

УДК 338.46:796

DOI: 10.26140/anie-2021-1002-0035



©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/>)

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ФИТНЕС-ИНДУСТРИИ В РОССИИ

© Автор(ы) 2021
AuthorID: 906592
SPIN: 4755-7675

КОРОГОДИНА Екатерина Александровна, преподаватель кафедры
спортивной медицины и лечебной физкультуры
Курский государственный медицинский университет
(305033, Россия, Курск, ул. К.Маркса, 3, e-mail: Katya.korogodina@yandex.ru)

Аннотация. Повсеместное внедрение технологий стало одним из факторов перехода населения к малоподвижному образу жизни, что несет целый комплекс проблем со здоровьем. Эффективным решением данной проблемы стала активизация концепции здорового образа жизни, в которой важное место занимает систематическое занятие физической активностью. Число граждан, которые хотят следить за своим здоровьем, растет, однако динамика роста в последние годы сократилась, показатели периодичности малы и не достигают запланированных нормированных значений. В статье представлены экономические условия и факторы, которые будут способствовать развитию спортивной сферы. Недостаток бюджетных учреждений и качество оказываемых ими спортивных услуг, несоответствующее требованиям времени, дало возможность для активного развития коммерческого сегмента фитнес-индустрии. Исследование показало, что в России главной особенностью стало преобладание коммерческих фитнес услуг над бюджетными, которые обладают большим потенциалом для привлечения и удержания клиентов. Основной причиной является нехватка финансирования на развитие и повсеместное открытие новых учреждений. Все предпринимаемые меры являются недостаточно эффективными, а объем выделяемых средств не соответствующим реалиям, чтобы существенно изменить ситуацию к лучшему. Внедрение и использование инноваций и современных технологий увеличивает расходы. Единственным источником их компенсации является увеличение стоимости услуг, что в условиях снижения реального уровня доходов населения уменьшает число потенциальных клиентов. Государство слабо стимулирует привлечение частных инвестиций в спортивную индустрию, хотя именно они могли бы дать дальнейший толчок в развитии массового спорта.

Ключевые слова: здоровый образ жизни, массовый спорт, фитнес-индустрия, коммерциализация рынка, ценовая доступность абонементов, целевая аудитория, государственная поддержка, частные инвестиции.

SOCIO-ECONOMIC FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF THE FITNESS INDUSTRY IN RUSSIA

© The Author(s) 2021

KOROGODINA Ekaterina Alexandrovna, teacher of the department
of sports medicine and physical therapy
Kursk State Medical University

(305033, Russia, Kursk, K.Marksa St., 3, e-mail: Katya.korogodina@yandex.ru)

Abstract. The widespread introduction of technology has become one of the factors of the population's transition to a sedentary lifestyle, which brings a whole range of health problems. An effective solution to this problem was the activation of the concept of a healthy lifestyle, in which systematic physical activity occupies an important place. The number of citizens who want to monitor their health is growing, but the growth dynamics has decreased in recent years, the frequency indicators are small and do not reach the planned normalized values. The article presents the economic conditions and factors that will contribute to the development of the sports sphere. The lack of budget institutions and the quality of sports services provided by them, which does not meet the requirements of the time, made it possible for the active development of the commercial segment of the fitness industry. The study showed that in Russia, the main feature was the predominance of commercial fitness services over budget ones, which have a great potential for attracting and retaining customers. The main reason is the lack of funding for development and the widespread opening of new institutions. All the measures taken are not effective enough, and the amount of funds allocated does not correspond to the realities in order to significantly change the situation for the better. The introduction and use of innovations and modern technologies increases costs. The only source of their compensation is an increase in the cost of services, which, in the context of a decrease in the real level of income of the population, reduces the number of potential customers. The state has little incentive to attract private investment in the sports industry, although it could give a further boost to the development of mass sports.

Keywords: healthy lifestyle, mass sports, fitness industry, market commercialization, price availability of season tickets, target audience, government support, private investment.

ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Экономика охватывает большое количество разнообразных задач, регулирует решение многих вопросов деятельности. Сегодня определенные условия для развития видов экономической деятельности создают научные инновационные технологии. Научные идеи призваны увеличивать эффективность функционирования всех процессов. Под технологиями и инновациями в основном понимается использование аппаратных и программных комплексов, однако для внедрения необходима модернизация теоретических аспектов и методик [1].

