

№ 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2017/01/76901>. – Дата доступа: 20.07.2021.

15. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2020 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_18023/. – Дата доступа: 20.07.2021.

16. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2014 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_3475/. – Дата доступа: 16.04.2021.

17. Физическая культура и спорт в Республике Беларусь [Электронный ресурс]: стат. сб. / Белстат. – Режим доступа: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Search>. – Дата доступа: 28.04.2021.

18. Беларусь в цифрах, 2020 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_16711/. – Дата доступа: 20.07.2021.

19. Беларусь в цифрах, 2021 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2021. – URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_28455/. – Дата доступа: 20.07.2021.

20. О физической культуре и спорте: Закон Респ. Беларусь 4 янв. 2014 г., № 125-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск. – 2019.

УДК 339.13:796 (571.62)

Е. В. Гусинец

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА И КЛАССИФИКАЦИЯ УСЛУГ И СЕГМЕНТОВ СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

В статье представлено теоретическое обоснование экономической природы физкультурно-спортивных услуг, классификация продуктов и услуг индустрии спорта, в авторской редакции, а также экономические преимущества, получаемые государством за счет развития рынка физкультурно-спортивных услуг.

В современных социальных условиях физическая культура и спорт функционирует при поддержке государства в рыночных условиях. Поэтому при анализе работы всей системы физической культуры и спорта появляется острая необходимость в глубоком исследовании рынка отрасли «Физическая культура и спорт» [1-5].

Рынок системы физической культуры и спорта в основном – это рынок услуг. В экономической литературе выделяют такие сферы услуг, как: материального производства (транспорт, связь, бытовое обслуживание), социальной и культурной сферы (образование, физическая культура и спорт, наука, искусство), удовлетворения первоочередных потребностей населения (торговля, жилищно-коммунальное обслуживание, здравоохранение), денежного обращения (финансы, банковское обслуживание, кредитование,

страхование). Помимо физкультурно-спортивных услуг к системе физической культуры и спорта относится производство спортивной одежды, спортивных товаров; строительство и ремонт спортивных судов, строительство спортивных сооружений; оптовая и розничная торговля спортивными товарами и спортивной одеждой [6-14].

Необходимо отметить, что экономическая природа физкультурно-спортивных услуг значительно проявляет себя в таких процессах как воспроизводство высококачественной рабочей силы, а также развития и укрепления трудовых ресурсов. Занятия физической культурой и спортом помогают многим людям в восстановлении их трудового и эмоционального потенциала. Выполняя рекреативную функцию, они переключают на другие виды деятельности, формируя при этом новые умения и навыки, а также знания в области двигательной активности. Физические упражнения стимулируют к ведению здорового образа жизни, неотъемлемой частью которого является здоровое питание и рациональный отдых. Выполняя функцию реабилитации и восстановления потенциала рабочей силы, физическая культура и спорт высвобождает государственные финансовые и материальные ресурсы [15-20].

На рисунке 1 представлены экономические преимущества, получаемые государством за счет развития рынка физкультурно-спортивных услуг.

Как мы видим на представленном рисунке государство в лице правительства и соответствующих министерств и ведомств получает реальные экономические преимущества, выражаемые, прежде всего, в снижении уровня финансирования государственных республиканских и местных программ развития физической культуры и спорта, увеличения налоговых и внебюджетных поступлений от организаций физической культуры и спорта, увеличения количества новых рабочих мест, увеличение числа граждан, ведущих здоровый образ жизни и др.



Рисунок 1 – Экономические преимущества, получаемые государством за счет развития рынка физкультурно-спортивных услуг

В последнее время в сфере физической культуры и спорта складываются разносторонние и многогранные экономические отношения, включающие в себя весь комплекс хозяйственных отношений, связанных с приобретением и реализацией спорттоваров и услуг определёнными изготовителями и потребителями, взаимосвязи, складывающиеся между спортивными клубами и федерациями, отдельными атлетами и тренерами, а также зрителями. Кроме того, появляются относительно новые виды физкультурно-спортивных услуг. Спортивные федерации, ассоциации и союзы прорабатывают и стандартизируют порядок страхования атлетов от различных рисков и травм, формируются формы трансфертов спортсменов в иностранные и национальные спортивные клубы. В области инфраструктуры сформировалась крупная сфера, базирующаяся на спортивно-массовых мероприятиях. Предоставляются услуги по поиску отечественных и зарубежных спонсоров для отдельных спортсменов, клубов; юридическому сопровождению спортивной и тренерской деятельности, трудоустройству спортсменов и тренеров и др. [1, 4, 21, 22].

Несмотря на возрастающую в последние годы роль физической культуры и спорта на экономику и жизнь общества, продолжают оставаться определенные факторы, которые оказывают негативное сдерживающее влияние на рыночное устройство предоставления физкультурно-спортивных услуг.

