

Научная статья

Original article

УДК 338

doi: 10.55186/2413046X_2022_7_9_529

**ИССЛЕДОВАНИЕ ТРЕНДОВ РАЗВИТИЯ ФИТНЕС ИНДУСТРИИ -
2022 В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ**

**STUDY OF FITNESS INDUSTRY DEVELOPMENT TRENDS - 2022 IN
NIZHNY NOVGOROD**



Белюсова Ксения Владимировна, магистрант, ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина», E-mail: ksbel99@yandex.ru

Бочаров Денис Евгеньевич, магистрант, ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина», E-mail: denis.bocharov.1999@mail.ru

Булганина Светлана Викторовна, кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры инновационных технологий менеджмента, ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина», E-mail: bulgsv@mail.ru

Лебедева Татьяна Евгеньевна, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры инновационных технологий менеджмента, ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина», E-mail: taty-lebed@mail.ru

Belousova Ksenia Vladimirovna, master student, Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, E-mail: ksbel99@yandex.ru

Bocharov Denis Evgenievich, master student, Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, E-mail: denis.bocharov.1999@mail.ru

Bulganina Svetlana Viktorovna, Ph.D. Associate Professor, Associate Professor of the Department of Innovative Management Technologies, Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, E-mail: bulgsv@mail.ru

Lebedeva Tatyana Evgenievna, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Innovative Management Technologies, Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, E-mail: taty-lebed@mail.ru

Аннотация. В статье приведены результаты маркетингового исследования, проведенного в период март-май 2022 года с целью изучения критериев выбора и готовности вернуться в фитнес-клубы потребителями. Авторы статьи анализируют изменения, произошедшие в индустрии фитнеса за последние два года, связанные с ограничениями covid-19. В статье приведены основные тренды развития фитнеса с учетом тех изменений, которые навсегда изменили не только индустрию фитнеса, но и жизнь простых потребителей данных услуг. В исследовании, результаты которого приведены в статье, приняло 250 нижегородцев, преимущественно мужчины. Все респонденты - целевые потребители фитнес услуг. Результаты показали, что большая часть респондентов предпочитают заниматься спортом самостоятельно (52%), а другая часть опрошенных (48%) предпочитают заниматься спортом исключительно с тренером по его методике. Основными критериями опрошенных при выборе фитнес-клуба являются цены на услуги (88%), расположение клуба (68%), также многим важно состояние спортивного инвентаря (56%), индивидуальный подход (48%). Большинство нижегородцев отдали свой выбор в пользу фитнес-клуба Физкульт, равные доли выбрали фитнес-клубы X-fit (12%) и ФитнесГрад (12%), по мимо этого многие предпочли бы фитнес-клуб Gold Fitness. 88% респондентов добиваются желаемой цели с помощью фитнес-клуба, также 90%

опрошенных дали положительную оценку работе персонала фитнес-клубов и 100% - посоветовали бы посетить фитнес-клуб своим знакомым и близким. На основании полученных результатов авторами статьи сделаны выводы, которые соответствуют цели исследования.

Abstract. The article presents the results of a marketing research conducted in the period March-May 2022 in order to study the selection criteria and willingness to return to fitness clubs by consumers. The authors of the article analyze the changes that have taken place in the fitness industry over the past two years due to covid-19 restrictions. The article presents the main trends in the development of fitness, taking into account the changes that forever changed not only the fitness industry, but also the lives of ordinary consumers of these services. The study, the results of which are given in the article, took 250 Nizhny Novgorod residents, mostly men. All respondents are target consumers of fitness services. The results showed that most of the respondents prefer to go in for sports on their own (52%), while the other part of the respondents (48%) prefer to go in for sports exclusively with a coach according to his methodology. The main criteria of respondents when choosing a fitness club are the prices for services (88%), the location of the club (68%), the condition of sports equipment is also important for many (56%), individual approach (48%). The majority of Nizhny Novgorod residents opted for the Fizkult fitness club, equal shares chose the X-fit (12%) and Fitness Grad (12%) fitness clubs, besides this, many would prefer the Gold Fitness fitness club. 88% of respondents achieve their desired goal with the help of a fitness club, also 90% of respondents gave a positive assessment of the work of fitness club staff and 100% would advise their friends and relatives to visit a fitness club. Based on the results obtained, the authors of the article made conclusions that correspond to the purpose of the study.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, спрос, критерии выбора фитнес клубов, развитие индустрии фитнеса, опрос

Keywords: marketing research, demand, fitness club selection criteria, fitness industry development, survey

Индустрия фитнеса 2022 года постепенно набирает обороты своего развития. Многие авторы делают осторожные заявления о возрождении и наращивании темпов развития к допандемийным показателям.

