

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СЕРВИСНЫХ ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ФИТНЕС-УСЛУГ

И. Г. Давидян , Я. В. Шокола

Санкт-Петербургский государственный экономический университет,

В настоящей статье рассмотрены возможности цифровизации сервисных процессов сферы фитнеса. Описан уже имеющийся опыт цифровой трансформации, приложения, технологии и инновации, применяемые в данной сфере услуг. Предложены современные способы и форматы оказания фитнес-услуг по системе онлайн-ведения, описаны ключевые преимущества и актуальность данной системы. Представлены результаты опроса потребителей фитнес-услуг. С учетом специфики и особенностей данной сферы, определены перспективы и возможные пути развития фитнес-индустрии.

Ключевые слова: фитнес, онлайн технологии, цифровизация, онлайн-ведение, фитнес-индустрия.

DIGITAL TRANSFORMATION OF SERVICE PROCESSES OF FITNESS ENTERPRISES

I. G. Davidyan, Y. V. Shokola

St. Petersburg State University of Economics,

This article discusses the possibilities of digitalization of service processes in the fitness industry. The existing experience of digital transformation, applications, technologies and innovations used in this service sector are described. Proposed modern methods and formats for the provision of fitness services through an online management system, described the key advantages and relevance of this system, presented assessments of a survey of fitness enterprises consumers. Taking into account the specifics and features of this area, the prospects and possible ways for the development of the fitness industry are determined.

Keywords: fitness, online technologies, digitalization, online management, fitness industry.

Введение

Пандемия 2020 года внесла значительные коррективы в систему оказания услуг различных сфер, в некоторых случаях полностью изменив их форматы. Потребительские практики и предпочтения также не остались без изменений. Во многие сферы услуг в значительной степени были внедрены разнообразные цифровые сервисы и технологии. Эта тенденция нашла отражение и в сфере фитнеса. При этом, как показывает практика, значительная часть фитнес-клубов не решается кардинально что-либо менять в привычной технологии оказания услуг.

Сфера фитнес-услуг – это одна из составляющих сервисной экономики [7], направленная на удовлетворение как базовых, так и дополнительных потребностей людей: поддержание здоровья, самореализация, развлечение и общение. Изучение и использование каждой из указанных потребностей человека оказывает значительное влияние на развитие системы оказания фитнес-услуг, а также способы их оказания. Формируются новые потребительские практики. Непрерывное развитие цифровых технологий открывает возможности

в удовлетворении запросов современного общества, таких как комфорт и обособленность, желание получать привычные услуги дистанционно, не выходя из дома.

В условиях жесткой конкуренции, стараясь удержать клиентов и максимизировать прибыль, фитнес-клубы предоставляют традиционные, но усовершенствованные услуги и создают новые [6]. В связи с доступностью многих сервисов и гаджетов, интерес к дистанционному сопровождению различных видов деятельности стремительно возрастает.

Цифровизации фитнес-услуг: приложения и технологии

В 2021 году было проведено масштабное исследование рынка фитнес-услуг России. Аналитиками РБК был проведен опрос среди населения в возрасте от 18 до 65 лет. Всего было опрошено 4 393 человека. Из общего числа респондентов только 9,6% ответили, что регулярно занимаются спортом и фитнесом

[5]. Около 40% респондентов ответили, что предпочитают заниматься спортом дома,

32,4% выбирают занятия на улице, и только 27,6% посещают фитнес-клубы и студии.

Можно предположить, что не все потенциальные клиенты сферы фитнеса могут позволить себе выделить время или средства для посещения фитнес-клубов, многие предпочитают формат домашних тренировок, либо тренировок на улице. Именно поэтому, современные гаджеты, методики и технологии дистанционного фитнеса и домашних онлайн-тренировок – это одно из направлений, обладающих огромным потенциалом развития.

В настоящее время существуют фитнес-приложения, включающие различные функции: демонстрация выполнения упражнений, составленные комплексы, направленные на решение конкретной задачи, мотивация и поддержка комьюнити.

К примеру, приложение «Aartiv» предоставляет доступ к более чем 20 тыс. различных тренировок [2]. Каждое тренировочное занятие сопровождается «интерактивным тренером», задачами которого являются объяснение техники при помощи подбора различных подходящих упражнений, постоянное мотивирование клиента. Ещё одно популярное приложение «Nike + Run Club» самостоятельно настроит план обучения бегу на различные дистанции, поможет пользователю подготовиться к беговому марафону [3]. Оно полностью адаптируется к прогрессу, а также подстраивается под уровень физической подготовки.

Помимо приложений, существует большое количество разнообразных фитнес-гаджетов и устройств, модернизирующих и упрощающих тренировочный процесс, либо делающих его более увлекательным для потребителя.

