

практике понятие «холдинг» имеет больше экономическое содержание, нежели юридический смысл. Когда в экономике западных стран холдинговые структуры приобрели огромное значение, на них обратили внимание и в Беларуси.

Законодательные основания для такой формы взаимодействия субъектов хозяйствования в Республике Беларусь введены 28 декабря 2009 года, и уже в апреле 2010 года Министерством экономики Республики Беларусь зарегистрирован первый холдинг.

Создание и деятельность холдингов на территории Республики Беларусь имеют ряд особенностей:

- холдингом признается объединение юридических лиц, прошедшее процедуру регистрации в Министерстве экономики Республики Беларусь;
- холдинг не является юридическим лицом;
- по отдельным операциям для участников холдинга законодательно установлен льготный (преференциальный) режим налогообложения;
- особенности создания и деятельности холдингов на территории страны могут устанавливаться только Президентом Республики Беларусь.

На сегодняшний день в Республике Беларусь действует больше 90 холдингов, в которые объединено около 660 субъектов хозяйствования различных организационно-правовых форм (из них 509 объединены в холдинги с участием государства).

Ключевыми задачами в стратегии развития холдингов в Республике Беларусь, на наш взгляд, являются выпуск и реализация высокорентабельной продукции, расширение и диверсификация рынков сбыта. Основными направлениями достижения вышеуказанных задач должна стать поэтапная модернизация, техническое перевооружение и реконструкция производственных линий, отвечающих требованиям мировых стандартов, проведение мероприятий по финансовому оздоровлению предприятий.

На сегодняшний момент в области организации системы управления холдингов Республики Беларусь имеются как положительные тенденции, так и определенные проблемы. К положительным тенденциям можно отнести наличие у большей половины кодексов корпоративного управления, независимых директоров в составе наблюдательных советов. Вместе с тем, практически во всех холдингах по-прежнему отсутствуют комитеты при наблюдательных советах.

Таким образом, можно констатировать, что на современном этапе экономического развития национальная модель еще не сформировалась, в ней отчетливо наблюдается смешивание разрозненных элементов мировых моделей и национальных особенностей, что требует дальнейшего теоретического осмысления и практической реализации.

УДК 796.01: 332.025: 330.123.6

Я. У. Гусінец

e_gusinet@inbox.ru

Гомельскі дзяржаўны ўніверсітэт ім. Ф. Скарыны, Беларусь

АСАБЛІВАСЦІ ФІТНЭСУ ЯК СФЕРЫ ПАСЛУГ

Аннотация. В представленной публикации раскрыто понятие фитнес-услуги, рассмотрены особенности развития фитнеса как сферы услуг, а также представлены факторы, определяющие размер потенциального рынка фитнеса и потребительского спроса на физкультурно-оздоровительные услуги.

Сфера паслуг – той сектар нацыянальнай эканомікі, які апошнім часам дэманструе ўпэўнены ўзрост. Тэндэнцыі лічбавізацыі сацыяльна-эканамічных адносін у

грамадстве спрыяюць гэтаму працэсу, змяняючы характар сэрвіснай чыннасці, насычаючы рынак новымі паслугамі, падаючы шырокія магчымасці для выкарыстання новых метадаў кіравання [1-3].

Прааналізаваўшы панятак паслугі, можна зрабіць выснову, што фітнэс-паслуга можа быць разгледжана як чыннасць па аказанні матэрыяльна-побытавых і сацыяльна-культурных паслуг, якія маглі б задаволіць фізкультурныя патрэбы насельніцтва. Але патрэбы людзей пры спажыванні дадзенай паслугі не абмяжоўваюцца фізкультурнымі патрэбамі. Усю спецыфіку дадзенай эканамічнай галіны характарызуе вызначэнне С.І. Смірнова «фітнэс-паслуга – гэта дзейнасць выканаўца па задавальненні патрэб людзей у здаровым ладзе жыцця, падвышэнні функцыйных магчымасцяў сродкамі фітнэсу і дзеля атрымання прыбылі вытворцам» [4].

