Научная статья

https://doi.org/10.54220/v.rsue.1991-0533.2025.89.1.005
УДК 338.48, 004.9

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФИТНЕС-КЛУБОВ: НАПРАВЛЕНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Мануйленко Н. А.*[1]
[1] *Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия*
** arnoldmanuilenko@yandex.ru*

Аннотация. *Введение.* В статье уточняется, что фитнес-клубы играют существенную роль при вовлечении различных слоев населения в ведение здорового образа жизни и спортивного досуга. Демонстрируется рост вовлеченности населения в посещение спортивных организаций и акцентируется внимание на маркетинговых решениях для фитнес-клубов в постпандемийный период, во многом связанных с использованием цифровых технологий. *Материалы и методы.* В статье исследуются основные тенденции на рынке фитнес-индустрии на базе анализа и сравнения мнений специалистов, изучающих данное направление. Анализируются материалы официальной статистики, результаты экспертных аналитических отчетов, материалы эмпирических исследований, в частности проведенных РБК и businesstat.ru. Использованы методы сбора, сопоставления, графического отображения, анализа и синтеза данных и формулирования выводов. *Результаты исследования.* Уточнено, что спортивная индустрия в России активно развивается. Ключевым импульсом к этому процессу выступает социальная политика государства, стимулирующая нацеленность на здоровый образ жизни и вовлечение населения в занятия физкультурой и спортом. Другим направлением, имеющим определяющее значение в оздоровлении нации, является формирование и развитие рынка фитнес-услуг, внедряющего инновации и опирающегося на применение передовых цифровых технологий. *Обсуждение и заключение.* Определено, что рынок, на котором проявляют свою активность фитнес-клубы в России, сегодня продолжает расти. В период пандемии, по объективным причинам, в долевом отношении, по количеству посещений фитнес-клубов гражданами снижение достигло более 47%. Однако далее ситуация изменилась в положительную сторону. Во многом этому способствует опыт, приобретенный клубами в период пандемии в части внедрения цифровых технологий с свою работу. Ключевыми трендами сегодня являются: применение продуктов с программным обеспечением, цифровая социализация потребителей, геймификация, совмещение онлайн- и офлайн-формата тренировок, автоматизация процессов работы с потребителями и персоналом.

Ключевые слова: фитнес-клубы, потребители, цифровые технологии, тенденции.

Для цитирования: Мануйленко Н. А. Основные тенденции на рынке функционирования фитнес-клубов: направления применения цифровых технологий. *Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).* 2025;1(32):52-59. doi: 10.54220/v.rsue.1991-0533.2025.89.1.005.

Research article

JEL Z13 O33 L83

THE MAIN TRENDS IN THE MARKET OF FUNCTIONING OF FITNESS CLUBS: DIRECTIONS OF APPLICATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES

Manuylenko N.*[1]
[1] *Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russia*
** arnoldmanuilenko@yandex.ru*

Abstract. *Introduction.* The article clarifies that fitness clubs play an essential role in involving various segments of the population in leading a healthy lifestyle and sports activities. The article demonstrates the growing involvement of the population in visiting sports organizations and focuses on marketing solutions for fitness clubs in the post-pandemic period, largely related to the use of digital technologies. *Materials and methods.* The article examines the main trends in the fitness industry market based on the analysis and comparison of opinions of specialists studying this field. The materials of official statistics, the results of expert analytical reports, empirical research materials, in particular, conducted by RBC and businesstat.ru. The methods of data collection, comparison, graphical display, analysis and synthesis, and formulation of conclusions are used. *Research results.* It is clarified that the sports industry in Russia is actively developing. The key impetus to this process is the social policy of the state, which stimulates the focus on a healthy lifestyle and the involvement of the population in physical education and sports. Another area of crucial importance in the nation's recovery is the formation and development of a fitness services market that innovates and relies on the use of advanced digital technologies. *Discussion and conclusion.* It is determined that the market in which fitness clubs are active in Russia continues to grow today. During the pandemic, for objective reasons, in terms of the number of visits to fitness clubs by citizens, the decrease reached more than 47%. However, the situation has further changed in a positive direction. In many ways, this is facilitated by the experience gained by clubs during the pandemic in terms of introducing digital technologies into their work. The key trends today are: the use of software products, digital socialization of consumers, gamification, the combination of online and offline training formats, automation of the processes of working with consumers and staff.