Действительно, если учесть, что последние два года крупные игроки фитнес индустрии были вынуждены поставить свои планы на паузу, то 2022 год, может показать достаточно хорошие результаты.

В настоящее время исследователи рынка фитнес услуг [1,5,7,12] склоняются к некоторым основным трендам 2022 года, обратимся к ним.

1. Геймификация – создание новых продуктов – развлекательных тренировок (exertainment). Пандемия привлекла множество потребителей на различные платформы-онлайн фитнеса (например Zwift) и повлекла за собой развитие новой эпохи иммерсивных тренировок, идущих по стопам THE TRIP (объединение музыки, визуальных эффектов) и формирование нового опыта в структуре фитнеса [3,4,8,9].

2. Новое поколение любителей спортзалов. Согласно Глобальному фитнес отчёту 2021, пандемия побудила потребителей уделять первоочередное внимание своему здоровью, при этом 50% из них больше внимания уделяют своему эмоциональному благополучию [9,10,12]. Как показывают данные отчета, 82% потребителей регулярно занимаются спортом, а 75% из этой группы занимаются в фитнес клубах, что делает фитнес самым массовым видом спорта в мире. 81% новичков заинтересованы в групповых занятиях, 66% говорят, что в настоящее время они предпочитают заниматься в одиночку [2,11,12].

Также Глобальный фитнес отчёт за 2021 год, показал, что социальный опыт пользователей приведет посетителей в фитнес-клубы, чтобы, как и прежде заниматься оффлайн [10,12].

Это мнение подкрепляется и цифрами статистики ряда зарубежных стран, где ограничения по заполняемости залов, в связи с COVID-19, сняты.

В связи с этим авторами статьи было проведено исследование отношения потребителей к фитнес-клубам в Нижнем Новгороде.

Исследование было проведено с марта 2022 года по май 2022 года средствами опроса Google Forms. Выборка составила 250 человек, ее составили жители Нижнего Новгорода и Нижегородской области

Обсуждение полученных результатов:

Большинство опрошенных респондентов оказались мужского пола (64%), чуть меньше опрошенных – женщины (36%).

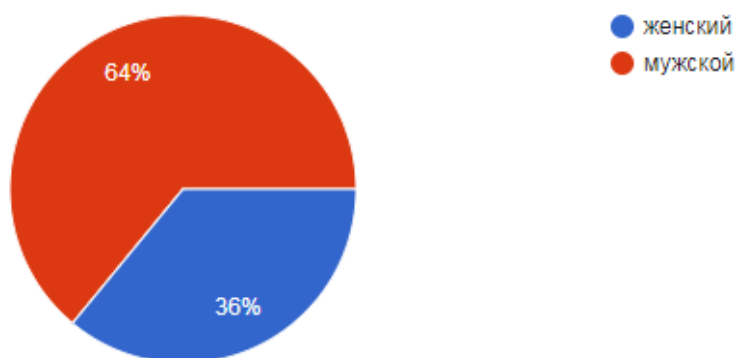


Рисунок 1. Пол респондентов

Преобладающим возрастом респондентов оказался возраст 14-25 лет (68%), остальные показатели представлены на рисунке 2.

