

УДК 796.011.3

РЕЗУЛЬТАТЫ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ ВУЗА НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВОГО ПОДХОДА

¹Болтовский А.Ю., ²Попова Н.В., ³Валынкин Р.О., ³Шеенко Е.И.

¹ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», Краснодар, e-mail: boltovskiy-a@mail.ru;

²ФГБОУ ВО «Алтайский государственный педагогический университет», Барнаул,
e-mail: natalie-barnaul77@bk.ru;

³ФГБОУ ВО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова»,
Барнаул, e-mail: sheenk@rambler.ru

В статье предложен сравнительный анализ результатов физического воспитания студентов вуза, осуществляемого по двум методикам: традиционным способом, где процесс физического воспитания строился на общепринятом подходе комплексного планирования и последующего освоения средств базовых видов физкультурно-спортивной деятельности, и экспериментальным способом, где процесс физического воспитания строился на основе маркетинговых исследований, позволивших учитывать интересы и потребности обучающихся в различных видах физкультурно-спортивной и оздоровительной деятельности. Суть экспериментальной методики заключалась в распределении студентов для занятий физическим воспитанием в группы согласно виду физкультурно-спортивной деятельности, интересующего студентов и обозначенного ими в рамках маркетинговых исследований: спортивной-игровой, гимнастической, атлетической, аэробной, спортивно-боевой направленности. На основе маркетингового подхода к организации физического воспитания происходило формирование потребности в самостоятельном использовании различных компонентов физической культуры. Были проанализированы результаты около 1500 студентов вторых и третьих курсов АлтГТУ им. И.И. Ползунова, изучавших дисциплину «Физическое воспитание» в очной форме и предварительно распределенных на две группы: экспериментальную и контрольную. На основе результатов анкетирования, бесед и опроса педагогическому анализу были подвергнуты следующие показатели: мотивация и заинтересованность занятиями физической культурой; динамика показателей привлекательности и удовлетворенности занятиями физической культурой.

Ключевые слова: физическое воспитание, самостоятельная физкультурная активность, маркетинговые исследования, потребность, физкультурно-спортивная деятельность

RESULTS OF PHYSICAL EDUCATION OF UNIVERSITY STUDENTS BASED ON THE MARKETING APPROACH

¹Boltovskiy A.Yu., ²Popova N.V., ³Valynkin R.O., ³Sheenko E.I.

¹Kuban State University, Krasnodar, e-mail: boltovskiy-a@mail.ru;

²Altai State Pedagogical University, Barnaul, e-mail: natalie-barnaul77@bk.ru;

³Altai State Technical University named after I.I. Polzunov, Barnaul, e-mail: sheenk@rambler.ru

The article offers a comparative analysis of the results of physical education of university students, carried out according to two methods: the traditional method, where the process of physical education was based on the generally accepted approach of integrated planning and subsequent development of basic types of physical education and sports activities, and the experimental method, where the process of physical education was based on market research, which allowed to take into account the interests and needs of students in various types of physical culture and sports and recreational activities. The essence of the experimental method consisted in the distribution of students for physical education classes in groups according to the type of physical culture and sports activities that students are interested in and designated by them in the framework of marketing research: sports-game, gymnastic, athletic, aerobic, sports-combat orientation. On the basis of the marketing approach to the organization of physical education, the need for independent use of various components of physical culture was formed. The results of about 1,500 students of the 2nd-3rd courses of the I.I. Polzunov AltSTU, who studied the discipline «Physical education» in full-time and were previously divided into two groups: experimental and control groups, were analyzed. Based on the results of questionnaires, interviews and surveys, the following indicators were analyzed: motivation and interest in physical education; dynamics of attractiveness and satisfaction with physical education.

Keywords: physical education, independent physical activity, marketing research, need, physical culture and sports activities

Анализ многочисленных источников по проблемам повышения качества образования в сфере физического воспитания учащейся молодежи [1–3] и собственные многолетние исследования привели нас к мысли внедрения элементов и инструментов маркетинга в процесс физического воспитания студентов вуза [4, 5], заключающийся в сегментировании обучающихся в соответствии с их запросами на конкретные виды физкультурно-оздоровительных услуг.

Предварительные мероприятия по организации физического воспитания в Алтайском государственном техническом университете им. И.И. Ползунова (далее – АлтГТУ) предполагали изучение физкультурно-образовательной среды вуза и интересов потребителей (студентов), а также выявление их потребностей в различных видах физкультурно-оздоровительных услуг, предоставляемых как непосредственно в вузе, так и вне образовательной организации.