Keywords: fitness clubs, consumers, digital technologies, trends.

For citation: Manuylenko N. The main trends in the market of functioning of fitness clubs: directions of application of digital technologies. *Vestnik of Rostov State University of Economics (RINH).* 2025;1(32):52-59. doi: 10.54220/v.rsue.1991-0533.2025.89.1.005.

Введение

В настоящее время население активно вовлекается в здоровый образ жизни, что можно рассматривать как часть социальной политики государства, требующей, в свою очередь, применения маркетинговых усилий и практических шагов по созданию доступной населению инфраструктуры для физкультуры и спорта. Этому способствуют централизованные решения на уровне страны, например, такие как активная поддержка возрожденного еще в 2014 г. Всероссийского физкультурно-оздоровительного комплекса ГТО [2], а также финансирование объектов спортивной инфраструктуры в регионах [3].

Вместе с тем, помимо усилий государства в этом направлении, одно из ключевых значений принадлежит разви-

тию индустрии фитнес-клубов, которые, с одной стороны, дают возможность населению разного возраста, а также, с учетом сегментации по цене, различного достатка, заниматься разными видами спорта и вести активный образ жизни, с другой стороны, это создает рабочие места и возможность карьерного роста и благополучия для сотрудников этих организаций.

Данные обстоятельства актуализируют рассмотрение тенденций, уже проявившихся на рынке фитнес-отрасли для понимания складывающихся современных трендов.

Полагаем, что развитие маркетинговых решений в этой сфере во многом стало возможным и позволило персонифицировать запросы потребителей и качество работы с ними на основе передовых цифровых технологий.

Материалы и методы

В исследовании основных тенденций на рынке фитнес-индустрии мы опираемся на мнения специалистов, теоретиков и практиков, анализирующих данное направление, а также на данные официальной статистики, результаты экспертных аналитических отчетов, материалы эмпирических исследований, в частности проведенных РБК и businesstat.ru.

Использованы методы сбора, сопоставления, графического отображения, анализа и синтеза данных, что дало возможность сформулировать непротиворечивые выводы.

Результаты исследования

Практически все ученые и практики солидарны в вопросе необходимости применения комплексных маркетинговых усилий в продвижении услуг фитнес-клубов с опорой на геймификацию, социально-этичные аспекты, партнерские взаимоотношения и ценности потребителя, а также использование эффекта новизны [4, 8].

Ряд специалистов, с опорой на результаты эмпирических исследований, подчеркивают, что фитнес-кубам необходимо использовать новые технологии в коммуникациях с потребителями и учете для повышения эффективности собственной работы [5].

Н. Мартышенко отмечает, что занятия, ведущиеся в онлайн формате, остаются популярными в регионах, где нет достаточной инфраструктуры для занятий спортом и есть запрос на открытие новых фитнес-центров, который временно покрывается за счет активизации использования цифровых технологий [6].

Мы согласны с приведенными точками зрения и также считаем, что отправной точкой активного применения передовых цифровых технологий в сфере функционирования фитнес-клубов стала пандемия, в период которой полноценное удовлетворение услуг данного рода было невозможно, и цифровые технологии давали возможность не терять связи с потребителями.

В период пандемии, естественным образом, сегмент физкультуры и спорта также существенно сократился из-за введенных ограничений, отсутствия у населения реальной возможности посещать фитнес-клубы и спортивные центры. Далее ситуация стала меняться в лучшую сторону, и спрос стал демонстрировать тенденцию в росту.

