

## ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

DOI 10.26163/RAEN.2021.10.79.003  
УДК 338.46:796:61

*O.V. Zaborovskaya, V.A. Aleksandrova*

### FACTORS INFLUENCING DEVELOPMENT OF SPORTS AND FITNESS SERVICES IN DISTRICTS (BY THE EXAMPLE OF MOSKOVSKIY DISTRICT OF ST. PETERSBURG)

**Olga Zaborovskaya** – Head of the Department of Management of Social and Economic Processes, State Institute of Economics, Finance, Law and Technology, Doctor of Economics, professor, Gatchina; **e-mail: ozabor@mail.ru.**

**Valentina Aleksandrova** – candidate for Master’s degree, State Institute of Economics, Finance, Law and Technology, Gatchina; **e-mail: aolga1971@yandex.ru.**

*We analyze factors influencing the market of sports and fitness services taking into account district’s specific features. Special attention is paid to negative aspects of external environment connected with the decrease of solvent demand. We make a detailed research of the environment of fitness clubs working in Moskovskiy district of St. Petersburg. The performance of the club Volna is compared with the main competitors in the district in question.*

**Keywords:** sports and fitness services; market of services; region; territory; population’s income; St. Petersburg; demand for fitness clubs’ services.

*O.V. Заборовская, В.А. Александрова*

### ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ МОСКОВСКОГО РАЙОНА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА)

**Ольга Витальевна Заборовская** – зав. кафедрой управления социальными и экономическими процессами, Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, доктор экономических наук, профессор, г. Гатчина; **e-mail: ozabor@mail.ru.**

**Валентина Александровна Александрова** – магистрант второго курса, Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, г. Гатчина; **e-mail: aolga1971@yandex.ru.**

*В статье анализируются факторы, влияющие на рынок спортивно-оздоровительных услуг с учётом региональной специфики. Особое внимание уделено влиянию негативных аспектов внешней среды, связанных с падением платежеспособного спроса. Подробно рассмотрена внешняя среда функционирования спортивно-оздоровительных клубов в Московском районе Санкт-Петербурга. Произведено сравнение деятельности спортивного клуба ООО «Волна» с основными конкурентами в регионе.*

**Ключевые слова:** спортивно-оздоровительные услуги; рынок услуг, регион; территория; денежные доходы населения; Санкт-Петербург; спрос на услуги спортивных клубов.

В современных условиях активно развиваются услуги, связанные с заботой о поддержании здоровья, физической активности, что вызывает рост конкуренции в данной сфере. Особенности современных спортивно-оздоровительных клубов являются комплексный характер предоставления услуг (услуги тренажёрного зала, бассейна, различные виды спортивно-оздоровительных услуг), а также ориентация на широкий круг потребителей. В дальнейшем, используя термин «фитнес-услуги», будем понимать его в широком смысле как комплексные спортивно-оздоровительные услуги, предоставляемые в рамках спортивных клубов. До развёртывания пандемии, по данным участников рынка, в оказании фитнес-услуг в РФ принимали участие свыше 700 тыс. человек, объем рынка составлял около 167 млрд руб. [5]. По данным экспертного агентства «Андреева и партнёры» объём рынка фитнес-услуг в Санкт-Петербурге составлял около 13% от общероссийского, или 16 млрд руб. [2].

Следует отметить, что в настоящее время фитнес-клубы находятся в зоне риска в связи с ограничениями в их деятельности из-за вирусной опасности, что может привести к разорению спортивно-оздоровительных организаций. Тем не менее, ряд клубов адаптируется к новой ситуации. Так, например, газета «Коммерсант» со ссылкой на Московский кредитный банк и систему платежей «Элекснет» указывает, что в летние месяцы (июнь, июль) в Москве объём оказания услуг фитнес-центрами достиг 35% от объёма услуг до пандемии [3]. Другие эксперты оценивают этот показатель еще выше, обращая внимание на то, что летний период всегда демонстрировал сезонный спад в данной отрасли услуг (по некоторым данным, обычное падение спроса составляло свыше 50% по сравнению с зимне-весенним периодом). В Санкт-Петербурге ситуация сложнее, что связано с расположением многих фитнес-клубов в торговых центрах, посещение которых длительное время было запрещено, в итоге рынок достаточно сильно сократился. Большая опасность для фитнес-клубов и спортив-

но-оздоровительных организаций состоит также в возможных требованиях возврата уплаченных вперед за абонементы денежных средств, по некоторым оценкам, эта сумма может составлять по стране в целом до 35 млрд руб. [2]. Многие люди также начинают предпочитать индивидуальные тренировки, находя тренеров на сайтах услуг.