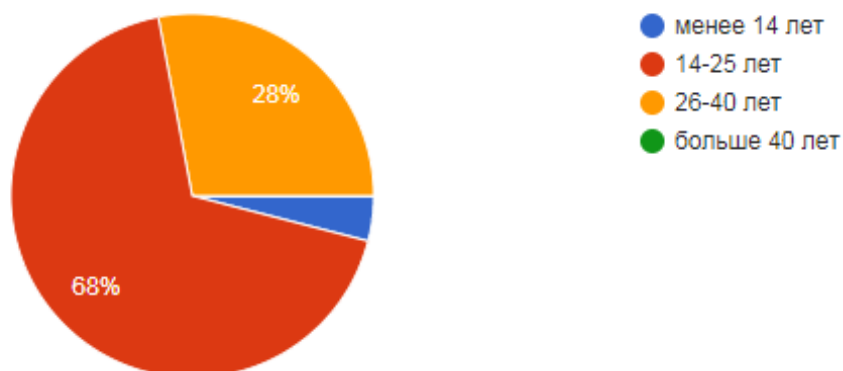


Рисунок 2. Возраст респондентов

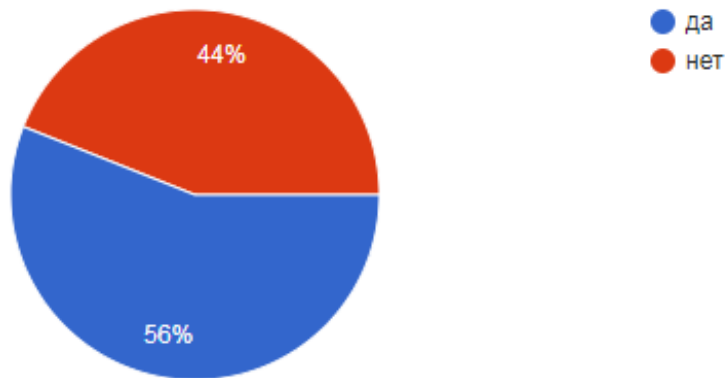


Рисунок 3. Регулярность занятия в фитнес-клубах

По результатам опроса большая часть респондентов (56%) регулярно или хотя бы несколько раз в жизни посещали какой-либо фитнес-клуб.

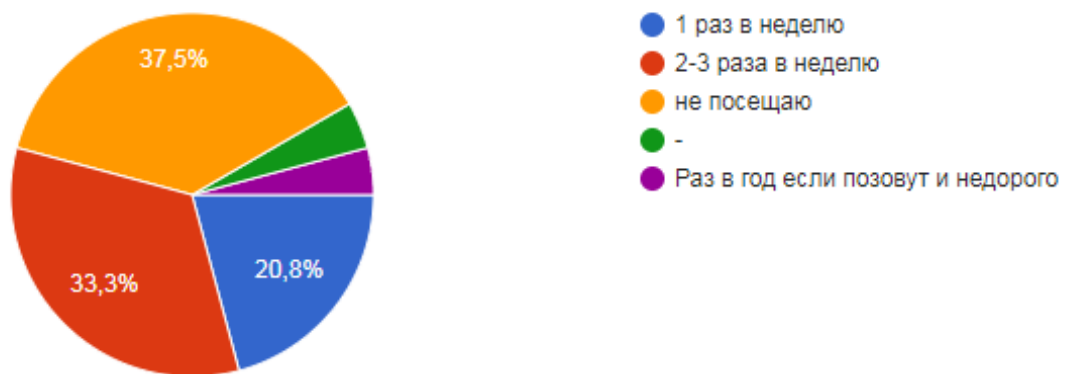


Рисунок 4. Частота посещения фитнес-клубов

По результатам опроса практически равные части респондентов посещают фитнес-клуб 2-3 раза в неделю (33%) либо же не посещают вовсе (37,5%), 20 % посещают лишь 1 раз неделю, и совсем малая часть опрошенных могут посетить данные заведения еще реже.

Согласно результатам опроса по данной теме, большее количество респондентов 44% не посещают фитнес-клубы. Но те, кто всё же ходит в фитнес-клубы разделили свои мнения на две категории: те, кто желает сбросить лишний вес (28%) и те, кто желает поддержать свою физическую форму (28%).