Зыходзячы з гэтага, істотнай умовай падання фітнэс-паслуг з'яўляецца тое, што фізкультурныя патрэбы павінны задавальняцца, павялічваючы якасць жыцця людзей і паляпшаючы іх стан здароўя. Мэта здараўлення дасягаецца шляхам падання паслуг у выглядзе спецыялізаваных фітнэс-праграм [5, 6].

Паказаныя азначэнні паслугі і ўдакладненне панятку фітнэс-паслуга даюць нам магчымасць вылучыць спецыфічныя рысы фітнэс-паслуг.

Фітнэс-паслуга ўяўляе сабою працэс, які адбываецца паміж спажывальнікам – кліентам, і пастаўшчыком – фітнэс-клубам. Паслуга спажываецца кліентам вылучна ў момант яе падання і памяняць яе, як тавар, ці вярнуць па прычыне незадаволенасці якасцю немагчыма. А менавіта, асаблівасці фітнэс-паслугі палягаюць у тым, што ў канчатковым выніку спажыўцу прадаюцца не самі практыкаванні, а толькі магчымасць іх выканання пад кіраўніцтвам кваліфікаваных адмыслоўцаў, у адпаведных умовах, у адмыслова абсталяваных памяшканнях, з выкарыстаннем спецыфічнага абсталявання ці без яго. У звязку з гэтым узнікае шэраг асаблівасцяў фітнэс-паслуг, якія фітнэс-клубы павінны ўлічваць пры распрацоўцы стратэгіі продажаў [7-12].

Першае, фітнэс-паслуга нематэрыяльная і неадчувальная да моманту набыцця, ацаніць яе якасць спажывальнік можа вылучна ў момант падання, а найчасцей зусім па сканчэнні нейкай колькасці часу. Таму, зазвычай, кліент павінен на слова паверыць вытворцу, што атрымае чаканы эффект.

Другое, якасць гэтай паслугі няўстойлівая. Эфект ад яе спажывання залежыць ад мноства фактараў: месца, часу, умоў. Для атрымання чаканага ефекту трэба цыклічная, сталае і рэгулярнае спажыванне кліентам фітнэс-паслугі.

Трэцяе, фітнэс-паслуга неадлучная ад крыніц, што аказваюць і спажываюць яе. Так, прыкладам, замена інструктара ў трэнажорнай зале істотна можа змяніць попыт на дадзеную паслугу. У той жа час вынік, які кліент атрымае пасля выкарыстанні дадзенай паслугі, залежыць наўпрост і ад яго ўласных высілкаў.

Чацвёртае, фітнэс-паслугі незахаваемы: немагчыма іх загатаваць загадзя і складаваць як тавар матэрыяльнай вытворчасці ў чаканні ўзросту попыту пакупнікоў. Бо, калі попыт з боку спажыўца адсутнічае, прыкладам, на групавы заняткаў па пілатэсе ніхто не прыйшоў, то дадзенае паслуга проста знікае.

Пятае, фітнэс-паслуга сезонная (цыклічная) у спажыванні. Колькасць кліентаў вар'іруецца ў залежнасці ад пары года: найвялікі попыт на паслугі адзначаецца ў восеньска-зімовы і асабліва вясновы сезоны, а ў летні час, святочныя дні ці вакацыі назіраецца істотны адток спажыўцоў фітнэс-паслуг [7, 8, 13].

Такім чынам, апісаныя характарыстыкі фітнэс-паслугі не толькі раскрываюць яе камерцыйныя ўласцівасці, але і могуць вытлумачыць асаблівасці спажывецкіх практык на дадзеным рынку. Ад таго, наколькі правільна і ў поўным аб'ёме фітнэс-клубы ўлічваюць дадзеныя асаблівасці паслугі пры продажах, залежыць наўпрост спажывецкі попыт у фітнэсе і здзяйсненне кліентам паўторных набыткаў.

Памеры патэнцыйнага рынку фітнэсу і спажывецкі попыт вызначаюцца і іншымі фактарамі.

