

УДК 338.467 (571.63)

## МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ФИТНЕС-УСЛУГ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

<sup>1</sup>Локша А.В., <sup>2</sup>Петрова Н.И.

<sup>1</sup>Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, e-mail: fox1108@mail.ru;

<sup>2</sup>Морской государственный университет имени Г.И. Невельского, Владивосток,  
e-mail: petrova.nina.i@gmail.com

Во всем мире растет количество людей, которые приходят к пониманию, что здоровье – есть личный капитал каждого отдельного человека. Фитнес-услуги становятся неотъемлемой частью современного города и являются приоритетным видом услуг. Российский рынок фитнес-услуг демонстрирует один из самых высоких темпов роста среди прочих услуг. Целью настоящего исследования является выявление латентных механизмов формирования спроса на фитнес-услуги в современном городе и оценка особенностей формирования рынка фитнес-услуг в Приморском крае. Для анализа рынка фитнес-услуг использовались данные анкетного опроса молодежного сегмента потребителей фитнес-услуг. Кроме традиционных маркетинговых технологий исследования локальных потребительских рынков услуг, в анкетном опросе исследовались проблемы, которые обуславливают поведение потребителей на рынке фитнес-услуг. Особенность подхода состоит в широком использовании в анкетах открытых вопросов, требующих от респондентов высказывания ответа (мнения) в текстовой форме.

**Ключевые слова:** маркетинговые исследования, маркетинговые технологии, фитнес-услуги, анкетный опрос, анализ данных, обработка качественной информации, молодежный сегмент

## THE MARKETING ANALYSIS OF FITNESS SERVICES MARKET IN PRIMORSKI KRAY

<sup>1</sup>Loksha A.V., <sup>2</sup>Petrova N.I.

<sup>1</sup>Far Eastern Federal University, Vladivostok, e-mail: fox1108@mail.ru;

<sup>2</sup>Maritime State University named G.I. Nevelskoy, Vladivostok, e-mail: petrova.nina.i@gmail.com

Throughout the world, a growing number of people come to understand that health is the personal capital of every single person. Fitness services become an integral part of the modern city and are a priority service. The Russian market of fitness services demonstrates one of the highest growth rates among other services. The purpose of this study is to identify latent mechanisms for shaping the demand for fitness services in the modern city and to assess the features of the formation of the market of fitness services in Primorsky Krai. For the analysis of the market of fitness services the data of a questionnaire of a youth segment of consumers of fitness services were used. In addition to traditional marketing technologies for researching local consumer markets for services, the questionnaire examined the problems that determine the behavior of consumers in the market of fitness services. The peculiarity of the approach consists in the wide use of open questions in the questionnaires, which require respondents to state the answer (opinion) in text form.

**Keywords:** marketing research, marketing technologies, fitness services, questionnaire survey, data analysis, qualitative information processing, youth segment

Последние десятилетия во всем мире продолжала расти средняя продолжительность жизни людей. Соответственно, постоянно растет и возраст активной деятельности человека. Для того чтобы соответствовать требованиям времени, люди вынуждены задумываться о своем здоровье, начиная с молодого возраста. С другой стороны, физические нагрузки все больше уходят из трудовой деятельности человека, что приводит к угасанию физических способностей населения. Поэтому во всем мире растет количество людей, которые приходят к пониманию, что здоровье – есть личный капитал каждого отдельного человека. Забота о человеческом капитале страны входит в число основных приоритетов развитых стран. В США регулярно занимаются спортом 40% населения,

а в Германии – более 60%. В России в настоящее время занимаются спортом только около 15% населения.

Современный подход к занятиям спортом и оздоровительными процедурами требует как методического сопровождения, так и соответствующего различным видам спорта оборудования. Использование современных методик делает занятия спортом наиболее эффективными. Поэтому в современном мире так популярны услуги специализированных фитнес-центров, которые осуществляют комплексное спортивно-оздоровительное сопровождение своих клиентов. В развитых странах услугами фитнес-центров пользуются около 15% населения. В России этот вид услуг начал развиваться сравнительно недавно, поэтому в настоящее время они ис-

пользуются только 3% населения страны. В столичных городах этот процент гораздо выше. В Москве, например, пользуются фитнес-услугами 12,5% населения города.

