

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ФИТНЕС-КЛУБОВ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КРИЗИСОВ

Лепешкина А.С., Ратников К.С.

Аннотация. В статье рассматривается актуальная проблема – управление фитнес-клубом и его особенности в условиях экономического кризиса.

Ключевые слова: фитнес-клуб, экономический кризис, физкультурно-спортивные услуги, стратегия выживания, управленческие подходы

За последние годы экономические отношения в области спорта и спортивной индустрии России претерпели существенные изменения, в частности, увеличилось число приверженцев здорового и активного образа жизни. У многих людей появилась потребность в качественных физкультурно-спортивных услугах, которые могут предоставить хорошо оборудованные физкультурно-оздоровительные клубы и фитнес-центры. Люди хотят не только заниматься спортом, но и приятно провести свободное время. А занятия фитнесом – это одна из составляющих досуга.

Но на процесс приобщения достаточно обеспеченной части населения к этим занятиям накладывают отпечаток экономические кризисы, раз за разом сотрясающие экономику страны (2008, 2014, 2020 гг.).

Снижение покупательской способности, увеличение числа людей, потерявших привычный достаток, объективно приводит к тому, что россияне начинают экономить, снижать затраты на досуг и отдых. Фитнес-клубы чтобы выжить в этих сложных условиях должны разрабатывать новые управленческие подходы, менять ценовую политику, рекламную деятельность.

Роль грамотного менеджмента, особенно в вопросе формирования ценовой политики, для фитнес-клуба возрастает в период экономического кризиса, когда потребитель, ценовая чувствительность которого меняется в связи с сокращением дохода и роста цен на товары и услуги, более тщательно начинает сравнивать предложения на рынке. В этом случае спортивные менеджеры, назначающие цену, сталкиваются с проблемой потребительского поведения.

Экономические кризисы способствовали тому, что в каждом ценовом сегменте появились свои «маркетинговые секреты». Для клиентов клубов экономкласса ими стали скидки, для клиентов премиум-клубов – продление сроков абонементов. Менеджеры фитнес-клубов разработали стратегию выживания и умножения доходов. В общих чертах она сводилась к следующему:

- снижение стоимости клубного членства;
- подарки клиентам в виде нескольких месяцев бесплатных занятий;
- введение месячного абонемента;
- введение абонемента на одну-две услуги;
- экономия на зарплате техперсонала.

Анализ различных вариантов ценовых политик российских фитнес-

клубов в период экономических кризисов, показал, что менеджеры выбрали, как правило, несколько путей.

Первый из них – ничего не предпринимать и ждать, что будет со спросом на услуги и как поведут себя конкуренты, и уже исходя из этого начать формировать ценовую политику в новых экономических условиях. Но такая политика потенциально может привести к тому, что будет упущено время и конкуренты, мобилизовав свои возможности, получат новых клиентов, которые прежде были клиентами клубов, избравших этот путь.

Второй путь – это повышение цен с учетом общего изменения цен и курса рубля. В этом случае отдельные цены на услуги фитнес-клубов возросли в два раза. Такая политика обосновывалась повышением цен на продовольствие в стране и необходимостью повышения заработной платы сотрудников клуба.

Третий вариант формирования ценовой политики в новых экономических условиях заключался во внимательном отслеживании как падения спроса на услуги фитнес-клуба, так и в повышении внимания к поведению конкурентов. В конечном итоге экономическая ситуация даже пошла на пользу отдельным клубам.

Рассмотрев ситуацию экономического кризиса в 2020 году, вызванного новой коронавирусной инфекцией, можно сделать вывод, что основная тенденция выживания фитнес-бизнеса – запуск онлайн-продуктов в различных вариантах. Безусловно, решить все финансовые задачи, получить хорошую прибыль, хорошие показатели рентабельности – переход в онлайн не позволил, но это стало для кого-то, помимо возможности удержаться на рынке, новым вектором развития бизнеса. За развитием диджитала будущее в фитнес-индустрии, кто быстрее адаптируется и создаст лучшую модель бизнеса, комбинирующую онлайн- и офлайн-форматы, тот и займет лидирующие позиции на рынке.

Помимо этого, важна позиция и репутация компании, сложившаяся до введенного повсеместного карантина. Как показывает практика, крупные игроки рынка смогли пережить финансовые трудности, в то время как более мелкие компании, в силу недостаточного запаса ресурсов, оказались более подвержены изменениям. Необходимо соблюдать требования Роспотребнадзора, так как при внезапной проверке владелец может понести серьезные финансовые потери.

Основные рекомендации по управлению фитнес-клубом в условиях экономического кризиса заключаются в ведении бизнеса по нескольким направлениям, формировании финансовой подушки, грамотном планировании работы и юридическом оформлении.

Литература

1. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта : учебное пособие / А. В. Починкин. - М. : Спорт, 2017. – 384 с.

2. Кольцова Д. М. Выживаемость фитнес-индустрии в экономических условиях пандемии // Гуманитарный акцент. – 2021. – № 3// <https://cyberleninka.ru/article/n/vyzhivaemost-fitnes-industrii-v-ekonomicheskikh-usloviyah-pandemii>

Лепешкина Анастасия Сергеевна, студентка 4-го курса кафедры менеджмента и

экономики в спортивной индустрии им. В.В. Кузина, Россия, Москва, Российский университет спорта "ГЦОЛИФК", anastasiy678@yandex.ru

Ратников Кирилл Сергеевич, старший преподаватель кафедры менеджмента и экономики в спортивной индустрии им. В.В. Кузина, ratnikovrgufk@yandex.ru, Россия, Москва, Российский университет спорта "ГЦОЛИФК".

FEATURES OF THE MANAGEMENT OF FITNESS CLUBS IN THE CONTEXT OF ECONOMIC CRISES

Lepeshkina Anastasia Sergeevna, 4th year student of the Department of Management and Economics in the Sports Industry. V.V. Kuzina, Russia, Moscow, Russian University of Sports "GTSOLIFK", anastasiy678@yandex.ru

Ratnikov Kirill Sergeevich, Senior Lecturer, Department of Management and Economics in the Sports Industry. V.V. Kuzina" ratnikovrgufk@yandex.ru, Russia, Moscow, Russian University of Sports "GTSOLIFK".

Abstract. The article deals with an actual problem - the management of a fitness club and its features in the conditions of the economic crisis.

Keywords: fitness club, economic crisis, physical culture and sports services, survival strategy, management approaches

References

1. Menedzhment v sfere fizicheskoy kul'tury i sporta : uchebnoe posobie / A. V. Pochinkin. - M. : Sport, 2017. - 384 s.

2. Kol'cova D. M. Vyzhivaemost' fitnes-industrii v ekonomicheskikh usloviyah pandemii // Gumanitarnyj akcent. – 2021. - № 3// <https://cyberleninka.ru/article/n/vyzhivaemost-fitnes-industrii-v-ekonomicheskikh-usloviyah-pandemii>