В большинстве случаев необходимо общее изменение структуры экономического сегмента, выявление и удаление дублирующих процессов, реорганизация и объединение некоторых их них для сокращения ресурсов и оптимизации работы. Проведение таких изменений

может быть организовано, как в экономическом направлении в общем, так и в каждом учреждении являющимся его элементом. Время таких преобразований, а так же под влиянием внешних факторов могут сформироваться новые сегменты экономической деятельности. Например, реорганизация спортивных процессов, а так же необходимость развития массового спорта с целью оздоровления нации и улучшения демографической политики стали толчком для появления фитнес-индустрии, как нового сегмента экономики спорта.

Во время технического прогресса все больше и больше населения стало вовлекаться в работу в офисе. Многим сферам деятельности были нужны специалисты умственного труда. Вследствие этого в жизни человека стало все меньше физического труда и физической активности. С одной стороны, технологии облегчили жизнь человека. С другой стороны, произошло преобразование этих функций, появились новые процессы,

требующие от специалистов большего внимания и сосредоточения. Все это привело к тому, что в течение рабочего дня у сотрудников нет времени на двигательную деятельность. Недостаток активности привел к распространению различных заболеваний, среди которых большой процент занимают болезни опорно-двигательного аппарата. Данная проблема имела повсеместное развитие. Условия сидячего образа жизни стали распространяться на студентов, школьников, а в последнее время и дошкольников [2].

Одним из решений проблем стало продвижение здорового образа жизни и в особенности физической культуры, как одного из его основных элементов. Исследование методов решения данной задачи показало, что интерес граждан к физической активности во многом снижает недоступность спортивных услуг [3]. Количество и материально-техническая база государственных учреждений являются недостаточными. Это дало возможность для развития коммерческих спортивных организаций, которые представляют собой новые факторы и тенденции для развития массового спорта. Деятельность таких частных компаний была выделена в отдельный сектор экономики – фитнес-индустрию.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение нерешенных раньше частей общей проблемы. Состояние здоровья населения, а так же пропаганда здорового образа жизни сформировали спрос на спортивные услуги. В целом интерес граждан за последние годы к вопросу профилактики заболеваний за счет правильного питания и спорта значительно вырос. Хотя некоторые авторы при изучении данных государственной статистики отмечают, что уровень занимающихся достаточно низок и отстает от норм, количество людей, пытающихся вести здоровый образ жизни увеличивается [4, 5]. Показатель доли населения, вовлеченных в массовый спорт, подразумевает под собой количество людей, которые постоянно проводят тренировки в спортивных учреждениях или самостоятельно в домашних условиях [6]. Однако они не учитывают граждан, которые занимаются спортом не постоянно. Более того данный показатель не отражает уровень интереса граждан к данной теме. Многие россияне действительно хотя заботятся о своем здоровье, но недостаточно развитые условия и неструктурный подход к продвижению здорового образа жизни мешает начать занятия или продолжать их с наибольшей периодичностью.

Многие авторы обращают внимание на то, что большинство проблем заключается в недостатке финансирования [7-9]. Большинство бюджетных организаций зависит от спонсирования из государственных источников и частных инвестиций либо не имеет вообще, либо маленькие фонды. Недостаток денежных средств влияет на плохо развитую для сегодняшнего времени материально-техническую базу, количество учреждений, уровень их оснащения, а так же квалификацию персонала [10].

Именно из них складываются оптимальные условия для развития массового спорта и увеличения доли населения, систематически занимающихся двигательной активностью.

Коммерческие спортивные центры являются альтернативой бюджетным организациям. При этом именно частные компании имеют наиболее лучшие условия организации.

За счет коммерческой поддержки появляется возможность использования современных методик тренировок, закупка инновационных тренажеров и инвентаря, обеспечение постоянного роста спортивных специалистов за счет спонсирования курсов повышения квалификации и мероприятий по освоению новых направлений фитнеса.

Так же в некоторых центрах высшего класса есть дополнительные услуги: массаж, бассейн. Для каждой

организации необходимы постоянные вложения, так как улучшение условий привлекает поток новых клиентов, хотя несет определенные риски.