Однако даже при таком, на первый взгляд, невысоком проценте потребителей фитнес-услуг в России абсолютные значения весьма внушительные. Среди всех платных услуг, представленных на рынке услуг России, доля услуг физической культуры и спорта составляет около 1%, что равно доле услуг всех санаторно-курортных организаций и даже превосходит долю, приходящуюся на юридические услуги (0,9%).

Рынок фитнес-услуг демонстрирует один из самых высоких темпов роста среди прочих услуг (рис. 1). По мнению экспертов, в ближайшие годы ожидается дальнейший рост объемов рынка фитнес-услуг, который может составить 22–25% [7].

Феномен роста рынка фитнес-услуг особенно примечателен на фоне общего снижения объема платных услуг в России в связи со снижением платежеспособности населения. Например, в Приморском крае в 2016 г. объем платных услуг населению составил 132,9 млрд рублей, что на 15,1% меньше, чем в 2015 году. При этом рост объема услуг физической культуры и спорта составил 18%, что даже выше, чем в среднем по стране.

Расширение рынка фитнес-услуг отражается на повышении качества жизни населения. Проблема повышения качества жизни населения для Приморского края в настоящее время имеет особенно актуальное звучание в связи с новой ролью, которая отводится краю в связи с новой экономической политикой страны, переориентирующей на расширение сотрудничества со странами АТР [4].

Фитнес-услуги становятся неотъемлемой частью современного города и являются приоритетным видом услуг. Вопросы развития сервисных услуг российских городов рассматриваются в работах [8, 9, 14, 15]. Особенности формирования региональной фитнес-политики и соответствующей материально-технической базы различных регионов России рассматриваются в работах [1, 2, 12, 13]. Среди работ, посвященных услугам оздоровительного характера, отдельное место занимают исследования, посвященные восстановительным процедурам и лечебной физкультуре [10, 11]. Привлекательность направления фитнес-услуг кроется в большом разнообразии возможных целей потребителей. Среди важных стимулов для потребления фитнес-услуг, кроме оздоровления, можно назвать такие, как способ времяпрепровождения, престиж, эстетические цели и другие. Важно заметить, что если развитие массового спорта и спорта высших достижений является прерогативой государства, то вопросы оздоровления и поддержки здорового образа жизни более относятся к сфере частного предпринимательства.

Целью настоящего исследования является выявление латентных механизмов формирования спроса на фитнес-услуги в современном городе и оценка особенностей формирования рынка фитнес-услуг в Приморском крае. Особенностью исследования является исследование молодежного сегмента потребителей фитнес-услуг. Этот сектор важен не только как наиболее значимый по объему сектор потребителей фитнес-услуг, но и как сектор потребителей, которые должны быть сохранены для бизнеса при переходе в другие возрастные категории.

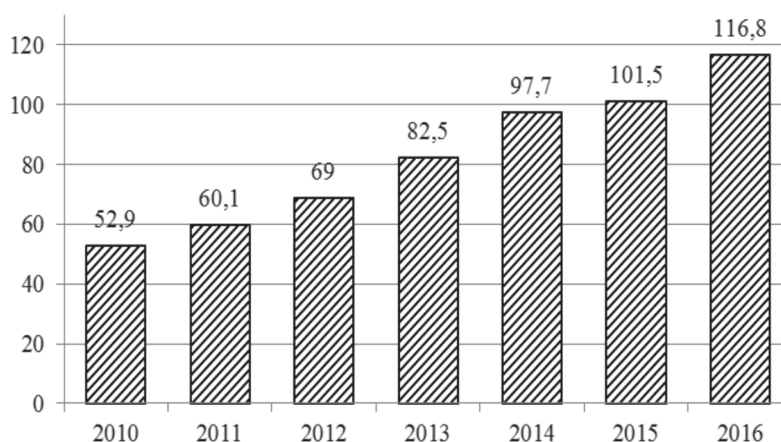


Рис. 1. Динамика объемов рынка фитнес-услуг в России в млрд руб. (в ценах 2015 г.)

