличение финансовых результатов в сфере спортивного сервиса, эффективности научной и инновационной деятельности в сфере спортивных услуг.

Законами спортивной сервисологии (спортологии) будем считать устойчивые причинно—следственные связи между методами научных исследований и реализации инновационных проектов в сфере спортивного сервиса (услуг) и наблюдаемыми при этом финансовыми результатами от работы сферы спортивных услуг, устойчивые логические связи при взаимодействии элементов и институциональные отношения, имеющие место в ходе развития спортивной сервисологии и сферы этого рода услуг.

Можно так описать законы спортивной сервисологии:

1) спортивный сервис выступает отраслью экономики и частью социальной (общественной) жизни одновременно, он основан на удовлетворении индивидуальных и общественных потребностей в безопасных и регулярных спортивных тренировках и состязаниях индивидов, семей, коллективов, общества в рамках различных спортивных дисциплин;

2) источником интенсивного развития сферы спортивной сервиса выступает специализация и изменения в сфере труда в постиндустриальном развитии, сопровождающаяся дифференциацией и автоматизацией видов производственной деятельности, доходов и потребностей и порождающая необходимость в удовлетворении потребности индивидов в регулярных физических нагрузках в ситуации стрессов, усложнения режимов труда, техногенной части сферы быта и общественной жизни одновременно;

3) увеличение числа видов спорта, появление сетевого метода организации спортивного сервиса, индивидуальные тренировки, дифференциация и специализация спортивных услуг связаны с увеличением степени дифференциации и сложности потребностей потребителей (клиентов, спортсменов) хозяйственно—экономической и социальной жизни в постиндустриальных условиях;

4) причинами формирования новых видов спортивных услуг выступают специфические и новые условия жизнедеятельности, различия в предпочтениях удовлетворения потребности в безопасном и своевременном, получении физических нагрузок с учетом необходимости поддержания работоспособности рабочей силы, стремления к адаптации, к изменениям условий труда и развитию техногенной и социальной сферы;

5) эффективность спортивной услуги может иметь одновременно геополитическое, внутриполитическое, экономическое, социальное, медицинское, временное и эмоциональное измерение;

6) в связи с продолжением тренда (тенденции) дальнейшего повышения степени автоматизации и сложности трудовой и личной жизни населения, дифференциации финансово—хозяйственной и общественной деятельности значение развития сферы спортивного сервиса для индивидов и общества в целом в будущем вероятней всего будет только увеличиваться;

7) повышение уровня сложности финансово—хозяйственной и общественной деятельности приведет к росту сложности и комплексности оказываемых спортивных услуг;

8) рост уровня сложности технологий и условий спортивной подготовки, дальнейшее усложнение финансово—хозяйственной деятельности в сфере спортивного сервиса будет возрастать роль финансового и общего менеджмента этой сферы услуг и другие.



Под эффективностью спортивных услуг будем понимать их способность достигать поставленных перед ними заказчиком (и/или производителем) спортивных, финансовых и других целей за оговоренный период времени при расходовании фиксированного количества ресурсов субъектами этого процесса.

Под технологией оказания спортивных услуг (спортивной подготовки, проведения состязаний и др.) будем понимать системное объединение используемых при оказании спортивных услуг способов тренировок и соревнований, технических средств и квалификационных навыков менеджмента и персонала организаций спортивного сервиса. При этом следует учитывать, что оказание спортивных услуг всегда связано с товарами (стадионы, спортзалы, спортивный инвентарь и др.) в их материальном виде.

Значение сферы спортивного сервиса в обеспечении устойчивого развития общества, экономики и техносферы велико и будет увеличиваться и дальше. Это связано с тем, что устойчивое развитие (англ. sustainable development) трактуется как процесс экономических и социальных изменений, при котором эксплуатация природных ресурсов, направление инвестиций, ориентация научно-технического развития, развитие личности и институциональные изменения согласованы друг с другом и укрепляют нынешний и будущий потенциал для удовлетворения человеческих потребностей и устремлений. В рамках концепции устойчивого развития во многом речь идет об обеспечении повышения безопасности и качества жизни людей, а следовательно и качества, регулярности спортивных занятий в интересах поддержания трудоспособности, состояния физического и духовного здоровья стареющего населения наций.

