

---

## СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ФИТНЕС-ИНДУСТРИИ В ПЕРИОД КРИЗИСА

**Андреев И. П.,**

аспирант

Московский финансово-промышленный университет «Синергия» (Россия, г. Москва)

super.andreevivan20@yandex.ru

### Аннотация

---

В статье рассматриваются стратегии развития фитнес-индустрии в условиях кризиса. Отмечается, что в России с 2021 по 2024 год наблюдается активный рост данной отрасли, несмотря на увеличение затрат и усложнение хозяйственной деятельности на фоне инфляции, конкуренции и дефицита ресурсов. Выполнен анализ эффективных стратегий на основе прошлых исследований, проведен обзор рынка фитнес-клубов на примере г. Москва, выполнен анализ внешней и внутренней среды, влияющей на развитие бизнеса фитнес-индустрии. Выявлено, что наиболее эффективными являются стратегии, связанные с развитием услуг и продуктов, расширением бизнеса или партнерства с другими предприятиями. Сделан вывод о том, что выбор стратегии должен быть основан на формате и масштабе предприятия фитнес-индустрии, для чего предложена авторское распределение стратегий в соответствии с типом предприятия.

---

**Ключевые слова:** фитнес-индустрия, кризис, стратегия, коллаборация, услуги.

---

## STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF THE FITNESS INDUSTRY DURING THE CRISIS

**Andreev I. P.,**

postgraduate student

Moscow Financial and Industrial University «Synergy» (Russia, Moscow)

---

### ABSTRACT

---

The article discusses strategies for the development of the fitness industry in times of crisis. It is noted that in Russia, from 2021 to 2024, there is an active growth of this industry, despite the increase in costs and the complication of economic activity against the background of inflation, competition and resource scarcity. The analysis of effective strategies based on past research is carried out, the market of fitness clubs is reviewed using the example of Moscow, the analysis of the external and internal environment influencing the business development of the fitness industry is carried out. It has been revealed that the most effective strategies are those related to the development of services and products, business expansion or collaborations with other enterprises. It is concluded that the choice of strategy should be based on the format and scale of the fitness industry enterprise, for which the author's distribution of strategies according to the type of enterprise is proposed.

---

**Keywords:** fitness industry, crisis, strategy, collaboration, services.

Фитнес-индустрия является важным элементом формирования здорового образа жизни, а также досуга для населения. За последние десять лет данное направление в экономике активно развивается, появляются новые форматы фитнес-клубов и возможностей. В 2024 году инвестиции в данную отрасль составили более 11 млрд. руб., а общее число фитнес-клубов в стране оценивается в 9 тыс. [6]. Тем не менее, предприятия сталкиваются со множеством трудностей, вызванных сначала пандемией коронавируса 2020-2021 г., когда многие вынуждены были закрыться, но при этом нести расходы, а затем с повышением инфляции, дефицитом кадров и трудностями в обновлении оборудования с 2022 по 2024 г. В связи с развитием кризисной ситуации в стране возникает необходимость рассмотреть различные антикризисные стратегии для фитнес-индустрии на период следующих 3-5 лет.

Рассмотрим стратегии предприятия фитнес-индустрии в период 2015-2021 г. На основе анализа публикаций удалось найти следующие варианты антикризисных стратегий:

С. Комелева выделяет ряд проблем развития фитнес индустрии: привлечение новых клиентов, рост затрат на операционную деятельность, ограничения из-за коронавирусной инфекции. Автор в исследовании фитнес-клубов выделяет стратегию выживания в период кризиса, как основную для большинства заведений подобного формата. В таких условиях авторы выделяет следующие мероприятия: коллаборации и развитие других форматов деятельности, развитие других видов деятельности при наличии свободных помещений для привлечения аудитории [2, с.398].

С. В. Фатеева на основе исследования российских и зарубежных фитнес клубов выделяет следующие стратегии: развитие онлайн-тренинга и продвижения клубов в социальных сетях; развитие дополнительных видов деятельности; коллаборации с другими видами бизнеса. Отмечается, что стратегии российского бизнеса оказывались более успешными в кризисный период 2020-2021 г. [5, с. 419]

Д. Массаро считает эффективной стратегией – адаптацию к изменениям в условиях кризиса. В таких условиях, как считает автор возможно: разработка и изготовление фитнес-оборудования, производство продуктов здорового питания, онлайн-тренировки, реабилитационные направления, ортопедия [3, с. 687].

Белякова М.Ю. выделяет ряд направлений, которые становятся все более популярны в отрасли: носимые технологии (умные гаджеты), мобильные приложения для тренировок, развитие фитнес-оборудования, стриминг-тренировки, интерактивное пространство, виртуальная реальность. Часть этих технологий фитнес-клубы могут внедрять у себя для привлечения новых клиентов [1, с. 243].

Сегодня на рынке фитнес-индустрии существует несколько основных форматов: студийный формат (78% рынка), который предполагает небольшую площадь и ограниченное количество оборудования при доступных ценах; классический формат (12%), который предполагает полноценный тренажерный зал с большим количеством оборудования, но без дополнительных услуг; многофункциональный формат (10%), который совмещает в себе тренажерный зал, реабилитацию, СПА, бассейны, массажные салоны и др. виды услуг. ЦА 2024 год открылось заведений в 2,5 раза больше, чем закрылось [6].