В настоящее время существуют полноценные тренажерные залы виртуальной реальности, такие как Black Box VR: виртуальный тренажерный зал для коротких, получасовых, интенсивных кроссфит-тренировок в виртуальном мире [4].

Система онлайн-ведения: описание, актуальность и перспектива развития

Система онлайн-ведения – способ дистанционного оказания фитнес-услуг, позволяющий инструктору дистанционно заниматься построением индивидуальной программы занятий, подбором упражнений, контролем питания, отслеживанием выполнения намеченного плана тренировок для достижения поставленной цели. Форматы онлайн-ведения могут различаться по степени вовлеченности тренера и предоставления обратной связи. Клиент занимается самостоятельно, согласно про-

грамме, снимает упражнения на видео и отправляет их инструктору для проверки техники выполнения. В программу могут быть включены различные видео-лекции, вебинары, видео-объяснения техники упражнений. Набор сопровождающих опций данной системы тренировок может быть очень разнообразным. При занятиях онлайн клиент не привязан ко времени, месту и формату проведения тренировки. Может быть использован любой инвентарь. Виды сопровождения могут быть как индивидуальными, так и групповыми с общими комментариями. С круглосуточной поддержкой или без неё. Как один из вариантов, онлайн фитнес-проект может быть проведён в качестве марафона, где по результатам голосования самих участников, будет выбран победитель и призеры, отличившиеся значительными результатами. Иными словами, система онлайн-ведения позволяет клиентам клуба заниматься с тренером дистанционно, получать полностью индивидуальный тренировочный план, план питания, все необходимые советы и пояснения.

Использование системы онлайн-ведения клиентов фитнес-клуба означают:

1. Экономия средств по сравнению с занятиями в клубе очно.
2. Полную индивидуализацию тренировочного процесса.
3. Контроль результатов.
4. Постоянную связь с тренером, ответы на вопросы, поддержку и мотивацию.

Несмотря на то, что онлайн-ведение не может на все 100% заменить личное общение с тренером при посещении спортивных клубов и студий, данный способ оказания услуг является наиболее доступной альтернативой. Помимо вышеназванных преимуществ, онлайн тренировки удовлетворяют такие человеческие потребности как комфорт, обособленность и индивидуальность подходов к построению тренировочного процесса. Отсутствие у клиента привязанности к инвентарю, времени и месту занятий значительно повышает уровень индивидуализации тренировок онлайн по сравнению с очными занятиями. Помимо этого, в последнее время рост спроса на фитнес-услуги перемещается из столичных городов в регионы [1]. В связи с отсутствием достаточного количества фитнес-предприятий в некоторых отдаленных регионах, занятия по системе онлайн-ведения могут быть весьма востребованы.

Для выявления актуальности онлайн фитнес-проектов и изучения их преимуществ и недостатков, в сентябре 2022 года авторами был проведён опрос активных клиентов клуба «Susanin Fitness», посещающих зал не менее 3

раз в неделю. Фитнес-клуб расположен в Выборгском районе г. Санкт-Петербург, на территории густонаселенного ЖК «Северная Долина». Удаленность от ближайшего метро - 750 м. В опросе приняли участие 40 человек. Возрастная группа - от 18 до 50 лет. Первостепенной задачей было выяснить, действительно ли потребители заинтересованы в получении фитнес-услуг в дистанционном формате. Мы задали вопрос нашим респондентам о том, что для них более предпочтительно – занятия по системе онлайн-ведения, либо очные индивидуальные тренировки. Большинство опрошенных (67,7%) выбрало онлайн «посещение» занятий. Такие результаты обусловлены тем, что данный вид тренинга имеет ряд преимуществ по сравнению с индивидуальными тренировками; 33,3% опрошенных выбрали классический очный способ проведения тренировок. Далее респондентам был задан вопрос о том, что является главным преимуществом в дистанционном тренинге. Оказалось, что наиболее

значимый фактор – возможность тренироваться в любое время и в любом месте. Так ответили 33,3% опрошенных. Онлайн ведение подразумевает как тренировки в зале, так и дома. Некоторые проекты предоставляют программы тренировок для занятий на свежем воздухе. Второе по значимости преимущество – приемлемая цена. Сокращение затрат на фитнес важно для 22,2% опрошенных. Цена участия в одном сезоне проекта (1-1,5 месяца) варьируется от 1 тыс. до 7 тыс. руб. Цена зависит от вовлеченности тренера в тренировочный процесс для отдельного участника.

Для большей наглядности, мы провели анализ цены тренировок по системе онлайн-ведения, исходя из прайс-листа фитнес-инструкторов, предоставляющих данные услуги, и сравнили их со средней ценой персональных занятий с тренером в «Susanin Fitness». Ниже приведены показатели усредненной оценки цены за данные услуги, а также особенности формата их оказания (табл. 1).