Данный подход позволил подойти к распределению студентов для занятий по физической культуре в группы по одному из видов физкультурно-спортивной деятельности, интересующих обучающихся и обозначенных ими в рамках маркетинговых исследований: спортивной-игровой, гимнастической, атлетической, аэробной, спортивно-боевой направленности. На основе маркетингового подхода к организации физического воспитания происходило формирование потребности в самостоятельном использовании различных компонентов физической культуры и здорового образа жизни [6, 7].

Цель исследования заключалась в сравнительном анализе результатов физического воспитания студентов, осуществляемого в вузе традиционным способом, где процесс физического воспитания строился на общепринятом подходе комплексного планирования и последующего освоения средств базовых видов физкультурно-спортивной деятельности, и экспериментальным способом, где процесс физического воспитания строился на основе маркетинговых исследований, позволивших учитывать интересы и потребности обучающихся в различных видах физкультурно-спортивной и оздоровительной деятельности.

Материалы и методы исследования

На основе результатов анкетирования, бесед и опроса педагогическому анализу были подвергнуты следующие показатели:

заинтересованность занятиями физической культурой; мотивация занятий физической культурой; динамика показателей привлекательности занятий физической культурой; удовлетворенность студентов занятиями физической культурой.

В исследовании были задействованы 1387 студентов второго и третьего курсов АлтГТУ им. И.И. Ползунова, изучавших дисциплину «Физическое воспитание» в очной форме и предварительно распределенных на две группы: экспериментальную и контрольную (ЭГ – 678 студентов и КГ – 709 студентов).

Результаты исследования и их обсуждение

Сравнительный анализ результатов физического воспитания, реализуемого в течение одного учебного года (с сентября 2020 по апрель 2021 г.), показал очевидную эффективность работы со студентами, построенную на основе использования элементов и инструментов маркетинга. Так, распределение студентов в физкультурные группы, исходя из их интересов в сфере физкультурно-оздоровительных и спортивно-массовых услуг [8], а также их потребностей в различных видах физкультурно-спортивной деятельности дало свои результаты уже на первых порах эксперимента.

Рассмотрим для примера такой контрольный показатель, как «заинтересованность студентов занятиями физической культурой» (табл. 1).

Таблица 1

Динамика результатов заинтересованности студентов занятиями физической культурой (%)

№ п/п	Критерий заинтересованности студентов	Период	ЭГ (n = 678)	КГ (n = 709)
1	Физическая культура – необходимый предмет	До	15,9	15,2
		После	69,2	24,3
2	Знания по физической культуре пригодятся им в будущей работе	До	18,4	16,3
		После	71,8	26,2
3	Регулярно занимаются различными видами спорта	До	17,3	18,1
		После	59,3	27,3
4	Видят смысл и находят пользу в определенных видах занятий ФК	До	20,1	20,8
		После	81,4	33,5
5	Интересуются компонентами физической культуры и здорового образа жизни	До	26,2	24,7
		После	80,9	31,9
6	Хотят активно использовать средства физической культуры в повседневной деятельности, а также повышать уровень своей физической подготовленности	До	35,0	34,3
		После	82,4	37,1
7	Слабое здоровье не позволяет заниматься	До	17,2	18,1
		После	0	24,6

Результаты показателей заинтересованности студентов занятиями физической культурой в начале исследования показали, что только 15,9% от числа опрошенных ЭГ считают физкультуру необходимым предметом, а 18,4% полагают, что опыт физической культуры пригодится им в профессиональной деятельности. В КГ считают ФК необходимой дисциплиной лишь 15,2% студентов и 16,3% имеют представление о том, что без физической культуры в профессиональной деятельности будет довольно сложно. Следует отметить, что среди студентов ЭГ только 17,3% регулярно занимались различными видами физкультурно-спортивной деятельности, в КГ таких студентов было выявлено 18,1%. Видели смысл и пользу в определенных видах занятий физической культурой только 20,1% в ЭГ и 20,8% в КГ, интересовались компонентами физической культуры и здорового образа жизни 26,2% опрошенных ЭГ и 24,7% студентов КГ. Хотели бы активно использовать средства физической культуры и спорта, а также повышать уровень своей физической подготовленности 35,0% студентов в ЭГ и 34,3% в КГ, а слабое здоровье не позволяет заниматься 17,2% от общего числа опрошенных в ЭГ и 18,1% студентов в КГ. После физического воспитания, организованного в экспериментальных группах с учетом интересов обучающихся и их потребностей в сфере физкультурно-спортивных услуг, нами был достигнут значительный скачок в формировании заинтересованности студентов занятиями физической культурой, как в самостоятельной ее форме, так и в организованной форме в условиях академического занятия. Так, из данных табл. 1 видно, что по всем семи показателям в ЭГ были достигнуты значительные сдвиги в диапазоне от 42,0% (в третьем критерии – «Регулярно занимаются различными видами спорта») до 61,3% в критерии «Видят смысл и находят пользу в определенных видах занятий ФК». В контрольных группах изменения произошли, но несущественные – в диапазоне от 2,8% до 12,7%.