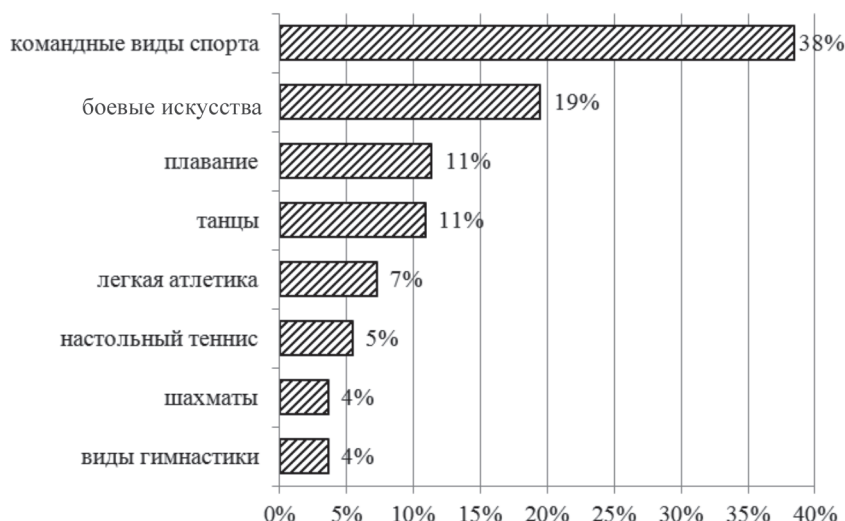


Рис. 2. Структура охвата спортивных направлений, освоенных студентами в школьные годы

Для оценки перспектив развития рынка фитнес-услуг Приморского края были произведены анкетные опросы студенческой аудитории вузов г. Владивостока. Анкеты собирались в двух формах: заполнение анкет на бумажном носителе и заполнение анкет в электронном виде при распространении через интернет [3].

Кроме традиционных маркетинговых технологий исследования локальных потребительских рынков услуг, в анкетном опросе исследовались проблемы, которые обуславливают поведение потребителей на рынке фитнес-услуг. Особенность подхода состоит в широком использовании в анкетах открытых вопросов, требующих от респондентов высказывания ответа (мнения) в текстовой форме. Методические подходы обработки текстов данных представлены в работах [5, 6].

На предпочтения по выбору услуг спортивной направленности, очевидно, оказывает влияние предыстория спортивной жизни сегодняшних потребителей. Для студентов предысторией является посещение спортивных секций в школьные годы. Чаще всего выбор определенного вида спорта, который оказывает воздействие на человека и в зрелые годы, осуществляется в период обучения в школе. Практически все спортсмены, достигающие вершин спорта, начинают заниматься определенным видом спорта в школьные годы. Подавляющее большинство опрошенных молодых людей ответили, что занимались в каких-нибудь спортивных секциях (93%). Из тех, кто занимался каким-либо видом спорта в школе, большинство (86%) указывали весьма

ограниченный набор спортивных направлений. В процессе анализа качественных ответов респондентов было выделено 8 групп спортивных направлений, которые встречались в ответах большинства опрошенных (рис. 2). Прочие спортивные направления были указаны только в единичных ответах. В самую массовую группу ответов – «командные виды спорта» – были объединены такие массовые командные виды спорта, как волейбол, баскетбол, футбол, хоккей. Процентный состав ответов группы по командным видам спорта соответствует оценкам: 47% – волейбол, 24% – баскетбол, 24% – футбол, 6% – хоккей.

Другой обширной группой является группа «боевые искусства», которая объединяет всевозможные восточные единоборства (47%), ряд разновидностей борьбы (33%) и бокс (21%). Среди всех опрошенных только одна представительница женского пола указала, что занималась боевыми искусствами, все остальные респонденты были мужского пола. Достаточно представительными группами можно назвать такие две группы, как «плавание» и «спортивные танцы» (по 11% ответов). То есть эти группы по охвату сравнимы с отдельными командными видами, такими как баскетбол и футбол. К сожалению, виды спорта с морской тематикой не имеют массового распространения. Есть еще много видов спорта, которые требуют популяризации в крае и привлечения тренерских кадров.