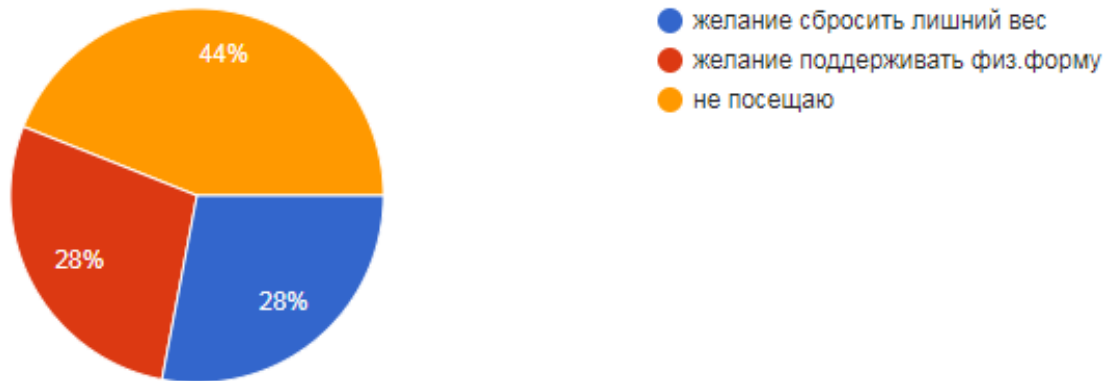


Рисунок 5. Цель посещения фитнес-клуба

Большее количество опрошенных отдаёт своё предпочтение именно тренажёрному залу (60%). Меньше людей (28%) останавливают свой выбор на бассейне. И совсем малая часть (12%) посещают коллективные занятия.

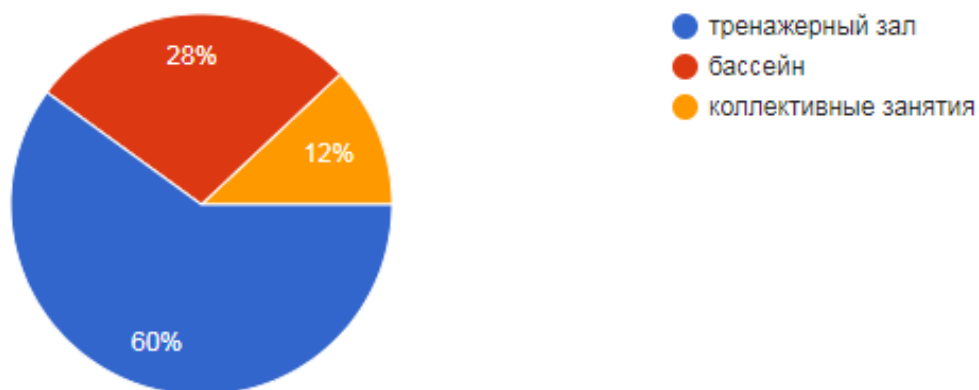


Рисунок 6. Исследование предпочтений респондента при посещении фитнес-клуба

Преимущественно респонденты предпочитают заниматься спортом самостоятельно (52%). Другая часть опрошенных (48%) предпочитают заниматься спортом исключительно с тренером по его методике.

Основными критериями опрошенных при выборе фитнес-клуба являются цены на услуги (88%), расположение клуба (68%), также многим важно состояние спортивного инвентаря (56%), индивидуальный подход (48%). Также по меньшей мере отмечают, что важными критериями

являются оформление зала и разнообразие занятий (по 32%), наличие парковки (8%) и наличие сайта клуба (16%).

При выборе конкретного фитнес-клуба мнения опрошенных разделились. Большинство нижегородцев отдали свой выбор в пользу фитнес-клуба Физкульт, равные доли выбрали фитнес-клубы X-fit (12%) и ФитнесГрад (12%). Также достаточное количество отметили, что предпочли бы фитнес-клуб Gold Fitness (рисунок 7).

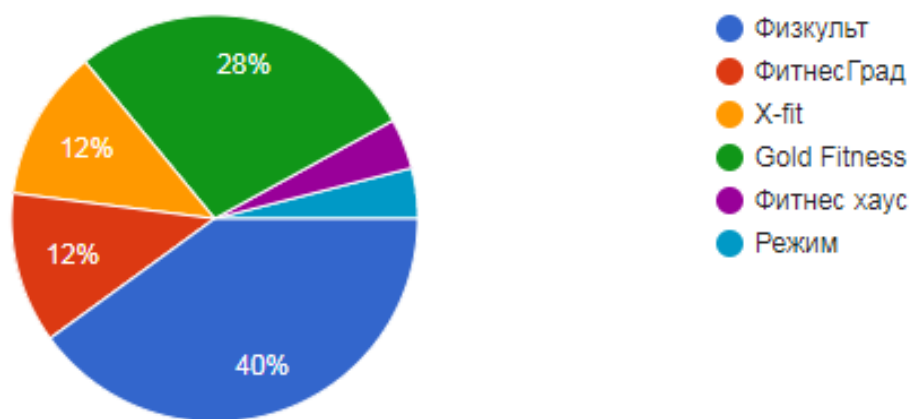


Рисунок 7. Наиболее популярные фитнес-клубы среди нижегородцев

Большинство респондентов (32%) готовы приобрести абонемент в фитнес-клуб по цене около 3000 рублей. Также респонденты отметили, что могут приобрести абонемент и дороже, за 400 рублей (28%) и 5000 рублей (20%). Малая часть опрошенных не готовы отдать за абонемент в фитнес-клуб больше 2000 руб.