Согласно существующим экспертным оценкам, рынок фитнеса в России продемонстрировал существенный рост в 2021-2023 гг., практически вдвое (рис. 1). Повторимся, популярность фитнес-клубов выросла в период после окончания пандемии. Большое значение в этом вопросе имеет рост популярности здорового образа жизни у населения. Помимо популяризации здорового образа жизни среди населения посредством принятия соответствующих программ и трансляции ценностей, развивается соответствующая инфраструктура (рис. 2). Количество объектов спортивной инфраструктуры, а именно физкультурно-оздоровительных объектов, выросло более, чем на 39 единиц. Очевиден рост и в долевом отношении (рис. 3).

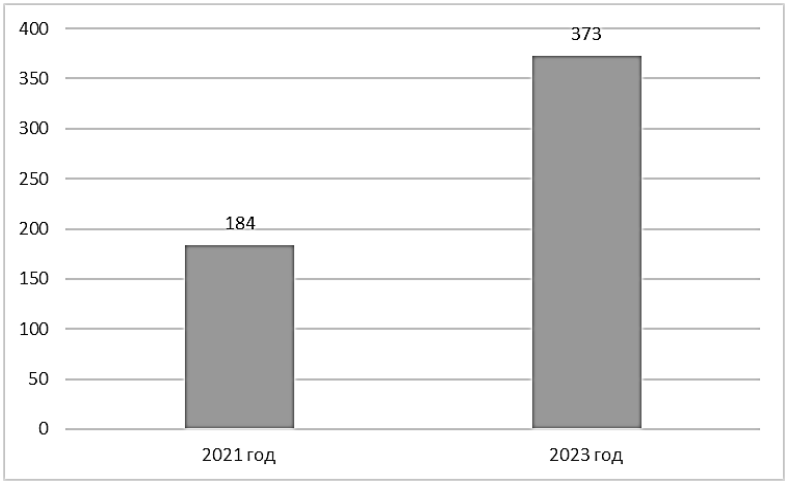


Рисунок 1 – **Динамика объема рынка фитнеса в России в 2021-2023 гг., млн посещений** [1]
Figure 1 – **Dynamics of the fitness market volume in Russia in 2021-2023, mln visits** [1]

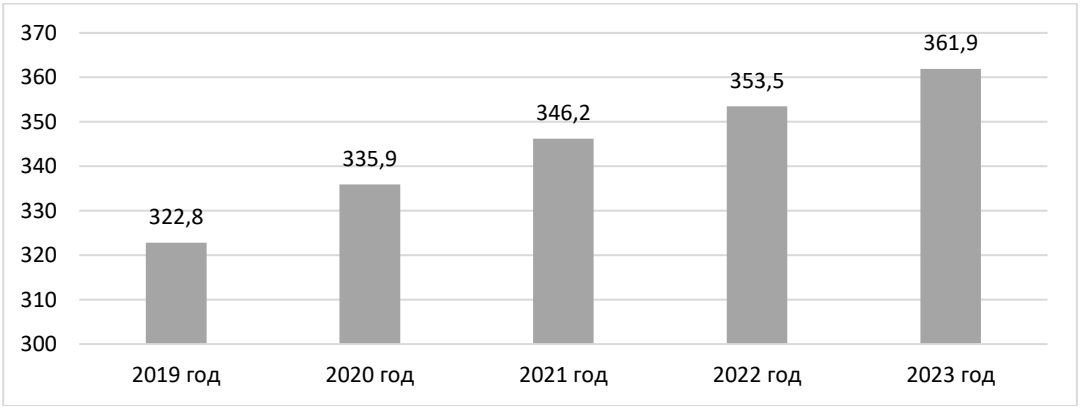


Рисунок 2 – **Динамика количества физкультурно-оздоровительных объектов, тыс.** [1]
Figure 2 – **Dynamics of the number of sports and recreation facilities, thousands** [1]

