

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ  
Кафедра гуманитарных и естественнонаучных основ  
физической культуры и спорта

Заведующий кафедрой  
канд.пед.наук, доцент  
И.В. Стародубцева

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**  
магистра

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ В ФИТНЕС-  
ИНДУСТРИИ Г.ТЮМЕНИ ПУТЕМ ВНЕДРЕНИЯ IT-ТЕХНОЛОГИЙ  
(НА ПРИМЕРЕ САЙТА-АГРЕГАТОРА «FITINSIDER»)

49.04.01 Физическая культура  
Магистерская программа

«Менеджмент и экономика в сфере физической культуры и спорта»

Выполнил работу:  
Студент 3 курса  
заочной формы обучения

Постников  
Павел  
Викторович

Научный руководитель:  
канд.биол.наук., доцент

Колунин  
Евгений  
Тимофеевич

Рецензент:  
директор  
Европейского института  
фитнеса г. Москва

Шехец  
Елена  
Вячеславовна

Тюмень  
2020 год

## АННОТАЦИЯ

Магистерская работа посвящена актуальным проблемам в сфере фитнес услуг г. Тюмени и разработке WEB-обеспечения, как средства, направленного на совершенствование данной сферы. С одной стороны, призванного популяризировать идеи здорового образа жизни среди всех слоев населения г. Тюмени и повышать уровень профессиональных компетенций тренерского состава, а также повышать уровень качества предоставляемых услуг фитнес-центрами. С другой стороны, призванного обеспечить тренеров инструментами дополнительной рекламы для вовлечения в сферу массового спорта большего количества жителей г. Тюмени, а также улучшить социально-психологический климат в тренерских коллективах.

В ходе выполнения данной работы проведен социологический опрос клиентов фитнес-центров г. Тюмени, направленный на выявление их потребностей и отношения к занятиям фитнесом. Также был проведен социологический опрос тренерского состава, направленный на выявление потребностей в дополнительных digital-инструментах, способных усовершенствовать процесс коммуникаций между тренером и клиентом.

В магистерской работе было проанализировано и обосновано применение и внедрение разработанной WEB-платформы по совершенствованию системы управления фитнес-индустрии в г. Тюмени. Работа состоит из введения, трех глав, выводов, списка использованной литературы.

В работе использовано 25 таблиц, 14 рисунков, список использованной литературы содержит 130 источников, 2 приложения. Общий объем диссертационной работы составляет 92 страницы.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОКАЗАНИЯ ФИТНЕС-УСЛУГ КАК ОБЪЕКТА УПРАВЛЕНИЯ .....	9
1.1. Историко-социальные предпосылки развития фитнес индустрии в России.....	9
1.2. Современные подходы к использованию IT-технологий в сфере фитнес-индустрии .....	11
1.3. Анализ современных подходов профессиональной подготовки квалифицированных кадров для сферы фитнеса.....	16
ГЛАВА 2. МЕТОДЫ И ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	24
2.1. Методы исследования .....	24
2.2. Организация исследования .....	29
ГЛАВА 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМ КАЧЕСТВА СФЕРЫ ФИТНЕС-УСЛУГ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ.....	31
3.1. Анализ проблемы качества фитнес-услуг г. Тюмени.....	31
3.2. Разработка WEB-платформы как механизма по совершенствованию сферы фитнес услуг в г. Тюмени.....	46
3.3. Обоснование эффективности разрабатываемой WEB-платформы по совершенствованию системы оказания фитнес-услуг в г. Тюмени .....	54
ВЫВОДЫ .....	75
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....	76
ПРИЛОЖЕНИЯ .....	90

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность исследования.** В России стремительно развивается фитнес-рынок. В большинстве городов он еще не перенасыщен фитнес-центрами, поэтому темпы роста данной индустрии будут только увеличиваться.

В нашей стране фитнес-клубы имеют различный уровень качества. Зачастую фитнес - центры, особенно позиционирующие себя в бюджетном и в среднем сегментах, экономят на услугах для повышения уровня комфорта клиента с целью удешевить стоимость клубной карты. Владельцами подобных спортивных заведений ставится цель нагнать как можно больше посетителей для повышения рентабельности клуба. Во главу угла ставится финансовая прибыль, а не качественное оказание профессиональных услуг населению.

Параллельно с этим раздувается штат тренеров для сбора арендной платы или для выполнения плана по персональным тренировкам. В связи с этим, внутри тренерского состава нередко возникает конкурентная борьба за клиентов, начинается навязывание тренерами своих услуг клиентам.

Все это не может не сказываться на микроклимате внутри коллектива, на построении долгосрочных дружеских отношений между тренерами. Отсутствие позитивной атмосферы в фитнес – клубе также оказывает негативное воздействие и на посетителей. В результате спортивное заведение теряет репутацию у клиентов и привлекательность в глазах тренера.

Отсутствие государственной обязательной сертификации тренерской деятельности в нашей стране привело к всплеску роста курсов для тренеров, которые, являясь исключительно коммерческими организациями, направлены целиком на извлечение финансовой прибыли, не заботясь о профессионализме подготавливаемых ими спортивных кадров. Практически любой человек может прийти и получить сертификат о том, что он, прослушав курс, имеет право работать фитнес – тренером. В таких организациях экзамены сдают абсолютно все слушатели. Происходит обесценивание тренерской профессии, а также знаний и умений профессионально-подготовленных спортивных кадров. В клубах происходит «текучка», которая закладывается руководством в

экономические планы. Прием сотрудников на потоке приводит к полному отсутствию сплоченности коллектива. Перечисленные факторы приводят к конфронтации и конфликтам между сотрудниками спортивных клубов.

На совместном симпозиуме РАН и РАМН в 2004 году было отмечено, что современное устройство здравоохранения направлено на борьбу с уже имеющимися заболеваниями у населения, неспособное радикально изменить и улучшить состояние здоровья населения нашей страны. Ему на смену должна прийти политика, направленная на профилактику и предотвращение заболеваний, в том числе и путем пропаганды идей здорового образа жизни и большей вовлеченности в сферу массового спорта населения [105].

Отсутствие на фитнес-рынке профессионального программного обеспечения, способного существенно облегчить труд тренера также негативно сказывается на его профессиональной деятельности: существующие приложения часто являются недоработанными. Является существенным недостатком и тот факт, что необходимые digital-инструменты разбросаны по интернету, усложняя их поиск. Все это не может не приводить к дополнительной нецелевой трате времени.

В современных условиях интенсивного развития информационных технологий существует возможность и необходимость в совершенствовании системы управления фитнес – индустрии. Это может позволить не только увеличить прибыли коммерческих физкультурно – оздоровительных организаций и доходы тренерского состава, но и существенно улучшить социально – психологический климат в спортивном коллективе, повысить профессиональные компетенции сотрудников фитнес-центров, повысить лояльность посетителей к клубам, и как следствие – вывести фитнес-индустрию в нашем городе, а затем и в регионе на совершенно новый профессиональный уровень оказания услуг.

Таким образом, актуальность этой диссертации обусловлена наличием следующих противоречий между:

- необходимостью соблюдения фитнес клубами регламентов, норм, стандартов, действующих на территории РФ и отсутствием единой базы данных нормативно-правовых документов, регламентирующих деятельность фитнес-центров;
- между необходимостью привлечения максимального количества клиентов к занятиям в фитнес-клубе, в том числе и на персональные тренировки, и недостаточной информированностью клиентов о компетенциях тренерского состава и возможностью выбора тренера на вводную тренировку;
- между необходимостью создания сообщества фитнес-клубов Тюменской области с целью популяризации продвижения идей здорового образа жизни и отсутствием единой базы данных фитнес-клубов, работающих на данный момент на территории г. Тюмени.

**Объект исследования:** процесс управления в фитнес - индустрии в г. Тюмени.

**Предмет исследования:** средства и IT-технологии, применяемые в фитнес-индустрии, направленные на продвижение идей ЗОЖ, услуг тренеров различных фитнес клубов и привлечение клиентов.

**Цель исследования:** разработать и теоретически обосновать эффективность web-платформы, направленной на совершенствования процесса управления сферой фитнес-услуг на городском уровне.

**Задачи исследования:**

1. Проанализировать современное состояние проблем управления в сфере фитнес-индустрии.

2. Изучить мнение клиентов и тренеров фитнес-клубов г. Тюмени о качестве предоставляемых услуг данными организациями, о необходимости создания дополнительных IT-инструментов для усовершенствования профессиональной деятельности тренера.

3. Разработать отвечающую современным техническим требованиям и теоретически обосновать ее эффективность WEB-платформу, направленную на

совершенствование коммуникационного взаимодействия между тренерами и клиентами, а также на повышение качества услуг фитнес-клубов.

**Гипотеза исследования заключается в том, что совершенствование системы управления в сфере фитнес-индустрии будет эффективным если:**

- осуществлять мониторинг качества предоставляемых услуг посредством анкетирования и социологических опросов клиентов и сотрудников фитнес-клубов;
- использовать IT-технологии, в частности разработанную WEB – платформу для продвижения ценностей здорового образа жизни и актуального информирования жителей о кадровом потенциале и спектре услуг фитнес-клубов г. Тюмени;
- мотивировать тренеров, работающих в фитнес-клубах г. Тюмени регулярно повышать свою профессиональную квалификацию за счет использования персонального рейтинга на WEB-платформе;
- критериями эффективности считать количество жителей г. Тюмени, тренеров и клубов регулярно пользующихся представленной WEB-платформой.

**Практическая значимость заключается** в том, что предложенная WEB-платформа, а также функционал и инструментарий, содержащийся в ней, могут быть использованы для решения существующих проблем в сфере фитнес-индустрии г. Тюмени с целью их совершенствования.

# **Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОКАЗАНИЯ ФИТНЕС-УСЛУГ КАК ОБЪЕКТА УПРАВЛЕНИЯ**

## **1.1. Историко-социальные предпосылки развития фитнес-индустрии в России**

В России с развитием фитнеса появилось великое разнообразие оздоровительных программ с использованием различных физических упражнений. Одной из самых популярных форм оздоровления стал фитнес.

До сих пор не существует единого мнения в определении термина «фитнес». По большей части он трактуется как вид физических нагрузок, направленных на поддержание физической формы.

Некоторые отечественные авторы дают следующее определение фитнесу: «физическая культура» и «оздоровительная физическая культура» [16].

История возникновения фитнеса также не имеет единой принятой версии. Античная и древнегреческая история спорта, гласит о том, что цель физической культуры - это внешняя красота и внутренняя гармония. Именно к этому старались стремиться древние греки, посвящая свое свободное время спорту. Немного позднее искусство атлетизма достигло Римской империи, где спортивные состязания, принимавшие по современным меркам античеловечные формы – гладиаторские бои, стали чуть ли не самым любимым зрелищем среди народа.

Этимология слова «фитнес» имеет современные истоки, но неся в себе глубинные исторические корни. Они отмечают, что в том же древнем Риме организовывались определенные места для проведения спортивных зрелищных состязаний, но по понятным причинам, они фитнесом называться никак не могли [42].

В наше время, когда здоровый образ жизни стал активно пропагандироваться, фитнес стал не только направлением жизнедеятельности, направленным на оздоровление организма, но и для многих людей – профессией.



Российская история фитнеса свидетельствует о том, что в страну он пришел относительно недавно, около 30 лет назад.

Безусловно, физическая культура в нашей стране существовала и ранее, постепенно приходя в упадок с 80-х годов прошлого столетия. На принципиальное отличие фитнеса от физической культуры повлиял взятый в России после распада СССР новый экономический курс на капитализм. Это отличие состоит в том, что люди отныне сами должны оплачивать занятия спортом, а равно, как и спортивные секции для детей. Фитнес сегодня - это прежде всего физическая активность для тех, кто готов потратить свои деньги, получить пользу и удовольствие для здоровья [31].

Понятие «фитнес-индустрия» прочно вошло в наш обиход, оно включает в себя целое направление, основанное на предоставлении населению фитнес-услуг в специализированных спортивных сооружениях, определяемых как фитнес-клубы.

Фитнес-клуб - это прежде всего объект спортивно-оздоровительного назначения, предоставляющий определенный комплекс фитнес-услуг.

Опираясь на контент-анализ, нами выделена условная квалификация фитнес-клубов:

- Премиум-сегмент (элитные фитнес-заведения для обеспеченной финансово целевой аудитории. Характеризуется высоким уровнем сервиса, к которым относят определенный метраж площади на одного посетителя, наличие бассейна, зоны СПА, кабинет диетолога и другими повышенными требованиями для получения соответствующего статуса клуба);
- Средний сегмент (самая распространённая категория – широкий спектр услуг, необходимый уровень комфорта для клиента, но не дотягивающая до премиум-сегмента по оснащению, оформлению, площади, качеству инвентаря и ряду других условий);
- Эконом-сегмент (такие фитнес-заведения характеризуются большим потоком клиентов, а следовательно – наполненными до отказа залами,

минимумом услуг: это и отсутствие полотенец, гардероба, установленных кулеров, отсутствием замков на шкафчиках и так далее).

Таким образом, анализ работ различных авторов дает возможность сделать вывод о том, что фитнес прежде всего – это социокультурное явление, а сфера фитнес-услуг требует научного подхода, с целью анализа и совершенствования с учетом современных реалий. В первую очередь требуется рассмотрение, определение и закрепление на законодательном уровне понятийного аппарата, так как данная сфера представляет интерес как для экономики нашей страны, так и для ряда определенных наук, тесно связанных с фитнесом: различных направлений медицины и психологии. Появляется острая необходимость изучения аспектов структуры и содержания сферы фитнес-услуг.

И, наконец, понятие «фитнес» тесно связано с понятием «услуга», что требует пристального рассмотрения как уровня качества предоставляемых фитнес-заведением услуг населению, так и уровня профессиональной компетенции обслуживающего персонала.

## **1.2. Современные подходы к использованию IT-технологий в сфере фитнес-индустрии**

За последние несколько десятков лет наблюдается тенденция стремительного развития технологий, средств автоматизации, компьютерных программ. Происходит процесс глобализации и внедрения информационных технологий в любые научные сферы. Инновационные цифровые технологии эволюционируют, меняя при этом привычный подход к повседневной двигательной активности людей. Технологии появляются, развиваются, а затем так или иначе находят свое применение в сфере физической культуры.

Явным подтверждением того факта, что организация физкультурно-спортивных мероприятий уже не представляется возможной без инноваций в IT-сфере, являются данные, полученные в ходе статистического анализа результатов спортсменов соревнований мирового уровня. Бальсевич, В.К.