В этих условиях возрастает конкурентная борьба за клиента и значимость стратегии развития спортивно-оздоровительной организации.

Предоставление спортивно-оздоровительных услуг имеет выраженную региональную специфику. Несмотря на негативные воздействия внешней среды, объем предоставления спортивно-оздоровительных услуг фитнеса в Санкт-Петербурге значителен. Потенциальные клиенты имеют возможность выбора широкого круга спортивных центров, клубов различной ценовой категории с диверсифицированными либо специализированными услугами. Конкуренция на рынке спортивно-оздоровительных услуг в мегаполисе весьма велика. К основным факторам, влияющим на выбор клиента, относятся: месторасположение клуба, цены на предоставляемые услуги и отзывы родных, друзей, знакомых, интернет-платформ. Для того, чтобы обеспечить конкурентоспособность конкретной спортивно-оздоровительной организации, действующей системе менеджмента необходимо выстроить управление так, чтобы удовлетворить потребности и желания каждого клиента и предоставить выгоды по сравнению с основными конкурентами. В данной статье мы остановимся на особенностях спортивных клубов. Выявление сравнительных конкурентных преимуществ и недостатков возможно на основе анализа существующего состояния спортивного клуба и его основных конкурентов, что определит направления и инструменты эффективного менеджмента.

Рассмотрим подробнее функционирование спортивного клуба «Волна» с позиций анализа конкурентных преимуществ и перспективных направлений развития деятельности.

Как указано на официальном сайте организации, спортивный клуб «Волна» представляет собой «удачную комбинацию высококачественного оборудования, опытных инструкторов, современного и эргономичного зала с приемлемой стоимостью. ООО «Волна» рассчитан на клиентов любого достатка и предлагает льготное время детям, а также ветеранам, инвалидам пенсионерам». Клуб посещают как профессионалы, так и новички. Клиенты клуба ООО «Волна» – это пенсионеры, инвалиды, ветераны, дети от 4 до 16 лет, взрослые [6].

Деятельность спортивного клуба ООО «Волна» осуществляется в Московском районе Санкт-Петербурга, и специфические черты этого района во многом определяют характеристики внешней среды функционирования организации.

Согласно данным, приведённым на официальном сайте Администрации Московского района Санкт-Петербурга, «Московский район расположен на юго-западе Санкт-Петербурга и занимает площадь 7107 га. Район по праву называют южными воротами города, поскольку на его территории расположен международный аэропорт Пулково, а также проходят две крупные автомагистрали северо-запада России – Московское и Киевское шоссе» [1]. Необходимо отметить, что Московский район весьма развит с точки зрения торговой, экономической и социальной инфраструктуры. «В районе действуют более 40 школ, несколько колледжей и техникумов, более семидесяти детских дошкольных учреждений. Также в Московском районе расположено несколько больниц, 2 стоматологии, детский театр «Сказка», Дворец молодежи, более десятка библиотек, выставочный зал, спортивно-концертный комплекс, несколько подростковых центров и клубов, есть две музыкальные и одна художественная школы, 5 стадионов, 3 бассейна, множество теннисных кортов, спортивных залов и около 57 фитнес-клубов» [1]. Такое значительное количество инфраструктурных объектов в сфере досуга свидетельствует о возможностях выбора как видов деятельности, так и организаций.

Население района составляет свыше 340 тыс. человек, это около 6% от всего населения города. Если условно делить на зоны, то у метро «Парк Победы» сосредоточены студенты (рядом находится Межвузовский студенческий городок, где проживает свыше восьми тысяч студентов (0,02% населения района) из 35 вузов), центральная часть района – это обеспеченные жители с достатком выше среднего, в южной и восточной частях района (спальные районы) живут среднеобеспеченные, но социально благополучные петербуржцы. Также есть комплекс «хрущевок» за площадью Конституции и у проспекта Юрия Гагарина. В целом район имеет репутацию благополучного, обеспеченного объектами инфраструктуры, что привлекает в район население с достаточным уровнем дохода, а это, в свою очередь, обеспечивает спрос на услуги, в том числе спортивно-оздоровительные. В то же время, свыше 26% в структуре населения составляют пенсионеры, что является фактором, определяющим особенности такого спроса (в частности, повышенный спрос на услуги социального характера). Одновременно это открывает дополнительные возможности для расширения услуг спортивно-оздоровительных организаций, предоставляемых в утреннее и дневное время. Это относится и к спортивному клубу «Волна», который уже ориентируется на эту группу клиентов, тем не менее, имеется потенциал дополнительного развития.