В следствии того, что все коммерческие компании нацелены главным образом на получение прибыли, что является первостепенной стратегической задачей всех руководителей, необходимо компенсировать вложения за счет цены абонементов. Соответственно, чем лучше условия занятий и разнообразней ряд предоставляемых услуг, тем выше будет плата. Это является существенным минусом и основным тормозящим фактором доступности фитнес-услуг.

МЕТОДОЛОГИЯ

Формирование целей статьи. Провести исследование аспектов развития фитнес-индустрии за счет использования инноваций и влияние продвижения фитнес-услуг на показатели интереса населения к теме ведения здорового образа жизни и физической культуры, как его основной части.

Постановка задания. Определить факторы, влияющие на недоступность спортивных услуг в коммерческих учреждениях для различных категорий граждан страны, найти основные пути решения данной проблемы, изучить мнения других авторов относительно методов увеличения доступности фитнес-индустрии.

Используемые в исследовании методы, методики и технологии. В рамках работы над данной темой использовались официальные государственные информационные ресурсы, содержащие статистические данные о динамике развития фитнес-индустрии в России. Оценка данных проводилась с помощью современных методологических подходов, из которых ключевую роль сыграли общенаучные инструменты анализа, обобщение, использование программных средств для обработки информации.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Рынок фитнес-индустрия имеет большой потенциал для расширения после пандемии. Популяризация здорового образа жизни, а так же государственная поддержка данного направления постоянно привлекает новых клиентов. Ошибочно полагать, что фитнес-индустрия представляет собой только коммерческие направления. Бюджетные организации так же входят в состав этого сегмента спортивной отрасли, однако в России данная категория учреждений является наименее развитой. Коммерческих центров значительно больше по количеству. При сравнительном анализе общих материальных условий отечественной индустрии было выяснено, что доля частных компаний составляет 75% [11]. Их территориальное расположение, особенно в крупных городах, является удобным, так как открываются изначально под клиентов. Фитнес-центры находятся в шаговой доступности от жилых кварталов или рабочих офисов, что является весомым преимуществом.

В целом, коммерческие направления имеют целый ряд перспектив для развития. Использование новых технологий, высокая клиенто-ориентированность, использование индивидуальных подходов позволяет развиваться учреждениям намного быстрее. Более того, для успешного развития каждого спортивного коммерческого предприятия важно внедрение инноваций не только в тренировочную деятельность, но и в другие процессы деятельности организации. Так, важно внедрять методики работы с клиентами, которые подразумевают под собой постоянный анализ потребностей, отслеживание динамики спроса на определенные услуги [12]. За счет активного функционирования исследовательских и аналитических процессов достигается решение сразу двух задач: удовлетворения спроса клиентов и экономия ресурсов компании (материальных и трудовых), что предопределяет положительную динамику роста рынка фитнес-услуг (рисунок 1) [13].

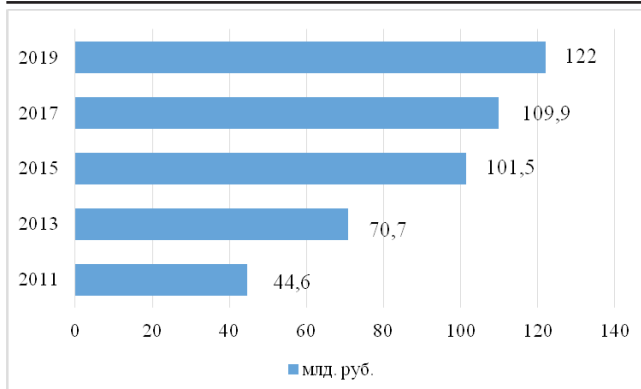


Рисунок 1 – Динамика роста фитнес-услуг в России в 2011-2019 гг.

Не смотря на то, что спортивный рынок постоянно расширяется и развивается оценка процентного прироста свидетельствует о наличии ряда трудностей. Так, закупка современного оборудования, работа со специалистами, использование маркетинговых технологий приносит компаниям значительные расходы, которые приходится компенсировать за счет оптимизации стоимости предоставляемых услуг. В виду этого фактора большинство категорий россиян не могут заниматься в центрах со средним и высоким уровнем качества оказания спортивных услуг. При этом в России средний класс выражен слабо - по статистике населения можно наблюдать большое количество людей бедного класса и преобладающее количество над средним классом богатых [14]. В то же время в зарубежных странах упор делается именно на увеличение среднего класса. Чтобы фитнес-услуги, предоставляемые коммерческими организациями, были доступнее, нужно снизить цену абонемента, что не представляется возможным в реалиях текущей рыночной ситуации в России с постоянной инфляцией. Для решения данной проблемы коммерческим учреждениям необходима государственная поддержка, установление партнерских отношений для совместного развития фитнес-индустрии.