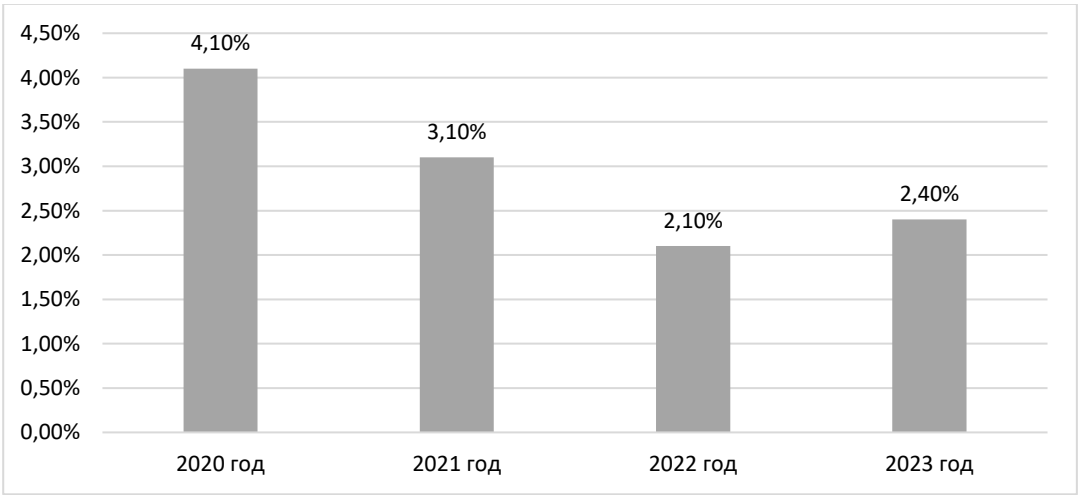


Рисунок 3 – **Динамика количества физкультурно-оздоровительных объектов, в % к прошлому году** [1]
Figure 3 – **Dynamics of the number of sports and recreation facilities, in % of the previous year** [1]

В долевом отношении за этот период (с 2020 по 2023 г.) рост данных объектов достиг почти 12%. После пандемии рост, объективно, замедлился, но, вместе с тем, продолжился, и, учитывая тренды на следование здоровому образу жизни, далее эта тенденция будет проявлять себя. Соответственно, например, в 2021 г. граждане активно посещали фитнес-клубы, а в период введения ограничений из-за пандемии стал очевидным резкий отток посетителей. Далее, начиная с 2021 г., ситуация существенным образом изменилась, и показатель 2023 г. превысил значение 2019 г. (рис. 4). В процентном отношении заметен спад на более чем 47% в количестве посещений фитнес-клубов в 2020 г. и, далее, выравнивание ситуации и прирост, который был максимально ощутим в 2021 г. (рис. 5).

