

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНО-СПОРТИВНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Гахария Т.Н., аспирант*

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Беляцкий Н.П. – докт.экон.наук, профессор*

**Аннотация.** Специфика рынка отрасли «физическая культура и спорт» во многом обусловлена особенностями нематериального производства, имеющего место в данной сфере. Кроме того, особенности образовательно-спортивных услуг в нашей стране диктуются процессами цифровизации экономики и образования, а также прописаны в различных нормативно-правовых актах. Цель совершенствования структуры образовательно-спортивных услуг вызвана необходимостью удовлетворения потребностей различных социально-демографических групп населения в физическом и духовном развитии. Цифровая трансформация спорта и физической культуры задает основной вектор развития указанной сферы и помогает в формировании здоровой нации.

**Ключевые слова.** Образовательно-спортивные услуги, физкультурно-спортивные организации, цифровизация образования, целевой сегмент, дистанционное обучение, здоровый образ жизни, спортивный маркетинг.

Актуальность вопроса совершенствования структуры образовательно-спортивных услуг продиктована процессом цифровизации образования и популяризации здорового образа жизни. Совокупность образовательно-спортивных услуг входит в сферу физической культуры и спорта, которая представляет собой сложную систему и охватывает своим воздействием все социальные и возрастные слои населения. Результаты этого воздействия проявляются во многих сферах жизни общества и прежде всего в социально-экономической (в содействии повышению уровня производства и производительности труда) и социально-культурной (в развитии физического воспитания, образования, в качественном улучшении образа жизни). Поэтому важно выбрать правильный вектор развития образовательно-спортивных услуг с учетом цифровых и информационных тенденций.

В современных условиях создание оптимальной структуры образовательно-спортивных услуг зависит от заданных конкретно-достижимых целей общества. При этом цель может выступать как базис для упорядочения и классификации указанных услуг. Следует учитывать, что образовательно-спортивные услуги имеют:

1) социальное значение, как конкретная сфера жизни общества: сфера физической культуры и спорта. Она включает в себя физкультурно-оздоровительную, учебно-тренировочную, соревновательную и другого рода деятельность, а также деятельность, их обеспечивающую (финансирование, право, управление, развитие материально-технической базы, коммуникация, научно-исследовательская работа, подготовка и переподготовка кадров);

2) экономическое значение, как отрасль непроектной сферы, т.е. вид общественно полезной деятельности по оказанию населению различного рода услуг. Эта деятельность

осуществляется предприятиями, учреждениями, организациями различных форм собственности и ведомственной принадлежности, а также частными лицами. Согласно действующему в Республике Беларусь общегосударственному классификатору (ОКРБ 005-2011) видов экономической деятельности образовательно-спортивные услуги являются составной частью секции Р «Образование» и секции Р «Творчество, спорт, развлечение и отдых», а именно группы «Деятельность в области физической культуры и спорта, организации отдыха и развлечений». Данная группа включает широкий спектр видов деятельности в области спорта:

- деятельность физкультурно-спортивных сооружений по проведению спортивных мероприятий;
- деятельность спортивных клубов и фитнес-клубов;
- деятельность профессиональных спортсменов;
- деятельность владельцев машин, собак, лошадей и т. д., участвующих в гонках и других спортивных мероприятиях;
- деятельность спортивных тренеров, предоставляющих специализированные услуги по поддержке участников в спортивных мероприятиях и соревнованиях;
- другую деятельность по организации, содействию проведения и управлению спортивными мероприятиями, не включенную в другие группировки [1].

Отрасль физической культуры и спорта представляет собой совокупность государственных, общественных и других организаций, осуществляющих физкультурно-оздоровительную, спортивно-прикладную подготовку населения в масштабе страны, а также выполняющих научно-методическое, материально-техническое, организационно-управленческое обеспечение этой деятельности.

Образовательно-спортивные услуги – это продукт деятельности физкультурно-спортивных организаций, которые являются важнейшим субъектом рыночных отношений. Оказание услуг создает желаемый результат. Поэтому, если определять услугу как вид деятельности, работу, направленную на удовлетворение потребностей других людей, в процессе выполнения которой не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта, то услуги – это блага, предоставляемые не в виде вещей, а в форме общественно полезной деятельности, которые необходимо систематизировать.