При этом, преимущественно респонденты предпочитают безналичный расчёт при получении услуг фитнес-клуба или при покупке абонемента (56%). Остальные 44% предпочитают наличный расчёт.

Большая часть опрошенных (68%) готовы посещать фитнес-клубы 2-3 раза в неделю. Чуть меньше респондентов (32%) отметили, что не посещали бы фитнес-клубы чаще, чем 1 раз в неделю (рисунок 8).

По данным опроса преобладающая часть респондентов (64%) предпочитают посещать фитнес-клубы исключительно во второй половине

дня. Также есть и те, кому всё - таки удобнее заниматься в первой половине дня (20%). Совсем малая часть (16%) отмечают, что наиболее подходящим временем для них является 20:00 и позже (рисунок 9).

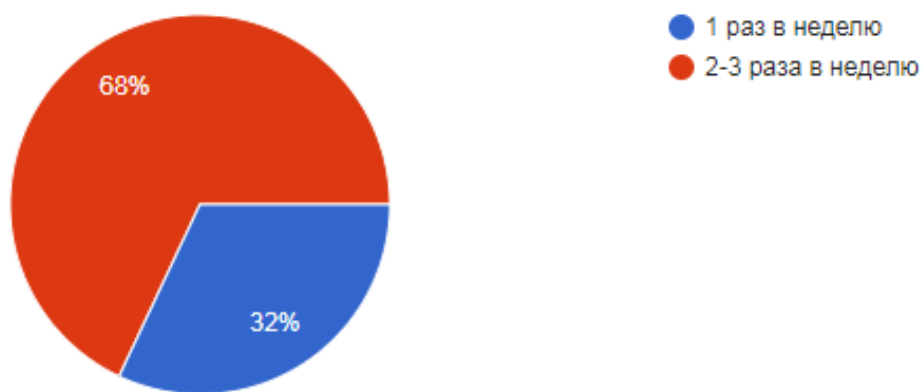


Рисунок 8. Частота занятий в фитнес-клубе

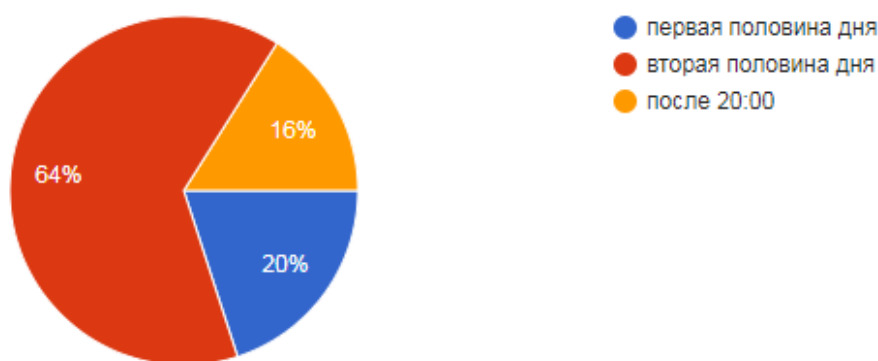


Рисунок 9. Предпочтение во времени посещения фитнес-клубов

По результатам опроса большинство респондентов (88%) добиваются желаемой цели с помощью фитнес-клуба. Оставшаяся малая часть опрошенных разделила свои мнения в равных долях и отметила, что - либо они не посещают фитнес-клубы, либо не добиваются никакого результата (рисунок 10).