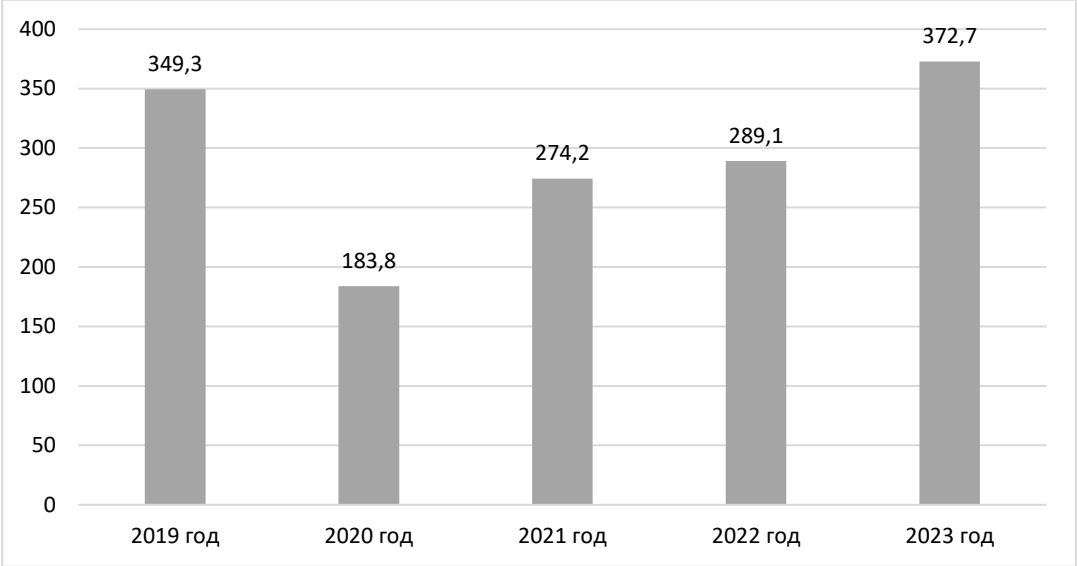


Рисунок 4 – **Динамика численности посещений фитнес-занятий гражданами в России в 2019-2023 гг., млн** [1]

Figure 4 – **Dynamics of the number of visits to fitness classes by citizens in Russia in 2019-2023, mln** [1]

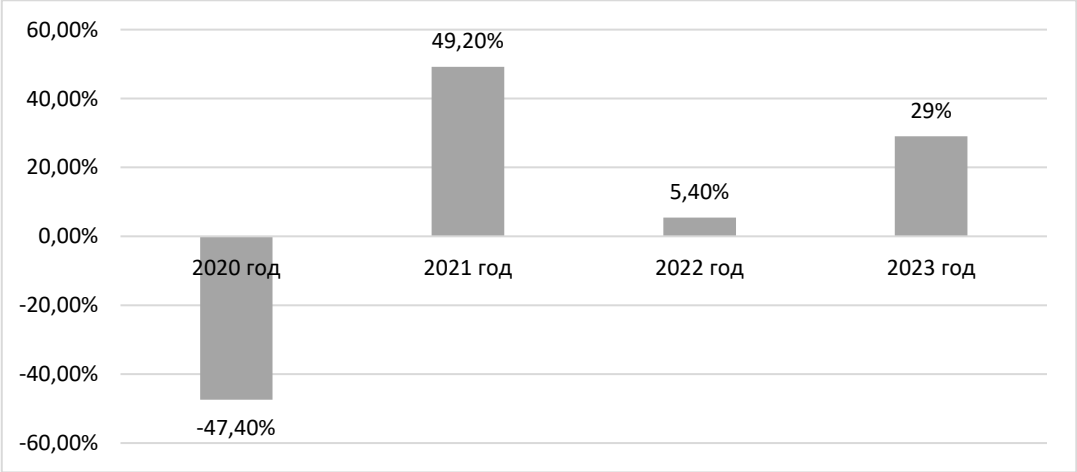


Рисунок 5 – **Динамика численности посещений фитнес-занятий гражданами в России в 2020-2023 гг., %** [1]

Figure 5 – **Dynamics of the number of visits to fitness classes by citizens in Russia in 2020-2023, %** [1]

Можно отметить, что за рассматриваемый период посещения фитнеса гражданами выросли почти на 7%. Подобный рост посещаемости стал возможен благодаря увеличению количества клубов, в том числе различного формата, и развитию этого вида бизнеса в разных регионах в формате франчайзинга.

Характеризуя финансовые результаты, поясним, что оборот данной отрасли вырос почти на 12% и равнялся 172 млрд руб. [7]

Говоря об основных маркетинговых решениях фитнес-клубов, связанных с инновациями и передовыми цифровыми технологиями, целесообразно отметить как раз использование в сфере физической культуры и спорта тех продуктов, которые позволяют проводить тренировки онлайн и/или контролировать физическое состояние тренирующихся (смарт-часы, браслеты, GPS-трекеры и т.д.). В данной связи подчеркнем, что исследование, проведенное РБК в 2021 г., показало, что порядка 40% респондентов в возрасте от 18 до 65 лет занимаются онлайн и хотят на регулярной основе получать консультации тренера, но не имеют в текущий момент возможности полноценно посещать фитнес-клуб [9], что также формирует запрос на формат оказания сервисов.