Как известно, старение наций наблюдается во всех развитых странах. При этом известен тезис, что уменьшение рождаемости в развитых странах и в России связаны исключительно с постиндустриальными культурными установками. При этом требует проверки гипотеза о том, что, вероятно, тенденция снижения рождаемости связана с действием «экспоненциального закона повышения качества», который в данном случае может звучать так: «приращение каждой последующей единицы качества уровня жизни и квалификации рабочей силы требует больших затрат, чем на предыдущую единицу качества». Для современного сложного, высокотехнологичного общественного производства в условиях научно-технической революции (НТР) характерно требование повышения качества рабочей силы. При этом такое приращение качества рабочей силы требует все больших затрат на подготовку высококвалифицированной рабочей силы из детей. При этом, вероятно, заработные платы потенциальных родителей увеличивается медленней, чем уровень расходов на повышение качества рабочей силы детей, способных сохранить социальный статус родителей. Известно из СМИ, что в современной России для 90% семей рождение второго ребенка переводит семью в разряд малообеспеченных семей. Такое положение может порождать процесс ограничить количество детей в семье, которая стремится сохранить свой социальный статус и профессиональную квалификацию. Одновременно больше уделяется внимания росту продолжительности жизни не только из гуманистических соображений, но и по экономическим причинам, а именно, потому, что инвестиции в повышение квалификации трудовых ресурсов (рабочей силы) должны окупать себя и приносить доход, для чего требуется более длительное (чем это было раньше) время. Это может порождать процесс старению и сокращению нации [14, с. 214–215].

При этом сокращение нации может снизить повышение продолжительности жизни за счет удовлетворения потребности в качественных спортивных услугах.

Поэтому дальнейшие исследования процессов устойчивого роста и увеличения номенклатуры спортивных услуг (видов спорта, условий и программ тренировок и др.),

технологических особенностей оказания спортивных услуг (сервиса), взаимосвязь таких услуг и овеществленных спортивных товаров и инвентаря, изменение соотношения в технологических процессах спортивных тренировок и состязаний вещественных и не вещественных продуктов, отраслевые особенности доли в конечном продукте собственно спортивных услуг или овеществленных товаров (стадионов, инвентаря и др.) предположительно будут актуальными и далее в 21 веке.

По этой причине известные и существующие в настоящее время классификации в сфере спортивного сервиса (услуг) могут потребовать дальнейшего уточнения и систематизации в рамках спортивной сервисологии. Это повышает значимость определения главных и второстепенных критериев классификации спортивных услуг.

Услуги в сфере спортивного сервиса дела могут быть разделены на:

- первичные (проведение спортивных тренировок и соревнований) и вторичные (технический сервис стадионов, спортивного инвентаря);
- основные (обеспечение деятельности спортивной организации) и вспомогательные (раздевалки, бассейн, душ, музыка, обеспечение безопасности зрителей и порядка на трибунах и др.).

Услуги технического сервиса в техногенной сфере спортивного сервиса развиваются для того, чтобы:

- обеспечить надежность функционирования спортивных организаций, клубов как техногенных объектов;
- повысить безопасность и эффективность функционирования спортивных объектов как техногенных объектов;
- изменить отдельные, например, ресурсосберегающие характеристики спортивных объектов как функционирующих техногенных объектов;
- улучшить дизайн и эргономические характеристики спортивных объектов как техногенных объектов (удобство для посетителей, эстетика художественного оформления) и другое.

В спортивной сервисологии должно учитываться, что современные спортивные комплексы по своему существу являются сложными многофункциональными организационными и техногенными системами. Для обеспечения решения задач проектирования и анализа процессов функционирования такого класса сложных систем было разработано и применяется их функционально — декомпозиционное представление [9, с. 235]. Основным элементом функционально–декомпозиционного представления спортивных баз (сооружений) можно назвать таблицу функциональных портретов (в Интернете более известную как таблица функций и элементов). Названная таблица включает: по горизонтали (строки) перечень реализуемых функций (виды спорта; культурно–развлекательные мероприятия и др.); по вертикали (столбцы этой таблицы) эта таблица включает элементы, которые участвуют в реализации этих функций (места проведения соревнований по отдельным видам спорта, раздевалки, ресторанный зал и т. д.). В пересечении строки и столбца ставится логический знак «+», если данный элемент техногенного спортивного комплекса принимает участие в реализации определенной в определенной строке функции. В дополнение к знаку «+» (или вместо него) в таблице функциональных портретов может отражаться уровень загрузки элемента комплекса при выполнении данной или других функций и т. п. Это создает возможность применения данного типа представления объекта проектирования для применения технологий бережливого производства, нормирования трудозатрат персонала, оценки уровня нагрузки персонала и/или загрузки определенного технологического элемента (например, футбольного поля, раздевалок и др.) техногенной

структуры оказания комплекса спортивных услуг на основе данной технической системы спортивного комплекса при выполнении всех или части его функций и другое. Использование функционально–декомпозиционного представления при проектировании спортивных объектов может рассматриваться как отражение и проявлением системно–управленческого подхода в спортологии.