считает, что что внедрение в спортивную деятельность цифровой оптимизации спортивных процессов, IT-методик для ее оптимизации крайне необходимо. Это будет иметь глобальное влияние как на спортивные результаты спортсмена, так и на весь тренировочный процесс [12].

Изучение передового опыта внедрения IT-технологий в сферу оздоровительного фитнеса свидетельствует о значительном внимании авторов к разработке и внедрению специализированных программных продуктов [24,26].

Если мы рассматриваем и изучаем вопрос внедрения информационных технологий в сферу оздоровительного фитнеса, то не можем не отметить следующие основные направления их использования:

- Мониторинг физического состояния, занимающегося оздоровительным фитнесом (приложения: Instant Heart Rate, Water Balance, Cardio) [113,116,109];
- Мониторинг питания занимающегося – подсчет калоража, готовые меню (приложения: MyFitnessPal, Fat Secret, Yazio) [114,110,117];
- Компьютерные программы и интернет-приложения, направленные на помощь в тренировочном процессе (приложения: NTC, Fitbit coach, Freeletics) [115,111,112];
- Программное обеспечение менеджмента фитнес-клубов (Universe, 1С-фитнес-клуб, Nano-Gym) [108,106,107].

Функциональность отечественных IT – разработок находится в зародыше в сравнении с западным рынком, отставая от него на несколько лет и сфера фитнеса здесь не является исключением.

Желая идти в ногу с современными западными тенденциями, но не имея собственных наработок и многолетних исследований, отечественные IT-разработчики занимаются в основном клонированием успешных зарубежных продуктов.

Приложения для мониторинга физической активности и потраченных калорий несут в себе благородную миссию – информировать клиента о частоте

сердечных сокращений (ЧСС), о циклах сна, об уровне воды в организме, о % жировой массы, о затраченной в течение дня энергии. Подобные приложения регулярно выходят на российский рынок. Но все они заключают в себе ряд существенных недостатков – не являясь медицинскими программами, подлежащих обязательной сертификации, обладают высокой погрешностью показателей. Датчики пульсов в фитнес-трекерах, браслетах, на беговых дорожках также выдают весьма усредненные значения.

Подвергнутые анализу программы подсчета калоража, как правило, содержат в себе формулы Харисса-Бенедикта и Маффина-Джеора, хотя практикующие бодибилдеры, даже мирового уровня, все, как один, утверждают, что эти формулы выдают погрешности до 15, а по мнению некоторых и до 20% погрешности.

Очевидно, для того, чтобы рассчитать с высокой точностью потраченный калораж, нужно учесть множество факторов, таких, как: возраст, рост, базовый обмен веществ, коэффициент физической активности человека, а также его эндокринные показатели. Поэтому более точный подбор калоража базируется на исключительно эмпирическом опыте: на высчитывании соотношения нутриента на 1 кг веса в рамках референсных значений коэффициентов с последующей их корректировкой в зависимости от прогресса или регресса.

- Приложения, призванные помогать в тренировочном процессе (NTC, Fitbit coach, Freeletics) [15,111,112] также не до конца восполняют потребности людей, их использующих. И этому есть логичное объяснение:

1. Приложения часто копируют функционал друг друга, лишая себя новизны и индивидуальности, обесцениваясь в глазах конечного потребителя;

2. Зачастую приложения имеют низкий технический уровень выполнения – приложения виснут или «вылетают»;

3. Как правило, цель создания таких продуктов – извлечение финансовой прибыли разработчиками. Качественный продукт стоит для

покупателя немаленьких денег, а российский потребитель все еще не может отвыкнуть от получения виртуальных услуг бесплатно.

Программное обеспечение для управления фитнес-клубами также представлено широким спектром. Оно далеко от идеального, грамотно продуманного функционирования. Зачастую такие программы не учитывают определенные нюансы, делая работу в них неудобными. К ряду неудачных разработок можно отнести очень распространенные программы Nano-Gym [107] и Universe [108]. Например, фитнес-клуб «Брайтфит» после нескольких лет использования Universe во всех 16 своих клубах перешел на отечественную разработку - 1С-фитнес-клуб [106], которая является наиболее удачным программным обеспечением на российском рынке фитнес-услуг. Компании 1-С являются монополистами в коммерческой IT-сфере, поэтому главным их недостатком является дороговизна их продуктов.

На отечественном фитнес-рынке предпринимались и предпринимаются локальные и часто неудачные попытки создать некую базу данных тренеров для их саморекламы: «База тренеров в Москве», «Все тренеры», «Fitunion» [127,128,129]. Анализ этих WEB-ресурсов позволяет сделать определенные выводы и выявить факторы, которые эти попытки сводят к неудачам:

**1. Отсутствие бизнес-плана и понимания реальной стоимости финансовых затрат на выпускаемый продукт.** Низкий технический уровень исполнения сводит к нулю любую бизнес-идею. Такие сайты создаются либо на бесплатных платформах при помощи шаблонов, либо низкоквалифицированными программистами по невысокой стоимости;

**2. Отсутствие понимания планирования долгосрочных стратегий развития:** высокие амбиции авторов покорить весь мир. Претензии на охват сразу всех тренеров региона или всей страны целесообразны только при вливании в бизнес-проект десятков миллионов рублей.

**3. Отсутствие понимания планирования маркетинговой политики -** отсутствие планирования адекватного финансирования рекламной кампании. Выпущенные низкопробные проекты либо рекламируются бесплатно своими

силами, либо в рекламный бюджет заложены те суммы, которые не в состоянии ни выдать необходимый охват аудитории, ни грамотно настроить таргетинг – то есть некий рекламный механизм, позволяющий вычленив из всей имеющейся аудитории только ту целевую часть, которая удовлетворяет заданным критериям, и показать рекламу именно ей. А высококвалифицированные SEO-специалисты не привлекаются в команду по разным причинам: от непонимания необходимости их присутствия до банальной жадности и уверенности в силах создателя таких сайтов.

**4. Отсутствие агрегации функционала на WEB-ресурсе.** Исследуемые интернет-ресурсы обладают ограниченным функционалом, что вынуждает фитнес-тренера тратить время на поиск других необходимых в его работе профессиональных инструментов: зарегистрировать спортивное резюме он должен на одном интернет-ресурсе, составлять план тренировок - вручную или на другом интернет-ресурсе, составлять рацион питания – на третьем ресурсе, искать профильную информацию – на четвертом ресурсе.

Обобщение анализа интернет-ресурсов и приложений позволяет сделать вывод о том, что отечественная фитнес-индустрия рано или поздно реагирует на новые западные веяния и тренды, перестраивается, тем самым пытается подстроиться под изменчивые запросы конечного потребителя в попытке создать оптимальные условия как для развития новых направлений двигательной активности, так и для улучшения и оптимизации работы фитнес-заведений.

Анализируя вышеперечисленные направления в IT-разработках в сфере фитнеса, отчетливо прослеживается недостаточное внимание к вышеперечисленным факторам. Их устранение способно дать толчок новому витку развития сферы фитнес-индустрии при помощи IT-технологий.

Поэтому разработка и внедрение IT-технологий - это неизбежный процесс, ведущий к повышению эффективности решения основных целей и задач, стоящих перед фитнес-отраслью в целом.

### **1.3. Анализ современных подходов профессиональной подготовки квалифицированных кадров для сферы фитнеса**

В данный момент в России продолжается бурный рост фитнес-индустрии. Повсеместно открываются все новые и новые спортивно-оздоровительные и фитнес-центры. Поэтому кадровый вопрос – вопрос укомплектованности персонала этих центров довольно актуален.

Наиболее остро он стоит не только в Москве и Санкт-Петербурге, где скорость открытия фитнес-центров создает высочайшую потребность в тренерских кадрах, менеджерах и специалистах по отдельным направлениям фитнес-услуг, но и в регионах, в Тюменской области и в Тюмени, в частности. Система подготовки специалистов по физической культуре и спорту, а особенно тренерских кадров в сегменте массового оказания физкультурно-оздоровительных услуг, действующая в настоящее время не удовлетворяет даже минимальным потребностям современной отечественной фитнес-индустрии.

В России подготовка фитнес-инструкторов максимально коммерциализирована. Редко какое образовательное учреждение, предлагающее подготовительные курсы, обучает желающих стать тренерами больше 2-4 недель. Да и подход к обучению зачастую тоже исключительно финансовый – любой заплативший за курсы с большой долей вероятности получит заветные корочки – сертификат об окончании. Также стоит отметить, что часто такие курсы вообще не дают научных знаний. Обучение поставлено на непрерывающийся поток – конвейер. Поэтому доля начинающих тренеров с невысокими профессиональными компетенциями на рынке фитнес-услуг довольно высока.

Такая форма спортивно-оздоровительной деятельности, как например, фитнес-тренировки, имеет целый ряд специфических особенностей [66].

Очевидно, что необходим системный подход к процессу совершенствования профессиональных компетенций, который состоит в том, чтобы постараться создать жизнеспособную, развивающуюся педагогическую систему, основанную на инновационных технологиях научно-педагогического образования и создания условий в учебно-воспитательном процессе ВУЗа [73]/

В.Ф. Костюченко подчеркивает, что подготовка тренерских кадров по специальности «Физическая культура» в современных реалиях характеризуется рядом существенных недостатков. Работодатели не в полной мере удовлетворены результатами работы ВУЗов по подготовке специалистов, так как многие из них не соответствуют своему профессиональному статусу, не оправдывают возложенных на них ожиданий [57].

Как справедливо замечает автор, в настоящее время существенно сократился спрос на специалистов спортивной ориентации и возросла потребность в специалистах в области оздоровительной физической культуры. Это связано в первую очередь с повсеместным закрытием ДЮСШ и спортивных секций. Это не могло не привести к уменьшению числа занимающихся различными видами спорта.

По этой причине заметно сократилось количество абитуриентов, ориентированных на специальность профессионального тренера-преподавателя, зато стало увеличиваться число желающих работать в области оздоровительной физической культуры. Это связано со многими факторами, прежде всего - с резким ухудшением состояния здоровья населения России, а также со сложившимся стереотипом, что профессия фитнес-инструктора несложная, не требует долгого обучения и приносит легкие деньги. Виной этому агрессивная недостоверная реклама курсов подготовки фитнес-тренеров. Такие курсы обещают освоение профессии в максимально короткие сроки без особых усилий со стороны обучающегося. Отсутствие государственного контроля за такими организациями приводит к печальным последствиям в фитнес-индустрии.



В связи с этим остро встала проблема кадрового обеспечения в области оздоровительной физической культуры, на данный момент она является весьма актуальной и требует немедленного вмешательства государственных органов.

По мнению многих исследователей (Е.Г. Сайкина, Т.Э. Круглова, В.Ф. Костюченко, Росенко С.И., В.Б. Мяконьков) подготовка современных специалистов должна не только учитывать социальные потребности общества, но и отражать общие требования, формирующиеся в международном образовательном пространстве [90,60,57,89,81].

Во многих фитнес-клубах нашей страны, организациях дополнительного образования преподавателями зачастую работают лица, не имеющие высшего физкультурного (или педагогического) образования, а многие тренеры не имеют даже сертификатов вышеупомянутых курсов.

Коммерческая направленность клубов способствует тому, что в сферу приходят случайные люди, что в конечном итоге не может не сказываться на качестве фитнес-услуг, оказываемых населению, а также приносит вред здоровью клиентов.

Как показывает сложившаяся практика в этой сфере деятельности, значительное количество травм с опорно-двигательным аппаратом у клиентов фитнес-клубов происходит от неквалифицированной работы фитнес-инструкторов. Также в вину им вменяется и то, что, не имея профильного образования и достаточных профессиональных компетенций, они берут на себя ответственность заниматься диетологическим сопровождением клиентов, зачастую не собирая анамнез о здоровье человека, о его состоянии эндокринной системы. Это также приводит к снижению у людей доверия и интереса к занятиям физическими упражнениями, понижается уровень лояльности общества к самому здоровому образу жизни.

Существуют клубы, внутри которых инструкторы сами себе назначают тренерскую квалификацию, руководствуясь в большей части собственными амбициями, а не профессиональными компетенциями.

В современных реалиях совершенно очевидно, что специалист по фитнесу должен обладать умением не только проводить персональные или групповые тренировки, но и обладать рядом навыков, необходимых для полноценной грамотно спланированной работы со своим клиентом. К таким навыкам мы отнесем понимание основ педагогики и социальной психологии, умения анализировать, диагностировать, организационные навыки, навыки планирования, необходимо отслеживать мотивацию клиента, оценивать его прогресс или регресс и многое другое, но самое главное – последовательно, грамотно и целенаправленно заниматься оздоровлением своего подопечного. В связи с этим, он должен обладать обширными знаниями в различных областях физической культуры, анатомии, физиологии, педагогике, психологии, теории и методики физической культуры, биохимии, а также диетологии, менеджменте и др.

Государственный образовательный стандарт высших физкультурных заведений, к сожалению, не предусматривает профессиональной подготовки специалистов по фитнесу [66,90]. Этой явной брешью в законодательстве безнаказанно пользуются недобросовестные предприниматели, обучающие профессии фитнес-инструкторов.

Перечисленное позволяет сделать вывод о том, что созрела необходимость в создании жизнеспособной российской системы профессиональной подготовки специалистов по фитнесу как в учреждениях высшего физкультурного образования, так и в учреждениях дополнительного образования. Создание такой системы требует не только учета особенностей подготовки специалистов в нашей стране, но и изучения зарубежного опыта подготовки специалистов по фитнесу.

В этой связи очень любопытен опыт, накопленный в США, Канаде, Великобритании, где система подготовки и сертификации физкультурных кадров уже давно сложилась, устоялась и доказала свою эффективность. Только в Соединенных Штатах существует около различных 250 ассоциаций,

федераций, и частных компаний, осуществляющих подготовку высококвалифицированных инструкторов по фитнесу вне государственной системы образования [34].

За рубежом фитнес-индустрия тесно переплетается с социальными процессами обществе, в том числе и со сферой образования. В этом нас красноречиво убеждает наличие многочисленных образовательных учреждений, обучающих фитнес-специалистов.

Например, в штате Южная Каролина подготовка специалистов по физической культуре осуществляется в течение четырех лет. [61], что, в принципе, позволяет покрывать существующие потребности данной сферы в профессиональных кадрах.

