

## ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ФИТНЕС-УСЛУГ В КРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД PROBLEMS OF ORGANIZING FITNESS SERVICES DURING THE CRISIS PERIOD

**Аннотация.** В статье рассмотрены основные вопросы решения проблем организации фитнес-услуг в период 2020-2021 годов. Развитие фитнес-услуг в России в 21 веке способствовало формированию здорового образа жизни населения. Период принятых мер по распространению коронавирусной инфекции стал кризисным для фитнес-индустрии. Авторы анализируют опыт выхода из кризиса конкретного фитнес-клуба.

**Annotation.** The article discusses the main issues of solving the problems of organizing fitness services in the period 2020-2021. The development of fitness services in Russia in the 21st century contributed to the formation of a healthy lifestyle of the population. The period of measures taken to spread coronavirus infection has become a crisis for the fitness industry. The authors analyze the experience of overcoming the crisis of a particular fitness club.

**Ключевые слова:** физическая культура, фитнес-услуги, фитнес-центр, кризис, здоровье, клиенты.

**Keywords:** physical culture, fitness services, fitness center, crisis, health, clients.

*Актуальность* данной работы обусловлена тем, что рынок фитнес-услуг, который активно занял свою нишу оказания услуг населению и достаточно быстро развивался в регионах, в 2020 году претерпел серьезные изменения. Фитнес-индустрия пострадала от ограничительных мер, направленных на предотвращение распространения коронавирусной инфекции, в течение длительного времени в спортивно-физкультурных организациях было нельзя осуществлять привычные ранее тренировки и занятия, ограничительные меры сохраняются и по настоящее время. Для руководителей фитнес-центров встала задача поиска новых решений сохранения бизнеса, изменения привычной стратегии руководства, принятия управленческих решений и ответственности за них.

*Методы исследования:* теоретическое исследование проводилось методом анализа и синтеза литературы, нормативных источников, публикаций в СМИ, контента в соцсетях. Прикладное исследование – методами наблюдения, контент-анализа, SWOT-анализа на базе фитнес-клуба «Витамин».

Фитнес-индустрия – молодая отрасль экономики, которая активно развивалась в России в 2000-2010-е года нашего столетия, в период, когда у населения росли доходы, когда появилось желание и возможность часть бюджета и личного времени тратить на активный досуг в виде фитнеса. Красивое спортивное тело и занятия фитнесом стали в тренде, в общественном сознании сформировался образ успешного человека, который регулярно тренируется и инвестирует в свое здоровье и красоту.

2010-2016 годы можно охарактеризовать активным ростом современных фитнес-программ и услуг, которые фитнес-центры предлагали населению. Для клиентов они были интересны своей новизной и современностью. С 2015 года клиент стал более требовательный, более разборчивый. В соцсетях можно наблюдать, как и в каких условиях тренируются звезды, поэтому выросли запросы и массового потребителя фитнес-услуг. Руководители стали обращать внимание на профессиональную подготовку тренерского состава, появились учреждения дополнительного профессионального образования для краткосрочного обучения фитнес-инструкторов по конкретным программам. На запрос отреагировала и высшая школа.

На фитнес как предмет исследования обратили внимание ученые, о чем свидетельствует наличие опубликованных научных работ, монографий, пособий и разработок,

а также проводимые научно-практические конференции, в том числе, и в нашем вузе. Однако не все вопросы решены с научно-теоретической точки зрения, не все реализуемые в фитнес-центрах программы имеют достаточное методическое сопровождение.

При анализе опубликованных исследований российских авторов, которые в своих работах касаются определения понятия фитнес и его специфических особенностей, можно отметить, что данное понятие так и не имеет единообразного трактования, четкой формулировки. Все исследователи сходятся на том, что существует необходимость научного обоснования фитнеса и введения его в отечественную науку как отдельной дисциплины.

На сегодняшний день можно найти более десятка определений фитнеса, каждый автор привносит в определение что-то свое, именно то, что считает субъективно важным. Так, О.В. Сапожникова определяет *фитнес* как систему занятий физической культурой, включающей не только поддержание хорошей физической формы, но и интеллектуальное, эмоциональное, социальное и духовное начало [2]. С.В. Швец считает, что *фитнес* – это двигательная активность, базирующаяся на педагогических, гигиенических, методических и материально-технических элементах физической культуры, совокупность взаимодействия которых направлена на достижение человеком физического, психического и социального благополучия – здоровья [4]. В определении В.Е. Борилкевича *фитнес* – динамический многофакторный процесс, складывающийся из компонентов физического, психического, духовного и социального состояний [1].

Вид оздоровительной культуры, которая решает оздоровительные, воспитательные и образовательные задачи физического воспитания, а также формирует интерес и потребности к дополнительным занятиям в свободное время, воспринимается потенциальным потребителем как *фитнес-услуги*, реализуемые в определенных местах. Такие места получили название *фитнес-клуба, фитнес-зала, фитнес-центра*.