Интерес к различным видам спорта проявляется также в посещении спортивных соревнований. Среди опрошенных достаточно высока доля респондентов, которые

посещают спортивные состязания (86%). С большим отрывом лидируют два вида соревнований: «командные» и «боевые искусства» (рис. 3). Наибольшей популярностью пользуется посещение хоккейных и футбольных матчей, которые посещают от 22 до 25% молодых людей. Опросы показывают, что, хотя в Приморском крае проводится достаточно большое количество спортивных событий международного уровня, посещаемость соревнований молодыми людьми невысока. Спортивные состязания являются одним из важнейших инструментов популяризации различных видов спорта. Поэтому необходимо более широко распространять информацию о спортивной жизни края в молодежной среде.

Большинство молодых людей смотрит репортажи о спортивных соревнованиях по телевизору (82%). Наиболее популярные соревнования распределились по десяти группам (рис. 4). В группу лидеров вошли соревнования по биатлону и фигурному катанию. Эти виды спорта достаточно широко представлены в телевизионных программах. Еще несколько лет назад мало кто знал о таком виде спорта, как керлинг. После успехов нашей сборной на последних международных соревнованиях этот вид спорта начал находить много поклонников. Хотелось бы, чтобы молодые люди края могли не только смотреть соревнования по керлингу по телевизору, но и имели возможность самим приобщиться к этому виду спорта.

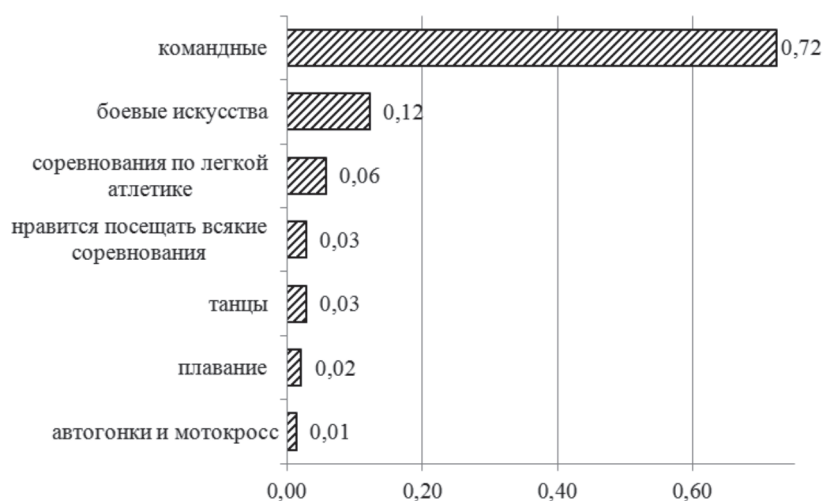


Рис. 3. Структура популярности спортивных состязаний в молодежной среде Приморского края



Рис. 4. Структура популярности спортивных программ в молодежной среде Приморского края

## Структура предпочтений видов фитнес-услуг студентов вузов Владивостока в (%)

	Пользуюсь в настоящее время	Пользовались когда-либо ранее	Хотел бы пользоваться	Этот вид услуг мне не интересен
1. Фитнес (аэробика)	19	29	15	37
2. Тренажерный зал	40	33	17	9
3. Восточные единоборства	7	22	16	54
4. Скалодром	4	15	40	42
5. Бассейн	13	46	25	16
6. Йога	4	18	30	48
7. Батутный центр	5	26	41	29
8. Веревоочный городок	4	16	32	49
9. Роллердром	3	17	29	50
10. Стрельба	10	22	40	28
11. Аэробика	1	24	14	61
12. Танцевальные программы	5	31	16	47
Другой вид	6	9	12	74