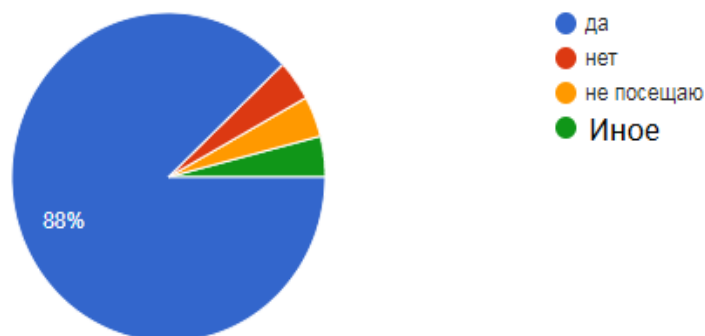


Рисунок 10. Достижение цели в фитнес-клубе

Результаты опроса показали, что нижегородцы (около 90%) дали положительную оценку работе персонала фитнес-клубов.

И абсолютно все (100%) респондентов отметили, что однозначно посоветовали бы посетить фитнес-клуб своим знакомым и близким.

Вывод: таким образом, проанализировав все ответы респондентов, мы можем сделать вывод о том, что посещение фитнес-клубов и занятия спортом очень актуальны в современном обществе. Сейчас большая часть населения регулярно посещает фитнес-клубы и занимается спортом, как мужчины, так и женщины. По результатам каждого из вопросов мы можем понять, что респонденты довольны посещением фитнес-клубов, большинство добивается поставленных целей и все опрошенные советуют посетить фитнес-клубы своим близким и знакомым, ведь спорт – это залог крепкого здоровья человека.

Также полученные результаты подтверждают общемировые тренды развития фитнес-индустрии и возвращения посетителей клубов в офлайн формат.

Список источников

1. 20-ка самых самых: главные тренды фитнес-индустрии на 2022 год | 1С:Фитнес клуб 20 трендов фитнеса в 2022 году [электронный ресурс] - Режим доступа:

https://www.fitness1c.ru/blog/20_ka_samyh_samyh_glavnye_trendy_fitnes_industrii_na_2022_god/ (дата обращения: 26.09.2022)

2. Вагин Д.Ю., Синева Н.Л., Никитина Ю.С., Карпова Е.А. Перспективы развития индустрии фитнеса Нижнего Новгорода//Актуальные вопросы современной экономики. 2019. Т. 1. № 3. С. 593-597.
3. Варенцова И.А., Пехтерева О.О., Желудков В.Б. Как фитнес-приложения и фитнес-трекеры упростили занятия спортом В сборнике: Перспективные направления в области физической культуры, спорта и туризма. материалы XI Всероссийской научно-практической конференции. Нижневартовск, 2021. С. 89-92.
4. Егорычев А.О., Егорычева Э.В. Управление самостоятельной физической активностью студентов на основе фитнес-приложений в телефонах // Ученые записки университета Лесгафта. 2021. № 2 (192).
5. Калиева О.М., Мантрова М.С., Иневатова О.А., Ватченко Д.А. Исследование предпочтений потребителей фитнес-услуг сообщества фитнес-клуба//Экономические науки. 2021. № 194. С. 85-91.
6. Лукина Е.В., Булганина С.В., Белоусова К.В., Лабазова А.В., Уткина Е.О. Анализ факторов выбора спортивной организации//Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2020. № 1 (43). С. 79-86.
7. Моченов В.П. Социокультурный тренд фитнес-индустрии в современном мире. В сборнике: Спорт - дорога к миру между народами Материалы III Международной научно-практической конференции. Под редакцией Х.Ф. Нассралах. 2017. С. 177-182.
8. Перова Т.В., Веникова М.Ю., Попова А.С. Применение SMM-технологии в процессе продвижения товаров В сборнике: Инновационные технологии управления. сборник статей по материалам IV Всероссийской научно-практической конференции. Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина. 2017. С. 121-123.

9. Полевик Д.А., Золотарев Ю.Я., Горбачёв И.Ю. Методика самостоятельных занятий с использованием фитнес приложения "Тренировки дома – фитнес тренер" В сборнике: Прикладные вопросы точных наук. Материалы V международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей. Армавир, 2021. С. 333-335.
10. Сидякова В.А., Лазутина А.Л. Актуализация повышения конкурентоспособности продукции предприятий сервиса В сборнике: Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации. Сборник статей по материалам VII Международной научно-практической конференции. Мининский университет. 2020. С. 100-102.
11. Смирнова Ж.В., Кочнова К.А. Обучение сотрудников сервисных предприятий с использованием информационных технологий //Вестник Мининского университета. 2019. Т.7. № 1 (26). С. 5.
12. Уткина Е.О., Гуреева Е.П., Булганина С.В., Лебедева Т.Е. Маркетинговое исследование критериев выбора фитнес клубов//Московский экономический журнал. 2020. № 6. С. 66.

