

УДК 338.46:796

DOI: 10.26140/anie-2021-1003-0083



©2021 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0.
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДИК УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИМ ФИТНЕС-УЧРЕЖДЕНИЕМ КАК НАПРАВЛЕНИЕ АКТИВИЗАЦИИ МАССОВОГО СПОРТА

© Автор(ы) 2021

AuthorID: 841637

SPIN: 4235-5793

ORCID: 0000-0002-9656-9183

СОЛОМАХИНА Татьяна Романовна, доцент кафедры физической культуры

Курский государственный медицинский университет

(305033, Россия, Курск, ул. К.Маркса, 3, e-mail: lady.solomakhina2011@yandex.ru)

Аннотация. Проблема развития массового спорта остается по-прежнему актуальной для общества и государства, так как это один из основополагающих элементов для формирования здорового поколения и улучшения образа и качества жизни граждан страны. Развитие фитнес-индустрии стало хорошей альтернативой бюджетному финансированию мероприятий поддержки массового спорта. За счет частных инвестиций удовлетворяется спрос граждан на получение качественных спортивных услуг, что обеспечивается увеличением конкуренции в этом сегменте услуг. Однако, как и бюджетные организации, коммерческий сегмент сталкивается с рядом сложностей, в том числе в силу частной собственности и специфики сферы деятельности. В статье раскрываются аспекты улучшения системы управления коммерческим фитнес-учреждением. Исследование позволило оценить важность использования различных методик по увеличению эффективности основных бизнес-процессов при оказании спортивных услуг. Основное внимание предлагается уделять технологиям мотивации клиентов на посещение занятий, технологиям работы с кадрами и технологий правильной организации. За счет применения данных идей будет решаться вопрос увеличения прибыли и повышение эффективности, что является приоритетным для бизнеса, а для государства косвенным эффектом выступает увеличения числа граждан, ведущих здоровый образ жизни. Внедрение любой методики несет определенные расходы для малого бизнеса, однако их применение обладает высокой эффективностью и достаточно быстрыми темпами окупаемости. В условиях современного мира данные параметры считаются одними из универсальных критериев оценки успешности введения изменений в деятельность фитнес-учреждения.

Ключевые слова: массовый спорт, фитнес-индустрия, государственное регулирование, инвестиции, эффективность, управление фитнес-центром, методики управления мотивацией клиентов, методики работы с персоналом, методики решения организационных вопросов.

THE USE OF METHODS OF MANAGEMENT OF A COMMERCIAL FITNESS INSTITUTION AS A DIRECTION OF ACTIVATION OF MASS SPORTS

© The Author(s) 2021

SOLOMAKHINA Tatyana Romanovna, associate professor of the department of physical culture

Kursk State Medical University

(305033, Russia, Kursk, K.Marx st., 3, e-mail: lady.solomakhina2011@yandex.ru)

Abstract. The problem of the development of mass sports is still relevant for society and the state, as it is one of the fundamental elements for the formation of a healthy generation and improving the image and quality of life of citizens of the country. The development of the fitness industry has become a good alternative to budget financing of mass sports events. At the expense of private investment, the demand of citizens for high-quality sports services is met, which is ensured by increased competition in this segment of services. However, like budget organizations, the commercial segment faces a number of difficulties, including due to private ownership and the specifics of the field of activity. The article reveals the aspects of improving the management system of a commercial fitness institution. The study allowed us to assess the importance of using various methods to increase the efficiency of the main business processes in the provision of sports services. The main attention is offered to pay to technologies of motivation of clients for attendance of classes, technologies of work with personnel and technologies of the correct organization. Through the application of these ideas, the issue of increasing profits and improving efficiency will be solved, which is a priority for business, and for the state, the indirect effect is to increase the number of citizens leading a healthy lifestyle. The introduction of any method carries certain costs for small businesses, but their use is highly effective and has a fairly fast payback rate. In the modern world, these parameters are considered one of the universal criteria for evaluating the success of introducing changes in the activities of a fitness institution.

Keywords: mass sports, fitness industry, government regulation, investment, efficiency, fitness center management, methods of managing customer motivation, methods of working with personnel, methods of solving organizational issues.

ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Условия современного мира сформировали благоприятную среду для развития фитнес-индустрии. Данный вид деятельности включает в себя спортивные и оздоровительные методы и технологии. Однако в зависимости от направления фитнес-индустрии можно дать различные характеристики. Так, в России развитие этого спортивного направления происходит в основном за счет коммерческих организаций, что позволило сформировать новый сегмент экономики. Государственные бюджетные учреждения так же уделяют внимание данной ветви спортивной жизни, однако не так активно в виду целого ряда возникающих проблем, которые в основном носят экономический характер [1].

В целом, фитнес деятельность нацелена на развитие именно массового спорта. Виды профессионального спорта даже в таком формате иногда неприменимы для

определенных категорий людей, которые имеют ограничения на занятия определенными видами физической активности. В виду различных факторов, таких как условия современной жизни (неправильное питание, малоподвижный образ жизни, экология, наследственность) человеческий организм становится чувствительным к физическим перегрузкам. При этом спорт в том или ином формате должен быть обязательной частью жизни каждого человека, хотя многие виды деятельности в виду определенных заболеваний становятся недоступными. Фитнес-индустрия позволяет решить данную проблему, развивая тренировочные методики, которые позволяют укрепить организм, не смотря на наличие некоторых физических ограничений. Стоит отметить, что фитнес так же имеет комплексы методик и для абсолютно здоровых людей, которые направлены на поддержание общей физической формы.

Тем не менее, методики щадящей нагрузки сегодня выходят на первое место в виду важности данного во-

проса. По официальной статистике демографическая ситуация только ухудшается в виду низкого уровня качества жизни населения, что заставило государство обратить особое внимание на продвижение массового спорта, как способ укрепления национального здоровья и повышения продолжительности жизни, в том числе через реализацию национальных проектов [3-9]. Однако решать задачу вовлечения населения в массовый спорт только через государственные инструменты невозможно да и не нужно, учитывая развитие коммерческого сегмента - количество потребителей фитнес услуг, благодаря методам продвижения физической активности, постоянно возрастает. На конец 2018 года их число превышало 5,2 миллиона человек [3]. В тоже время касательно бюджетных организаций спрос превысил предложение, что дало возможность для развития коммерческой индустрии. Именно за счет частного источника инвестиций в коммерческих спортивных центрах создаются наиболее лучшие условия для занятий, чем в бюджетных. Так основными преимуществами являются наличие различных услуг (тренажерный зал, занятия со специалистами, возможность заниматься игровыми видами спорта, бассейн), развитие технического оснащения (новизна тренажеров, инвентаря), оптимальное количество единиц оборудования, квалификация персонала. В тоже время эти параметры являются основными статьями расходов для каждого учреждения.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы. Изучением процессом и динамики развития отечественной фитнес-индустрией занимается большое число авторов. В некоторых работах отмечается, что данное направление стало самостоятельным и полноценным экономическим элементом, которые активно развивается в двух сегментах (экономическом и спортивном) [10-12]. Именно коммерческая сторона в отечественной практике на сегодняшний день является наиболее развитой [13]. Группой авторов отмечается, что объем частных инвестиций составляет 75% от общего числа, чем достигается дисбаланс на рынке фитнес-услуг [14]. В то время, как число желающих продолжает расти. Однако не все категории граждан могут выделить средства из семейного бюджета на покупку абонементов.

Однако даже в этом случае существует целый ряд различных проблем, которые препятствуют более быстрому распространению фитнес-услуг, на чем акцентируется внимание в некоторых исследованиях [15, 16]. Авторами рассматриваются различные аспекты сторон. Например, одной из главных проблем является стоимость абонемента. Отличие бюджетного спортивного учреждения от коммерческого заключается в целях. Фитнес-деятельность государственных организаций направлена на увеличение количества граждан, которые занимаются физической активностью. Для этого создаются оптимальные условия для занятий. Для коммерческих учреждений увеличения числа клиентов является средством на пути к получению наибольшей прибыли. Затраты на создание наилучших условий компенсируются в частности за счет увеличения стоимости абонемента. Соответственно, чем больше стоимость, тем меньше граждан могут приобрести там абонемент. Наиболее оптимальным вариантом является обеспечение среднего уровня качества и стабилизация цены [17].