К ним относятся следующие:

- основная часть услуг физической культуры и спорта являются исключительно общественными благами, удовлетворяя потребности населения в оздоровлении, национальной безопасности, качественных трудовых ресурсах;
- по своей экономической природе услуги физической культуры и спорта имеют ярко выраженные внешние эффекты (они влияют на трудовую активность занимающихся, снижают уровень заболеваемости, продолжительность жизни);
- неравномерность предоставления информации (методики и технологии подготовки спортсменов различной квалификации);
- монополизм (специализированные учебно-спортивные учреждения и федерации, представляющие различные виды спорта, ведущие спортивные команды, олимпийские состязания). Эти и другие факторы мешают нормальной реализации предпринимательской деятельности по оказанию физкультурно-спортивных услуг. По этой и ряду других причин доля участия некоммерческого механизма предоставления подобных услуг господствует над коммерческим.

В современных реалиях развития общества физическая культура и спорт стали важнейшим компонентом социально-экономического развития любой страны мира. Регулярные занятия физической культурой и спортом, высокое качество медицинского обеспечения и экологическая ситуация в стране сегодня считаются основными составляющими крепкого здоровья нации, а, следовательно, и высокой экономической активности граждан. В последнее время практика здорового образа жизни незаметно трансформировалась в глобальную тенденцию, наряду со стремительной коммерциализацией спорта

нацеленной на повышение зрелищности спортивных событий и соревнований [3, 5, 22].

В современной отечественной и зарубежной литературе «спорт», как обобщенное понятие или определение представляет собой «деятельность по воспитанию, подготовке спортсменов, а также по управлению спортивной деятельностью», таким образом автоматически приобщаясь к такой экономической категории как спортивный менеджмент.

Физическая культура и спорт как отрасль непродуцированной сферы экономики продолжает оказывать серьезное влияние на различные социально-экономические показатели общественной жизни, включая потребительские запросы населения, его работоспособность, структуру спроса на товары и услуги физической культуры, спорта и туризма, позицию государства на мировой арене спорта [1, 4].

Конечный продукт спортивной индустрии достается конечным потребителям либо безвозмездно (детско-юношеский, массовый и оздоровительный спорт), либо на платной основе через систему коммерческих физкультурно-спортивных организаций. При этом продукты спорта подразделяются на товары и услуги. Спортивным товарами здесь в основном выступает спортивная одежда и инвентарь, специальное оборудование, используемое в спортивных сооружениях, а также атрибутика. Спектр спортивных услуг представлен более широким комплексом продуктов, который составляет в спортивной индустрии основную денежную выручку [3-5].

На рисунке 2 представлены продукты и услуги, относящиеся к разным сегментам индустрии спорта.



Рисунок 2 – Продукты и услуги индустрии спорта

Из рисунка 2 очевидно, что основных услуг, по сути, 4:

- спортивно-оздоровительные услуги, которые представляют основную долю услуг на рынке конечных потребителей (групповые и индивидуальные

занятия (тренировки) в спортивных клубах, фитнес-центрах, специализированных учебно-спортивных учреждениях и иных организациях, осуществляемые на коммерческой и некоммерческой (бюджетной) основе;

- зрелищные услуги, включая в себя производные от нее продукты (входные билеты на спортивные события, права на партнерство и спонсорство, спортивную атрибутику с клубной символикой, права на теле-, радио- и интернет-трансляции, права на спортсменов, различные бренды, принадлежащие ведущим спортивным организациям, и т.д.);

- услуги активного отдыха и развлечения, так же как и спортивно-оздоровительные, предоставляются теми же субъектами спортивной индустрии, но уже в большей степени на платной основе, с использованием различных видов спорта, в том числе и в упрощенных формах, а также различных физических упражнений не с целью физического развития и достижения высоких спортивных результатов, а для развлечения, отдыха, переключения, снятия стресса и напряжения и поддержания необходимого уровня двигательной активности;

- лечебно-реабилитационные услуги представляют собой комплекс лечебно-восстановительных мероприятий (в том числе физиопроцедур, массажа, лечебных душей, ванн, комплексов ЛФК и механотерапии и др.) направленных на лечение, восстановление и реабилитацию как профессиональных спортсменов и представителей массового спорта, так и людей, получивших травмы при потреблении спортивно-оздоровительных услуг и активного отдыха, а также в результате несчастных случаев или врожденных патологий. Данные услуги предоставляются как на базе профессиональных спортивных клубов под наблюдением врача команды, так и в медицинских учреждениях в отделениях физической реабилитации и лечебной физической культуры.

Существуют также и различные классификации субъектов рынка спортивных услуг, показывающие, что в разных сегментах задействуется разный – не всегда полный – состав субъектов.