Сертификация сотрудников, занятых в сфере фитнеса в Соединенных штатах отдана общеобразовательным учреждениям и престижным организациям, которые своевременно реагируют на появление новых трендов в сфере фитнеса, подстраиваются под них, оперативно разрабатывая новые программы обучения, которые затем успешно предлагаются и продаются на рынке фитнес-услуг.

В качестве примера можно привести такую организацию, как Американский совет по спорту и физическим упражнениям (American Council on Exercise - ACE), а также Ассоциация аэробики и фитнеса Америки (Aerobics and Fitness Association of America - AFAA). Также существуют и более мелкие организации, у которых есть право проведения различных обучающих семинаров, мастер-классов, курсов с выдачей соответствующих документов.

Так вот разработкой методологии обучающих программ занимается Американский колледж спортивной медицины (ACSM). Он предлагает обучение на специальности фитнес-инструктора, инструктора групповых программ, руководителя фитнес-программ. Особое внимание уделяется медицинским направлениям.

NSCA (Национальная ассоциация силовой подготовки) осуществляет подготовку специалистов в области общих силовых тренировок, персональных тренеров.

ФИ (Международный институт фитнеса) предлагает желающим обучение по направлениям, кроме выше перечисленных: фитнес-диагностирование и тестирование, нутрициология.

В институте аэробики Купера (CIAR) тысячи желающих стать фитнес-инструкторами сдают аттестацию по методикам, которые были разработаны на основе научных исследований, проводимых более 25 лет. Выпускники этого института могут себя считать высококвалифицированными специалистами в области анатомии, биомеханики, нутрициологии. Они также специализируются по направлениям: групповые тренировки, особенности тренировок с пожилыми людьми, аквафитнес, сайкл и др. [61].

В странах Уэльса Королевское общество искусств (RSA) является главной организацией, осуществляющих обучение специалистов по фитнесу и выдачу соответствующих сертификатов. Отличительной особенностью данной организации является такое направление, как проведение занятий физическими упражнениями под музыку.

В Канаде существует подобная система подготовки профильных кадров. За это отвечает Совет по фитнесу в Онтарио (OFC) и Федерация Аэробики.

Мы склонны согласиться с Международной ассоциацией танцев (IDEA), где считается, что необходимо четкое взаимодействие всех организаций, причастных к сфере оказания образовательных услуг. Во главу угла ставится приоритет подготовки грамотных профильных кадров, поэтому целесообразность этого очевидна. При всем многообразии фитнес-направлений на рынке и методических подходов к обучению разрозненность деятельности подобных организаций недопустима ввиду очевидной неэффективности. Это предполагает некую алгоритмизацию и приведение подходов к обучению к единой базовой стандартизации.

В данный момент за рубежом происходит процесс, направленный на переосмысление этой проблемы, в отличие от России, где острая конкурентная борьба за клиентов и за лидирующее положение на рынке продолжает занимать первое место. К сожалению, фитнес-клубы в нашей стране, а равно как организации, осуществляющие выдачу сертификатов для фитнес-инструкторов, позиционируют себя прежде всего, как коммерческие структуры, чья деятельность направлена в первую очередь на извлечение финансовой прибыли.

Можно сделать вывод, что единая система подготовки специалистов в данной области в России полностью отсутствует. Она децентрализована, отсутствует целостный механизм, направленный на качественную подготовку фитнес-специалистов. Нет четкого планирования, позволяющего выстраивать долгосрочные перспективы развития образования в сфере фитнес-услуг.

В первую очередь это связано с низким уровнем насыщения правового поля специальной регламентированной нормативно-правовой базой, что не только не способствует развитию систематизации подготовки профессиональных кадров в этой области, но и вносит свой разрушительный вклад в систему отечественного образования в целом. В данный момент существуют лишь отдельные локальные курсы в некоторых высших учебных заведениях страны, в учреждениях дополнительного образования, а также обучение в рамках внутриклубной профессиональной подготовки в некоторых фитнес-клубах страны.

Все это имеет разрушительные негативные последствия для всей отечественной фитнес-индустрии.

В данный момент наблюдаются лишь робкие попытки исправить катастрофическое положение создать профессиональную спортивно-педагогическую базу в сфере физической культуры и спорта, и в частности фитнеса в профильных ВУЗах России.

Так на кафедре теории и методике гимнастики в Московской государственной академии физической культуры (МГАФК) открылась специализация «Аэробика и фитнес-гимнастика» [124].

Заслуживает внимания и колледж бодибилдинга имени Бена Вейдера в Санкт-Петербурге, чьи выпускники становятся специалистами по направлениям «Тренер-преподаватель». Немалая роль в этом колледже отводится и изучению фитнеса [125].

Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК) можно назвать лидером по подготовке профильных специалистов по направлению «Фитнес-тренер – инструктор тренажерного зала» [126].

Резюмируя вышенаписанное, напрашивается вывод, что основной проблемой, требующей немедленного и кардинального решения, является отсутствие регламентированного научно-обоснованного алгоритма подготовки специалистов по фитнесу – существующее положение в спортивной образовательной сфере не только не удовлетворяет спрос в профессионально подготовленных кадрах, но и наносит сокрушительный урон всей системе образования в целом. До сих пор, пока не будет существовать четко регламентированной алгоритмизации подготовки специалистов, до тех пор, пока будет отсутствовать полугодовая или годовая аттестация на профессиональную пригодность сотрудников фитнес-центров, будет существовать реальная угроза здоровью занимающихся фитнесом в фитнес-клубах, ведь оно сейчас по большей части находится в руках недостаточно компетентных тренеров.

## **ГЛАВА 2. МЕТОДЫ И ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ**

### **2.1. Методы исследования**

Для решения поставленных в работе цели и задач нами были использованы следующие методы исследования:

1. Теоретический анализ и обобщение научной и учебно-методической литературы.
2. Педагогическое наблюдение.
3. Социологический опрос.
4. Контент-анализ – WEB-ресурсов, имеющих отношение к сбору персональных данных в сфере фитнеса.
5. Моделирование.

#### **1. Теоретический анализ и обобщение научной и учебно-методической литературы.**

**В методологическом аспекте** теоретическим основанием в магистерской явились работы авторов по управлению: Афанасьева В.Г., по управлению, менеджменту и маркетингу в сфере физической культуры и спорта: Жестянникова, Л. В., Жолдак, В.И., Кузина, В.В., Переверзина, И.И., по высшему профессиональному образованию в сфере физической культуры: Костюченко, В.Ф., Евсева, С.П., Григорьева, В.И., Кругловой; Т.Э., организации оздоровительной физической культуры, фитнеса: Сайкиной, Е.Г., Лоуренс, Д., Карпей, Э., Кох, Э., Лаврухина, Г.М., Купер, К. [10, 40, 41, 62, 87, 57, 34, 60,90, 72,50,58,66,64].

В диссертационной работе были проанализированы и использованы Законы Российской Федерации: «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», Закон о защите прав потребителей, региональные законы «О физической культуре и спорте»; ГОСТ Р 52024-2003. Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования [97,98,99,100].

Высказанная гипотеза, сформулированная на основе научной проблемы, определила цели, задачи исследования, которые необходимо решить для достижения данной цели. Теоретический анализ современного состояния

исследуемой проблемы выполнен при изучении научных трудов и различных литературных источников, нормативно-правовых актов, действующих в нашей стране. Метод анализа позволил вычлнить и сформулировать методологический и теоретический аппарат магистерской работы.

В основу и исследовательской работы положен базис научно-методических рекомендаций научных работ в сфере социальной педагогики [32,49].

С точки зрения теории в основу исследования легли как законодательные и нормативно-правовые акты Российской Федерации в сфере физической культуры и спорта, так и внутренние нормативные регламенты фитнес-центров, а также научные работы и труды, направленные на исследования проблем в сфере физической культуры в Российской Федерации [50,58,64], труды, изучающие различные стороны управления, менеджмента, и др. [87,41].

На основе анализа и обобщения научной литературы выявлялись социально-педагогические факторы проблем развития фитнес-индустрии в России и отдельно взятом городе – Тюмени.

При изучении данной проблемы, а именно: оказание организациями спортивной направленности услуг населению в условиях рыночных экономических отношений в нашей стране определяющее значение имел не только сам выбор методов исследования, но и узкая направленность, характер изучаемых литературных источников. В процессе исследования проводилась работа по изучению литературы, непосредственно связанной с деятельностью фитнес-клубов в нашей стране.

Обобщение литературных источников позволило сделать определенные выводы и уточнить понятийный аппарат и основные категории в области фитнес-индустрии, выявить актуальные проблемы управления и развития деятельности организаций спортивной направленности в условиях отечественной рыночной экономики, а также определить цели и задачи данного исследования, проанализировать полученные результаты.



## **2. Педагогическое наблюдение.**

В процессе работы над данным исследованием было применено педагогическое наблюдение, которое позволило изучить все аспекты, связанные с деятельностью физкультурно-спортивных организаций, оказывающих фитнес-услуги в Тюмени, а также изучить аспекты поведения коллективов внутри фитнес-центров. Такая возможность исследователю была представлена в период с декабря 2016 года по май 2019 года.

Ориентирами наблюдения являлись следующие структурные элементы проблемной ситуации:

1. Общая характеристика фитнес-клубов;
2. Объем и качество оказания физкультурно-оздоровительных услуг населению, для каких возрастных категорий оказываются фитнес-услуги, и на каких условиях;
3. Юридическая форма собственности спортивных организаций;
4. Возможные перспективы развития физкультурно-спортивной организации на рынке фитнес-услуг.
5. Психологический климат в коллективах.

Результаты проведенных педагогических наблюдений были использованы при анализе данных, которые были получены иными социальными и педагогическими методами, а также были использованы при разработке анкет для социологических опросов.

## **3. Социологический опрос.**

В данной магистерской работе опрос применялся как один из способов сбора первичной информации. Выбор метода анкетного опроса можно объяснить тем, что он позволяет обеспечить максимально необходимый для исследования целевой охват населения или сотрудников, получить как первичную информацию, так и сведения о мнениях, оценках и предпочтениях опрашиваемых респондентов.

В общей сложности было проведено шесть социологических опросов среди клиентов и специалистов работающих в фитнес-центрах:

а) первый социологический опрос проводился с целью изучения спроса населения Тюмени на конкретные виды фитнес-услуг, мотивы занятий физическими упражнениями и т.д. Всего было опрошено 225 человек из числа клиентов фитнес-центров.

б) второй социологический опрос проводился с целью изучения предложений спортивных организаций по предоставляемым фитнес-услугам населению Тюмени. Всего было опрошено 7 сотрудников из числа управляющих клубами и фитнес-менеджеров.

в) третий социологический опрос проводился с целью изучения качества и оценки фитнес-услуг, предоставляемых фитнес-центрами, посетителями спортивных клубов Тюмени. Всего было опрошено 225 клиентов из 7 фитнес-центров.

г) четвертый социологический опрос проводился с целью оценки своей работы по обеспечению качества фитнес-услуг, предоставляемых фитнес-центрами Тюмени. В опросе приняли участие 7 руководителей исследуемых фитнес-центров города.

д) пятый социологический опрос проводился среди тренерского состава исследуемых фитнес-центров с целью выяснения их потребностей в функциональных возможностях разрабатываемой web-платформы. Было опрошено 112 тренеров (56 – мужского пола и 56 - женского).

е) шестой социологический опрос проводился среди клиентов исследуемых фитнес-центров с целью выяснения их потребностей в функциональных возможностях разрабатываемой web-платформы. Было опрошено 225 человек (112 – мужского пола и 113 - женского).

Таким образом, всего анкетированию приняли участие 344 человека. При обработке анкет использовались процентные соотношения.

#### **4. Контент-анализ – WEB-ресурсов, имеющих отношение к сбору персональных данных в сфере фитнеса.**

Является одним из методов изучения текстовой и графической информации, базирующийся на переводе изучаемой информации в количественные показатели и на ее статистической обработке. Сущность данного метода состоит в вычленении и фиксации определенных показателей, а также квантификации полученных данных. Были проанализированы WEB-ресурсы, в которых обсуждались, так или иначе затрагивались те или иные проблемы управления сферой физической культуры. В основу легли материалы интернет-ресурсов «Мускулы и фитнес», «Beauty. Health. Fitness», «Zozhnik.ru», «Myprotein», «Psychology Today Magazine», «Mens fitness magazine» [119,120,118,121,122,123]. Выбор контент-анализа обусловлен необходимостью получения точной информации по исследуемой проблеме для ее дальнейшей статистической обработки.

Измерения характеристик содержания информации производились способом подсчета частот их употребления и вычислением относительной частоты значений каждого признака. На основе полученных данных был сгруппирован интервальный ряд распределения отдельных значений признаков журнального материала, вошедшего в контент-анализ.

Применение слияния методов традиционного анализа и контент-анализа изучаемых документов позволило добиться формулировки основной рабочей гипотезы, а также сформулировать первоначальные выводы относительно изучаемых проблем, имеющихся в сфере физической культуры, а также определить конкретные этапы изучения предмета исследования. Анализ официальных документов и журнальных статей по изучаемой нами проблеме представлял особую значимость для нашей магистерской работы, поскольку позволил выявить социальные, а также педагогические проблемы физкультурно- оздоровительных и спортивных услуг, в том числе, фитнеса.

## **5. Моделирование.**

Моделирование – это метод научного исследования явлений, процессов, объектов, устройств или систем (обобщенно — объектов исследований), основанный на построении и изучении моделей с целью получения новых знаний, совершенствования характеристик объектов исследований или управления ими. Данный метод использовался для разработки модели (WEB-платформы) предоставления качественных фитнес-услуг.

### **2.2. Организация исследования**

Настоящее исследование проводилось в период с декабря 2016 года по май 2019 года на базе фитнес-клубов, располагающихся в городе Тюмень: «Атлетик-джим», «Брайт-фит», «Драйв-фит», «Даудель», «Метро-фитнес», «Фэнси», «Wellfit». Выбор данных клубов объясняется:

1. Автор исследования, являясь практикующим тренером, работал в разное время в большинстве выбранных клубов;
2. Большой популярностью данных клубов в городе, а также тем, что часть из них имеют филиалы в других городах.

Также были взяты в обработку некоторые организации дополнительного образования, подготавливающие профессиональные кадры для спортивных организаций в сфере массового спорта, в частности, фитнеса.