В это же время совершенствование условий для занятий делает фитнес-центр конкурентоспособным, позволяет привлечь больше посетителей и удерживать постоянных. Но совершенствовать деятельность можно не только за счет совершенствования спортивных материальных ценностей. Хотя сегодня они играют важную роль для развития направления, однако являются не единственным элементом ведения фитнес-бизнеса. Так, особое значение играют именно методики управления.

Грамотное решение экономических вопросов позволяет преобразовывать денежные средства, экономить, выбирать наиболее выгодные стратегии ведения бизнеса для получения наиболее быстрой и высокой окупаемости вложений [18, 19]. Дари Е.Б. в своем исследовании показывает важность применения методик управления фитнес-бизнесом. Отмечается устойчивая динамика роста влияния фитнес направления на рынке спортивных услуг, которое достигается путем сочетания методик, направленных на улучшение технического оснащения, и методик управления различными бизнес-процессами. Автор уделяет особое внимание именно работе с кадрами, которые формируют прочную основу в любом виде деятельности [20].

МЕТОДОЛОГИЯ

Формирование целей статьи. Исследовать проблему развития фитнес-индустрии за счет применения эффективных методик управления спортивным центром, выделить основные составляющие элементы данной деятельности и бизнес-процессы, которые необходимо усовершенствовать.

Используемые в исследовании методы, методики и технологии. Во время проведения исследования в качестве материалов были применены методическая и научно-периодическая литература, статистические данные, собранные официальными государственными службами. В качестве методов были использованы популярные научные средства, методологии анализа, интеллектуальная обработка информации, статистические инструменты, а также современные способы работы с информацией: поиск достоверной и правдоподобной информации, интернет-технологии для коммуникации с единомышленниками.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Процессы управления в фитнес-индустрии можно разделить на целый ряд подпроцессов. Реализовать их всех одновременно бывает крайне трудно. Многие руководители выбирают наиболее важное на их взгляд направление и работают внутри него, а основные принципы становятся стратегическими задачами. В альтернативном случае фитнес-учреждение развивается без постановки основополагающей цели достижения максимального уровня определенного параметра, так как в условиях существования глобальных работ в каждом из них сделать это бывает крайне трудно. Среди бизнес-процессов управления, влияющих на успех частного спортивного комплекса или сети фитнес-учреждений можно выделить следующие:

- методики управления мотивацией клиентов;
- методики работы с персоналом;
- методики решения организационных вопросов.

Реализация каждого из этих направлений даст определенный эффект, однако наиболее лучшим вариантом будет одновременное внедрение данных методик или их поэтапное использование. Таким образом, решение организационных вопросов наиболее остро возникает на этапе создания фитнес-центра или зарождения идеи открытия его новой точки в сети таких центров, когда возникают вопросы: сколько закупить оборудования, сколько персонала необходимо принять на работу, какого класса и другие. Наиболее эффективным будет поиск решения за счет применения организационных вопросов. В первую очередь, они будут включать в себя аналитический анализ, который позволит изучить территориальное расположение учреждения, провести социальный анализ и выявить категории потенциальных клиентов. Например, если это сравнительно молодой район, в котором преобладает количество новостроек, то скорее всего подавляющее большинство клиентов будут молодые люди или молодые семьи. В следствие этого необходимо составить такую программу занятий, которая будет интересна для молодежи, а также персонал соответствующей

квалификации. В таком случае нужно закупить новейшее современное оборудование, которое будет удивлять своими возможностями. В расписание групповых занятий следует включить современные направления фитнеса, постоянно следить за тем, что сейчас актуально. Основной целью посещения фитнес-центров молодыми людьми является поддержание спортивной формы. Соответственно персонал должен обладать знаниями, которые помогли бы как помогали качественно проработать мышцы и в оптимальные сроки достичь хороших результатов. Так же учитывается, что поток клиентов будет приходиться на вечерние часы.

В случае, если подавляющее большинство клиентов являются людьми пожилого возраста, инновационные тренажеры скорее всего не будут активно использоваться. С возрастом возникают ограничения в двигательной активности и на выполнение определенных упражнений, поэтому целью посещения фитнес-учреждения является в первую очередь оздоровление организма. Большинство оборудования должно быть простым для использования, должен быть вспомогательный инвентарь (блоки, фитболы, эластичные ленты), который частично поможет снять нагрузку с проблемных зон. Персонал должен обладать квалификацией работы с людьми из так называемой «специальной группой здоровья». Из направлений для групповых тренировок наиболее популярными будут йога, лечебная физкультура, здоровая спина, суставная гимнастика. Соответственно для людей пенсионного возраста необходимо стабилизировать стоимость абонемента. За счет увеличения доступности будет формироваться новый поток клиентов.