Одним из основных направлений развития спортивной сервисологии (спортологии) следует признать формирование моделей для описания и анализа конкурентоспособности спортивных услуг. Следует отметить, что в спортивном деле в настоящее время применяется ряд моделей (методики тренировок, программы подготовки к соревнованиям; регламенты проведения спортивных соревнований, бухгалтерский баланс и др.).

Для проектирования и оценки качества спортивной услуги может использоваться известная в маркетинге описательная трехуровневая модель товара с добавлением в нее дополнительного четвертого стратегического и экологического уровня. Эта модель услуг может применяться и для оценки конкурентоспособности, эффективности, качества таких услуг [9, с. 228–243].

Первый уровень спортивной услуги отражает основную выгоду или удовлетворяемую услугой техническая, экономическую, социальная потребность в экономике или социальной среде.

Второй уровень спортивной услуги включает услугу в реальном исполнении: свойства (сохраняемость, надежность оказания, безопасность процесса и результата, цена и др.), качество, внешнее оформление процесса оказания услуги, марочное название услуги.

Третий уровень услуги (услуга с подкреплением) охватывает: доступность (поставка), кредитование оказания услуг, гарантия результата, послепродажное обслуживание.

Четвертый уровень услуги должен описывать и характеризовать влияние услуги на социально–экономическую и экологическую системы (затраты материалов и сырья, ущерб окружающей среде при оказании услуг и др.) и стратегическое (длительное влияние на рынок и социально–экономическую среду).

Пример №1. Четырехуровневая модель для оценки качества услуг спорта высоких достижений.

Первый уровень такой спортивной услуги (основная выгода) охватывает: степень точности и достоверности определения физических возможностей современного человека в данном виде спорта.

Второй уровень спортивной услуги (услуга в реальном исполнении) может включать такие характеристики: конкретные спортивные показатели в данном виде спорта; временной интервал проведения исследований в спортивной тренировке; методика и качество подготовки спортсменов тренером в тренировочном процессе; качество применяемого спортивного инвентаря; средняя продолжительность спортивных тренировок; средняя стоимость подготовки спортсмена к соревнованиям определенного уровня (например, национального или международного масштаба и другое).

Третий уровень услуги (услуга с подкреплением) спорта высоких достижений может охватывать: наличие соответствующих спортивных сооружений, душевых кабин, комнаты для отдыха; эстетическое оформление спортивного зала; объем бюджетного финансирования тренировочного процесса; объем спонсорской поддержки данного вида спорта; возможность кредитования спортивного процесса; наличие дополнительного пенсионного обеспечения спортсменов и тренеров; наличие страховки для спортсменов на случай травмы (несчастного случая) и другое.

Четвертый уровень спортивной услуги (стратегический, экологический и социально-экономический уровень): продвижение названия государства как спортивного бренда; позиционирование государства на международной арене как государства с высоким уровнем развития спорта (может подтверждаться статистикой результатов международных и национальных чемпионатов и др.); улучшение имиджа государства за счет достижений спортсменов на международной арене; дополнительная имиджевая и социальная реклама на международной арене государства, чьи атлеты выступают на международных соревнованиях; улучшение настроения болельщиков при победах национальной команды (может подтверждаться измерением индекса счастья данной социальной группы) и другое.

Пример №2. Четырехуровневая модель для проектирования и оценки качества спортивных услуг, предоставляемых фитнес-центрами.

Первый уровень такой спортивной услуги (основная выгода) отражает: степень удовлетворения физической потребности в активном спортивном движении, соревнованиях для поддержания работоспособности и хорошего самочувствия клиентов (спортсменов) в текущий период времени.

Второй уровень спортивной услуги (услуга в реальном исполнении) может включать такие характеристики: разнообразие видов спортивных тренировок; временной интервал возможности участия в спортивной тренировке; качество обслуживания, консультирования тренером в тренировочном процессе; качество используемого спортивного инвентаря; средняя продолжительность спортивных тренировок; средняя стоимость пользования данной спортивной услугой и другое.