На рынке г. Москвы представлены следующие основные фитнес-клубы комфорт сегмента: «Мореон – фитнес» (17%); «Марк Аврелий» (11%); «We Gym» (4%); «Фреш фитнес» (15%); «Альфа Фитнес» (6%); «Оранж Фитнес» (9%); «Спорт Комфорт» (13%); прочие клубы (25%) [4, с.253].

Для разработки антикризисной стратегии фитнес-индустрии необходимо провести анализ внешней и внутренней среды. Среди основных положительных факторов внешней среды можно выделить:

Повышение инвестиционной привлекательности и общий рост отрасли в течении 2022-2024 года. Это очевидно вызвано ростом спроса у населения на услуги фитнес-индустрии [6].

Появление новых форматов тренировок, интерактивных технологий и возможностей онлайн-тренировок для развития альтернативных видов деятельности и продажи различных товаров, здорового питания прочих направлений [2].

Взаимосвязь медицины и фитнеса. В этом направлении активно развивается ортопедия, реабилитация, программы физического здоровья для людей с лишним весом [3].

Основными угрозами в условиях кризиса являются:

Увеличение расходов на ведение операционной деятельности. Повышается рост тарифов ЖКХ, закупки товаров и оборудования, расходы на заработную плату.

Удорожание кредитов и уменьшение возможностей развития из-за дефицита доступных средств. В связи с ростом ключевой ставки кредитование малого и среднего бизнеса без льготных программ государственной поддержки в 2024 году стало невозможным. Для предприятий фитнес-индустрии, чьи финансовые возможности не высоки или имеются долги получение займов под высокие проценты становится недоступным.

Трудности с привлечением нового потребителя из-за дефицита средств на рекламу, конкуренции и роста цен на услуги и товары внутри фитнес-клубов.

Предприятия фитнес-индустрии имеют ряд сильных сторон в 2024 году: высокий спрос на товары и услуги фитнес индустрии на фоне роста привлекательности отрасли и повышения значимости здорового образа жизни; стабильный рост и расширение предприятий в отрасли даже на фоне роста все затрат; снижение сезонности даже в летнее время. К наиболее слабым сторонам в отрасли можно отнести: низкую рентабельность услуг и товаров в отрасли; недоступность льготного кредитования и других программ поддержки; высокий уровень износа основных фондов и оборудования предприятий в отрасли.

Таким образом, предприятия фитнес-индустрии могут использовать свои сильные стороны и возможности развития для разработки долгосрочных стратегий в условиях существующего кризиса. Самая главная задача – это преодоление инфляции и недоступности кредитования, а также поиск дополнительных возможностей развития бизнеса.

На основе анализа отрасли последних лет выполнен SWOT-анализ фитнес-индустрии.

Таблица 1 – SWOT- анализ фитнес-индустрии в России

	Возможности	Угрозы
	1.Повышение инвестиционной привлекательности 2.Появление новых видов товаров и услуг 3.Взаимосвязь медицины и фитнеса	1.Рост расходов всех видов 2.Удорожание кредитов 3.Трудности с привлечением нового потребителя
Сильные стороны 1. Рост спроса на товары и услуги отрасли	1. Расширение предприятия в стратегии вертикальной интеграции (открытие новых клубов) 2. Создание дополнительных возможностей и предложений на	1. Расширение предприятия в стратегии горизонтальной диверсификации

2.Тенденции расширения бизнеса 3.Снижение сезонности	к базе готового предприятия, которые будут актуальны весь год 3. Развитие программ реабилитации для больных на базе фитнес-центров	2. Разработка программ коллаборации с другими видами бизнеса 3. Развитие дополнительных видов деятельности
Слабые стороны 1.Недоступность льготных программ кредитования 2.Износ основных фондов 3.Низкая рентабельность	1. Поиск инвесторов из числа коммерческих предприятий в отрасли за счет программ коллаборации 2. Разработка услуг высокой маржинальности	1. Отказ от кредитования и обновления основных фондов 2. Увеличение цен на абонементы и товары

Очевидно, что наиболее удачными стратегиями на следующие 3 года для предприятий в отрасли могут стать:

Стратегия вертикальной интеграции для крупных предприятий с развитием дополнительных видов деятельности (продажи здорового питания, реализации товаров, оказания дополнительных услуг и программ по здоровью) на базе существующих заведений.

Стратегия совместного финансирования с другими предприятиями в отрасли или с другими организациями в условиях невозможности кредитования (создание центров здоровья для детей, больных, которым требуется реабилитация, курсов онлайн-тренинга и других направлений).

Сокращение затрат и поддержание работы предприятий в условиях удержания потребителя за счет ценовой политики и развития новых видов услуг.

В существующих условиях для каждого из типов предприятий фитнес-индустрии возможна своя антикризисная стратегия развития. В таблице 2 приведены варианты стратегий развития предприятий в отрасли с учетом типа и масштаба бизнеса.