Так по мнению Ф. Шааф [23] существует пять основных групп субъектов:

- 1) спортсмены;
- 2) работники задействованных в тренировочной и соревновательной деятельности структур;
- 3) имиджевые долгосрочные спонсоры и частные инвесторы, осуществляющие инвестиции в спорт;
- 4) покупатели спортивного «контента» и рекламы на спортивных мероприятиях (СМИ, спонсоры мероприятий, компании - организаторы, компании, получающие права на розничную торговлю на спортивных мероприятиях);
- 5) продавцы прав (спортивные лиги, представители команд, органы, выдающие лицензии, спортивные организаторы) [23].

Все спортивные услуги могут относиться к разным сегментам индустрии спорта, приобретая свою специфику (рисунок 3).



Рисунок 3 – Сегменты индустрии спорта

Особенной категорией при всем при этом остаются зрители как потребители зрелищной услуги.

Иная классификация субъектов рынка спортивных услуг предложена М. Томичем. Автор делит всех участников, взяв за эталон профессиональный спорт, как бы на два лагеря – «рынок клиентов» и «рынок спонсоров, доноров, партнеров по бизнесу». К рынку клиентов (конечных потребителей – физических лиц) относятся спортсмены, их менеджеры, спортивная общественность и болельщики, а также потребители спортивных услуг, товаров, оборудования, реквизита. Рынок спонсоров, доноров, партнеров по бизнесу образуют компании (юридические лица), занимающиеся спонсорством; компании, занимающиеся производством спортивных изделий, инвентаря, оборудования; телевизионные и интернет-компании, приобретающие лицензионные права на показ спортивных событий; СМИ, освещающие спортивные события; агентские компании, занимающиеся продвижением спортсменов, осуществляющие сделки, связанные с их контрактами [24].

Таким образом, подводя итог выше сказанному, можно отметить, что оказание услуг физической культуры и спорта может осуществляться исключительно в рамках экономической модели смешанного типа. И, конечно же, проводить дальнейший экономический анализ системы физической культуры и спорта необходимо учитывая объективные закономерности работы подобных экономических систем.

Анализ представленный в данной публикации подталкивает к тому, чтобы считать вполне оправданным и скорее даже необходимым, переход к идее управления физической культурой и спортом, в основе которой лежит услуга-направленная модель. В соответствии с указанной моделью потребители выбирают услуги, обладающие самым высоким качеством, лучшими свойствами и характеристиками. Этот факт, в свою очередь, должен подталкивать организации физической культуры и спорта на концентрацию усилий, направленных на предоставление услуг высокого качества, стремящихся к постоянному улучшению.

Список использованной литературы

1. Гусинец, Е. В. Особенности развития отрасли "Физическая культура и спорт" в Республике Беларусь / Е. В. Гусинец // Экономика и банки. – 2019. – № 1. – С.67–76.
2. Зацепин, А. В. Исследование динамики физической подготовленности школьников Гомельского региона / А. В. Зацепин, С. В. Севдалев, Е. В. Гусинец // Известия Гомельского государственного университета им. Ф. Скорины. – 2014. – № 5 (86). – С. 22–25.
3. Енченко, И. В. Услуги физической культуры и спорта в современных условиях / И. В. Енченко // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2013. – №3. – С. 197–202.
4. Gusinets, E Current state and peculiarities of the national industry «Physical culture and sport» development in The Republic of Belarus / E. Gusinets, B. Sorvirov, A. Tolstenkov // Фізична культура, спорт та здоров'я нації: збірник наукових праць. – Вінниця: ТОВ «Твори». – №. 9 (28). – С. 343–351.
5. 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. – №. 8. – С. 194–203.
6. Закиева, Р. Р. Современные технологии профессионального образования / Р.Р. Закиева // Информация и образование: границы коммуникаций. – 2018. – № 10 (18). – С. 245–246.
7. Gritcenko, A. N. Organizing the activities of management companies on the principles of social partnership / A. N. Gritcenko, S. A. Novosadov, M. A. Aseeva, O. V. Hleba // Mediterranean Journal of Social Sciences. – 015. – Т. 6. – № 1 S2. – P. 90–95.
8. Misyura, A. Dynamics of intellectual efficiency indicators of the second step pupils of general secondary education at the English lessons during regular use of physical minutes / A. Misyura, E. Vrublevskiy // Physical Culture, Sport and Health of the Nation: Sb. sciences works; Vinnytsia state ped Un-t them. M. Kotsyubinsky. – Vinnitsa: Glider, 2018. – P. 339–345.
9. Закиева, Р. Р. Отбор и структурирование содержания профессионального образования / Р. Р. Закиева // Профессиональное образование в современном мире. – 2018. – Т. 8. – № 4. – С. 2235–2245.
10. Асеева, М. А. Профессионально-трудовое определение молодежи / М. А. Асеева // СОТИС – социальные технологии, исследования. – 2012. – № 1. – С. 57–63.
11. Бизнес и предпринимательство в условиях современной экономики: организационные, управленческие и финансовые аспекты устойчивого развития / М. Р. Арпентьева [и др.]; Институт предпринимательской деятельности. – Минск: ООО «Ковчег», 2018. – 244 с.
12. Асеева, М. А. Формирование условий привлечения инвестиционных ресурсов для развития Ставропольского края / М. А. Асеева // Аудит и финансовый анализ. – 2007. – № 5. – С. 276–280.
13. Никитина, А. С. Кадровые инновации в сфере государственного и муниципального управления / А. С. Никитина, Ю. М. Кузнецова // Вопросы управления. – 2019. – № 3 (58). – С. 191–198.
14. Misyura, A. A., Levkova, M.G., Gusinets, E.V. Study of formation level of cognitive component of personal physical education in children of older preschool age / A. A. Misyura, M. G. Levkova, E. V. Gusinets // Физическая культура и спорт в XXI веке: актуальные проблемы и их решения. – 2020. – С. 170–178.
15. Гусинец, Е. В. Особенности потребительских предпочтений, занимающихся в фитнес-клубах г. Гомеля / Е. В. Гусинец // Эпоха науки. – 2020. – №. 21. – С.96–108.
16. Скидан, А. А. Содержание методики оздоровительных занятий шейпингом для девушек в процессе физического воспитания / А. А. Скидан, С. В. Севдалев, Е. П. Врублевский // Физическое воспитание студентов. – 2015. – № 6. – С. 56–62.
17. Енченко, И. В. Анализ современного состояния и методические рекомендации по развитию адаптивной физической культуры в России и Белоруси / И. В. Енченко, Е. В. Гусинец, Н. В. Дергунова // Современные научные исследования и инновации. – 2017. – № 1.