Другим значимым трендом, который активно используют клубы, и он также ориентирован на ценности потребителей, выступает цифровая социализация вовлекаемых в спортивный досуг и образ жизни людей. Это цифровые сервисы, распространяющие информацию о беговых турнирах, велочелленджах и т.д. Использование клубами собственных приложений, в том числе игровых платформ, способствует вовлеченности потребителей и распространению информации о сетевом или несетевом клубе, который организует участие желающих в таких группах в социальных сетях. Далее желающие могут с помощью специалистов клуба и помощника в приложении выбирать формат тренировок, схемы питания и т.д. Цифровая социализация также способствует включенности членов общества в здоровый образ жизни.

Другим актуальным трендом в постпандемийный период остались тренировки в виртуальном формате. Их активное продвижение также возможно за счет специального контента, использования интерактивных платформ для потребителей, и большое значение здесь имеет такой маркетинговый инструмент, как короткие видео, которые привлекают внимание и создают целые направления востребованных у потребителей тренировок.

Цифровые технологии позволяют аккумулировать все необходимые данные о клиентах и, обладая всей широтой необходимой информации, персонализировать для них предложение, включая их вовлечение в кастомизацию в формате участия в подготовке программ тренировок и планировании трансформации тренировочных зон и размещения необходимого оборудования.

Кроме того, использование цифровых технологий и специализированного программного обеспечения дает возможность повысить скорость обработки данных и снизить себестоимость различных процессов, что позволяет реализовывать программы лояльности, ориентированные на ценовую привлекательность предлагаемых сервисов. Так, автоматизируются процессы записи на специальные занятия, рассылка предложений, контроль расписания, «заморозки» пропусков и т.д. Использование мобильных приложений позволяет потребителям в удобном и привычном формате получать необходимую информацию, что улучшает возможности коммуникационной работы с ними. Помимо указанных положительных моментов, применение передовых цифровых технологий также позволяет повысить мотивацию сотрудников за счет построения их актуального рейтинга и соответствующих поощрений [10].

Обсуждение и заключение

Спортивная индустрия в России активно развивается. Импульсом к данному

процессу во многом выступает социальная политика государства, стимулирующая нацеленность на здоровый образ жизни и вовлечение населения в занятия физкультурой и спортом.

Вместе с тем одно из определяющих значений в оздоровлении нации имеет формирование и развитие рынка фитнес-услуг на основе функционирования фитнес-клубов, дающих возможность различным категориям населения заниматься спортом.

Рынок, на котором проявляют свою активность фитнес-клубы в России, сегодня продолжает расти. В период пандемии, по объективным причинам, в долевом отношении, например, по количеству посещений фитнес-клубов гражданами, снижение достигло более 47%. Однако далее ситуация изменилась.

Период пандемии, в свою очередь, способствовал расширению применения передовых цифровых технологий и специализированного программного обеспечения в работе фитнес-клубов, которые смогли эффективно использовать как коммуникационные, так и аналитические цифровые возможности в реализации маркетинговых решений.

К ключевым трендам сегодня целесообразно отнести применение продуктов с программным обеспечением, цифровую социализацию потребителей, геймификацию, совмещение онлайн- и офлайн-формата тренировок, автоматизацию процессов работы с потребителями и персоналом, а также углубление индивидуализации обслуживания и высокую степень кастомизации в сфере предложения фитнес-услуг.

Список литературы

1. Анализ рынка фитнеса в России в 2019-2023 гг., прогноз на 2024-2028 гг. Детализация по городам [Электронный ресурс]. – URL: https://businesstat.ru/images/demo/fitness_russia_demo_businesstat.pdf (дата обращения: 26.11.2024).

2. Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «ГТО». Досье [Электронный ресурс]. – URL: https://tass.ru/info/1884743 (дата обращения: 26.11.2024).

3. В России утвердили правила финансирования строительства спорт объектов [Электронный ресурс]. – URL: https://rsport.ria.ru/20241215/milliardy-1989294258.html (дата обращения: 26.11.2024).