Определенная часть рынка спортивно-оздоровительных услуг относится к платному сегменту. В России спецификой структуры расходов населения является значительная доля расходов на продукты питания. В случае роста инфляции именно рынок продовольственных товаров показывает наибольший рост цен, следовательно, такие процессы могут влиять на снижение спроса на все виды платных услуг.

Реальные денежные доходы населения Санкт-Петербурга в 2019 г. показывали нестабильную динамику, поквартально небольшие подъемы сменялись небольшими же спадами (первый и третий квар-

талы – подъём, второй и четвертый – спады), по итогу года общий рост доходов составил 0,9%. В июне 2019 года номинальная начисленная среднемесячная заработная плата составляла 65286 руб., в декабре (в этом месяце традиционно выплачиваются годовые премии) – от 40830 руб. в гостиницах и на предприятиях общественного питания – до 144831 руб. в финансовой и страховой деятельности, в среднем этот показатель за декабрь 2019 г. составил 83582 руб. [10]. Однако пандемия коронавируса, очевидно, неблагоприятно сказалась на доходах населения. Наиболее значительное падение реальной заработной платы наблюдалось в апреле 2020 г., после чего началось её постепенное восстановление. Ряд отраслей сферы услуг был очень серьезно затронут, так, например, в июне 2020 г. номинальная начисленная среднемесячная заработная плата в гостиницах и на предприятиях общественного питания составила 27511 руб. В среднем в апреле 2020 г. этот показатель составлял 62298 руб., в июне – 70494 руб. Среднедушевые денежные доходы населения в январе-июле 2020 г. составили 46258 руб. Возросла численность безработных [11]. Такие тенденции, связанные с доходами населения и его социальным положением, в еще большей мере обостряют конкуренцию за клиента в спортивных клубах, вынуждают искать пути повышения лояльности потребителя, в том числе на основе скидок.

При выборе спортивного клуба важным для клиента является его расположение и транспортная доступность (на личном и общественном транспорте), поскольку это не только удобства, но и существенная экономия времени, что для мегаполиса очень важно. Поэтому конкурентами спортивного клуба будут выступать организации, территориально расположенные в одном районе. Отметим, что плотность размещения, например, фитнес-клубов, неодинакова по районам. Московский район относится к территориям, где концентрация спортивных центров высокая, следовательно, и уровень конкуренции тоже. В перспективе может возрасти спрос на клубы «шаговой доступности»,

поскольку они не предполагают пользование транспортом.

Ёмкость рынка услуг спортивных клубов является достаточно значительной, так, по данным экспертов, потребителями фитнес-услуг в Санкт-Петербурге является около 5% населения, в то время как в зарубежных мегаполисах эта доля составляет 20% и выше [7].

А.И. Барбарук и И.А. Красюк предлагают сегментацию рынка фитнес-услуг. «Рынок фитнес-услуг можно разделить на три сегмента: отдельно стоящие здания, спортивные клубы при жилых комплексах и спортивные клубы при ТРЦ, БЦ и гостиницах» [4]. Также эти исследователи выделяют секторы фитнес-услуг в зависимости от ценовой категории (цена услуги в месяц и за год):

«– первый сегмент – клубы VIP высокого ценового уровня (стоимость годовой клубной карты составляет более 35000 рублей);

– второй сегмент – клубы среднего ценового уровня (стоимость услуг за месяц от 1800 до 3500 руб., годовой клубной карты – от 17000 до 35000 руб.);

– третий сегмент – клубы низкого ценового уровня или фитнес-дискаунтеры (стоимость месяца занятий составляет от 1000 до 1600 руб., стоимость годовой клубной карты – до 17000 руб.)» [3].