*Фитнес-центр* – это физкультурно-спортивные организации, целью деятельности которых является оказание гражданам услуг по физической подготовке и физическому развитию. Данное определение закреплено на законодательном государственном уровне в 2019 году 2 августа №303-ФЗ, и это определение теперь прописано в Федеральном законе «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» № 329-ФЗ в дополнительной статье [3]. Не случайно потребовалось законодательно закрепить статус фитнес-центра, так как фитнес-индустрия на рынке услуг за почти 30 лет заняла свою нишу, предприятия фитнес-индустрии приносят прибыль владельцам и доходы в казну государства. Таким образом, ситуация на рынке фитнес услуг к 2019 году характеризовалась как стабильная, в стадии стагнации, без видимых причин к ухудшению.

Ситуация 2020 года обрушила рынок фитнес-услуг из-за невозможности оказывать услуги населению в течение 4 месяцев, и до сегодняшнего дня часть ограничений не сняты.

Исследование, проведенное на базе фитнес-клуба «Витамин» (торговое название ИП Сумарокова Е.А.) показало, что даже после возвращения фитнес-центров к работе заметны серьезные потери клиентов. Часть клиентов (7%) остались на онлайн-платформах, нашли для себя преимущества занятий дома. Часть клиентов не вернулись по состоянию здоровья (болеют сами, контактные с заболевшими, находятся на карантине, перенесли вакцинацию, на фоне изоляции и стресса обострились хронические заболевания и т.д.) – около 10%. Есть клиенты, которые продолжают избегать социальных контактов, предпочитают их минимизировать, готовы заниматься на свежем воздухе, но не во всех фитнес-центрах есть подобные программы (5%). Некоторых клиентов не устраивают дополнительные меры в фитнес-центрах: масочный режим, термометрия, предварительная запись, дистанция, санитайзеры и их обязательное использование (3-5%). Клиенты, у которых на фоне ограничительных мероприятий снизились доходы, также отказываются от посещения фитнес-центров (4%). И клиенты с низкой мотивацией к регулярным физическим занятиям после длительного перерыва не могут вернуться в фитнес-

залы для продолжения тренировочного процесса, откладывают посещение на потом. Таким образом, потери составляют не менее 35% клиентов от общего числа на начало 2020 года.

Ценовая политика фитнес-клуба «Витамин» учитывает особенности моногорода, то есть города с двумя градообразующими предприятиями, где большинство населения являются работниками заводов. Цены на услуги ниже аналогичных в городе Екатеринбурге, потребители приняли цены фитнес-клуба «Витамин» как инвестиции в своё здоровье, как плату за комфорт, условия и профессионализм оказываемых услуг.

Фитнес-центрам привлечь новых клиентов в сложившихся условиях достаточно сложно. В сегодняшних непростых для фитнес-индустрии условиях фитнес-центрам приходится менять *стратегию* деятельности, находить стратегические решения, направленные на выживание и сохранение бизнеса. Так, в фитнес-клубе «Витамин» нашли выход в коллаборации детских фитнес-направлений и программ речевого центра, что являлся субарендатором помещений фитнес-клуба.

Отказ от массовых мероприятий и групповых программ продиктован временем, на смену пришли сплит-программы, комби-программы и развитие малокомплектных групп. В ближайших планах фитнес-клуба «Витамин» создание изолированных помещений для медитаций, программ укрепления ментального здоровья, развитие дыхательных программ и нейрогимнастики для реабилитации людей, перенесших коронавирусную инфекцию. На данный момент, октябрь 2021 года, фитнес-клуб «Витамин» функционирует, реализует 70 % заявленных программ при полном соблюдении санитарных и противоэпидемиологических норм и требований. Можно говорить, что кризисная стадия выживания преодолевается. Однако при продолжении ограничительных мер деятельность фитнес-клуба «Витамин» станет убыточной, встанет вопрос о закрытии предприятия, при этом население города лишится возможности укреплять свое здоровье в комфортных условиях.

На руководителях фитнес-центров лежит непростая задача не только сохранения собственного бизнеса в сфере фитнеса, но и сохранение условий для занятий физической культурой для всех слоев населения.

#### Список литературы

1. Борилкевич В. Е. Об идентификации понятия "фитнесс" // Теория и практика физической культуры. 2003. № 2. С. 45–46. URL: <http://sportfiction.ru/articles/ob-identifikatsii-ponyatiya-quot-fitness-quot/>.
2. Сапожникова О. В. Фитнес. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. 141 с.
3. Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_73038/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/).
4. Швец С. В. Фитнес – вызов нового времени // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. 2013. № 1. С. 77–79.