Образовательно-спортивные услуги относятся к социально-культурным услугам. Главная цель указанных услуг – обеспечение поддержания и восстановления здоровья различных социально-демографических групп, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства в области физической культуры и спорта. По степени соответствия ассортимента запросам потребителей производится предоставление образовательно-спортивных услуг по конкретным (в том числе индивидуальным) заказам; разработка и предоставление услуг по специализированным, целевым программам, адаптированным к требованиям конкретных групп потребителей (заказчиков); предоставление типовых услуг. Следует учитывать, что физкультурные организации Республики Беларусь, оказывающие образовательно-спортивные услуги, существует на четырех уровнях иерархии: республиканский, областной, районный и первичный основного организационного звена структуры (коллектив физической культуры, спортивный или туристский клуб, секции и т.д.).

Описывая состояние современных образовательно-спортивных услуг, следует отметить, что они существуют в следующих видах:

1. Организованные формы занятий физическими упражнениями и спортом в виде урочных занятий, спортивных и оздоровительных секций, спортивных команд и клубов, в том числе в дистанционной форме.
2. Спортивные зрелища, цель которых пропаганда здорового образа жизни и привлечение внимания к конкретным видам спорта.
3. Разработка методик, методических комплексов физкультурно-оздоровительных занятий, программ физического воспитания и систем подготовки спортсменов, в том числе в цифровом виде.

Среди объектов, занимающихся физкультурно-спортивными мероприятиями и оказывающими образовательно-спортивные услуги, наиболее распространенными являются: физкультурно-оздоровительные комбинаты (ФОКи), физкультурнооздоровительные центры (ФОЦ), спортивные клубы учебных учреждений, Дворцы спорта городов, городские парки культуры и отдыха, спортивно-оздоровительные клубы по интересам. Осуществляя деятельность по оказанию образовательно-спортивных услуг в сложившихся экономических условиях, следует учитывать специфику рынка Республики Беларусь [2]. В частности, то, что в сфере указанных услуг преобладает рынок покупателя, т.е. наиболее активными приходится быть «продавцам услуг». Чтобы занять свою нишу спортивным организациям приходится:

- разрабатывать авторские методики проведения тренировок;
- привлекать к проведению тренировок известных авторитетных в своих кругах людей;
- «взращивать» собственных «чемпионов» в своих спортивных клубах;
- использовать сетевую форму ведения бизнеса;

- рекламировать и продвигать всё выше перечисленное через различные социальные сети, такие как Instagram, ВКонтакте, Facebook, Telegram.

Разработка авторских методик проведения тренировок проводится с учетом требований моды и условий жизнедеятельности. Изучение спроса на образовательные-спортивные услуги показывает, что в 2010-2019 годах имелась тенденция стабильного его роста из-за стремления населения к здоровому образу жизни. Однако спрос на образовательные-спортивные услуги начал падать в 2020 году из-за введенных ограничительных мер вследствие пандемии. Выход из сложившейся ситуации помогала найти цифровизация образования, которая позволила внедрять возможность проведения занятий в режиме on line. Преимущества таких занятий: отсутствие привязанности к расписанию; появляется возможность подробно разобраться с техникой выполнения упражнений; экономия времени на дорогу; доступ к тренировкам в формате курса; получение дополнительных услуг, например, консультации диетологов по питанию. Это приобрело особую актуальность в условиях самоизоляции из-за Covid-19. Стало понятно, что цифровизация образовательных-спортивных услуг является перспективным направлением и базой для дальнейшего развития [3].

Привлечение в спортивный клуб к проведению тренировок или занятию определенным видом спорта известных и авторитетных людей – широко распространенный маркетинговый ход, который продолжает работать и помогает достигать немалых результатов, в том числе экономических. Современный спортивный клуб – это эффективное бизнес-предприятие, использующее инструменты спортивного маркетинга для получения максимальной прибыли.

В настоящее время широко распространенной практикой стала раздача титулов «чемпионов» в отдельно взятых спортивных клубах, так называемый полупрофессиональный персональный маркетинг. Для этого руководители клуба занимаются не только оказанием образовательных-спортивных услуг, но и проводят спортивно-зрелищные мероприятия, по результатам которых выбирают лучшего спортсмена в своем виде спорта на уровне клуба или среди клубов по аналогичным видам спорта.