По результатам опроса очевидно, что заинтересованность студентов экспериментальных групп в занятиях физической культурой существенно возросла, так как ценность самостоятельной физкультурной активности как в бытовой, так и в профессиональной деятельности стала студентами осознаваема с позиции подачи необходимой информации обучающимся через понимаемые и приемлемые ими физкультурно-спортивные средства. В контрольных группах, несмотря на все старания профессорско-преподавательского со-

става в формировании заинтересованности в средствах физической культуры результата не последовало, по-нашему мнению, по причине изначального отсутствия интереса к тому материалу физического воспитания, который, как считают студенты им «навязывают».

Изучение мотивации занятий физической культурой по результатам анкетирования студентов подтвердило высказанное нами предположение о необходимости построения физического воспитания с учетом интересов обучающихся и их потребностей в сфере физкультурно-спортивных услуг.

В начале учебного года путем опроса и бесед со студентами было выявлено, что внешняя отрицательная мотивация к занятиям физической культурой занимала ведущую позицию. Студенты мотивируют свои посещения академических занятий физической культурой стремлением избежать в очевидной форме нежелательных последствий к окончанию семестра (неаттестация), а также возможных конфликтных ситуаций с преподавателем, куратором, деканатом и пр.

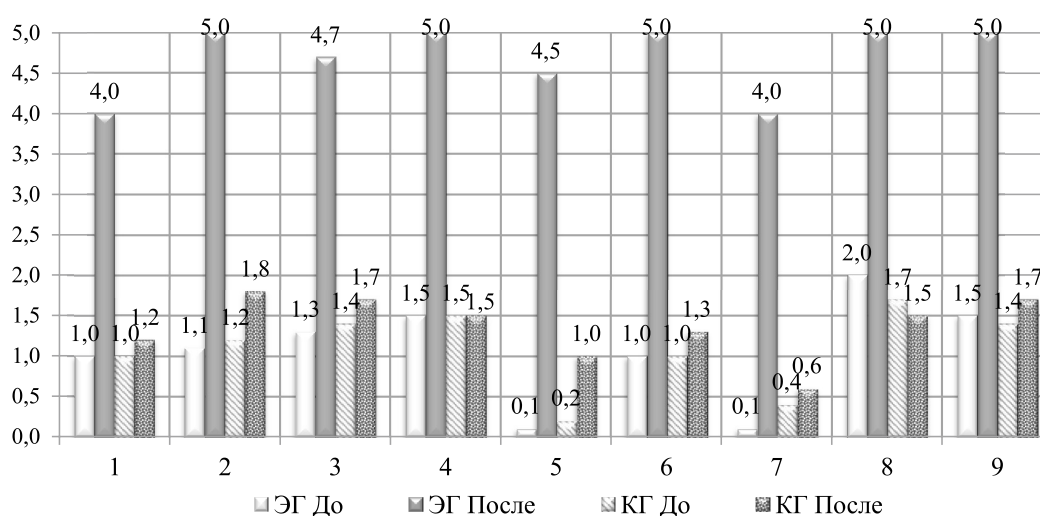
Интерес представляет динамика внешней отрицательной мотивации за период учебного года в КГ и ЭГ. Так, если на начало эксперимента в КГ 49,9% студентов посещали дисциплину с целью избегания проблем с зачетом и конфликтов с преподавателем физической культуры (в ЭГ таких было обнаружено 50,9% студентов), то к окончанию данного исследования в КГ изменили свое отношение к дисциплине в лучшую сторону лишь 1,2% студентов, а в ЭГ данная динамика составила 47,1%. То есть в контрольных группах половина студентов посещает занятия по физической культуре только потому, что они – обязательные для аттестации, а в экспериментальных группах 98,2% студентов посещают дисциплину осознанно и без отсутствия какого-либо дискомфорта (табл. 2).