Исследование включало три этапа:

- Этап 1 – с декабря 2016 по сентябрь 2017. На этом этапе осуществлялся сбор эмпирических данных – сбор и анализ литературных источников, нормативно-правовых актов, внутренних документов клубов, гражданско-правовых актов, имеющих отношение к оказанию услуг населению, а также некоторых федеральных законов Российской Федерации. Была проведена разработка плана исследования, определение и постановка проблемы, ее актуальность. Были уточнены цели, задачи исследования, объекта и предмета исследования, выбор методологических подходов к изучаемой

проблеме в исследовании. Именно на этом этапе был проведен социологический опрос сотрудников, занимающих руководящие посты всех уровней выбранных фитнес-клубов. Также проводилось педагогическое наблюдение, изучалась деятельность спортивных организаций по оказанию оздоровительных услуг населению, развитие фитнес-индустрии в Тюмени, а также был сделан акцент на сборе информации по качеству оказания данных услуг клиентам фитнес-центров. На первом этапе исследования был проведен анализ общей картины развития фитнеса в г. Тюмени. Также была дана попытка выявить насыщенность фитнес-клубами г. Тюмени.

- Этап второй проходил с марта 2018 по декабрь 2018 года. После корректировки общих задач магистерской работы были выявлены и изучены социально-педагогические факторы, оказывающие влияние на развитие фитнес-индустрии в регионе. На этом этапе проводился дальнейший анализ литературы, оценка, осмысление и обработка полученной информации, их систематизация. Были обозначены проблемы, которые по мнению автора исследования, не только не способствуют развитию сферы фитнес-услуг, но и существенно ее тормозят.

- Третий этап проходил в период декабря 2018 по май 2019 года. На этом этапе проводился социологический опрос – анкетирование посетителей выбранных фитнес-клубов на предмет качества оказываемых данными фитнес-центрами услуг, включая оценку клиентами профессиональных компетенций тренерского состава. Также было проведено анкетирование управленческого состава выбранных клубов с целью предложений по оказываемым ими оздоровительным услугам населению. Была предпринята попытка оценки деятельности своего клуба управленческим составом. Проводился анализ программ обучения некоторых, выборочно взятых организаций дополнительного образования, которые проводят 2-4 недельное обучение, а в некоторых случаях 2х-месячное обучение тренерских кадров. Всего было

изучено 4 таких организации, 2 из которых представлены в Уральском Федеральном регионе.

На данном этапе на основе полученных результатов осуществлялась коррекция планов в разработке предложений по улучшению существующих стандартов в фитнес-индустрии на базе разрабатываемой автором данной магистерской работы WEB - платформы в сфере фитнес-услуг. Также на этом этапе формулировались окончательные выводы исследования, проводился набор текста и оформление данной диссертации. А также велась активная работа по алгоритмизации функционала на предлагаемой WEB - платформе.

### **ГЛАВА 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ**

#### **3.1. Анализ проблемы качества фитнес-услуг г. Тюмени**

В нынешних рыночных экономических условиях капитализма проблема качества услуг является важнейшей характеристикой повышения уровня жизни населения, а также основополагающим фактором социальной и экономической безопасности. В современной литературе мы можем встретить различные трактовки понятия качества. Базовый стандарт **ISO 9001**. «Система менеджмента качества. Требования» закреплен на международном уровне, и определяет качество как совокупность свойств, обуславливающих пригодность удовлетворять определенные потребности потребителей в соответствии с их назначением. Это относится как к товарам, так и к услугам. Другими словами, качественными являются те услуги, которые полностью удовлетворяют потребности их потребителя.

Данный стандарт четко регламентирует требования на процессы управления на всех стадиях жизненного цикла продукции или услуг. Целью внедрения данных требований является создание системы менеджмента, позволяющей обеспечить:

повышение уровня удовлетворенности потребителей посредством поставки им продукции или оказания им услуги, соответствующей существующим потребностям;

стимулирование деятельности поставщиков через формирование стабильных заказов;

рост доходной части бюджета.

Эти стандарты так или иначе вторглись во все сферы производственных процессов, торговли, а также в сферы оказания услуг населению. Возникло самостоятельное явление – менеджмент качества, которое нашло свое отражение и в сфере фитнес-индустрии.

В сфере физической культуры в плане платного оказания оздоровительных услуг населению более благоприятной является ситуация в премиум-сегменте. Особенно четко это прослеживается в крупных городах, таких как Москва, Санкт-Петербург, Казань, Екатеринбург. В регионах ситуацию можно считать плачевной. Если в городах - миллионниках хоть как-то еще пытаются соблюдать баланс между качеством услуг и ценой за эти услуги, то на периферии, в частности, в Тюмени в приоритете остается исключительная коммерциализация фитнес-заведений. Особенно явно это прослеживается и в эконом-сегменте. Основной задачей большинства клубов до сих пор остается сбор денег любыми путями с потенциальных клиентов, вплоть до указания недостоверной информации о предоставляемых услугах. Договоры составляются на максимально невыгодных условиях для клиентов в части пунктов, которые регламентируют возврат денежных средств при расторжении договора любой из сторон. Автор данной магистерской работы неоднократно лично сталкивался и сталкивается с подобными проблемами и часто выступает в роли консультанта, а в некоторых случаях и юриста, защищающего права своего клиента от недобросовестности фитнес-центров.

Вопросы качества оказания услуг населению спортивными организациями интересуют и многих исследователей) [9,15,67].

В России наработанных методик по изучению проблемы качества услуг в сфере физической культуры практически нет.

Социологический опрос клиентов фитнес-клубов г. Тюмени показал, что самыми распространенными проблемами, с которыми они сталкиваются в клубах, являются:

- хамство сотрудников (обслуживающего персонала и менеджеров);
- игнорирование просьб клиентов;
- несоблюдение норм температурного режима в помещениях фитнес-центров;
- низкое качество уборки, а зачастую ее полное отсутствие;
- профессиональная некомпетентность сотрудников фитнес-клубов;
- сложность возврата денежных средств;
- маркетинговые мероприятия содержащие недостоверную информацию.

Анкетирование посетителей фитнес-центров города Тюмени с целью исследования их оценок качества услуг, оказываемых организациями, проводилось в период: декабрь-март 2018-19 годов. Количество респондентов составило 200 человек из 7 фитнес-центров. Все исследуемые фитнес-центры работают в разных фитнес-сегментах и имеют отличные друг от друга концепции экономического развития.

Содержание анкеты составляли вопросы, касающиеся оценок качества услуг, оказываемых фитнес-центрами их клиентами. Вопросы были составлены так, что они в той или иной мере старались отражать концептуальные аспекты разработанной модели качества фитнес-услуг. Выбор респондентов осуществлялся с учетом геронтологических и гендерных особенностей: 53,8% опрошенных вошли в возрастную группу 18-25 лет, 46,2% - 26-55 лет, распределение по полу выглядело следующим образом: 62% - женщины, 38% - мужчины.



Таблица 1

**Выбор фитнес-направлений в зависимости от пола занимающихся (%)**

Фитнес-направление	Мужчины (%)	Женщины (%)
Групповые	5,4	72,5
Тренажерный зал	45,8	17,4
Функциональный тренинг	48,8	10,1

Из приведенных результатов таблицы 1 видно, что подавляющее количество занимающихся фитнесом мужчин предпочитает занятия в зоне тренажерного зала и в зоне функционального тренинга, меньше всего отдавая предпочтение групповым занятиям, в то время, как женщины больше ориентированы на формат именно групповых тренировок.

Таблица 2

**Выбор целей занятий в зависимости от пола занимающихся (%)**

Цель занятий	Мужчины	Женщины
Поддержание тонуса	8,6	6,2
Скинуть вес	71,4	75,1
Набрать вес	17,3	9,8
Реабилитация	2,7	8,9

Низкий уровень грамотности населения в вопросах сбалансированного питания, а также особенности пищевой промышленности в нашей стране отражается в результатах вышеприведенной таблицы: можно отметить, что и среди мужчин, и среди женщин превалирует подавляющее большинство в стремлении избавиться от лишнего веса. Причем цель мышечной гипертрофии у мужчин встречается почти в два раза чаще, чем у женщин. Любопытно отметить разницу среди мужчин и женщин почти в 3 раза в такой цели, как реабилитация: 2,7% мужчин против 8,9% женщин. Анализ ответов

респондентов показал, что более высокий процент у женщин связан в основном с послеродовым восстановлением.

Таблица 3

**Стаж занятий фитнесом опрашиваемых (%)**

Пол	Менее года	1-3 года	Свыше 3 лет
Мужчины	54,2	27,2	18,8
Женщины	50,3	33,5	16,2

Полученный анализ результатов на основе таблицы 3 дает представление исследователям о мотивационной составляющей клиентов фитнес-клубов. Как видно из таблицы, большинство людей, независимо от пола теряют интерес к занятиям фитнесом и прекращают тренировки. Лишь 18,8% мужчин и 16,2% женщин имеют стаж тренировок больше 3 лет.

Таблица 4

**Соответствие качества услуг цене абонеента в эконом сегменте (%)**

Варианты ответов	Результаты опроса мужчин	Результаты опроса женщин
Да	34,2	26,4
Нет	65,8	73,6

Таблица 5

**Соответствие качества услуг цене абонеента в среднем сегменте (%)**

Варианты ответов	Результаты опроса мужчин	Результаты опроса женщин
Да	55,0	53,6
Нет	45,0	46,4

Таблица 6

**Соответствие соотношения качества услуг цене абонеента в премиум сегменте (%)**

Варианты ответов	Результаты опроса мужчин	Результаты опроса женщин
Да	79,2	81,0
Нет	20,8	19,0

По результатам следующих таблиц (4-6) отчетливо прослеживается взаимосвязь оценки посетителей соответствию качества услуг цене абонеента в различных сегментах фитнес-центров. Так согласно таблице 4 посетители фитнес-клубов в эконом сегменте, независимо от пола, больше склонны полагать, что за предоставляемый минимальный набор услуг цена абонеента явно завышена (так считают 65,8% мужчин и 73,6% женщин). Причинами недовольства, из-за которых цена абонеента кажется завышенной, явились:

- хамство и недобросовестное отношение к своим обязанностям сотрудников фитнес-заведений;
- нарушение прав клиентов - договоры, ущемляющие права клиентов, нарушение ЗоЗПП РФ, ГК РФ (фитнес-клуб «Фэнси»);
- недостаточная уборка помещений;
- частое отсутствие горячей воды фитнес-клуб «Фэнси»);
- низкий уровень профессионализма тренеров, в том числе присвоение тренерами квалификаций, которыми они не обладают (фитнес-клуб «Фэнси»;
- несвоевременное доведение или отсутствие доведения актуальной информации до клиентов данных фитнес-заведений: акции, изменения в графике работы клубов (фитнес-клуб «Фэнси»).

В среднем сегменте наблюдается более лояльное отношение к ценовой политике клубов: 55% мужчин и 53,6% женщин устраивает соотношение услуг в формате «цена – качество» против 45% и 46,4% соответственно.

Анализ соответствие качества услуг цене абонеента в премиум сегменте дает основание полагать, что подавляющее большинство опрошенных посетителей данных фитнес-клубов («Даудель», «Wellfit») довольны стоимостью клубных абонеентов и перечнем предоставляемых фитнес-

заведениями услуг: 79,2% мужчин и 81% женщин. Примечателен тот факт, что при достаточно высоких оценках посетителями работы премиум-клубов, 20,8% мужчин и 19% женщин высказали недовольство соотношением «цена-качество». В качестве причин недовольства были названы:

- недостаток парковочных мест;
- изменения условий акций после их приобретения, нарушающих права посетителей – фитнес-клуб «Даудель». (При покупке абонемента за 100 000 рублей количество обещанных 100 персональных тренировок с тренером превратились в 50 тренировок, также было сокращено вдвое количество минут посещения солярия. Обещанное личное парковочное место таковым не являлось – было выделено всего 1 VIP-парковочное место на несколько проданных VIP-абонементов).

К качеству тренажеров, к уровню профессиональных компетенций тренерского состава, к чистоте, а также к качеству отношения персонала к посетителям претензий выявлено не было.

Таблица 7

**Оценка респондентами контроля фитнес-клубами за состоянием здоровья посетителей**

Варианты ответов	Результат опроса (%)
Наличие контроля	1,0
Отсутствие контроля	94,0
Периодический контроль	5,0

Из таблицы 7 следует, что независимо от уровня спортивной организации, оказывающей платные оздоровительные услуги, лишь 1% посетителей считает, что фитнес-клубы осуществляют контроль за состоянием здоровья потенциальных клиентов. Это выражается в предоставлении последними справки от врача о состоянии здоровья. Причем в этот процент опрошенных входят клиенты фитнес-заведений именно премиум-сегмента. Ни

в среднем сегменте, ни в экономе такие справки либо не требуют совсем, либо требуют справки о состоянии здоровья после проверок надзорными органами, либо после какого-либо прецедента.

После смерти 18-летней посетительницы в бассейне фитнес-клуба «Фитберри» в 2017 году, руководство клуба заключило договор с одной из кардиологических клиник города Тюмени о плановых осмотрах как сотрудников, так и клиентов.

Таблица 8

#### Оценка доступности информации тренером для посетителя

Варианты ответов	Результат опроса (%)
Все понятно	65,5
Что-то непонятно	32,5,0
Ничего непонятно	2,0

В таблице 8 приведены оценки занимающихся по уровню доступности информации тренером. Как мы видим, 32,5% посетителей фитнес-клубов что-то бывает непонятно. При чем, как следует из опроса респондентов, часто они стесняются уточнить непонятную информацию, боясь выглядеть нелепо или глупо. 2% занимающихся информация от тренера вообще кажется непонятной. Анализ результатов показал, что 2% могут складываться из нескольких факторов:

- употребление в речи тренера слишком много профессиональной профильной терминологии;
- недостаточный уровень владения русским языком клиентов (дальнее и ближнее зарубежье).

Таблица 9

#### Использование респондентами книги отзывов и предложений в экономе сегменте

Варианты ответов	Результат опроса (%)
Да	3,8
Нет	92,2
Не знают о ней	4,0

Таблица 10

**Использование респондентами книги отзывов и предложений в среднем сегменте**

Варианты ответов	Результат опроса (%)
Да	62,8
Нет	34,4
Не знают о ней	2,8

Таблица 11

**Использование респондентами книги отзывов и предложений в премиум сегменте (%)**

Варианты ответов	Результат опроса (%)
Да	35,0
Нет	65,0
Не знают о ней	0,0

В таблицах 9-11 видны результаты опроса опрашиваемых клиентов фитнес-клубов по использованию ими книги отзывов и предложений.