Таблица 1 – Сравнение цен на занятия в формате онлайн-ведения и в очном формате

| Услуга | Онлайн-ведение | Занятия в очном формате |
|---|--|--|
| Вводный инструктаж | Вводный инструктаж в формате видео/вебинара - бесплатно. | Вводный инструктаж в очном формате - бесплатно. |
| Проведение тренировки | Персональное занятие с тренером посредством видео связи (доп. услуга) - 700 руб. | Персональное занятие с тренером - 1500 руб. |
| Пакет из 12 тренировок на месяц (3 тренировки в неделю) | Самостоятельные занятия, согласно тренировочному плану. Обратная связь и разбор техники выполнения упражнений по видео 1 раз в неделю - 6000 руб./мес. | 12 персональных занятий с тренером - 15000-18000 руб./мес. |
| Составление плана питания без сопровождения | 2500 руб. (либо входит в пакет тренировок) | Нет (либо за доп. плату по договоренности) |
| Составление программы тренировок без сопровождения | 2500 руб. (либо входит в пакет тренировок) | Нет либо за доп. плату по договоренности) |

Данные табл. 1 показывают, что занятия в формате онлайн-ведения обходятся потребителю в среднем в 2,5 - 3 раза дешевле очных занятий. Возможность проведения тренировок дома, либо тренировок на улице, с любым доступным инвентарем, делают данный формат еще более привлекательным по цене для потенциальных клиентов. Однако, важно заметить, что занятия без контроля опытных тренеров влекут за собой неизбежные ошибки в технике выполнения упражнений, а незнание основ построения тренировочных планов - отсутствие мотивации и быструю потерю инте-

реса к фитнесу в целом. Именно поэтому система онлайн-ведения является той самой «золотой серединой» между дорогими персональными тренировками и самостоятельными занятиями фитнесом.

Основные предпочтения потребителей фитнес-услуг

Для того, чтобы выявить и описать мотивы, которыми руководствуются потребители сферы фитнес-услуг, нами был использован метод анкетирования, в котором участвовали те же 40 респондентов. Анкетирование

проводилось в октябре 2022 года среди активных посетителей предприятий сферы фитнеса Санкт-Петербурга, посещающих зал не менее 3 раз в неделю. За основу нами были взяты такие критерии выбора предприятия фитнес-индустрии, как: удобство месторасположения; имидж, репутация и отзывы о фитнес-зале; уровень предоставления сервиса; техническая оснащённость зала (состояние и количество

тренажеров и иного оборудования для тренировок); отсутствие очередей; разнообразие дополнительных и сопутствующих услуг; интерьер и освещение; цена за услугу. Респондентов попросили оценить каждый из этих критериев по шкале от 1 до 10. Затем, вычислив разницу показателей выраженности и важности вышеуказанных свойств, мы определили показатель выгоды для потребителей (табл. 2).

Таблица 2 – Показатели важности и выраженности свойств услуг фитнес-предприятия на примере «Susanin Fitness»

| Атрибуты (свойства) | Важность атрибута | Выраженность атрибута | Отношение потребителей к свойству услуги | |
|---|-------------------|-----------------------|--|--|
| Удобство месторасположения | 8,4 | 8,9 | 0,5 | Близость к метро, 750 метров, шаговая доступность от дома. |
| Имидж, репутация и отзывы о фитнес-зале | 8,6 | 7,5 | -1,1 | Наличие как положительных, так и отрицательных оценок на сайте |
| Квалификация тренеров | 8,8 | 8,8 | 0 | Наличие профильного или высшего образования у тренеров |
| Техническая оснащённость зала | 8,4 | 8,8 | 0,4 | Современные тренажеры и все необходимое для тренировок оборудование |
| Отсутствие очередей | 9 | 7,6 | -1,4 | Большое количество посетителей в часы «пик», при этом отсутствие очередей в другое время |
| Разнообразие дополнительных и сопутствующих услуг | 7,2 | 7,9 | 0,7 | Разнообразные групповые тренировки и целевые направления, штатный остеопат и массажный кабинет, бассейн, сауна и др. |
| Интерьер и освещение | 7,3 | 7,9 | 0,6 | Качественный ремонт, хорошее освещение |
| Цена за услугу | 8,9 | 8 | -0,9 | Цена за абонемент по сравнению с конкурентами высшего среднего |

Данные, приведённые в табл. 2 показывают, что положительными показателями разницы выраженности и важности критериев являются: удобство месторасположения, техническая оснащённость залов, разнообразие дополнительных услуг, а также интерьер и освещение. Следует обратить внимание на наличие отрицательных показателей в рамках критериев: имидж фитнес-зала, отсутствие очередей и цена. Для уменьшения негативного влияния данных факторов на процесс оказания услуг, нами были сформированы некоторые практические рекомендации. В части цены за услугу, предлагается рассмотреть возможность предоставления занятий с тренером по системе онлайн-ведения в качестве дополнительной услуги фитнес-предприятий. А для того, чтобы

уменьшить количество очередей на тренажеры в пиковые часы, рекомендуется проведение онлайн тренировок с инструктором в формате live-трансляции, либо открытых мастер-классов с известными тренерами и фитнес-блогерами в формате вебинаров.