Организационные методики необходимы на протяжении всего жизненного цикла фитнес-центра. Руководителю необходимо постоянно следить за спросом на спортивном рынке и периодически проводить совершенствование тренировочной системы, а также технического оборудования. Более того, аналитическое исследование перед открытием центра составляет скорее прогнозы, чем формирует итоговую стратегию фитнес-компании. Принятая политика должна быть гибкой и находится в постоянной динамике. Однако слишком частая смена специалистов, графиков групповых тренировок может мешать клиентам, для которых важно время занятий, так как они подстраивают свой личный график под расписание.

Развитие любого направления несет собой определенные траты. Для проведения аналитического исследования необходимы квалифицированные сотрудники, которые могут сделать точные и объективные прогнозы, на основе которых принимаются итоговые решения. У руководителя есть два пути: обращаться за помощью к сторонним организациям или проводить исследования за счет кадров учреждения. Для сети фитнес-центров наиболее целесообразно иметь свой отдел аналитиков. Оплата исследовательской работы включает в себя дополнительные расходы. Однако они окупаются за счет экономии ресурсов на преобразовании бизнес-процессов, а также за счет новых клиентов.

Работу с графиком занятий можно отнести и к методикам управления мотивацией клиента. Фитнес имеет много различных направлений. Для привлечения клиентов нужно использовать современные комплексы, которые популярны в мире, а также являются эффективными для поддержания здоровья или формирования крепкого и сильного тела.

Ключевой фигурой в формировании правильных целей для каждого клиента является тренер. Он находится в постоянном контакте с занимающимся, поэтому должен завоевать своего рода авторитет в независимости от того групповое это занятие или индивидуальное. Во время индивидуальных занятий больше времени уделяется именно личным предпочтениям клиента, его собственным целям и ожиданиям. В виду того, что сегодня существует очень много мифов и ложной информации

по поводу здорового питания, физической нагрузки, различных косметических процедур, позволяющих решить возникающие проблемы, понятия могут быть неправильными. Тренер должен мягко скорректировать ошибки и помочь занимающемуся сформировать правильные цели, а затем показать пути для их достижения. Важно иметь некоторые знания психологии, чтобы уметь выстраивать доверительные отношения.

Практически все руководители ценят уровень профессионализма тренера, однако чаще всего понимание характеристик данного определения бывает весьма размытым. Это может быть и педагогическая сторона вопроса, то есть уметь обучать клиентов и оказывать определенное влияние на них. Так же могут подразумеваться и личные достижения. Согласно современным требованиям профессионализм включает в себя все характеристики, перечисленные выше.

Поиск компетентного персонала перекликается с направлением формирования методик работы. Руководителю важно создать такие условия, чтобы спортивный специалист (в особенности со своей клиентской базой) был заинтересован работать именно в этом учреждении. Первым способом является, конечно, достойная заработная плата. Так же как целью коммерческого предприятия является получение наибольшей финансовой выгоды, также и каждый сотрудник в первую очередь мотивирован за получение выгодных условий оплаты своего труда. Конечно, в процессе работы тренеру хочется расти и развиваться, как специалисту. Менеджменту целесообразно организовать обучение и курсы повышения мастерства для своих сотрудников за свой счет, не смотря определенные затраты и риски. Одним из таких является риск перехода такого сотрудника в конкурирующую компанию, повторить условия которой не получается. Решение данной проблемы входит в методики управления кадрами. Так, в некоторых компаниях существует практика договорной основы, где сотрудник после оплаты обучения обязуется отработать некоторое время или компенсировать обучение, если увольняется. Инвестиции в квалификацию тренеров позволят разнообразить возможности, расширить тренировочную программу и тем самым привлечь новый поток клиентов.