Использование сетевой формы ведения бизнеса помогает не только максимально охватить свой целевой сегмент по всему городу, но и позволяет принимать превентивные решения, угадывающие тенденции в развитии спроса на образовательные-спортивные услуги. Данную тенденцию можно наглядно проследить на примере развития клубов единоборств (таблица 1).

Таблица 1 – Параметры деятельности крупных клубов единоборств

Название клуба	Количество филиалов	Количество часов в неделю
Зал единоборств Voron	4 – Минск	134
	1 – Самара	28
Academy MMA	3 – Минск	85
	1 – Пинск	15
BFC gym	8 – Минск	300
	1 – Солигорск	36

Разветвленная локация филиалов приносит ряд преимуществ как для работников клубов, так и для клиентов (таблица 2).

Таблица 2 – Преимущества от сетевой формы организации бизнеса в сфере образовательных-спортивных услуг

Преимущества для работников клубов	Преимущества для клиентов клубов
Не требуется самостоятельно искать клиентов и проводить маркетинговую работу	В случае болезни или отсутствия тренера не требуется искать замену самостоятельно
Не требуется искать и договариваться о месте проведения тренировок	Можно выбрать наиболее удобное место и время для тренировки
Есть возможность бесплатного обучения и повышения квалификации	Есть возможность выбрать определенного тренера

Учитывая все преимущества, маркетинг спорта может рассматриваться как способ проведения социальных программ во благо общества, тем самым повышая уровень физического развития. В данном контексте маркетинг является неотъемлемым атрибутом, способствующим соблюдению и разумной сбалансированности принципов экономической эффективности и социальной справедливости при предоставлении образовательных-спортивных услуг. Глобальная информатизация общества дает толчок развитию маркетинговых коммуникаций, с помощью которых удаётся влиять на потребителей и понять, что им действительно нужно. Особенностью рынка образовательных-спортивных услуг является рост числа потребителей и большое разнообразие спортивных клубов. Поэтому главной задачей становится сформировать устойчивую клиентскую базу.

## *58-я научная конференция аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР, 2022 г*

Контент-стратегии продвижения образовательно-спортивных услуг в Интернете для спортивных клубов могут быть различны, но цель у них одна – привлечь максимальное число клиентов из своего сегмента рынка и максимизировать собственную прибыль. Создание сайтов, блогов, каналов в соцсетях является способом взаимодействия спортивной организации или отдельной личности со своей целевой аудиторией посредством различных платформ. За счет присутствия в Интернете удастся улучшить коммуникацию, получить обратную связь и повысить публичность спортсмена или спортивного клуба. Блоггинг, например, является одним из наиболее эффективных способов онлайн-присутствия спортсмена и повышения его популярности.

Кроме того, продвигая образовательно-спортивные услуги через сайты и социальные сети, спортивные клубы наполняют их собственными новостями, рекламой, экспертным контентом (программами тренировок, статьями о питании, здоровом образе жизни), акциями, скидками, акционными предложениями клуба, мотивационными моментами, челленджами (испытаниями/вызовами), конкурсами и подарками, призывами к действию, юмором.

В последнее время в нашей стране можно наблюдать увеличение потребления образовательно-спортивных услуг, что способствует удовлетворению не столько материальных, сколько духовных, интеллектуальных потребностей населения, содействует поддержанию их нормальной жизнедеятельности даже в условиях самоизоляции. Отдельные цифровые технологии дают возможность наиболее эффективно «раскручивать», рекламировать и освещать спортивные события и занятия физической культурой. Цифровизация спорта и пропаганда здорового образа жизни помогают сделать образовательно-спортивные услуги более доступными для всех граждан страны.

### **Список использованных источников:**

1. Общегосударственный классификатор Республики Беларусь. Виды экономической деятельности : ОКРБ 005-2011. – Введ. 05.12.2011. – Минск : Госстандарт, 2011. – 364 с.
2. Головенчик, Г.Г. Цифровизация белорусской экономики в современных условиях глобализации: монография / Г.Г. Головенчик. – Минск : Издательский центр БГУ, 2019. – 257 с.
3. Головенчик, Г.Г. Цифровая экономика: монография / Г.Г. Головенчик, М.М. Ковалев. – Минск : Издательский центр БГУ, 2019. – 394 с.