В экономе сегменте только 3,8% опрашиваемых, независимо от пола, активно используют книгу отзывов. Это клиенты с активной жизненной позицией, пытающихся отстаивать свои права. 92,2% стараются избегать ситуаций по использованию книг отзывов и предложений, а 4% вообще не знают о ее существовании. Противоположная ситуация наблюдается в результатах респондентов среднего сегмента: 62,8% регулярно письменно регистрируют свои отзывы и предложения, в то время как 2,8%, а это ниже на 1,2% в экономе сегменте, не знают о существовании возможности писать свои претензии, замечания в адрес фитнес-заведения. В премиум сегменте не выявлено людей, не знакомых с книгой отзывов, причем 65% опрашиваемых не проявляют интереса к такой форме донесения информации до руководителей фитнес-заведений.

Напрашивается вывод о явной недооцененности и важности использования клиентами книги отзывов и предложений, как способа законного давления на изменения тех или иных условий в фитнес-клубе. Причем эта

недооцененность проявляется не только со стороны посетителей спортивных клубов, но и со стороны руководства – об этом свидетельствует недостаточная обратная связь со стороны управленческого состава ряда фитнес-клубов города Тюмени.

Таблица 12

**Оценка посетителями предоставляемых фитнес-услуг в эконом сегменте**

Варианты ответов	Результат опроса (%)
Положительно	34,4
Отрицательно	65,6

Таблица 13

**Оценка посетителями предоставляемых фитнес-услуг в среднем сегменте**

Варианты ответов	Результат опроса (%)
Положительно	54,8
Отрицательно	45,2

Таблица 14

**Оценка посетителями предоставляемых фитнес-услуг в премиум сегменте**

Варианты ответов	Результат опроса (%)
Положительно	86,4
Отрицательно	13,6

Процент людей, довольных качеством предоставляемых услуг фитнес-центрами логично возрастает с повышением уровня фитнес-заведения: в эконом сегменте довольны 34,4% посетителей, 54,8% - в фитнес-клубах среднего сегмента, и 86,4% в премиум сегменте. 13,6% опрошиваемых респондентов из элитных спортивных клубов остались недовольны качеством услуг.

Таблица 15

**Оценка опрошиваемых соответствия предоставляемых фитнес-услуг санитарно-гигиеническим нормам в фитнес клубах эконом класса (%)**

Варианты ответов	Результат опроса (%)
Соответствует	24,0
Не соответствуют	76,0

Таблица 16

**Оценка опрашиваемых соответствия предоставляемых фитнес-услуг санитарно-гигиеническим нормам в фитнес клубах среднего класса (%)**

Варианты ответов	Результат опроса (%)
Соответствует	58,2
Не соответствуют	41,8

Таблица 17

**Оценка опрашиваемых соответствия предоставляемых фитнес-услуг санитарно-гигиеническим нормам в фитнес клубах премиум класса (%)**

Варианты ответов	Результат опроса (%)
Соответствует	96,1
Не соответствуют	3,9

Полученные результаты, отраженные в таблицах №17-19 позволяют сделать вывод об уровне соблюдения санитарно-гигиенических норм в фитнес клубах города Тюмени. В клубах эконом класса данная ситуация оставляет желать лучшего и находится в весьма посредственном состоянии - лишь 24% опрошенных считают санитарно-гигиенические нормы полностью соблюденными, против 76%, которые уверены, что проблемы существуют и требуют вмешательства руководства. В фитнес-клубах среднего класса процент довольных санитарно-гигиенически положением в клубах существенно выше: 58,2%, в элитных фитнес-заведениях лишь 3,9% респондентов считают, что в их клубах есть, что исправлять по данному вопросу. В целом, можно сделать вывод, что в эконом сегменте проблема санитарно-гигиенических норм остается, в среднем сегменте фитнес-заведений нормами СанПин более или менее соблюдается, в премиум сегменте этот вопрос стоит на особом контроле



у руководства клубов. Следует отметить, что за соблюдением норм СанПин призваны следить соответствующие государственные надзорные органы.

Таблица 18

**Наличие отдела по обеспечению и контролю качества услуг в фитнес-клубах (шт.)**

Наличие отдела	Категория фитнес-клуба		
	Эконом	Средний	Премиум
Научно-методический центр	-	-	-
Отдел сервиса /АХО	-	4	2

Из представленной таблицы видно, что ни один из исследуемых клубов эконом сегмента не имеет полноценного отдела по обеспечению и контролю качества фитнес услуг. В таких клубах присутствует один или несколько уборщиц, контроль за ними должным образом не ведется. В среднем сегменте данный отдел в той или иной мере присутствует, а в некоторых премиум фитнес-заведениях развернута деятельность АХО - административно-хозяйственного отдела (фитнес-клуб «Даудель»).

Таким образом, как показало данное исследование, далеко не все фитнес-центры оказывают услуги надлежащего качества и в некоторых случаях такие услуги не соответствуют категории клуба. Следует заметить, что в Тюмени, по оценкам респондентов, пока не сложилась устойчивая система повышения контроля качества за предоставляемыми услугами. Лучше всего здесь обстоят дела, естественно, в элитных фитнес-заведениях. В большинстве же клубов отсутствуют специалисты, отвечающие за контроль качества.

В ходе социологических опросов посетителей фитнес заведений было выявлено, что больше всего на услуги недостаточного уровня качества и неквалифицированных сотрудников жалуются клиенты клубов эконом

сегмента, жалобы поступают как на услуги, так и на персонал. Среди клиентов среднего сегмента рынка тоже наблюдается высокий процент недовольных.

Совершенно очевидно, что контроль за качеством фитнес-услуг требует пристального внимания со стороны управляющего персонала клубов.

Таблица 19

**Учет статистических данных фитнес-клубами**

Показатели	Категория фитнес-клуба		
	Эконом	Средний	Премиум
Статистический анализ посещаемости	+	+	+
Создание информационной базы состояния здоровья посетителей	-	-	+
Статистический анализ выполнения финансовых планов отделами клубов	+	+	+

Как уже отмечалось ранее, все фитнес-заведения, независимо от их категории, это прежде всего коммерческие организации, чья деятельность направлена исключительно на извлечение финансовой прибыли, поэтому все исследуемые клубы показали наличие сбора статистики по посещаемости клубов посетителями, по выполнению финансовых планов, и только лишь один фитнес-клуб премиальной категории ведет сбор данных состояния как своих сотрудников, так и посетителей своего заведения.

**Формы повышения квалификации персонала, проводимые руководством клубов (%)**

Показатели	Категории клубов		
	эконом	средняя	премиум
Сертификация	0,0	80,0	100,0
Стандартизация	0,0	25,0	95,0
Лицензирование	0,0	0,0	20,0
Аттестация	0,0	25,0	0,0

В данной магистерской работе ранее уже отмечалась высокая роль профессиональной квалификации тренерского персонала и в повышении качества предоставляемых фитнес-клубами услуг. Результаты наблюдений по данному вопросу нашли свое отражение в таблице №20. Анализ полученных материалов свидетельствует о том, что эта работа активно ведется в клубах, имеющих категорию премиальных, и присутствует лишь в одном клубе средней категории («Брайтфит»). Периодическая аттестация сотрудников, как форма повышения квалификации в исследуемом фитнес-клубе премиум-класса отсутствует.

Также было установлено, что ни в одном из фитнес-заведений эконом категории («Атлетик-джим», «Фэнси») при трудоустройстве работодатель не требует наличие у соискателя на должность тренера документы, подтверждающие его профильное образование и профессиональные компетенции. Более того, замечено, что в одной из этих спортивно-оздоровительных организаций тренерский состав с согласия руководства клуба сам себе присваивает тренерскую квалификацию, основываясь исключительно на своих амбициях (фитнес-клуб «Фэнси»). Такая ситуация не может благотворно сказываться на качестве персональных тренировок клиентов в данном клубе. Происходит обесценивание тренерских квалификаций в целом. Также хочется отметить, что такое положение является нарушением Закона о защите прав потребителей, ГОСТа Р 52024-2003. Услуги физкультурно-оздоровительные и спортивные. Общие требования, поскольку явно ущемляет

права потребителей услуг (клиентов клуба), имеющих право на достоверную информацию о предоставляемых услугах, а также на качественное предоставление оказываемых услуг.

Таблица 21

**Мнение клиентов относительно качества организации занятий в фитнес клубах г.Тюмени (%)**

Показатели	Категория фитнес-клубов		
	Эконом	Средняя	Премиум
Соблюдение техники безопасности на занятиях	20	70	90
Учет уровня подготовки занимающихся	20	80	95
Изменения в методологии фитнес-программ	0	50	50

Из таблицы 21 видно, что самые высокие оценки показателей обеспечения качества тренировок в премиум-сегменте. На втором месте расположились фитнес-заведения, работающие в среднем сегменте. Самые низкие показатели логично продемонстрировали эконом категория клубов. Причем ни один из исследуемых клубов не получил высокий показатель, касаемый оценки своевременных изменений в методологии фитнес-программ. Полученные данные позволяют сделать вывод о том, что фитнес-заведения в Тюмени, особенно в эконом сегменте нуждаются в строгом контроле со стороны надзорных государственных органов, который бы смог обеспечить более высокий уровень обеспечения качества тренировок. Также было установлено, что ни в одном из клубов, где проходило наблюдение и анкетирование, страхование занимающихся не ведется.

**Результаты опроса управляющих фитнес клубами г. Тюмени по вопросам деятельности учреждений, направленных на повышение качества предоставления услуг (%)**

№ п\п	Позиции политики качества предоставления фитнес-услуг клубом	Наличие	Отсутствие
1	Предоставление информации по качеству услуг посетителям	100	0
2	Ведение мониторинга качества предоставляемых фитнес-услуг	95	5
3	Ведение статистики посещаемости	100	0
4	Анкетирование клиентов	95	5
5	Наличие стандартов в проведении занятий	80	20
6	Наличие книги отзывов и Предложений	100	0
7	Оценка руководителями качества фитнес-услуг своими фитнес-клубами	100	0

Анкетирование клиентов периодически проводится в 95% исследуемых клубов. 100% клубов имеют книгу отзывов и предложений. Такой высокий процент объясняется руководителями клубов частыми проверками Роспотребнадзора. Проверки проводятся на соблюдение клубами норм, касающихся наличия у клубов определенных документов. Качество оказываемых тренерских услуг, профессиональные компетенции сотрудников никем не проверяются. Все опрошенные руководители считают, что вся необходимая информация своевременно доводится до клиентов. Такое мнение разделяют не все посетители опрошенных клубов. Причем это коснулось единственного клуба эконом-сегмента («Фэнси»). Контроль за посещаемостью спортивных заведений ведется 100% клубов. 80% опрошенных руководителей показывают, что имеют внутренние стандарты проведения спортивных занятий. Это не коснулось единственного клуба эконом-категории («Фэнси»).

Также было выяснено, что информация о компетенциях тренерского состава предоставляется номинально – существуют стенды с фотографиями,

кратким описанием профессионализма тренеров, но в большинстве клубов, а это не коснулось премиум-клубов, такая информация предоставляется клубу самим тренером без предоставления подтверждающих документов. А значит такая информация может оказаться в итоге недостоверной, что будет являться нарушением Закона о защите прав потребителей в части доведения достоверной информации до потребителя услуги, то есть до клиентов клуба, которые оплачивают персональные занятия с такими тренерами.

Также данное исследование показало, что оценки руководителями клубов своей деятельности часто завышены и не всегда отражают существующее положение дел. Только в клубах премиум категории внедряются программы и мероприятия, направленные на улучшение качества услуг. В большинстве клубов деятельности, направленной на улучшение качества своей работы не ведется или ведется номинально.

В анкетировании приняло участие 7 фитнес-центров города Тюмени: «Драйв-фит», «Брайт-фит», «Атлетик-джим», «Метро-фитнес», «Фэнси», «Даудель», «Wellfit». Анкетирование проводилось в период декабрь 2018 по май 2019 года.

Отсутствие единой государственной стандартизации в сфере фитнес-индустрии не позволяет повысить качество предоставляемых спортивно-оздоровительными организациями услуг в обязательном порядке. Поэтому авторы данной работы считают, что предложенная разработанная WEB-платформа позволит не только создать единую централизованную сеть в сфере городской фитнес-индустрии, но и повысить уровень профессиональных компетенций сотрудников данной сферы. Все это будет способствовать тому, что уровень качества фитнес-услуг г. Тюмени будет выходить на новый, более высокий уровень.

### 3.2. Разработка WEB-платформы как механизма по совершенствованию сферы фитнес услуг в г. Тюмени

Для обоснования эффективности разрабатываемой WEB-платформы по совершенствованию системы оказания фитнес-услуг в г. Тюмени на стадии планирования разработки нами было проведено анкетирование клиентов фитнес-клубов («Атлетик-джим», «Метро-фитнес», «Брайт-фит», «Драйв-фит», «Wellfit», «Фэнси», «Даудель»).

В опросе приняло участие 200 человек. Респондентам было предложено 9 вопросов, один из которых был открытым и предлагал анкетируемым свой вариант ответа. Каждый вопрос предлагалось оценить по шкале от 1 до 100.

1. Онлайн - запись Ваших персональных тренировок с смс или push уведомлением Вас накануне тренировки .....
2. Дневник для ведения тренировочного процесса со сквозной возможностью просмотра и режима редактирования (то есть, как со стороны тренера, так и со стороны клиента).....
3. Составления меню тренером проф. способом (по коэффициентам нутриентов на кг. веса).....
4. Возможность онлайн - выбора тренера из единой Базы Данных своего клуба на основе полного спортивного резюме тренера и его спортивных образований.....
5. Возможность отслеживания своих результатов путем внесения данных антропометрии и данных биоимпеданса.....
6. Возможность онлайн - консультаций с врачами (эндокринологом, гастроэнтерологом, гинекологом) .....
7. Рецепты ПП выпечки.....
8. Справочник - инструкция по спортивному питанию возможностью его заказа.....
9. Свой вариант \_\_\_\_\_

Рис.1. Оценка предложенного фитнес-функционала web-портала клиентами фитнес-клубов (Приложение 2)

Таблица 24

#### Результаты опроса занимающихся в фитнес клубах относительно функциональных возможностей разрабатываемого web-портала

Предложенный функционал	Оценка в % муж.	Оценка в % жен.
Онлайн-запись на тренировки	95	94
«Сквозной» дневник тренировок	79	52
«Сквозной» калькулятор расчета меню	76	97
Подбор тренера	92	91

Графики контроля за прогрессом/регрессом путем внесения данных антропометрии и данных биоимпеданса	94	100
Онлайн-консультации с врачом	60	97
Рецепты блюд (рациональное и здоровое питание)	50	89
Справочник по спортивному питанию	89	76

Результаты опроса представлены в таблице 24. Как видно, предложенные респондентам варианты на основе контент-анализа были оценены довольно высоко, хоть и неоднозначно, причем женские ответы отличались от мужских. Так онлайн-запись на тренировки была оценена в диапазоне 94-95% опрашиваемыми обоих полов.