Показателем внешней мотивации в настоящем исследовании выступал такой мотив, как «стремление попасть в число успевающих студентов». Аттестация по дисциплине «Физическое воспитание» в общем количестве дисциплин, изучаемыми студентами в вузе, хотя и не имеет решающей роли (вес дисциплины равен всего 0,01 (!) в общем рейтинге дисциплин), но для многих студентов является принципиальным иметь хорошую аттестацию по дисциплине. Так, если в начале учебного года данный показатель был характерен для 26,7% респондентов ЭГ, то к окончанию учебного года он стал равен 43,7%. В КГ динамика произошла несущественная – 3,2%.

Таблица 2

Динамика мотивации занятий студентами физической культурой (%)

№ п/п	Виды мотивации	Период	ЭГ (n = 678)	КГ (n = 709)
1	Внутренняя	До	22,4	24,7
		После	54,5	22,7
2	Внешняя положительная	До	26,7	25,4
		После	43,7	28,6
3	Внешняя отрицательная	До	50,9	49,9
		После	1,8	48,7



Динамика привлекательности занятий физической культурой по результатам ответов студентов обеих групп (в баллах)

Условные обозначения: 1 – влияют на здоровый образ жизни; 2 – ориентируют на физическое самосовершенствование; 3 – способствуют самовыражению личности; 4 – способствуют проявлению чувства удовлетворения вследствие успешного выполнения заданий; 5 – ведут к удовлетворению потребности в самореализации; 6 – возникает осознание ценности здоровья; 7 – возникает чувство самоуважения в связи с осознанием крепости здоровья; 8 – способствуют росту возможных контактов со сверстниками из других групп; 9 – воодушевляют вследствие признания и поддержки со стороны преподавателя

Анализ внутренней мотивации, характеризующей в ЭГ возможности самореализации в физкультурной деятельности посредством морального и эмоционального удовлетворения от процесса участия в академических занятиях избранным видом физкультурно-спортивной деятельности, а также осознания возможности совершенствования своих психофизических качеств и укрепления собственного здоровья, показал динамику, более чем в два раза превышающую первичный показатель в 22,4%. К окончанию исследования внутренняя мотивация была зафиксирована на уровне 54,5%. У студентов КГ показатель внутренней мотивации ухудшился с 24,7% до 22,7%, что говорит об отсутствии удовлетворения желаний повышения своих воз-

можностей и укреплении здоровья традиционными средствами, а именно на основе регламентированных базовых средств физкультурно-спортивной деятельности.

Исследуя мнение студентов о привлекательности занятий физической культурой как показателе эффективности применяемых нами подходов в планировании и организации данных занятий в ЭГ, авторы обнаружили количественное и качественное повышение по всем критериям, которые предлагались студентам для самоанализа. Динамика результатов за период эксперимента в ЭГ и КГ представлена на рисунке. На рисунке видно, что в КГ разницы между начальными и конечными показателями не обнаружено. Вместе с тем в ЭГ данная динамика довольно существенна.

Таблица 3

Динамика удовлетворенности студентов академическими занятиями физической культурой (в %)

№ п/п	Уровень проявления удовлетворенности	Период	ЭГ (n = 678)	КГ (n = 709)
1	Очень низкий	До	5,2	4,1
		После	0	4,9
2	Ниже среднего	До	9,3	10,7
		После	0	19,9
3	Средний	До	51,2	53,1
		После	21,7	58,2
4	Выше среднего	До	33,1	28
		После	62,1	12,8
5	Высокий	До	1,2	4,1
		После	16,2	4,2

Средний показатель динамики привлекательности занятий физической культурой в ЭГ за период исследования при максимальной оценке в 5 баллов изменился с 1,07 до 4,69 баллов ($p < 0,05$), тогда как в КГ этот показатель изменился на 0,28 балла ($p > 0,05$). Вследствие очевидной динамики количественных показателей привлекательности занятий физической культурой у студентов ЭГ можно быть уверенным, что выбранный путь формирования самостоятельной физкультурной активности на основе элементов и инструментов маркетинга является правильным. На основе маркетингового подхода организованный процесс физического воспитания способствует не только осознанию необходимости и пониманию пользы занятий, но и прочувствованию эффективности как академических, так и самостоятельных занятий физической культурой, сказывающихся не только на здоровье и физическом развитии, но и проявляющихся в самоактуализации и самоуважении занимающимися собственной личности.

Изучение полученных данных на основе результатов исследования по показателю «Удовлетворенность студентов занятиями физической культурой» дает основание говорить, что на начало исследования контрольная и экспериментальная группы были однородными (табл. 3). В результате реализации физического воспитания на основе учета интересов студентов и их потребностей в сфере физкультурно-спортивных услуг, в ЭГ произошла определенная трансформация удовлетворенности физкультурными занятиями. Вместе с тем у студентов КГ, с которыми занятия физической культурой были организованы традиционным методом, похожих изменений не обнаружено.