Как справедливо отмечают указанные эксперты, основная конкурентная борьба происходит во втором секторе, поскольку там наиболее эластичен спрос и довольно высокая ёмкость рынка. В то же время, для ООО «Волна» возможно привлечение покупателей-студентов (студенческий городок расположен на соседней станции метро), то есть возможна работа с потребителями третьего сегмента. Также, если рассматривать как потенциальных потребителей людей пенсионного возраста, клубу следует обратить внимание на этот сегмент и управлять ценой на услуги с целью расширения деятельности.

Основными конкурентами ООО «Волна» в Московском районе г. Санкт-Петербурга являются: «Fitness 24», «Reasun», «Будь Готов», «Матрица», «Sportlife», «Океаниум», «Легенда» и

«FitnessHouse». Поэтому на основе данных клубов был проведен анализ стоимости абонементов 9 спортивных клубов Московского р-на города Санкт-Петербурга.

Данные таблицы показывают, что Дворец спорта «Волна» находится в среднем ценовом сегменте, но ближе к высокому. Если рассматривать, например, безлимитные услуги, то на рынке есть и гораздо более выгодные предложения, особенно при приобретении абонемента на

несколько месяцев. В то же время, как показал анализ, у данной организации есть потенциал спроса со стороны студентов и пенсионеров, которые очень чувствительны к ценам. Поэтому целесообразно предусмотреть возможные направления работы с данными категориями населения.

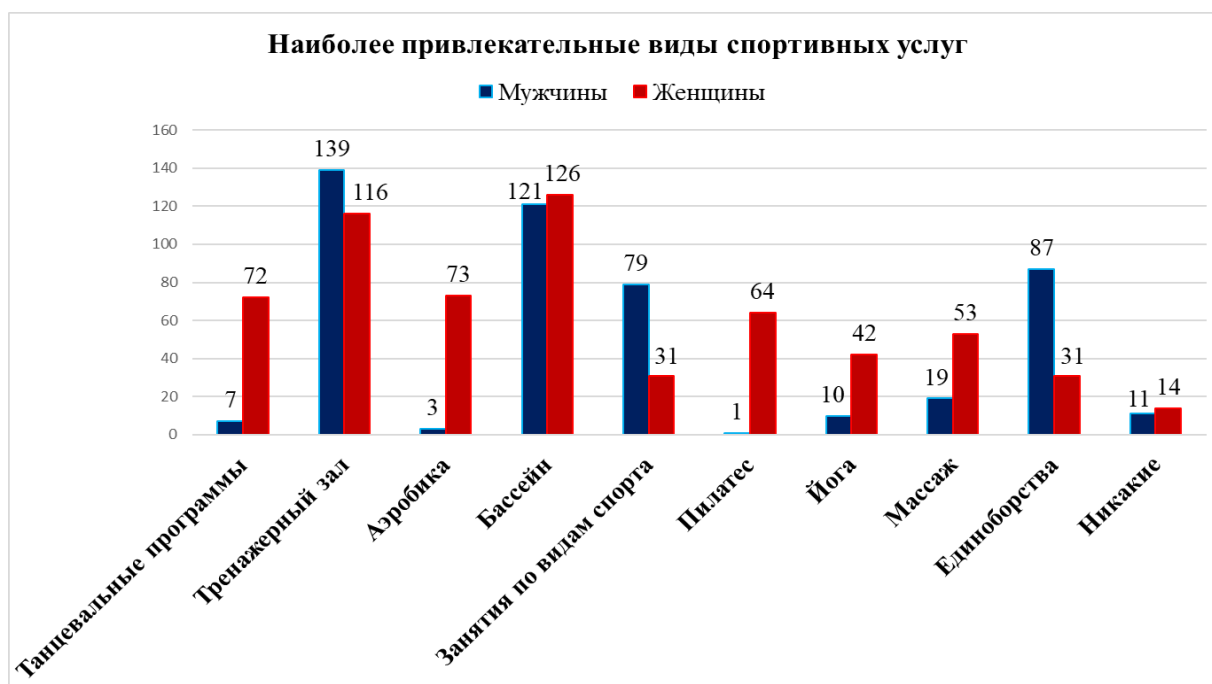
И.В Енченко провела анализ структуры спроса на спортивно-оздоровительные услуги, предоставляемые спортивными клубами (см. рисунок).