ОБСУЖДЕНИЕ

Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях. Ряд других исследователи также занимаются исследованием проблемы развития методик управления фитнес-учреждением или сетью коммерческих спортивных центров. Так, Розенгарт К.К. так же считает методику развития кадровой политики эффективной для увеличения прибыли. В работе проводится изучение влияния предложенных технологий по совершенствованию на примере одной из компаний, которое доказывает рентабельность предлагаемых мероприятий [21]. Тема вложения денежных инвестиций в повышение квалификации тренерского состава развивается в других работах [22-24]. Зюкин Д.А. считает, что предопределяющим фактором является желание самого клиента и его настрой к занятиям, поэтому принципиально важно грамотно использовать все доступные инструменты мотивации перехода населения массовому занятию спортом и здоровым образом жизни [25, 26]. Это возможно при правильно организованной рекламной деятельности. Более того важно сотрудничество с государственными учреждениями, которые за счет влияния на систему образования с раннего возраста формируют в молодых людях привычку заботиться о своем здоровье и заниматься спортом [27, 28]. Фролко М.С. отмечает проблему активизации массового спорта через труднодоступность для значительной доли населения услуг коммерческого сегмента при физической недоступности бесплатных бюджетных услуг [29].

ВЫВОДЫ

Выводы исследования Развитие фитнеса является важной задачей в условиях нехватки бюджетных учреж-

дений, оказывающих услуги в сфере физической культуры и спорта. Однако коммерческие предприятия так же имеют ряд характерных проблем. Исследование показало важность развития методик управления фитнес-центром, которые охватывают много различных аспектов. В данном случае было выделено три глобальных направления: решение организационных вопросов, работа с персоналом, мотивация клиентов. Причем, в последнем случае упор делался именно на внутреннее бизнес-процессы спортивной компании, а не на внешние (например, реклама и продвижение услуг). И хотя последние играют важное значение, необходимо создать условия на высоком уровне не просто для привлечения клиентов, но и для их удержания. Поэтому предлагается проводить ряд мероприятий, в основе которых лежит аналитическая работа. При углубленном изучении направлений была выявлена тесная связь между всеми процессами. Не смотря на то, что работа со всеми направлениями одновременно затруднительно, решение одного вопроса положит начало в другом направлении.

Перспективы дальнейших изысканий в данном направлении. Фитнес-индустрия стала новым явлением для российской экономики. Коммерческая деятельность пока занимает лидирующие позиции, в это же время нужно активизировать и государственное бюджетное направление. Финансовая проблема является общей для каждого вида деятельности, не смотря на то, что развитие малого спортивного бизнеса происходит за счет частных инвестиций без всяческой поддержки государства. На начальных этапах продвижения технологий сформировался целый ряд проблем, которые на сегодняшний день мешают наиболее быстро распространению массового спорта. В качестве перспектив их решения во многих передовых странах, а также в крупных отечественных фитнес-сетях уже начинают внедрять информационные технологии, которые делают бизнес-процессы наиболее эффективными и вместе с тем позволяют сохранить некоторые часть средств. Однако их стоимость пока является слишком высокой для малого бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Экономические направления популяризации здорового образа жизни населения как способ продления социальной активности граждан / Д.А. Зюкин, Д.А. Самофалов, Е.В. Харченко, С.Н. Петрова // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. - 2020. - №8. - С. 53-60.
2. Демография. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/10705/>. (дата обращения 28.02.2021 г.).
3. Бобровский Е.А. Динамика развития физической культуры и спорта в РФ в 2014-2018 гг. // Наука и практика регионов. - 2019. - № 2 (15). - С. 49-53.
4. Развитие массового спорта как основа здорового образа жизни учащейся молодежи // Научный вектор Балкан. 2019. Т. 3. № 3 (5). С. 41-43.
5. Кетоев К.Э. Элективный курс по физической культуре и спорту как средство формирования спортивного стиля жизни студентов // Балтийский гуманитарный журнал. 2018. Т. 7. № 3 (24). С. 235-238.
6. Бобровский Е.А. О развитии массового спорта в России // Карельский научный журнал. 2019. Т. 8. № 1 (26). С. 60-62.
7. Чельдиев З.Р., Дзапаров В.Х. Развитие физической культуры и спорта - важнейшая социально-значимая задача государства // Балканское научное обозрение. 2019. Т. 3. № 3 (5). С. 12-14.
8. Битарова А.Л., Беглецова Д.В. Развитие массового спорта как основа здорового образа жизни гражданского населения // Гуманитарные балканские исследования. 2019. Т. 3. № 3 (5). С. 5-7.
9. Волков С.Н. К вопросу о безопасности занятий экстремальными видами спорта (на примере кайтинга). постановка проблемы // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. 2016. № 4 (32). С. 100-104.
10. Бебякова М.Ю. Развитие инновационных технологий и индустрии фитнеса на современном этапе // Физическое воспитание и спортивная тренировка. - 2020. - №2(32). - С. 150-159.
11. Пирогова О.О., Смирных С.Н. Особенности стратегий развития предприятий фитнес индустрии в России // Студенческий вестник. - 2019. - №36-2 (86). - С. 58-59.
12. Соболева К., Налимова М.Н. Фитнес-индустрия в России // Тенденции развития науки и образования. - 20219. - №57-8. - С. 82-84.
13. Евдокимова Е.Ю. Проблемы развития сферы фитнес-услуг в Российской Федерации // Школа науки. - 2019. - №3(14). - С. 9-10.
14. Савельева О.В., Иванова Л.А., Данилова А.М., Галкин А.А. Развитие фитнес индустрии в реализации государственной политики в