Для оценки отношения наших респондентов к вышеназванным характеристикам выбора предприятия фитнес-индустрии, а также определения степени их присутствия в посещаемых ими фитнес-клубах, мы использовали многофакторную модель оценки отношения Фишбеина. Согласно этой модели, отношение к объекту (услуге) есть сумма произведений мнений о показателях объекта на оценочные значения этих показателей.

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i,$$

где A_o – отношение потребителя к объекту; b_i – сила мнения, что объект может иметь i -й показатель; e_i – значимость (весомость) i -

го показателя для потребителя; n – число значимых показателей.

При составлении модели Фишбеина нами были выделены 8 основных атрибутов (свойств) фитнес-предприятий. Максимальная оценка по каждому из них составляет 9 баллов (табл. 3).

Таблица 3 – Показатели отношения потребителей к услугам «Susanin Fitness» по модели Фишбеина

| Атрибуты (свойства) | Отношение к свойству | Степень присутствия свойства | Отношение к продукту |
|--|----------------------|------------------------------|----------------------|
| Удобство месторасположения | 2,6 | 2,7 | 7,02 |
| Имидж, репутация и отзывы о фитнес-зале | 1 | 1,3 | 1,3 |
| Уровень предоставления сервиса | 1,1 | 1,2 | 1,32 |
| Техническая оснащённость зала | 2,5 | 2,6 | 6,5 |
| Возможность выбирать только интересующие направления | 0,2 | 0 | 0 |
| Разнообразие дополнительных и сопутствующих услуг | 2,2 | 2,2 | 4,84 |
| Интерьер и освещение | 2,7 | 2,7 | 7,29 |
| Цена за услугу | 1,3 | 1,3 | 1,69 |

Анализируя данные, полученные в ходе исследования, мы выяснили, что достаточно большое внимание посетители клубов уделяют удобному расположению клуба, ценовой политике и разнообразию дополнительных и сопутствующих услуг (индивидуализация процесса получения услуги). Данные запросы потребителей в полной мере могут быть удовлетворены путем создания и внедрения отлаженной системы онлайн-ведения, в качестве дополнительной услуги фитнес-предприятий.

Выводы

Для повышения заинтересованности людей в занятиях фитнесом, предприятиям фитнес-индустрии необходимо изучать и внедрять современные методики и способы оказания услуг. По результатам проведенного исследования, мы выяснили, что большинство потребителей фитнес-клубов заинтересованы в дистанционном формате оказания данных услуг. Можно заключить, что постоянное развитие цифровых технологий открыло новые возможности для совершенствования и модернизации огромного количества сфер, в том числе и сферы фитнеса. Для того, чтобы удерживать клиентов, необходимо искать новые пути предоставления привычных услуг. В современных условиях всесторонней цифровизации, появление различных онлайн-платформ,

стриминговых сервисов и социальных сетей значительно упростило данную задачу.

Литература

1. Мартышенко Н. С. Исследование мотивации потребления фитнес-услуг региона в молодежной среде / Н. С. Мартышенко // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. - 2017. - N 4. - С. 81-98.
2. Официальный сайт приложения «Aaptiv». URL: <https://aaptiv.com/> (Дата обращения: 14.12.2022).
3. Официальный сайт приложения «Nike + Run Club». URL: <https://www.nike.com/nrc-app> (дата обращения: 14.12.2022).
4. Официальный сайт приложения «Black Box VR». URL: <https://www.blackbox-vr.com> (дата обращения: 14.12.2022).
5. Рынок фитнес-услуг России. Официальный сайт РБК. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/10397> (дата обращения: 12.12.2022).
6. Сафронова Д. В. Значимость поведенческой мотивации как критерия сегментирования клиентов при разработке программ персонализации фитнес услуг / Д. В. Сафронова, А. Ю. Полякова // Журнал У. Экономика. Управление. Финансы. - 2018. - N 1 (11). - С. 70-76.
7. Сервисная экономика: международные рынки услуг и инновации / под ред. Л. В. Хоревой. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018.