4. *Волгушева, Н. С.* Реферальный маркетинг в Интернете как инструмент брендинга фитнес клуба // Брендинг как коммуникативная технология XXI века : сборник трудов III Всерос. науч.-практ. конф. – СПб., 2017. – С. 162-163.

5. *Давидян, И. Г., Шокола, Я. В.* Цифровая трансформация сервисных процессов предприятий сферы фитнес-услуг // Технико-технологические проблемы сервиса. – 2023. – № 1 (63). – С. 80-84.

6. *Мартышенко, Н. С.* Исследование мотивации потребления фитнес-услуг региона в молодежной среде // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2017. – № 4. – С. 81-98.

7. Оборот фитнес-отрасли в 2023 г. превысил 170 млрд рублей [Электронный ресурс]. – URL: https://www.forbes.ru/biznes/503466-oborot-fitnes-otrasli-v-2023-godu-prevysil-170-mlrd-rublej (дата обращения: 26.12.2024).

8. Фитнес-индустрия России: состояние и перспективы развития / С. В. Панасенко, Т. В. Муртузалиева, Е. В. Слепенкова // Практический маркетинг. – 2018. – № 3 (253). – С. 20-28.

9. Рынок фитнес-услуг России. Официальный сайт РБК [Электронный ресурс]. – URL: https://marketing.rbc.ru/articles/10397 (дата обращения: 12.11.2024).

10. Цифровизация фитнеса: что ждет клубы в 2022 г. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.fitness1c.ru/blog/czifrovizacziya-fitnesa-chto-zhdet-kluby-v-2022-godu (дата обращения: 26.11.2024).

References

1. Analysis of the fitness market in Russia in 2019-2023, forecast for 2024-2028. Detailing by cities [Electronic resource]. – URL: https://businesstat.ru/images/demo/fitness_russia_demo_businesstat.pdf (date of access: 26.11.2024).

2. All-Russian physical culture and sports complex GTO. Dossier [Electronic resource]. – URL: https://tass.ru/info/1884743 (date of access: 26.11.2024).

3. In Russia approved the rules of financing the construction of sports facilities [Electronic resource]. – URL: https://rsport.ria.ru/20241215/milliardy-1989294258.html (date of access: 26.11.2024).

4. *Volgusheva, N.* Referral marketing on the Internet as a tool for branding a fitness club // Branding as a communicative technology of the XXI century : proceedings of III All-Russian scient.-pract. conf. – SPb., 2017. – P. 162-163.

5. *Davidyan, I., Shokola, J.* Digital transformation of service processes of enterprises in the sphere of fitness services // Techno-technological problems of service. – 2023. – № 1 (63). – P. 80-84.

6. *Martyshenko, N.* Study of the motivation of consumption of fitness services of the region in the youth environment // Territory of new opportunities. Bulletin of Vladivostok State University of Economics and Service. – 2017. – № 4. – P. 81-98.

7. Turnover of the fitness industry in 2023 exceeded 170 bln rubles [Electronic resource]. – URL: https://www.forbes.ru/biznes/503466-oborot-fitnes-otrasli-v-2023-godu-prevysil-170-mlrd-rublej (date of access: 26.12.2024).

8. Fitness industry of Russia: state and prospects of development / S. Panasenko, T. Murtuzalieva, E. Slepenkova // Practical marketing. – 2018. – № 3 (253). – P. 20-28.

9. The market of fitness services in Russia [Electronic resource]. – URL: https://marketing.rbc.ru/articles/10397 (date of access: 12.11.2024).

10. Digitalization of fitness: what awaits clubs in 2022 [Electronic resource]. – URL: https://www.fitness1c.ru/blog/czifrovizacziya-fitnesa-chto-zhdet-kluby-v-2022-godu (date of access: 26.11.2024)

Об авторах:

Мануйленко Никита Андреевич, *аспирант кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия, arnoldmanuilenko@yandex.ru*

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

About the Authors:

Nikita Manuylenko, *Postgraduate student of the Department of marketing and advertising of Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russia, arnoldmanuilenko@yandex.ru*

Conflict of Interest: The authors declare no conflicts of interest.