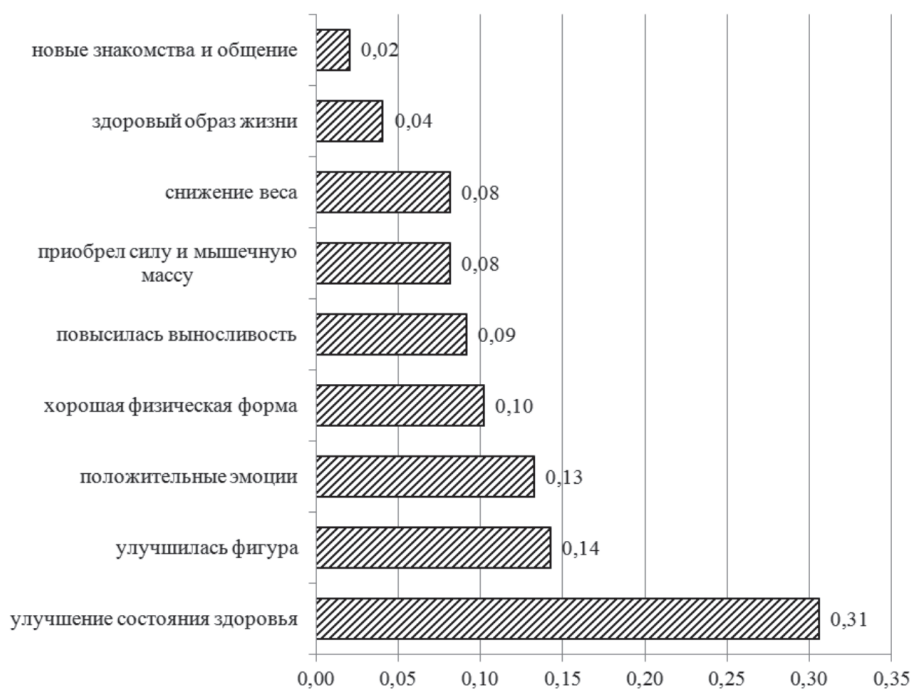


Рис. 5. Анализ эффективности посещения фитнес-программ

Фитнес-услуги в крае представлены широким набором спортивных направлений. Структура предпочтений видов фитнес-услуг в студенческой среде города Владивостока оценивалась при выборе одного из трех ответов по каждому из 12 видов фитнес-услуг:

- пользуюсь в настоящее время;
- пользовались когда-либо ранее;
- хотел бы пользоваться;
- этот вид услуг мне не интересен.

Результаты опросов были интегрированы в форме таблицы (таблица). Аналогич-

ные таблицы были рассчитаны в разрезе представителей мужского и женского пола.

Молодые люди мужского пола чаще всего посещают тренажерные залы (40%). Мужчины также часто отмечали, что посещали ранее занятия по единоборствам и бассейн. Они хотели бы также заниматься по спортивным программам «стрельба» (45%), «скалодром» (29%), «батутный центр» (24%). Девушки чаще всего тоже посещают тренажерные залы (43%), многие из них ранее занимались плаванием и посещали программы

спортивных танцев. Девушки хотели бы также заниматься по спортивным программам «веревочный городок» (40%), «скалодром» (46%), «батутный центр» (52%).

При посещении фитнес-центров пользуются услугами тренеров 45% молодых людей. Из них «очень хорошо» оценивают работу тренеров 41% респондентов, 50% – оценивают на «хорошо», «удовлетворительно» оценивают 7% и «плохо» – только 2%. Опросы свидетельствуют о высокой степени доверия тренерскому составу. В своих исследованиях мы проводили анализ удовлетворенности работой тренеров также и в разрезе отдельных спортивных направлений.

Анализ эффективности занятий в фитнес-центрах производился на основании обработки данных следующего открытого вопроса: «Какую пользу для себя вы приобрели от посещения фитнес-центров?» В результате систематизации текстов ответов были выделены девять типовых ответов респондентов. Структура ответов респондентов по результативности посещения фитнес-программ представлена на рис. 5. Большинство респондентов отмечает в результате посещения фитнес-центров улучшение здоровья. Убежденность в положительном эффекте от посещения фитнес-центров позволяет удерживать клиентов.