области физической культуры и спорта // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафа. - 2019. - №5(171). - С. 267-272.

15. Усачева О.О. Проблемы и пути совершенствования системы менеджмента качества на предприятии (на примере фитнес-клуба) // Материалы Ивановских чтений. - 2019. - №1(23). - С. 25-29.

16. Королева И. Б., Князева А.О. Состояние и перспективы развития рынка фитнес-услуг в Иркутской области // Global and Regional Research. - 2019.-Т.1.- №2. - С. 392-401.

17. Соломахина Т.Р. Анализ развития фитнес-индустрии с учетом потребительского спроса // Наука и практика регионов. - 2020. - №4(21). - С. 118-120.

18. Корогодина Е.А. Влияние реальных располагаемых доходов населения на его возможности заниматься фитнесом // Наука и практика регионов. - 2018. - № 4 (13). - С. 57-62.

19. Соломахина Т.Р. Проблемы развития фитнес-индустрии в России, как способ повышения физической активности граждан // Наука и практика регионов. - 2020. - №4(21). - С. 94-97.

20. Дари Е.Б. Фитнес-клуб как предприятие: применение системы ключевых показателей эффективности // Вестник Российского международного олимпийского университета. - 2018. - №3(12). - С. 70-77.

21. Розенгарт К.К. Совершенствование кадровой политики в фитнес-центре // Human progress. - 2020.-Т.6.- №2. - С. 6.

22. Москаленко К.Ю. Современные проблемы профессиональных качеств фитнес инструктора // Ресурсы конкурентоспособности спортсменов: теория и практика реализации. - 2019. - №1. - С. 255-257.

23. Олышанская С.А., Караулова С.Н. Телесноориентированные практики как способ развития стрессоустойчивости у инструкторов фитнеса // Физическая культура, спорт - наука и практика.- 2017. - №1. - С. 81-86.

24. Левченкова Т.В. Социально-педагогические основы подготовки кадров в фитнес-индустрии // Наука и образование. - 2018. - №3(71). - С. 78-81.

25. Зюкин Д.А. Использование информационных технологий при решении социальных вопросов и роль государства в экономической поддержке их продвижения // Вестник государственной сельскохозяйственной академии. - 2020. - № 7. - С. 118-126.

26. Зюкин Д.А. Способы и направления продвижения здорового образа жизни и массового спорта // Наука и практика регионов. - 2020. - № 4 (21). - С. 120-124.

27. Смирнов А.Б., Новожилова Ю.С. Формирование мотивации к занятиям физической культурой у занимающихся в фитнес-клубе // Проблемы современного педагогического образования. - 2019. - №62-4. - С. 202-205.

28. Стрижкова И.И., Светлова О.Е. Формирование у студентов потребности к здоровому образу жизни с помощью занятий различными видами физических упражнений. // Наука и образование: проблемы, идеи, инновации. - 2019. - №7(19). - С. 16-22.

29. Фроло М.С. Отечественные предприятия спортивной индустрии в конкурентной борьбе за рынок спортивного оборудования и спортивных товаров повседневного спроса // Экономика и предпринимательство. - 2020. - № 10 (123). - С. 948-951.

Статья поступила в редакцию 07.04.2021

Статья принята к публикации 27.08.2021