На сегодняшний день Россия пытается решить проблемы развития спортивного рынка за счет некоммерческих учреждений. В проектах планируется активная поддержка и развитие основных условий для всех категорий граждан, в частности финансовая поддержка для реализации определенного списка плановых мероприятий. На рисунке 2 представлено распределение выделенного бюджета на данную задачу в ходе действия программы «Спорт – норма жизни» [15, 16].

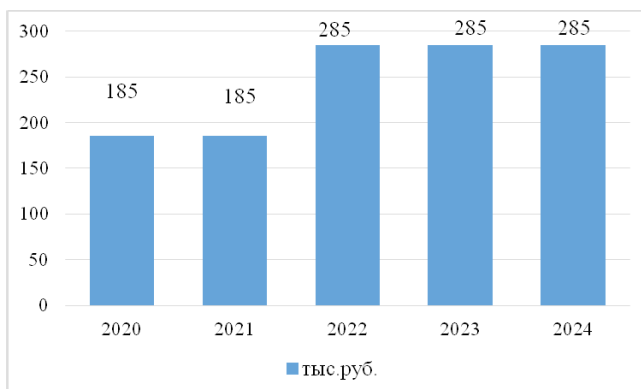


Рисунок 2 – Плановый объем финансирования проведения мероприятий некоммерческими организациями в 2020-2024 гг.

Исходя из рисунка 2, можно увидеть, что на данную задачу планируется выделение сравнительно небольшие

объемы денежных ресурсов. Организации получают финансирование на конкурсной основе, то есть будут выбраны только несколько организаций, предоставивших наилучшую программу. Проведение конкурса демонстрирует выборочное развитие учреждений, в то время, как население нуждается в повсеместном открытии спортивных центров. Ожидается, что гранты получат организации, которые имеют наибольший уровень развития, использующие передовые методики и технологии, а наименее развитые учреждения будут так же продолжать вести деятельность и старом режиме и ожидать очереди на обеспечения инновациями.

Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях. Тема развития фитнес-индустрии является одной из актуальных в виду целого ряда причин. Данное направление является одним из молодых в следствии этого еще недостаточно опыта по продвижению спортивных товаров и услуг. В процессах развития приходится сталкиваться с различными трудностями, среди которых многие авторы выделяют экономические вопросы, связанные с финансированием основных мероприятий [17-20]. Коммерческие организации в основном развиваются за счет собственных ресурсов и возможностей. В большинстве организаций оказываются услуги, соответствующие нормам и спросу клиентов. Однако единственной проблемой является их доступность для большего числа граждан. Однако для устранения данной проблемы необходима так же помощь государства [21]. Бюджетные организации, которые так же являются составляющей рынка фитнес-услуг, полностью зависят от поддержки органов власти. Их количество значительно меньше и качество работы в виду широкого спектра факторов являются низкими, что говорит о низкой эффективности предпринимаемых мер [22].

ВЫВОДЫ

Выводы исследования. Переход к малоподвижному образу жизни и ухудшение здоровья населения повсеместно вызвало необходимость продвижения физической активности. Чтобы граждане страны были активными и занимались массовым спортом необходимо создание необходимых условий: развитие рынка спортивных товаров, правильного питания и спортивных услуг. Данные потребности сформировали условия для становления и развития фитнес-индустрии, которая выделилась в отдельный крупный сегмент спортивной рынка. Не смотря на динамику вовлечения населения в массовый спорт, спортивная отрасль имеет целый ряд проблем, которые мешают ее эффективному развитию как экономического сегмента. Одной из таких проблем стало недостаточное финансирование и несовершенство существующих методов менеджмента на государственном и частном уровне. Особенности стали аспекты разделения фитнес индустрию на бюджетную и коммерческую. Бюджетная полностью зависит от попечения государства, коммерческая развивается за счет частных инвестиций. И в том, и в другом направлении есть ряд вопросов, которые на сегодняшний день не являются решенными.