Итак, по завершению исследования у студентов ЭГ обнаружена не только удовлетворенность занятиями физической культурой, но и готовность к продолжению физкультурной деятельности в выбранном направлении на основе конкретного вида физкультурно-спортивной деятельности. Из табл. 3 видна динамика степени удовлетворенности у студентов ЭГ, где на момент контрольного опроса с низким и очень низким уровнем удовлетворенности показатели не обнаружено. Показатель удовлетворенности в физической культуре «Выше среднего» увеличился за учебный год почти в два раза (с 33,1% до 62,1%; $p < 0,05$), а высокий уровень удовлетворенности положительно изменился с 1,2% до 16,2% ($p < 0,05$). В контрольной группе динамика по некоторым уровням удовлетворенности не наблюдалась, а таких уровнях, как «Выше среднего» и «Ниже среднего» существенно изменилась отрицательно, что подтверждает описанное выше мнение студентов об отсутствии мотивации к занятиям физической культурой, непониманию и отсутствию осознания их значимости и необходимости.

Заключение

На основе результатов маркетингового исследования в сфере физического воспитания студентов вторых и третьих курсов можно констатировать, что итоги экспериментального применения маркетингового подхода к организации физического воспитания обучающихся вузов оказались продуктивными, а результаты исследования показали эффективность физического воспитания, осуществляемого с учетом интересов студентов и их потребностей в физкультурно-спортивных услугах, предоставляемых образовательной организацией. По итогам эксперимента обнаружено

осознание студентами экспериментальной группы необходимости академических и самостоятельных занятий физической культурой, подтверждаемой очевидной и стойкой динамикой таких показателей, как мотивация и заинтересованность занятиями физической культурой; динамика показателей привлекательности и удовлетворенности занятиями физической культурой.

На основе полученных результатов экспериментальной работы можно утверждать, что формирование у студентов вуза потребности в самостоятельной физкультурной активности будет успешным, если процесс физического воспитания планировать и осуществлять на основе использования элементов и инструментов маркетинга.

Список литературы

1. Климов В.М., Айзман Р.И. Динамика физической подготовленности студентов при организации физического воспитания в условиях свободного выбора физкультурно-спортивной специализации // Профессиональное образование и занятость молодежи: XXI век. Проблема опережающей подготовки кадров для российской экономики (региональный аспект): материалы международной научно-практической конференции. 2016. С. 45–48.
2. Махьянова А. Проявление мотивов физкультурно-спортивной деятельности у студентов вуза в процессе физического воспитания // XX Всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета: сборник статей. Ответственный редактор А.В. Коричко. 2018. С. 241–243.
3. Гаврилик М.В. Эффективность физического воспитания студентов в условиях интегрированной воспитывающей физкультурно-спортивной среды // Актуальные проблемы спортивной подготовки, оздоровительной физической культуры, рекреации и туризма. Адаптивная физическая культура и медицинская реабилитация: инновации и перспективы развития: материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 50-летию УралГУФК. 2020. С. 28–33.
4. Коваленя В.И. Психологический анализ спроса и предложения услуг в сфере физической культуры: дис. ... канд. психол. наук. Санкт-Петербург, 2002. 198 с.
5. Голубев А.И., Голубева Г.Н. Физкультурно-спортивные интересы и отношение студентов к физической культуре // Особенности организации физкультурно-оздоровительной деятельности в вузах на современном этапе социально-политического развития России: материалы Международной научно-методической конференции, посвященной XXXI-летию Олимпийским играм. 2016. С. 71–76.
6. Мельничук А.А. Формирование основ самостоятельной физкультурно-спортивной деятельности у студентов в процессе физического воспитания в вузе: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Тула, 2013. 27 с.
7. Пономарев В.В., Лимаренко О.В., Минченков К.А. Технология формирования самостоятельной физкультурно-спортивной деятельности у студентов в процессе физического воспитания в вузе: материалы VI международной научно-практической конференции. 2015. С. 135–138.
8. Шарипова Д.Т. Выбор студентами вуза физкультурно-спортивной специализации в процессе физического воспитания с учетом индивидуально-типологических особенностей: научные труды магистрантов и аспирантов Нижневартковского государственного университета. Отв. ред. А.В. Коричко. Нижневартовск, 2017. С. 502–507.