Вести дневник тренировок готовы 79% мужчин и 52% женщин. Видно, что мужчины придают больше важности аналитике тренировочного процесса, чем женщины. 21% анкетированных мужчин и 48% женщин не видят смысла вести дневник тренировок.

Калькулятор подсчета меню наиболее высоко оценили клиенты женского пола – 97% и всего 76% мужчин. То есть 24% мужчин занимаются фитнесом без аналитики своего пищевого рациона. Как они сами пояснили: «достаточно просто тренироваться, и фигура изменится».

Подбор тренера был оценен женщинами и мужчинами практически одинаково – 92 и 91%. Это объясняется политикой фитнес-клубов, при которой тренер, как правило, назначается клиенту чаще всего по распределению, а не по желанию клиента. Лишь невысокий процент респондентов, согласно опросу, самостоятельно себе выбирает тренера.

График контроля за прогрессом/регрессом своих занятий готовы видеть на предложенной респондентам онлайн-платформе 94% мужчин – клиентов фитнес-клубов и 100% женщин.

Онлайн-консультации с врачом высоко оценены женщинами – 97% и всего 60% мужчин. Как и следовало ожидать, женщины более серьезно относятся к своему здоровью.



Раздел с рецептами правильного питания на фитнес-платформе готовы регулярно посещать каждый второй мужчина и 89% женщин. 11% респондентов женского пола ответили, что интернет уже перенасыщен всевозможными рецептами. 50% у мужчин объясняется скорее всего тем, что мужчины в принципе не любят готовить и не часто это делают.

Информационный раздел, посвященный обзору спортивного питания, хотели бы видеть на портале 89% мужчин и 76% женщин. Из результатов опроса становится ясно, что тренирующиеся мужчины более активно интересуются спортивными добавками.

Следует отметить, что ни один из опрошенных респондентов не добавил свой вариант ответа, отметив, что предложенного функционала было бы достаточно им для более комфортного уровня занятий спортом.

Также отметим, что все руководители опрошенных фитнес-клубов довольно прохладно отнеслись к факту появления и продвижения на рынке фитнес-услуг WEB-платформы, объяснив это возможным снижением финансовой прибыли своих заведений. Но заинтересовались аттестационным разделом. Управляющему составу клубов было разъяснено, что цель создания платформы заключается в попытке создать централизованное городское или региональное фитнес-сообщество, а также в пропаганде здорового образа жизни среди всех слоев населения региона и это должно в конечном счете способствовать лишь увеличению прибылей клубов.

1. Онлайн - запись Ваших клиентов на тренировки с синхронизацией данных с CRM клуба с смс или push уведомлением клиента накануне тренировки .....
2. Дневник тренировок для ведения клиента со сквозной возможностью просмотра и режима редактирования (как со стороны тренера, так и со стороны клиента).....
3. Составление меню для клиента по коэффициентам макронутриентов на кг. веса.....
4. Возможность внесения своего спортивного профессионального резюме в единую Базу Данных для дополнительного привлечения клиентов.....
5. Возможность отслеживания результатов клиента путем внесения данных антропометрии и данных биоимпеданса.....
6. Возможность синхронизации статистических данных о проведенных пт, сплитов и впт с google – таблицами.....
7. Возможность автоматического расчета з/п на основе автоматического сбора статистики....
8. Возможность проведения аттестации для повышения своей квалификации и повышения профессиональных компетенций.....
9. Свой вариант:

Рис.2. Оценка предложенного фитнес-функционала web-портала тренерами фитнес-клубов (Приложение 1)

Результаты анализа данного социологического опроса среди тренерского состава отображены в таблице 25.

Таблица 25

**Результаты опроса занимающихся в фитнес клубах относительно функциональных возможностей разрабатываемого web-портала**

Предложенный функционал	Оценка в % муж.	Оценка в % жен.
Онлайн-запись к тренеру	97	95
«Сквозной» дневник тренировок	100	100
«Сквозной» калькулятор расчета меню	97	96
Размещение своего спортивного резюме в единую БД для доп. привлечения клиентов	100	100
Отслеживание результатов клиента путем внесения данных антропометрии и данных биоимпеданса	89	91
Возможность синхронизации статистических данных о проведенных тренировках с google – таблицами	100	100
Возможность автоматического расчета з/п на основе автоматического сбора статистики	100	100

Проведение аттестаций для повышения проф. квалификации	82	95
--	----	----

Онлайн-запись к тренеру высоко оценили тренеры обоих полов: 97% тренеров мужского пола и 95% женского пола. Из этого можно заключить вывод, что данного инструмента, позволяющего автоматизировать этот процесс, не хватает тренерскому составу, занимающихся именно персональными тренировками, поскольку зачастую онлайн-запись на групповые тренировки во многих фитнес-клубах присутствует посредством собственных онлайн-телефонных приложений.

Дневник тренировок был оценен респондентами в 100%, независимо от гендерных различий. Это можно объяснить отличием предлагаемого функционала от уже существующих на рынке, а именно тем, что данный инструмент является «сквозным», то есть созданная тренером для своего клиента программа тренировок сохраняется на сервере онлайн-платформы, и зарегистрированный на платформе клиент также может ее наблюдать в своем личном кабинете в соответствующем разделе.

Калькулятор подсчета меню также предполагается сделать «сквозным». Данная техническая возможность также высоко оценена респондентами: 97% и 96%. Также был положительно воспринят подход к подсчету калоража – открытые формулы, дающие возможность составляющему «вычислить» работающие на него коэффициенты макронутриентов исключительно эмпирическим путем. Хочется отметить, что в профессиональном бодибилдинге автоматические формулы расчета КБЖУ не используются, отдается предпочтение именно расчету граммов нутриента на один килограмм веса.

Основной функционал разрабатываемого портала, дающий возможность тренеру разместить свое спортивное резюме с целью дополнительного привлечения клиентов получил оценку в 100% независимо от пола тренера. Это может свидетельствовать о том, что тренерам не хватает рекламы извне – на

практике клубы «раскручивают» только выгодных им тренеров, то есть имеет место быть сугубо коммерческий подход со стороны фитнес-клубов. Поскольку такие социальные сети, как фэйсбук, инстаграм, вконтакте также предоставляют возможности исключительно для самостоятельного продвижения, то разработчиками платформы делается акцент на рекламе самой платформы, что однозначно приводит к увеличению просмотра личных страниц-резюме тренеров потенциальными клиентами фитнес-клубов. Зарегистрированная страница тренера на онлайн-портале является его личным сайтом-визиткой, который он вправе также рекламировать своими силами, размещая ссылку на свою страницу в других социальных сетях. Данная возможность тренеру будет предоставлена за условную символическую абонентскую плату, она необходима, чтобы со временем окупить финансовые расходы на создание разрабатываемой WEB-платформы.

Отслеживание результатов клиента путем внесения данных антропометрии и данных биоимпеданса оценили 89% тренеров-мужчин и 91% тренеров-женщин. Это может говорить о том, что определенная часть тренеров (11% мужчин и 9% женщин) недопонимают важности анализа результатов своих клиентов или относятся халатно к своим профессиональным обязанностям.

Наличие возможности синхронизации статистических данных о проведенных тренировках с google – таблицами было оценено тренерами-респондентами в 100%, как мужчинами, так и девушками. Не понаслышке зная рутинную работу штатного тренера, автор данного исследования учел отсутствие автоматизации учета данных о работе тренера во внутренней системе тюменских фитнес-клубов. В данный момент в тюменских клубах тренер вынужден тратить большое количество времени, чтобы составить отчеты о проведенных тренировках за месяц, внести эти данные в google-таблицы для последующего анализа продуктивности того или иного тренера его руководителями.

Возможность автоматического расчета заработной платы на основе автоматического сбора статистики тоже оценена обеими полами в 100%. Такая

возможность также сокращает время и упрощает жизнь тренеру – появляется возможность не высчитывать на бумаге свою заработную плату, а отслеживать ее в автоматическом режиме в своем личном кабинете портала.

Проведение аттестаций для повышения проф. квалификации тренерского состава положительно оценили руководители тюменских фитнес-клубов. 82% мужчин-тренеров и 95% девушек-тренеров высказались однозначно за систематическое проведение аттестации. 18% мужчин уверены в своих знаниях, также как уверены и в том, что учиться им больше ничему не надо. Лишь 5% девушек тренеров считают также.

Таким образом, благодаря трехлетней подготовке к разработке данной IT - платформы в сфере фитнеса, благодаря сбору и последующему анализу информации, полученной непосредственно от целевой аудитории через социологические опросы, а также благодаря контент-анализу интернет-пространства, телефонных фитнес-приложений, мы можем сделать вывод о том, что к разрабатываемому нами проекту со стороны опрошенных клиентов и тренеров фитнес-клубов наблюдается повышенный интерес, чего не скажешь о руководящем составе исследуемых фитнес-заведений, отнесшихся к данному IT-проекту настороженно, с опаской, даже с раздражением. На наш взгляд связано это с неоправданным опасением управляющих, что проектируемый портал затронет финансовые интересы фитнес-клубов. Такие опасения беспочвенны, так как разработчики перед собой ставят иные, прямо противоположные цели: сплотить и организовать городское, а затем и региональное фитнес-сообщество, усовершенствовать фитнес-сферу, упорядочить и систематизировать ее.

Разработка WEB-платформы предлагает решения на многие актуальные проблемы, существующие в г. Тюмени в сфере фитнес-индустрии.

**1. Проблема:** недостаточная информированность клиентов о компетенциях тренерского состава, а также доминирование фитнес-клубом в распределении клиентов между тренерами – клиент фитнес-клуба чаще всего не знает, к какому тренеру он попадет.

**Предлагаемое решение:** привлечение целевой аудитории на платформу: действующих и потенциальных клиентов фитнес-центров, тренерского состава. Клиент будет иметь возможность ознакомиться с полным спортивным резюме понравившегося тренера, а также списаться и созвониться с ним для обсуждения деталей сотрудничества.

**2. Проблема:** конкурентная борьба среди тренеров в стенах клуба, в следствие чего – ухудшение психологического микроклимата в коллективе.

**Предлагаемое решение:** размещение тренером своего спортивного резюме и последующая его реклама IT-порталом расширяет круг поиска клиентов. Планируется снижение очагов психологического напряжения в коллективе.

**3. Проблема:** Отсутствие должного уровня контроля руководством фитнес-клубов в эконом-сегменте за тренерскими квалификациями. Часто тренеры работают без их документального подтверждения.

**Предлагаемое решение:** повышение уровня юридической грамотности и правового сознания среди руководящего состава физкультурно-оздоровительных учреждений, тренеров, а также действующих и потенциальных клиентов фитнес-клубов путем размещения в информационном разделе WEB-платформы тематических статей, а также пропаганды систематической (полугодовой) аттестации работников фитнес-сферы.

**4. Проблема:** недостаточно высокий % вовлечения населения г. Тюмени и в оздоровительный фитнес и ЗОЖ.

**Предлагаемое решение:** пропаганда ЗОЖ среди всех слоев населения путем маркетингового интернет-продвижения тематических статей портала в поисковых системах yandex и google; объединение городской фитнес-индустрии в единую централизованную сеть – это позволит развиваться фитнес-отрасли, как единому механизму.

**5. Проблема:** низкий уровень подготовки тренерского, административно-управленческого состава.

**Предлагаемое решение:** повышение профессиональных компетенций тренерского и управленческого составов путем систематической (полугодовой) аттестации сотрудников средствами института доп. образования «Европейский институт фитнеса» г. Москва на базе разработанной WEB-платформы Fitinsider.

**6. Проблема:** отсутствие стратегического планирования по профессиональному возвращению и удержанию перспективных сотрудников руководителями фитнес-клубов, выражающееся в текучке кадров.

**Предлагаемое решение:** проведение профильного обучения, мастер-классов, курсов для руководителей среднего и высшего звеньев фитнес-клубов средствами института доп. образования «Европейский институт фитнеса» г. Москва на базе разработанной WEB-платформы Fitinsider.

### **3.3 Описание содержания разрабатываемой WEB-платформы направленной совершенствование системы оказания фитнес-услуг в г. Тюмени**

Благодаря анализу научной профильной литературы, а также анализу фитнес-ресурсов в сети интернет, в 2017 году нами были предприняты первые шаги по созданию WEB-платформы в сфере фитнеса, которая бы своим внедрением смогла бы восполнить существующие пробелы в фитнес-индустрии.

Были изучены попытки создания отечественных WEB-ресурсов в данной сфере: функционал этих программ, посещаемость, окупаемость, маркетинговые стратегии. Также был учтен и зарубежный опыт. На момент начала разработки программы в 2017 году онлайн-ниша в сети интернет была в зародыше, материала для анализа было немного, чего не скажешь уже в 2020 году – крупные спортивные зарубежные корпорации осваивают миллионы долларов на создание фитнес-платформ. Все они, как правило, направлены на онлайн-тренинг клиентов. Безусловно, катализатором для толчка к развитию здесь выступила пандемия. Подобными разработками в данный момент занимаются такие крупные компании, как, например, Nike и Rebook. Среди отечественных

разработок можно выделить Mobifitness [130], где разработчики постарались сфокусироваться главным образом на взаимодействии клиента и самим фитнес-клубом: это полноценная CRM, то есть автоматизированная система управления фитнес-центром.