Сацыяльна-эканамічнымі фактарамі:

- узроўнем прыбыткаў і ўзростам плацежаздольнасці насельніцтва;
- актыўнасцю таргетных груп, а менавіта структурай выдаткаў насельніцтва на сферу паслуг;
- цаной на паслугі фітнэсу;
- наяўнасцю ў насельніцтва часу на спажыванне паслуг фітнэсу;
- развітасцю спартовай інфраструктуры – колькасцю спартовых аб'ектаў і іх прапускной здольнасцю;
- праграмным забеспячэннем трэнеравальнага працэсу – зместам фітнэс-праграм, магчымасцю трэнеравання розным сацыяльным групам.

Сацыякультурнымі і дэмаграфічнымі фактарамі:

- колькасцю насельніцтва і яго падлога-ўзроставым складам;
- узроўнем адукацыі і прафесійнай структурай грамадства;
- модай на здаровы лад жыцця ў грамадстве і павелічэннем ліку прыхільнікаў здаровага ладу жыцця;
- павелічэннем значнасці вольнага часу і ўсталяванне спорту як ладу жыцця з новым разуменнем цялеснасці;
- разуменнем грамадства карыснасці і функцыйнасці фітнэсу, а таксама іншымі сацыяльна-эканамічнымі фактарамі.

На грунце аналізу асноўных дэфініцый і ўласных знявольненняў мы вылучаем наступныя асноватворныя элементы сферы фітнэс-паслуг.

Першае, сфера-фітнэс паслуг складаецца з розных па форме ўласнасцяў, арыентацый на спажываўца, розных міжсобку па коштавай палітыцы фізкультурна-спартовыя і фітнэс комплексы, цэнтры, клубы, студыі, якія аказваюць паслугі рухальнай актыўнасці.

Другое, асноўныя фітнэс-паслугі апынаюцца з дапамогай фізкультурна-аздараўленчых заняткаў, якія павінны быць разлічаны на розныя катэгорыі спажываўцоў у залежнасці ад іх роўня фізічнай падрыхтаванасці, эканамічных магчымасцяў, падлогі і веку.

Трэцяе, гэта самі спажываўцы – фізічныя асобы, маючыя жаданне займацца ці тыя хто ўжо займаюцца фітнэсам для падтрымання і ўмацавання здароўя, фізічнай рэабілітацыі, а таксама для правядзення фізкультурна-аздараўленчага і спартовага вольнага часу і дасягненні спартовых вынікаў [8, 14,15].

Зыходзячы з вышэйсказанага, прадстаўнікамі прапановы на рынку фітнэс-паслуг з'яўляюцца фітнэс-клубы (студыі, арганізацыі), а прадстаўнікамі попыту – кліенты, якія купляюць дадзеныя паслугі. Асноўным прадуктам галіны з'яўляюцца фізкультурна-аздараўленчыя, кансультацыйныя, адукацыйныя, забаўляльныя, спартова-гледныя і іншыя паслугі.

Літаратура

1. Гусинец, Е.В. Рынок услуг физической культуры и спорта: функции и особенности в системе экономических отношений / Е.В. Гусинец // Известия Гомельского государственного университета им. Ф. Скорины. – 2018. № 5 (110). – 137с., с. 116-121.
2. Гусинец, Е.В. Особенности потребительских предпочтений, занимающихся в фитнес-клубах г. Гомеля / Е. В. Гусинец // Эпоха науки. – 2020. – №. 21.– С.96-108
3. Гусинец, Е.В. Физическая культура и спорт как социально-экономическое явление в национальной экономике Республики Беларусь / Е.В. Гусинец // Известия Гомельского государственного университета им. Ф. Скорины. – 2016, №5(98). – 137с., с.107-111.
4. Смирнов, С.И. Организационно-педагогические факторы управления сферой фитнес-услуг: автореф. дисс. ... канд. пед. наук 13.00.04 / С. И. Смирнов. – СПб., 2013. – 19 с.