Третий уровень спортивной услуги (услуга с подкреплением) может охватывать: наличие душевых кабин; комнаты для отдыха, кафе; эстетическое оформление спортивного зала; наличие дополнительных развлекательных программ и шоу; возможность получения услуги в кредит; возможность получения услуги индивидуальной тренировки; наличие скидок с цены для постоянных клиентов; применение скидок для определенных социальных групп; наличие страховки для клиента на случай травмы (несчастного случая) и другое.

Четвертый уровень спортивной услуги (стратегический, экологический и социально-экономический уровень): поддержание здоровья и трудоспособности клиентов в интересах обеспечения их долголетия и экономической эффективности деятельности (может подтверждаться статистикой активного трудового долголетия); получение удовольствия (внутреннего удовлетворения) и обеспечение хорошего настроения клиентов за счет наслаждения качественной спортивной подготовкой в привлекательном интерьере спортивных сооружений, бассейна (может подтверждаться измерением индекса счастья) и другое.

Предложенная выше четырехуровневая модель спортивной услуги может быть адаптирована и уточнена на структурном и параметрическом уровне для различных категорий спортивных услуг (видов спорта).

Эта модель может быть полезной при проектировании и позиционировании, сравнительной оценке конкурентоспособности и экономической эффективности спортивных услуг.

Кроме того, предложенная четырехуровневая модель спортивной услуги позволяет описать эту услугу как объект управления в рамках системно-управленческого подхода в спортологии, что может позволить повысить эффективность общего и финансового менеджмента в спортивном бизнесе (деле).

При оценке качества и проектировании спортивных услуг с применением четырехуровневой модели услуги можно разделить ее на этапы проектирования и предложить следующий алгоритм последовательного процесса проектирования (модернизации) спортивной услуги:

1) разрабатывается четырехуровневая предметная (описательная) модель облика (структуры и основных характеристик) спортивной услуги;

2) для каждого уровня спортивной услуги и каждого ее параметра (показателя) создается оценочная шкала, позволяющая произвести оценку качества услуги по данному показателю (например, по десятибалльной шкале, системе);

3) экспертным методом, например, путем анкетирования, опроса спортсменов, тренеров, клиентов выполняется оценка качества каждого из показателей спортивной услуги;

4) на базе анализа экспертных оценок спортсменов и других специалистов, сравнительного анализа реальных и прогнозных (проектных) показателей выделяют именно те параметры (показатели) спортивной услуги, которые следует улучшить;

5) предлагаются варианты повышения показателей качества спортивной услуги до уровня проектных показателей и/или выше их;

6) посредством дальнейшего анализа определяют реализуемые и/или наиболее целесообразные или оптимальные варианты улучшения показателей конкретной спортивной услуги;

7) реализуют на практике оптимальные варианты улучшения показателей определенной спортивной услуги;

8) оценивают качество модернизированной спортивной услуги с применением методики (см. п. 3) и принимают решение о достаточной или недостаточной глубине модернизации спортивной услуги и т. д.

В статье развиваются методические основы формирования общей теории спорта на основе методов сервисологии и системно-управленческого подхода, описаны социально-экономические функции спорта, сформулированы функции спортивной сервисологии (спортологии), рассмотрены тренды и особенности развития сферы спортивных услуг в условиях постиндустриальной глобализации, предложена методика проектирования комплекса спортивной услуг на основе функционально-декомпозиционного представления, разработаны четырехуровневые модели спортивных услуг, которые могут применяться при проектировании и позиционировании, оценке и сравнении конкурентоспособности и экономической эффективности спортивных услуг.

#### *Список литературы:*

1. Менеджмент в индустрии спорта: сборник статей / под ред. В. А. Леднева. М.: Московский финансово-пром. ин-т «Синергия», 2012. 197 с.

2. Леднев В. А. Индустрия спорта: обучение предпринимательству и менеджменту // Современная конкуренция. 2017. Т. 11. №4 (64). С. 45-62.

3. Сафронова А. В., Наумов С. А., Кваша В. А. Спортивный менеджмент как фактор развития индустрии спорта // Современные тенденции развития науки и технологий. 2015. №7-8. С. 110-113.

4. Лукашук В. И. Особенности менеджмента в индустрии спорта в современных условиях // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2017. Т. 7. №2 (23). С. 168-173.