References

1. 20-ka samyh samyh: glavnye trendy fitnes-industrii na 2022 god | 1S:Fitnes klub 20 trendov fitnesa v 2022 godu [elektronnyj resurs] - Rezhim dostupa: https://www.fitness1c.ru/blog/20_ka_samyh_samyh_glavnye_trendy_fitnes_industrii_na_2022_god/ (data obrashcheniya: 26.09.2022)
2. Vagin D.YU., Sineva N.L., Nikitina YU.S., Karpova E.A. Perspektivy razvitiya industrii fitnesa Nizhnego Novgoroda//Aktual'nye voprosy sovremennoj ekonomiki. 2019. Т. 1. № 3. S. 593-597.
3. Varencova I.A., Pekhtereva O.O., ZHeludkov V.B. Kak fitnes-prilozheniya i fitnes-trekery uprostiti zanyatiya sportom V sbornike: Perspektivnye napravleniya v oblasti fizicheskoy kul'tury, sporta i turizma. materialy XI Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Nizhnevartovsk, 2021. S. 89-92.

4. Egorychev A.O., Egorycheva E.V. Upravlenie samostoyatel'noj fizicheskoy aktivnost'yu studentov na osnove fitnes-prilozhenij v telefonah // Uchenye zapiski universiteta Lesgafta. 2021. № 2 (192).
5. Kalieva O.M., Mantrova M.S., Inevatova O.A., Vatchenko D.A. Issledovanie predpochtenij potrebitelej fitnes-uslug soobshchestva fitnes-kluba//Ekonomicheskie nauki. 2021. № 194. S. 85-91.
6. Lukina E.V., Bulganina S.V., Belousova K.V., Labazova A.V., Utkina E.O. Analiz faktorov vybora sportivnoj organizacii//Innovacionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya. 2020. № 1 (43). S. 79-86.
7. Mochenov V.P. Sociokul'turnyj trend fitnes-industrii v sovremennom mire. V sbornike: Sport - doroga k miru mezhdunarodami Materialy III Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Pod redakciej H.F. Nassralah. 2017. S. 177-182.
8. Perova T.V., Venikova M.YU., Popova A.S. Primenenie SMM-tehnologii v processe prodvizheniya tovarov V sbornike: Innovacionnye tehnologii upravleniya. sbornik statej po materialam IV Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Nizhegorodskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet imeni Koz'my Minina. 2017. S. 121-123.
9. Polevik D.A., Zolotarev YU.YA., Gorbachyov I.YU. Metodika samostoyatel'nyh zanyatij s ispol'zovaniem fitnes prilozheniya "Trenirovki doma – fitnes trener" V sbornike: Prikladnye voprosy tochnyh nauk. Materialy V mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii studentov, aspirantov i prepodavatelej. Armavir, 2021. S. 333-335.
10. Sidyakova V.A., Lazutina A.L. Aktualizaciya povysheniya konkurentosposobnosti produkcii predpriyatij servisa V sbornike: Industriya turizma i servisa: sostoyanie, problemy, effektivnost', innovacii. Sbornik statej po materialam VII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Mininskij universitet. 2020. S. 100-102.

11. Smirnova ZH.V., Kochnova K.A. Obuchenie sotrudnikov servisnyh predpriyatij s ispol'zovaniem informacionnyh tekhnologij //Vestnik of Minin university. 2019. T.7. № 1 (26). S. 5.

12. Utkina E.O., Gureeva E.P., Bulganina S.V., Lebedeva T.E. Marketingovoe issledovanie kriteriev vybora fitnes klubov//Moskovskij ekonomicheskij zhurnal. 2020. № 6. S. 66.

Для цитирования: Белоусова К.В., Бочаров Д.Е., Булганина С.В., Лебедева Т.Е. Исследование трендов развития фитнес индустрии - 2022 в Нижнем Новгороде // Московский экономический журнал. 2022. № 9. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-9-2022-33/>

© Белоусова К.В., Бочаров Д.Е., Булганина С.В., Лебедева Т.Е.2022.

Московский экономический журнал, 2022, № 9.