Хотя новые знакомства и общение не являются главными причинами посещения фитнес-центров, тем не менее общение является важной компонентой приятного времяпрепровождения в дружественной среде. Большинство молодых людей посещает фитнес-центры в компании друзей (55%), остальные 45% ходят на занятия по одному. Достаточно много молодых людей нашли новых друзей во время посещения фитнес-центров и общаются с ними вне посещения занятий (34%), нашли новых друзей, но не общаются с ними вне занятий 28% и не знакомятся с другими посетителями занятий 38%.

### Закключение

В рамках проведенного исследования, кроме приведенных результатов, было решено еще ряд задач по оценке отношения молодых людей к проблеме развития фитнес-услуг в Приморском крае. Были выявлены и систематизированы недостатки системы обслуживания в фитнес-центрах, произведен анализ ценовой политики фитнес-центров Приморского края. Результаты исследований могут быть использованы при разработке краевой политики по поддержке системы коммерческих и некоммерческих спортивных структур, а также при разработке инвестиционных проектов новых направлений и центров оздоровительного характера. Одним из ключевых выводов исследования можно считать

вывод о необходимости разработки системы мероприятий, пропагандирующих увлечения молодых людей различными спортивными программами.

В качестве пропагандистских приемов можно, например, практиковать бесплатные открытые занятия, на которых бы до потребителей доводились функции фитнеса и его положительные эффекты. Желательно чаще включать информацию о развитии фитнеса в регионе в телевизионные программы, как социально значимое направление.

Фитнес-клубам необходимо проводить гибкую дифференцированную ценовую политику, учитывать платежеспособность различных групп населения.

Перспективным полем последующего изучения рассматриваемой проблемы является исследование фитнеса как социокультурного явления.

### Список литературы

1. Буньковский Д.В. Процессный подход в управлении инвестиционными проектами // Актуальные проблемы права, экономики и управления. – 2014. – № 10. – С. 18–21.
2. Буньковский Д.В. Формирование системы менеджмента качества в предпринимательском проекте // Вестник НГИЭИ. – 2016. – № 7(62). – С. 22–31.
3. Мартышенко Н.С., Мартышенко С.Н. Современные тенденции изменения структуры времяпрепровождения студентов // Социально-экономические явления и процессы. – 2013. – № 1(47). – С. 112–116.
4. Мартышенко С.Н. Исследование процессов, влияющих на качество жизни на территории Приморского края // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 3–3. – С. 555–559.
5. Мартышенко С.Н., Мартышенко Н.С. Метод обнаружения ошибок в эмпирических данных // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Технические науки. – 2008. – № 1. – С. 11–14.
6. Мартышенко С.Н., Мартышенко Н.С., Кустов Д.А. Цензурирование при обработке анкетных данных // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Технические науки. – 2006. – № 6. – С. 170–177.
7. Мирошниченко Д. Обзор рынка фитнес-услуг URL: <http://www.openbusiness.ru/biz/business/obzor-rynka-fitness-uslug/> (дата обращения: 04.04.2017).
8. Пахомова А.И. К вопросу об изменении социально-экономического приоритета развития современного города // Инженерный вестник Дона. – 2012. – Т. 20. № 2. – С. 271–276.
9. Пахомова А.И., Буряков С.А. Сфера услуг как движущая сила развития сервисных инноваций // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 2–1(67–1). – С. 384–387.
10. Савельева И.Е. Лечебная физкультура и спортивная медицина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2013. – № 7. – С. 149–150.
11. Савельева И.Е., Аристов В.М. Врачебный контроль за юными спортсменами // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2013. – № 8–3. – С. 87.
12. Серпер С.А., Буранок О.М. Фитнес в России: проблемы и перспективы федерального и регионального развития // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. – 2016. – Т. 18, № 1. – С. 14–18.
13. Федоренко А.О. Исследование рынка фитнес-услуг // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2015. – № 20. – С. 55–58.
14. Чернишкина О.С., Пахомова А.И. Процветающий сервис как экономическое благо России // Международный научно-исследовательский журнал. – 2013. – № 4–2(11). – С. 62–63.
15. Шмидт А.В., Худякова Т.А. Формирование городских агломераций как необходимое условие повышения эффективности социально-экономического развития региона // Архитектура, градостроительство и дизайн. – 2015. – № 4(4). – С. 16–23.