Диаграмма показывает, что наиболее

### Анализ стоимости абонементов 9 спортивных клубов Московского района города Санкт-Петербурга

ДС «Волна»	Fitness House Prestige	REASUN	Sportlife	Океанум Спортивный клуб для всей семьи	Будь Готов	Спортивный клуб «Легенда»	Спортивный клуб Матрица	Спортивный клуб Fitness 24
Тренажерный зал БЕЗЛИМИТ								
1 мес – 2200 руб 3 мес – 5400 руб 6 мес – 9000 руб	—	—	—	—	1 мес – 2100 руб 3 мес – 4600 руб	—	1 мес – 3000 рублей 6 мес – 8600 рублей	—
Фитнес БЕЗЛИМИТ								
1 мес – 3000 руб 3 мес – 6000 руб 6 мес – 10600 р.	1 мес – 6000 рублей 1 мес – 8000 рублей (P)	—	—	—	—	7 мес – 6210 рублей	—	—
Бассейн БЕЗЛИМИТ								
—	—	—	—	—	—	—	—	—
БЕЗЛИМИТ НА ВСЕ УСЛУГИ								
1 мес – 6000 руб 4 мес – 18000	1 мес – 6000 3 мес – 9900 6 мес – 12900 9 мес – 15900	1 мес – 6900 3 мес – 13500 6 мес – 23800 1 год – 34900	6 мес – 27500 рублей 1 год – 55000 рублей	6 мес – 40200 руб 1 год – 63000 руб	На 6 месяцев в трен. зал + групповые занятия (32 занятия) – 9900 На 1 год + 64 занятия – 12800	1 год – 10200 руб	Фитнес+ бассейн 1 мес – 5500 3 мес – 9000 6 мес – 14000 1 год – 20000	Фитнес+ бассейн 9 мес – 17500 рублей 1 год – 27900 рублей

Источник: сост. авторами на основе официальных сайтов организаций.



Наиболее привлекательные виды спортивных услуг

Источник: [8].

востребованными являются услуги бассейна и тренажерного зала, соответственно, наличие предложений таких услуг увеличивает конкурентные преимущества. Это подтверждается и другими аналитическими данными, согласно которым среди опрошенных потребителей спортивных услуг средней полосы России наиболее популярными видами стали фитнес-тренировки (32%) и занятия в бассейне (30%) [9].

В ходе исследования были проанализированы рейтинги «Яндекс.карты». Рейтинг средней оценки ООО «Волна» и конкурентных клубов Московского района г. Санкт-Петербурга на 2021 г. по данным «Яндекс.Карты» показал следующее:

1. «Sportlife» – 4,8.
2. «Fitness 24» – 4,7.
3. «Reasun» – 4,7.
4. «FitnessHouse» – 4,7.
5. «ДСВолна» – 4,7.
6. «Океаниум» – 4,5.
7. «Легенда» – 4,4.
8. «Будь Готов» – 4,3.
9. «Матрица» – 3,9.

Таким образом, анализ деятельности ООО «Волна» в конкурентном аспекте показал, что клуб функционирует в достаточно благоприятных экономико-географических условиях. Это обусловлено как территориальным положением, так и социально-экономическими характеристиками Московского района, определяющими его относительное благополучие и наличие населения с высоким уровнем доходов. В то же время, в районе значительную долю населения составляют пенсионеры, также на территории расположен Межвузовский студенческий городок, поэтому данные категории населения могут рассматриваться как потенциальные потребители.

В целом со стороны внешней среды спортивный клуб испытывает влияние такой угрозы, как сокращение доходов населения, что может привести к падению спроса. В то же время, ёмкость рынка спортивно-оздоровительных услуг по сравнению с другими мегаполисами весьма существенная, и при условии активной политики продвижения количество клиен-

тов может быть увеличено.

Основными конкурентами спортивного клуба в Московском районе г. Санкт-Петербурга являются клубы «Reasun» и «Fitness House», цены которых в целом ниже, а рейтинг в строке пользователей находится выше либо на одном уровне. При этом клубом с самым высоким ценовым уровнем является «Океаниум», а с низким – фитнес-клуб «Легенда», однако они находятся примерно на одной ступени рейтинга у клиентов. В свою очередь, в ООО «Волна» цены на абонементы чуть выше среднего среди исследуемых клубов, что может стать проблемой в связи с сокращением платежеспособного спроса вследствие влияния неблагоприятных экономических условий, в том числе связанных с пандемией коронавируса. Также анализ показал отсутствие гибкости в ценовых предложениях на абонементы по сравнению с конкурентами. Отметим, что важным фактором обеспечения стабильного спроса на услуги спортивного клуба является наличие бассейна, поэтому у спортивных клубов «Будь Готов» и «Легенда» спрос будет ниже, чем у спортивного клуба «Волна» и других клубов.