Таблица 2 – Стратегии развития предприятий фитнес-индустрии в условиях кризиса в зависимости от масштаба и формата предприятия

Тип предприятия	Малый бизнес (одно предприятие)	Сетевой бизнес в пределах населенного пункта	1 Региональный или межрегиональный крупный сетевой бизнес
Студийный формат	Стратегия сокращения затрат	Стратегия развития услуг высокой маржинальности	Не выявлено совпадений формата и масштаба
Классический формат	Стратегия развития продуктов и услуг в пределах предприятия	Стратегия совместного финансирования с другими предприятиями	Стратегия горизонтальной диверсификации бизнеса
Много-функциональный формат	Стратегия горизонтальной	Стратегия расширения бизнеса	Стратегия вертикальной интеграции

	диверсификации бизнеса	пределах одного региона с действующим набором предложений	развитием дополнительных видов деятельности
--	---------------------------	-----------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------

В условиях кризиса предприятиям фитнес-индустрии следует быть более гибкими и формировать антикризисные стратегии развития на основе своего масштаба и формата, а также оценивать свои возможности и учитывать влияние внешней среды и тенденций развития отрасли. Наиболее эффективными стратегиями, очевидно, можно считать: расширение видов деятельности и масштаба бизнеса за счет новых предприятий и стратегии совместного финансирования с другими предприятиями для работы в условиях недоступности кредитования. Предприятиям меньшего формата и масштаба следует воздержаться от обновления основных средств и сконцентрироваться на развитии уже существующих форматов деятельности, чтобы поддержать потребителя в условиях кризиса. В такой стратегии возможно управление ценами и качеством услуг.

#### Список литературы:

1. Белякова, М. Ю. Анализ использования инноваций в фитнес индустрии / М. Ю. Белякова // Экономика и управление в спорте. – 2022. – Т. 2, № 4. – С. 237-250.
2. Комлева, С. В. Проблемы организации фитнес-услуг в кризисный период / С. В. Комлева, А. Е. Наймушина // Инновации в профессиональном и профессионально-педагогическом образовании: материалы 27-й Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 19–20 апреля 2022 года. – Екатеринбург: Российский государственный профессионально-педагогический университет, 2022. – С. 396-398.
3. Массаро, Д. Формирование модели минимизации экономических потерь компаниями фитнес-индустрии в условиях коронавирусного кризиса / Д. Массаро // Актуальные проблемы, современные тенденции развития физической культуры и спорта с учетом реализации национальных проектов : Материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Москва, 22–23 апреля 2021 года. – 2021. – С. 682-687.
4. Низяев, Д. А. Исследование российского рынка фитнес-клубов / Д. А. Низяев // Экономика и управление в спорте. – 2022. – Т. 2, № 4. – С. 251-262.
5. Фатеева, С. В. Основные направления развития фитнес-индустрии в современных условиях: российский и зарубежный опыт / С. В. Фатеева, Н. Г. Маркова // Учетно-аналитические инструменты исследования экономики региона : Сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 90-летию ДГУ, Махачкала, 15–16 октября 2021 года. – 2021. – С. 416-420.
6. Итоги первого полугодия 2024 года на рынке фитнеса побили все рекорды: Sportres – URL: <https://sportres.ru/blog/itogi-pervogo-polugodiya-2024-goda-na-rynke-fitnessa-pobili-vse-rekordy/> (дата обращения: 25.01.2025).

#### References:

1. Belyakova, M. Yu. Analysis of the use of innovations in the fitness industry / M. Yu. Belyakova // Economics and management in sports. - 2022. - Vol. 2, No. 4. - Pp. 237-250.

2. Komleva, S. V. Problems of organizing fitness services in a crisis period / S. V. Komleva, A. E. Naimushina // Innovations in professional and professional-pedagogical education: materials of the 27th International scientific and practical conference, Yekaterinburg, April 19-20, 2022. - Yekaterinburg: Russian State Professional Pedagogical University, 2022. - Pp. 396-398.
3. Massaro, D. Formation of a model for minimizing economic losses by fitness industry companies in the context of the coronavirus crisis / D. Massaro // Actual problems, modern trends in the development of physical culture and sports, taking into account the implementation of national projects: Proceedings of the III All-Russian scientific and practical conference with international participation, Moscow, April 22-23, 2021. - 2021. - P. 682-687.
4. Nizyaev, D. A. Research of the Russian fitness club market / D. A. Nizyaev // Economics and management in sports. - 2022. - Vol. 2, No. 4. - P. 251-262.
5. Fateeva, S. V. The main directions of development of the fitness industry in timely conditions: Russian and foreign experience / S. V. Fateeva, N. G. Markova // Accounting and analytical tools for studying the regional economy: Collection of materials of the IV All-Russian scientific and practical conference dedicated to the 90th anniversary of DSU, Makhachkala, October 15-16, 2021. - 2021. - P. 416-420.
6. The results of the first half of 2024 in the fitness market broke all records: Sportres - URL: <https://sportres.ru/blog/itogi-pervogo-polugodiya-2024-goda-na-rynke-fitnesa-pobili-vse-rekordy/> (accessed: 01/25/2025).