На основе полученного анализа нами были выбраны основные направления в развитии собственного IT-продукта, который бы не пересекался бы с Mobifitness [130] и не конкурировал бы с ним. Была выбрана приоритетная стратегия, направленная:

- на усовершенствование взаимоотношений между тренером и клиентом;
- на усовершенствование административной работы тренера;
- на уменьшение траты времени тренером на подготовительную работу с клиентом путем разработки и внедрения сопутствующего функционала: составление тренировочных программ, программ питания. Основным отличием от уже существующих подобных фитнес-приложений считаем компактную агломерацию необходимых инструментов в работе тренера в одном интернет ресурсе;
- на пропаганду здорового образа жизни среди всех слоев населения города, региона;
- на повышение профессиональных компетенций как тренерского состава спортивной организации, так и административного: рецепции, менеджеров по продажам, службы клининга, руководителей фитнес-клубов.

Таблица 26

### Описание функционала WEB-платформа Fitinsider

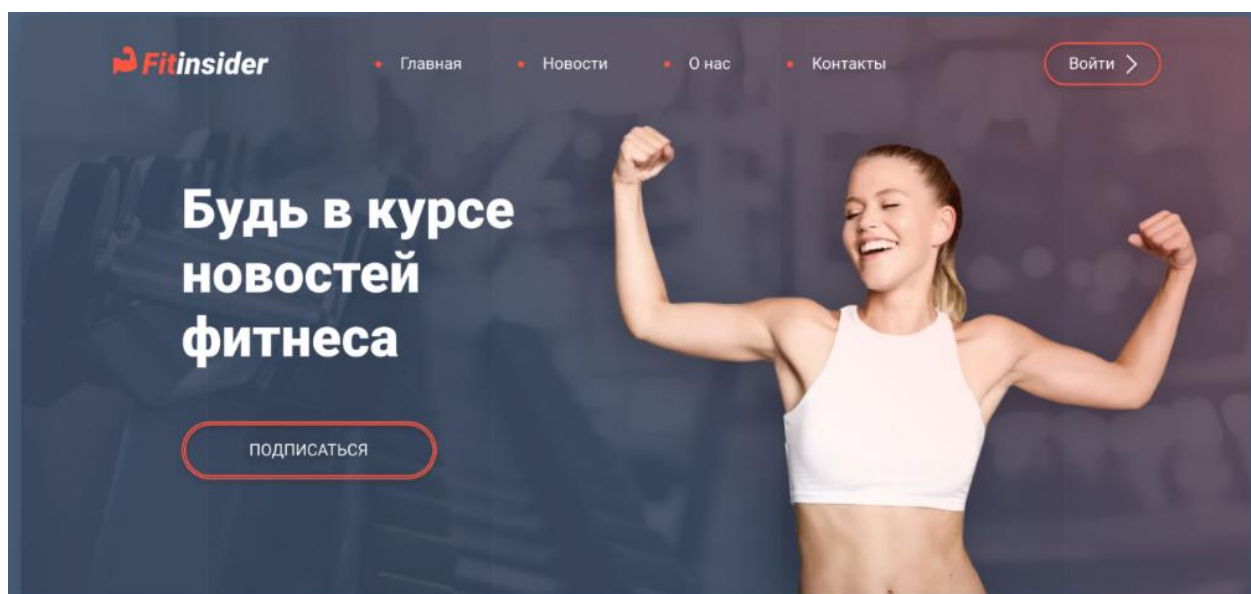
	Название раздела	Содержание
<b>Основные разделы</b>		
	Личный кабинет тренера, его публичная страница	Его спортивное резюме, регалии, места проведения тренировок, его проф. компетенции, цены на услуги, способ обратной связи
	Аттестация сотрудников	Функционал онлайн-тестирования с последующей сертификацией, разработанный



фитнес-клубов	совместно с Европейским институтом фитнеса г. Москва
База научно-спортивных знаний	Методический материал, предназначенный для подготовки к аттестации
Составление программ питания	Функционал по составлению программ питания
Составление тренировочных программ	Функционал составлению тренировочных программ
Таблица антропометрических данных	Ввод тренером антропометрических данных клиента, отслеживание прогресса/регресса в графиках
Информационный	Статьи о фитнесе, здоровом образе жизни
База упражнений	Практический материал по технике выполнения упражнений

При успешном внедрении данной программы в городское фитнес-сообщество может быть принято решение добавить и другие спортивные направления, не относящиеся напрямую к фитнесу: волейбол, баскетбол, бальные танцы, горнолыжный спорт и так далее.

Интерфейс главной страницы выполнен в стиле игрового минимализма: в дальнейшем существует возможность коррекции ключевых стратегий в продвижении WEB-платформы элементами геймофикации – игровых и анимационных элементов. По мнению разработчиков, это должно повысить вовлеченность пользователей и привлекательность проекта.



### Рис.3. Навигационная панель и «шапка» WEB-платформы

На первом блоке главной страницы справа вверху размещен вход в личный кабинет тренера и клиентов фитнес-клубов (рис.3). Позднее появится вход в личные кабинеты и юридических лиц – владельцев фитнес-клубов.

Также на центральном месте этого блока предполагается размещение на конкурсной основе зарегистрированного на платформе тренера, который по итогам предыдущего месяца набрал наивысший рейтинг на портале. Срок размещения тренера в головном баннере составляет 30 календарных дней. Такой подход призван обеспечить дополнительную рекламу победившему тренеру, стимулировать его на дальнейшее сотрудничество с платформой, поощрять за плодотворную работу.

Подсчет рейтинга тренера имеет сложный алгоритм, включающий в себя такие ключевые факторы, как:

- количество тренировок, проведенных за месяц, подтвержденных клиентом;
- частота посещения сайта;
- профессиональные компетенции тренера;
- результаты аттестаций на сайте и другие.

Аттестация тренерского состава носит рекомендательный характер и имеет полугодовую периодичность. Включение результатов аттестации в алгоритмы рейтинга имеет и педагогическую составляющую - тем самым авторы проекта планируют мотивировать тренера постоянно совершенствовать свои знания.

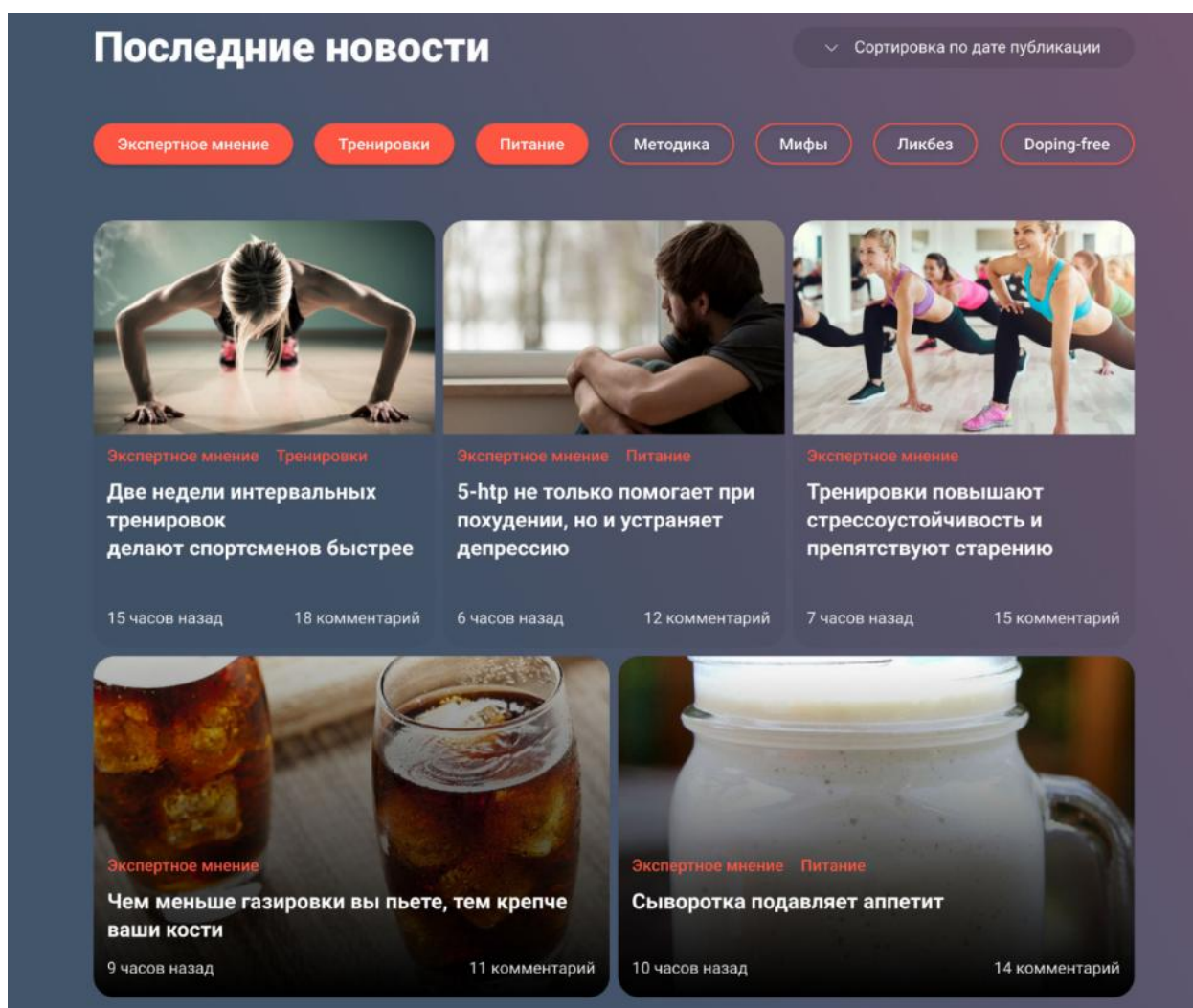
Алгоритм рейтинга будет постоянно усложняться по мере внедрения на сайт нового функционала.

Внедрение алгоритма также обусловлено необходимостью ранжировать анкеты тренеров в поисковой выдаче. Можно смело утверждать, что на разрабатываемой нами платформе будет внедрена полноценная поисковая система.



Рис.4. Навигационная панель WEB-платформы

На рисунке 4 мы видим таблоид, где представлена информация об активности тренеров на сайте. Информационный таблоид призван давать посетителям сайта достоверную и актуальную информацию о активности тренеров и их клиентов на WEB-портале, повышая уровень доверия к сайту. В дальнейшем, по мере роста функциональности сайта информативность табло будет расти.



### Рис.5. Новостная панель WEB-платформы

Блоком ниже располагается новостной блок (рис.5), где будут рандомно представлены наиболее популярные статьи, размещенные на сайте. Любой тренер имеет право стать автором статьи, если статья будет отвечать литературным, тематическим, а также филологическим требованиям сайта – все статьи будут проходить модерацию у редактора с филологическим образованием и с журналистским стажем в 20 лет. На данный момент на сайте размещено авторских 14 статей. Авторство тренера также будет учитываться алгоритмами рейтинга дополнительным фактором. Наша фитнес-платформа крайне заинтересована в перспективных авторах, которые готовы поделиться своим опытом с читателями.

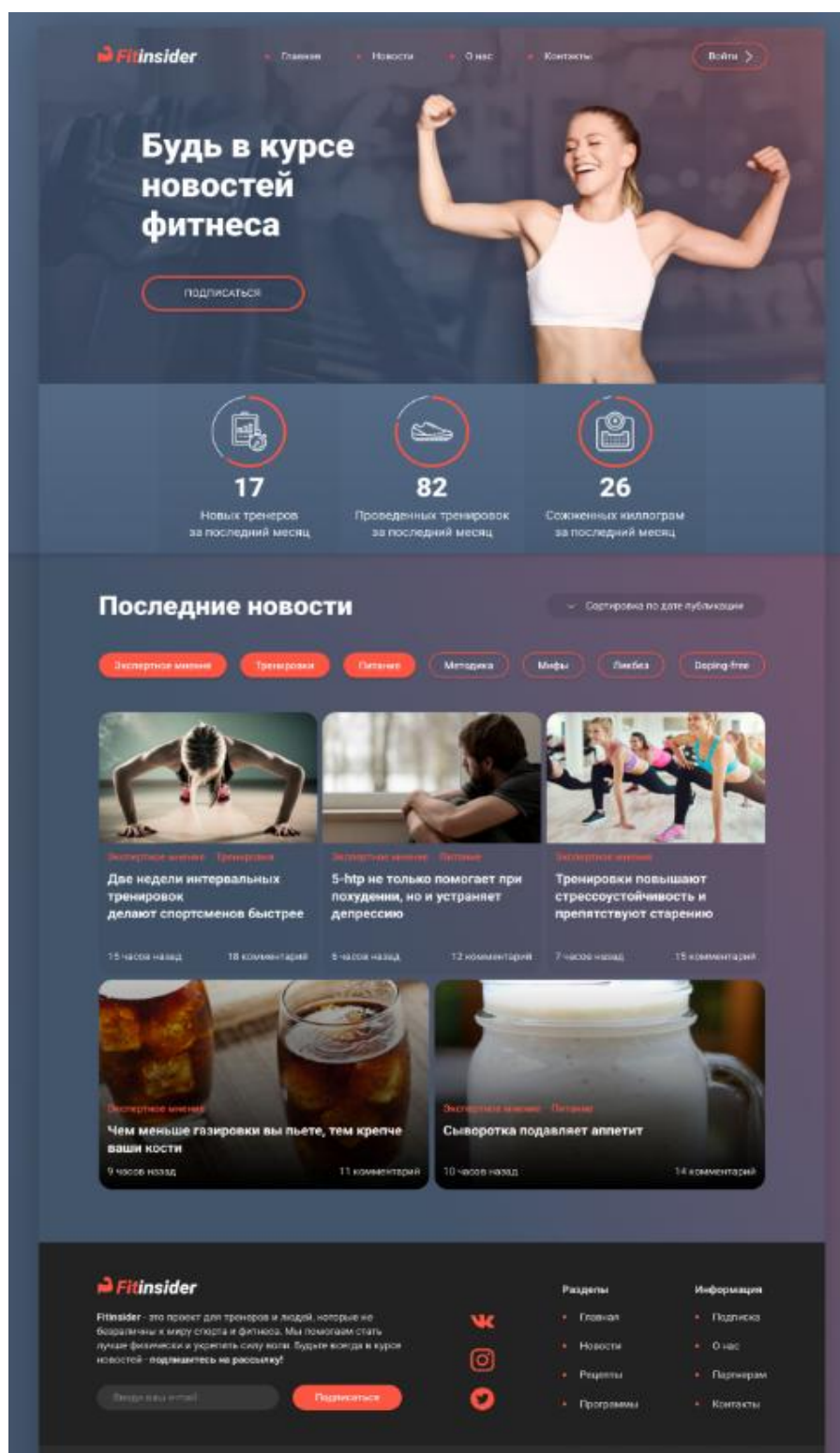


Рис.6. Общий вид главной страницы WEB-платформы

На рис.6 представлена общий вид главной страницы. Она выполнена в виде лендинга – то есть посадочной целевой страницы, где будет отображен максимум информации об услугах и о функционале сайта. Лендинг призван

дать посетителю полное представление об интернет-ресурсе при минимуме времени, без лишних переходов по сайту. Информация на главной странице будет добавляться по мере внедрения нового функционала.

