

Библиографический список:

1. Айзятуллова, Г. Р. Анализ и тенденции развития спортивной аэробики / Г.Р. Айзятуллова, Т.К. Сахарнова. Текст: электронный // Наука и образование: Человек. Спорт. Медицина, 2020. С. 90. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-tendentsii-razvitiya-sportivnoy-aerobiki>.
2. Коняхина, Р.Г. Аэробика как средство эмоционального и физического воспитания / Р.Г. Коняхина. Текст: электронный // Наука и образование: материалы Всероссийской научно-практической конференции «Наука и социум», 2017. С. 69. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aerobika-kak-sredstvo-emotsionalnogo-i-fizicheskogo-vospitaniya>.
3. Рукабер, Н.А. Программа по спортивной аэробике / Н.А.Рукабер. Москва: Физкультура и спорт, 1994. 28 с. Текст: непосредственный.

Тарасов И.С., Бараковских К.Н.

*Российский государственный профессионально-педагогический университет,
г. Екатеринбург, Россия*

АНАЛИЗ ФИТНЕС ЦЕЛЕЙ КЛИЕНТОВ ФИТНЕС-КЛУБА

Аннотация: Данная статья анализирует выборку клиентов за 2019 год. Исследуются тенденции целей в зависимости от различных показателей. Приводятся выводы о количестве целей клиентов, различия целей в зависимости от пола и возраста.

Ключевые слова: фитнес цели, фитнес тестирование, динамика целей

На сегодняшний день в фитнес индустрии клиенты, приходя в фитнес клуб, ставят перед собой целый ряд целей. Существует субъективное представление том, какие цели наиболее популярны среди клиентов, но мало статистически подтвержденных данных. Целью данного исследования является оценка динамики целей в зависимости от

различных факторов, таких как пол и возраст. На основании полученных данных можно сделать вывод какие действительно цели преследуют клиенты фитнес клубов, что позволит объективно понимать наиболее популярные цели, что отразит современные тенденции развития фитнес индустрии.

Фитнес клуб “Ultra family fitness” является клубом премиум сегмента, в список услуг входят занятия в таких зонах как: бассейн, тренажерный зал, зона боевых искусств, кардио зона, зона групповых программ, йога и пилатес, сквош и теннис, функциональный тренинг и EMS тренинг. Клиенты преимущественно занимаются с оздоровительными целями.

При первом посещении фитнес клуба клиенты проходят фитнес тестирование, определяющее физическое состояние. С его помощью тренер определяет начальную точку, от которой следует отталкиваться при составлении программы [1]. Фитнес тестирование собирает информацию о целях занятий, травмах, ограничениях по здоровью, опыту тренировок. На основе полученных данных фитнес консультанты направляют клиентов в наиболее подходящие зоны исходя из их целей и возможностей по здоровью. В данном исследовании будет анализироваться только выбранные клиентами цели занятий [2].

В данной статье собрана статистика целей фитнес клуба “Ultra family fitness” на 2019 год. Выборка составила 178 человек, из которых 115 женщин и 63 мужчин от 14 до 73 лет. Были собраны следующие показатели: возраст, пол, приобретенная карта. Далее клиенты выбирали свои цели в таблице из 8 целей. Можно выбрать неограниченное количество целей.

Таблица 1 – Варианты выбора фитнес целей

| | | | | | | | |
|----------|--------------|---------------|------------------|----------------------|------------|----------------------|------------------------|
| Здоровье | Поддержанное | Снижение веса | Коррекция фигуры | Набор мышечной массы | Тонус мышц | хорошее самочувствие | Избавление от болезней |
|----------|--------------|---------------|------------------|----------------------|------------|----------------------|------------------------|

| | | | | | | | |
|--|------------------|--|--|---------|--------|----|--|
| | физической формы | | | й массы | рельеф | ие | |
|--|------------------|--|--|---------|--------|----|--|

Соотношение клиентов относительно их возраста получилось следующим:

Таблица 2 – Количество человек в зависимости от возраста

| Возраст | 10-20 лет | 20-30 лет | 30-40 лет | 40-50 лет | 50-60 лет | 60-70 лет | 70+ лет |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|
| Количество человек | 9 чел | 24 чел | 66 чел | 43 чел | 20 чел | 11 чел | 5 чел |

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что основным контингентом занимающихся фитнесом являются клиенты от 30 до 50 лет. Клиентов в диапазоне 20-30 лет 50-60 оказалось примерно равное количество. Меньше всего клиентов до 20 лет и после 70 лет.

Первый анализируемый показателем стало количество целей клиентов. Результат выявил, что статистически клиенты ставят перед собой 3 или 4 цели (35% клиентов – 3 цели, 30% - 4 цели). 22% клиентов ставят перед собой 2 цели, 9% клиентов ставят перед собой одну цель. 1% - 5 целей. Подводя итог, можно утверждать, что статистически клиенты ставят перед собой несколько целей. При работе с клиентами фитнес персонал должен учитывать этот фактор.