Исходя из результатов анализа, ООО «Волна» необходимо выстраивать стратегию развития с учётом влияния выявленных тенденций и факторов.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Администрация Санкт-Петербурга. Официальный сайт. Московский район: URL: [https://www.gov.spb.ru/gov/terr/reg\\_moscow/information/](https://www.gov.spb.ru/gov/terr/reg_moscow/information/) (дата обращения: 21.01.2021).

2. Аминов Х. Аналитический обзор. Как фитнес-индустрия выходит из самоизоляции // Рынок, финансы, недвижимость. Для тех, кто принимает решения: [сайт]. URL: [https://sia.ru/?section=484&action=show\\_news&id=399431](https://sia.ru/?section=484&action=show_news&id=399431) (дата обращения: 15.02.2021).

3. Аминов Х. Особый спортивный режим. Как фитнес-индустрия выходит из самоизоляции // Газета «Коммерсантъ». 2020. 13 августа. № 144. С. 8. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4451116> (дата обращения: 20.01.2021).

4. Барбарук А.И., Красюк И.А. Маркетинговое исследование рынка фитнес-услуг в России и Санкт-Петербурге // *Juvenis scientia*. 2018. № 11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovoe-issledovanie-rynka-fitnes-uslug-v-rossii-i-sankt-peterburge> (дата обращения: 06.02.2021).

5. Власова И. Экспертные мнения. Волны банкротств: две трети фитнес-клубов могут закрыться // *Газета.ру*. 2020. 9 апреля. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2020/04/09/13042915.shtml> (дата обращения: 17.02.2021).

6. Дворец спорта «Волна»: [сайт]. URL: <https://www.volnasport.ru/oklube.html> (дата обращения: 21.11.2020).

7. Елекоева Т. Количество фитнес-клубов в Петербурге превышает спрос // *Деловой Петербург*. 2019. 4 марта. URL: <https://www.dp.ru/a/2019/02/26/Fitnesbeskulture> (дата обращения: 21.11.2020).

8. Енченко И.В. Анализ привлекательности услуг сферы физической культуры и спорта среди населения // *Физическая культура, спорт – наука и практика*. 2013. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-privlekatelnosti-uslug-sfery-fizicheskoy-kultury-i-sporta-sredi-naseleniya>

(дата обращения: 20.11.2020).

9. Маркетинговые исследования при планировании и/или открытии ФОК, спортивных комплексов, фитнес центров или спортивных кластеров // *СканМаркет*: [сайт]. URL: <https://scanmarket.ru/markets-detail/sport-klaster> (дата обращения: 20.01.2021).

10. Уровень жизни населения Санкт-Петербурга в 2019 году. Аналитическая справка. СПб., Санкт-Петербургский информационно-аналитический центр, март 2020 г. // Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга. URL: [https://www.gov.spb.ru/static/writable/documents/2020/05/20/AC\\_Уровень\\_жизни\\_населения\\_Санкт-Петербурга\\_в\\_2019\\_году.pdf](https://www.gov.spb.ru/static/writable/documents/2020/05/20/AC_Уровень_жизни_населения_Санкт-Петербурга_в_2019_году.pdf) (дата обращения: 25.11.2020).

11. Уровень жизни населения Санкт-Петербурга в январе-июне 2020 года. Аналитическая справка. СПб., Санкт-Петербургский информационно-аналитический центр, сентябрь 2020 г. // Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга. URL: [https://www.gov.spb.ru/static/writable/documents/2020/12/29/AC\\_Уровень\\_жизни\\_населения\\_Санкт-Петербурга\\_в\\_январе-июне\\_2020\\_года.pdf](https://www.gov.spb.ru/static/writable/documents/2020/12/29/AC_Уровень_жизни_населения_Санкт-Петербурга_в_январе-июне_2020_года.pdf) (дата обращения: 18.03.2021).