5. Синдюкова К. М. Реклама и PR в спортивной индустрии // International innovation research. Сб. ст. VIII Международной научно-практической конференции. 2017. С. 188-193.
6. Васькевич В. П., Магизов М. И. К вопросу о конфликте интересов менеджмента индустрии спорта // Наука и спорт: современные тенденции. 2017. №2 (15). С. 62-67.
7. Антонов М. В. Использование менеджмента для развития государственно-частного партнерства в индустрии спорта РФ // Тенденции развития науки и образования. 2017. №26-4. С. 5-9.
8. Матвеев Л. П. Общая теория спорта и ее прикладные аспекты. Санкт-Петербург: Лань, 2005. 384 с.
9. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Парадигма формирования научного обеспечения сферы постиндустриальных услуг // Бюллетень науки и практики. 2017. №10 (23). С. 228-243.
10. Кнышова Е. Н. Маркетинг. М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2009. С. 13
11. Симонян Г. А. Теоретические основы формирования сферы услуг // Вестник СГУТиКД. 2011. №1 (15).
12. Разомасова Е. А. Сфера услуг: теория, состояние и развитие. Новосибирск: НОУ ВПО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации», 2011. 136 с.
13. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Наукология как методическая основа повышения эффективности национальной инновационной системы // Интернет-журнал Науковедение. 2015. Т. 7. №1 (26). С. 5.
14. Глущенко В. В. Риски инновационной и инвестиционной деятельности в условиях глобализации. Железнодорожный: Крылья, 2006. 230 с.

*References:*

1. Lednev, V. A. (ed.). (2012). Management in the sports industry: a collection of articles. Moscow, Moscow financial-prom. in-t Synergy, 197.
2. Lednev, V. A. (2017). A sports industry: training entrepreneurship and management. *Contemporary competition*, 11(4), 45-62.
3. Safronova, A. V., Naumov, S. A., & Kvasha, V. A. (2015). Sport management as a factor in the development of the sports industry. *Current trends in the development of science and technology*, (7-8), 110-113.
4. Lukashuk, V. I. (2017). Features of management in the sports industry in modern conditions. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo Gosudarstvennogo Universiteta. Series: The Economy. Sociology. Management*, 7(2), 168-173.
5. Sindukova, K. M. (2017). Advertising and PR in the sports industry. International innovation research. *Sat. Art. VIII International Scientific and Practical Conference*, 188-193.
6. Vaskevich, V. P., & Magizov M. I. (2017). On the issue of the conflict of interests of the management of the sports industry. *Science and sport: modern trends*, (2), 62-67.
7. Antonov, M. V. (2017). Use of Management for the Development of Public-Private Partnerships in the Sports Industry of the Russian Federation. *Trends in the Development of Science and Education*, (26-4), 5-9.
8. Matveev, L. P. (2005). The general theory of sports and its applied aspects. St. Petersburg, Lan, 384.
9. Glushchenko, V. V., Glushchenko, I. I. (2017). Paradigm of formation of scientific providing sphere of post-industrial services. *Bulletin of Science and Practice*, (10), 228-243.
10. Knyshova, E. N. (2009). Marketing. Moscow, FORUM, INFRA-M, 13.
11. Simonyan, G. A. (2011). Theoretical bases of the service sector formation. *Vestnik SGUTiKD*, (1).

12. Razomassova, E. (2011). A sphere of services: theory, state and development. Novosibirsk, Siberian University of Consumer Cooperatives, 136.

13. Glushchenko, V. V., & Glushchenko I. I. (2015). Science as a methodological basis for increasing the efficiency of the national innovation system. *Internet Journal of Science*, 7(1), 5.

14. Glushchenko, V. V. (2006). Risks of innovation and investment activity in the context of globalization. *Zheleznodorozhnyi, Kryliya*, 230.

*Работа поступила  
в редакцию 12.05.2018 г.*

*Принята к публикации  
17.05.2018 г.*

*Ссылка для цитирования:*

Глущенко В. В., Глущенко И. И., Ершова М. Д., Кабанов Д. О., Маркова Г. В., Федорова Е. М., Шарипов З. С. Формирование общей теории спорта на основе методов сервисологии и системно-управленческого подхода // Бюллетень науки и практики. 2018. Т. 4. №6. С. 390-412. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/glushchenko-6-2018> (дата обращения 15.06.2018).

*Cite as (APA):*

Glushchenko, V., Glushchenko, I. Ershova, M., Kabanov, D., Markova, G., Fedorova, E., & Sharipov, Z. (2018). The formation of general theory of sport based on the methods of servicology and systemic management approach. *Bulletin of Science and Practice*, 4(6), 390-412.