Следующим анализируемым показателем стало распределение целей в зависимости от их популярности. Подсчет происходил в зависимости от того сколько раз каждый показатель был выбран клиентами. После подсчета выбранных ответов получились следующие результаты:

Таблица 3 – Популярность фитнес целей

| Показатель | Здоровье | Поддержка физической формы | Снижение веса | Коррекция фигуры | Набор мышечной массы | Тонус мышц, рельеф | хорошее самочувствие | Избавление от болезней |
|--------------------|----------|----------------------------|---------------|------------------|----------------------|--------------------|----------------------|------------------------|
| Количество выборов | 75 | 82 | 73 | 67 | 28 | 50 | 57 | 18 |

Исходя из полученных данных, поддержание физической формы стало самой популярной целью клиентов. Здоровье и снижение веса занимают вторую строчку в списке целей. К удивлению набор мышечной массы занимает предпоследнюю строчку в списке целей. Избавление от болезней находится на последнем месте в списке.

В дальнейшем, был поставлен вопрос о различии целей среди мужчин и женщин. Получились следующие результаты.

| Пол | Здоровье | Поддержание физической формы | Снижение веса | Коррекция фигуры | Набор мышечной массы | Тонус мышц, рельеф | Хорошее самочувствие |
|---------|----------|------------------------------|---------------|------------------|----------------------|--------------------|----------------------|
| Женщины | 17%(49) | 17%(49) | 17%(48) | 18%(52) | 3%(8) | 13%(38) | 12%(35) |
| Мужчины | 15%(26) | 19%(33) | 14%(25) | 9%(15) | 11%(20) | 7%(12) | 12%(22) |

Исходя из данных, можно сделать следующие выводы. Во-первых, такие цели как “здоровье”, “поддержание физической формы” и “хорошее самочувствие” практически одинаково популярны как среди женщин, так и среди мужчин. Во-вторых, “коррекция фигуры” на 9% более предпочитаема у женщин. Напротив, “Набор мышечной массы” на 8% больше у мужчин. “Избавление от болезней” на 9% показал больший результат среди мужчин. Подводя итог, существуют межполовые различия при постановке фитнес целей. Однако, среди общих целей для мужчин и женщин, связанных со здоровьем, был проявлен схожий интерес.

Четвертым анализируемым показателем стала динамика целей клиентов в зависимости от возраста.

Таблица 4 – Зависимость выбора целей клиентов от возраста

| Возраст | Здоровье | Поддерж физ. Формы | Снижение веса | коррекц ия фигуры | Набор мышечн ой массы | Тонус мышц, рельеф | Хорошее самочувв ствие | Избавле ние от болезне й | кол-во выбо |
|-----------|----------|--------------------|---------------|-------------------|-----------------------|--------------------|------------------------|--------------------------|-------------|
| 10-20 лет | 3(18%) | 2(12%) | 4(25%) | 1(6%) | 3(18) | 2(12%) | 1(6%) | 0(0%) | |
| 20-30 лет | 4(8%) | 5(10%) | 11(23%) | 11(23%) | 5(10%) | 8(17%) | 2(4%) | 1(2%) | |
| 30-40 лет | 50(17%) | 59(20%) | 43(14%) | 42(14%) | 16(5%) | 32(10%) | 37(12%) | 12(4%) | |
| 40-50 лет | 26(23%) | 23(20%) | 14(12%) | 13(11%) | 3(2%) | 14(12%) | 16(14%) | 2(1%) | |
| 50-60 лет | 8(17%) | 6(13%) | 6(13%) | 7(15%) | 3(6%) | 4(8%) | 7(15%) | 4(8%) | |
| 60+ | 8(19%) | 8(19%) | 7(16%) | 6(14%) | 0(0%) | 4(9%) | 8(19%) | 1(2%) | |

В связи с недостаточной выборкой сложно делать однозначные выводы, но были проанализированы наиболее выделяющиеся показатели. Клиенты от 30 лет чаще ходят с фитнес клуб улучшения здоровья т.к. виден значительный рост таких показателей как здоровье, поддержание физической формы и хорошее самочувствие. Эта тенденция также прослеживается ввиду спада остальных показателей к более старшему возрасту. Таким образом, для клиентов старшего возраста посещение фитнес клуба имеет статистически в большей степени оздоровительный характер.

Подводя итог данной работе, была выявлена динамика фитнес целей клиентов, получены статистические результаты о различиях в целях в зависимости от пола и возраста. Данные результаты имеют ценность и могут быть использованы персоналом фитнес клубов, их владельцами и управляющими. Также данные результаты могут быть полезны в дальнейших исследованиях фитнеса.

Библиографический список:

1. *Пособие* для персональных тренеров. Наука и практика: Академия фитнеса. Киев, 2005. Текст: непосредственный.
2. *Сапожникова, О.В.* Фитнес: учебное пособие / О. В. Сапожникова: министерство образования и науки Российской федерации, Уральский федеральный университет. Екатеринбург. Издательство Уральского университета, 2015. 144 с. Текст: непосредственный.