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2017/01/76901>. – Дата доступа: 20.07.2021.

18. Misjura, A. Research of physical development, functional state and lifestyle of students / A. Misjura, E. Vrublevskiy // Спортивный вiсник Приднiпров'я. – 2018. – № 2. – С. 74–80.

19. Севдалев, С. В. Организационно-методические аспекты индивидуализации оздоровительной тренировки женщин / С. В. Севдалев, А. А. Скидан, Е. П. Врублевский // Человек. Спорт. Медицина. – 2020. – Т. 20. – № S1. – С. 69–76.

20. Скидан, А. А. Оптимизация психофизиологического состояния женщин среднего возраста в процессе занятий оздоровительным шейпингом / А. А. Скидан [и др.] // Ученые записки университета им. П. Ф. Лесгафта. – 2015. – № 2 (120). – С. 165–168.

21. Енченко, И. В. Анализ развития спортивно-оздоровительных услуг в России и за рубежом / И. В. Енченко, Е. В. Гусинец // Детско-юношеский туризм : образовательные технологии: сборник научных трудов по материалам III Междунар. науч.-практ. конф. – Санкт-Петербург. – 2017. – С. 77–86.

22. Gusinets, E. V. Study of consumer requests of clients of fitness clubs and health centers of gornel / E. V. Gusinets // Альманах Крым. – 2020. – № 21. – С. 60–75.

23. Шааф, Ф. Спортивный маркетинг / Ф. Шааф. – М. : ИИД «Филинь», 2010. – 457 с.

24. Томич, М. Маркетинг в спорте. Рынок и спортивные продукты / М. Томич. – М. : Изд-во Межд. Акад. Футбольной и спортивной индустрии, 2012. – 324 с.

УДК 796.034.2

И. В. Енченко

ФИТНЕС-ИНДУСТРИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ

В статье представлен комплексного анализа современного состояния фитнес индустрии в Российской Федерации: кадровое обеспечение фитнес индустрии, численность и состав занимающихся в фитнес-клубах, динамика изменения количества фитнес клубов. Основой для исследования послужил анализ статистической информации по форме 1-ФК, представленной на сайте Министерства спорта Российской Федерации за 2018-2020 годы, данные ВЦИОМ, данные Ассоциации операторов фитнес-индустрии.

Физическая культура на сегодняшний день стала неотъемлемой частью жизни современного общества и функционирует при поддержке государства в рыночных условиях, имея собственную структуру управления, достаточно развитую сеть физкультурно-спортивных учреждений и организаций, обладает высоким материально-техническим и кадровым потенциалом [1-4].

Многие авторы в своих публикациях отмечают положительное влияния физических упражнений на здоровье, физическое развитие, умственную и физическую работоспособность, функциональную подготовленность людей различного возраста и пола, а также значимую роль физической культуры и спорта в экономическом развитии страны [5–12].

На сегодняшний день в России активно реализуются государственные программы и стратегии по развитию физической культуры и спорта. Так, в частности, реализуется «Стратегия развития физической культуры и спорта в