5. Гусинец, Е.В., Енченко, И.В. Особенности рынка услуг физической культуры в Российской Федерации и в Республике Беларусь / Е.В. Гусинец, И.В. Енченко // Известия Гомельского государственного университета им. Ф. Скорины. – 2017, №2(101). – 137с., с.158-162.

6. Гусинец, Е. В. Особенности потребительских предпочтений жителей г. Гомеля в выборе физкультурно-оздоровительных услуг / Е. В. Гусинец // Экономическая наука сегодня: сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск, 2018. – Вып. 8. – С. 194-203.

7. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. Экс пресс курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. СПб.: Питер. – 2006. – С. 302–303.

8. Венгерова, Н.Н. Характеристика российского рынка фитнес-услуг / Н.Н. Венгерова // Фитнес: теория и практика. Электронный научный журнал. 2015. № 3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fitness.esrae.ru/9-47>

9. Скидан А.А. Динамика морфофункционального состояния женщин зрелого возраста в процессе занятий шейпингом / А.А. Скидан, Е.П. Врублевский // Известия тульского государственного университета. Физическая культура. Спорт. – 2014. – № 2. – С. 73-78.

10. Скидан А.А. Изучение мотивации женщин зрелого возраста к оздоровительным занятиям шейпингом // Наука-2020. – 2016. – №1 (7). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-motivatsii-zhenschin-zrelogo-vozrasta-k-ozdorovitelnyim-zanyatiyam-sheypingom> (дата обращения: 14.06.2020).

11. Misjura A., Vrublevskiy E. Research of physical development, functional state and lifestyle of students // Спортивный вісник Придніпров'я. – 2018. – №. 2. – С. 74-80.

12. Врублевский, Е. П. Образ жизни студентов гомельского государственного университета имени Франциска Скорины по результатам анкетного опроса / Е.П. Врублевский, А.А. Мисюра, В.Ф. Коджебаш // Адаптаційні можливості дітей та молоді: матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції, 13–14 вересня 2018 року, м. Одеса / голов. ред. А. І. Босенко. – Одеса: Видавець Букаєв Вадим Вікторович, 2018. – Ч. 2. – С. 42-45.

13. Енченко, И.В. Развитие услуг физической культуры и спорта в России / И.В. Енченко: дис.... канд. экон. наук 08.00.05.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет. – 2015. – 199с.

14. Енченко, И.В. Услуги физической культуры и спорта в Российской Федерации: монография / Енченко И.В., Черненко В.А. – СПб.: РИО СПбГУС. – 2013. – 174 с.

15. Енченко, И. В. Значение услуг физической культуры и спорта в жизни общества / И. В. Енченко // Формирование и развитие инновационного потенциала на рынке труда региона: межвузовский сборник научных трудов. – Санкт-Петербург. – 2014. – С. 245-250.

УДК 331:332

А. Г. Земцов

alltimeforyou@yandex.by

Белорусский государственный экономический университет, Беларусь

НОВАЯ ЭКОНОМИКА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ВЗАИМОСВЯЗИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ БЕЛАРУСИ И ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

В материалах данной публикации содержится сравнительно-аналитическая информация об уровне заболеваемости, качестве услуг здравоохранения во взаимосвязи с экономикой и экологией отдельных регионов Беларуси. Поднимается проблема необходимости совершенствования комплексных программ развития здравоохранения в региональном аспекте.

Новая экономика предусматривает и иные оценки взаимосвязи экологии, демографии, психологии с экономическими процессами. В частности, формирование и сохранение человеческого капитала для Республики Беларусь, не обладающей стратегическими запасами природных ресурсов, имеет сегодня важнейшее значение. Здоровье – это важнейшая потребность человека, обеспечивающая гармоническое развитие личности. Оно является бесценным достоянием не только каждого человека, но и всего общества. Это универсальное благо, обеспечивающее условия для полноценной жизни как высшей ценности человечества. Здоровье населения является одним из самых важных свойств человеческого капитала. Являясь энергетическим