Перспективы дальнейших изысканий в данном направлении. Широкие перспективы для развития фитнес-индустрии открывают информационные системы и технологии. В коммерческих спортивных учреждениях уже активно применяются новые инновационные методики тренировок, тренажерное оборудование, основанное на основных принципах электронно-цифровых устройств, а так же маркетинговые технологии для работы с клиентом и мониторинга за ситуацией на фитнес рынке. Однако любая информационная система и цифровые устройства имеют высокую стоимость приобретения и содержания, что усложняет использование данных средств, вместе с этим увеличивая стоимость занятий и фитнес-услуг. Вследствие этого разработчики работают над тем, чтобы решить данные проблемы, оптимизируя потребление ресурсов внедряемых информационных си-

стем, что тем самым должно снизить их итоговую стоимость.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Шевченко А.А., Ахметова Я.Р., Ермин Д.А. Программное и аппаратное обеспечение в современной фитнес индустрии // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии дизайна. - 2019. - №3. - С. 25-29.
2. Зюкин Д.А. Способы и направления продвижения здорового образа жизни и массового спорта // Наука и практика регионов. - 2020. - № 4 (21). - С. 120-124.
3. 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.
4. Сайфиудинов Б., Наймушина А. Человеческий капитал как фактор экономического роста предприятия фитнес-индустрии // Тенденции развития науки и образования. - 2019. - №48-3. - С.55-59.
5. Воронина В.Т. Развитие массового спорта в регионах ЦФО // Наука и практика регионов. - 2018. - № 4 (13). - С. 103-107.
6. Паспорт национального проекта «Демография». Официальный сайт правительства РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts>. (дата обращения 31.01.2021 г.).
7. Матушанская Е.Е. Место физической культуры и спорта в структуре расходов бюджетной системы Российской Федерации // Вектор экономики. -2018. - № 12 (30). - С. 91.
8. 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.
9. Бобровский Е.А. Развитие материально-технической базы как фактора повышения доступности занятий спортом // Наука и практика регионов. - 2018. - № 3 (12). - С. 103-107.
10. Зюкин Д.А. Влияние здорового образа жизни на мировую экономику и экономику страны // Политика, экономика и инновации. - 2020. - № 6 (35). - Режим доступа: <http://pei-journal.ru/index.php/PEI/article/view/956>.
11. 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.
12. Соловьева З.О. Спортивный менеджмент в России // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии дизайна. - 2019. - №4. - С. 378-383.
13. Панасенко С.В., Муртузалиева Т.В., Слепенкова Е.В. Фитнес-индустрия России: состояние и перспективы развития // Практический маркетинг. - 2018. - №3(253). - С. 20-28.
14. Демография. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/10705/>. (дата обращения 31.01.2021 г.).
15. Спорт – норма жизни. Официальный сайт Министерства спорта РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://minsport.gov.ru/activities/fedprosport/>. (дата обращения 31.01.2021 г.).
16. Презентация «Спорт-норма жизни». Официальный сайт Министерства спорта РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://minsport.gov.ru/activities/fedprosport/>. (дата обращения 31.01.2021 г.).
17. Зюкин Д.А., Матушанская Е.Е. Массовый спорт как неотъемлемый элемент реализации концепции здорового образа жизни населения // Региональный вестник. 2018. № 6 (15). С. 11-13.
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. Стафеева А.В., Реутова О.В., Замашкина А.Е. Повышение показателей физического состояния женщин зрелого возраста средствами занятий фитнесом // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2018. Т. 7. № 4 (25). С. 210-212.
20. Богослова Е.Г. Фитнес-йога на занятиях физической культуры в образовательной организации высшего образования // Балтийский гуманитарный журнал. 2018. Т. 7. № 3 (24). С. 159-162.
21. Билук А.А., Гончарова Н.Ю., Якушин Д.А. Регулирование деятельности фитнес-индустрии с целью избежания фактора риска для конечного потребителя услуг // Oeconomia et jus. - 2019. - №2. - С. 1-8.
22. Тронин Р.А. Реализация федерального проекта «Спорт-норма жизни» // Наука - 2020. - 2020. - №2 (38). - С. 28-33.

Статья поступила в редакцию 13.02.2021

Статья принята к публикации 27.05.2021