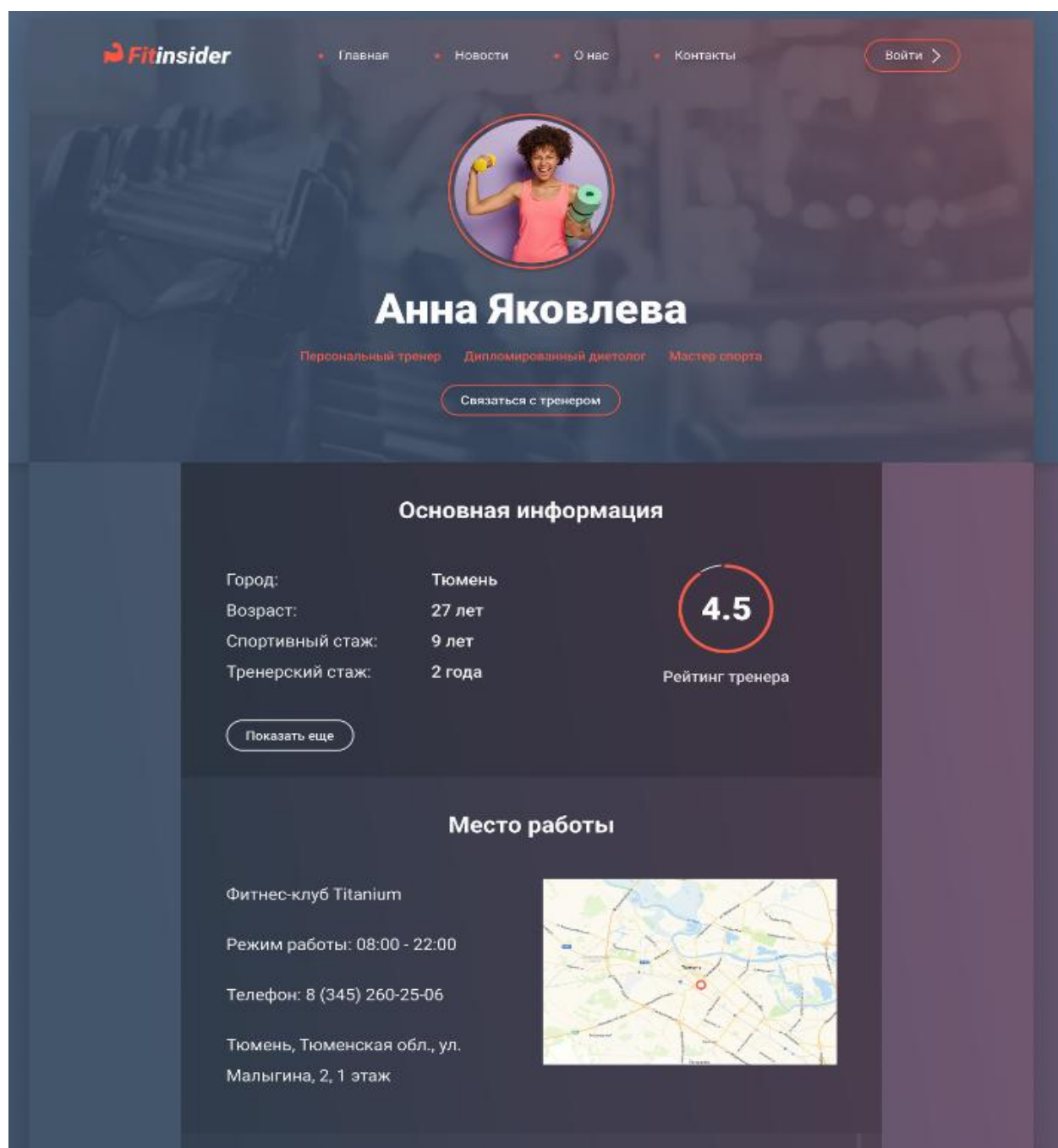


Рис.7. Верхняя часть публичной страницы тренера WEB-платформы

На рис.7 отображена верхняя часть публичной страницы тренера. Публичная страница тренера – это его визитная карточка, его персональный одностраничный сайт, его спортивное резюме, где он может рассказать о себе в

формате, заданном сайтом: краткая информация о нем самом, его образования, спортивные достижения, его фотографии, фотографии с тренировок и так далее.

Тренер получает возможность как рекламировать свою личную страницу в соцсетях, а также поднимать значимость страницы внутри платформы путем поднятия персонального рейтинга. Тренерам также будут предоставлены привилегированные рекламные места в поисковой системе на платной основе.

Также предусмотрено отображение мест работы тренера на карте, перечень его услуг с ценами.

Вверху мы можем наблюдать фото тренера и его имя, а также его доминирующие, основные направления в фитнесе. Чуть ниже расположена кнопка обратной связи с тренером, позволяющая потенциальному клиенту максимально быстро отправить сообщение понравившемуся тренеру.

Чуть ниже находится блок с краткой основной информацией о тренере: его геолокация, то есть город, в котором он живет и работает, возраст, а также общий стаж занятий фитнесом и стаж работы тренером. Справа на этом блоке располагается персональный рейтинг тренера. Рейтинг тренера — это порядковый показатель, отображающий степень значимости среди других тренеров, а также степень популярности среди потенциальных и действующих клиентов.

На следующем блоке расположена информация о местах работы тренера с местами, отмеченными маркерами на карте. Нажав на маркер на карте, появляется всплывающее небольшое окно с краткой информацией о клубе: его название, адрес. Информация о клубе также продублирована в текстовом варианте слева. Мест работы у тренера может быть несколько, поэтому маркером на карте может быть несколько.

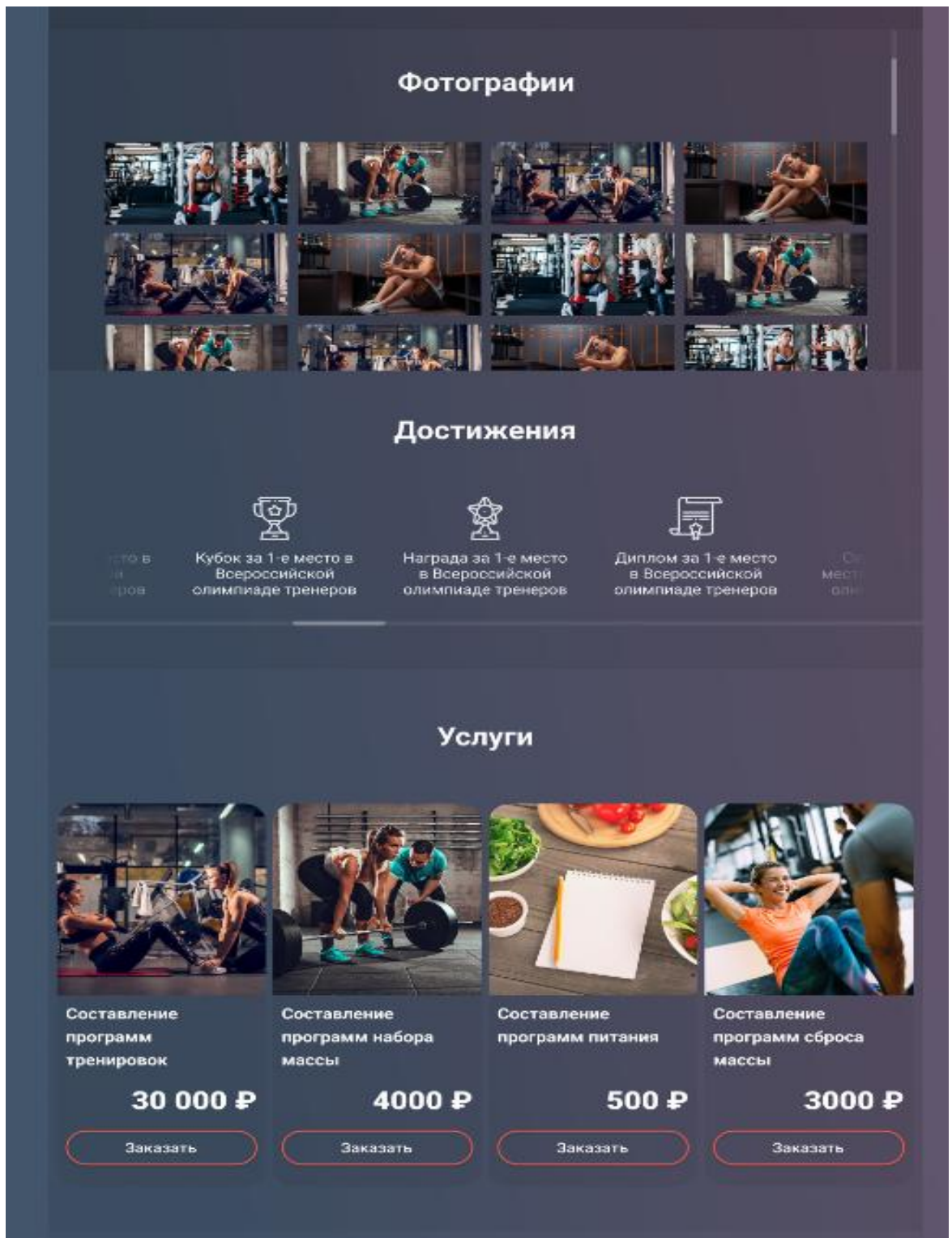


Рис.8. Нижняя часть публичной страницы тренера WEB-платформы

Далее располагается блок с фотографиями тренера, с фотографиями с тренировок, которые могут произвести впечатление на потенциальных клиентов (рис.8). Позднее, в следующих релизах планируется внедрение



коротких видеозаписей, которые позволят еще больше продемонстрировать свои профессиональные навыки.

Блок с достижениями отражает профессиональные компетенции тренера. Здесь будут фиксироваться спортивные победы, регалии, звания. Важно отметить, что все документы, присланные тренером для подтверждения своих достижений должны пройти модерацию на платформе – тренер будет обязан предоставить сканы оригиналов документов в определенном качестве – существует список требований к сканируемым и отправляемым документам на модерацию. Процесс модерации запланирован исключительно в ручном режиме. Количество подтвержденных достижений у тренера не ограничено на сайте.

Модуль услугами предоставляет информацию клиентам о ценовой политике тренера. Карточки с услугами расположены по четыре в ряд. Если услуг будет больше, чем четыре, они отобразятся строкой ниже также по 4 в ряд. Карточки с услугами кликабельны и будут при нажатии отображать более подробную информацию. Также на каждой услуге отображена кнопка с возможностью заказа той или иной услуги. Если цена услуги не статична, а находится в диапазоне цен, это также будет отображено.

Ниже располагается блок с карточками статей тренера, при условии, что тренер на портале имеет статус автора. Цель этой информации – прибавить статусности тренеру в глазах потенциальных клиентов, если он выполнил все необходимые требования для того, чтобы стать автором на платформе.

Также здесь представлена древовидная информация об активности взаимодействия тренера с новыми клиентами: в личном кабинете тренер вправе поставить галочку, и эта информация станет общедоступной. Чем больше будет отображено заключенных договоров, тем выше будет ценность тренера в глазах посетителей сайта (рис.9).

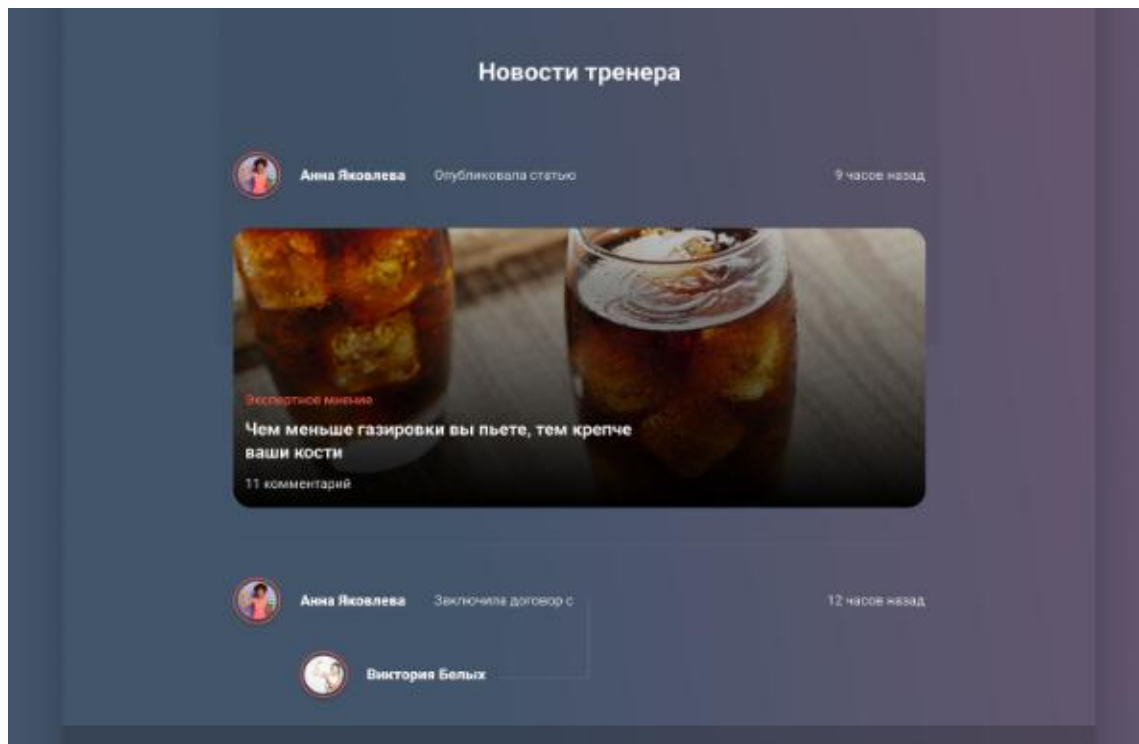


Рис.9. Древовидная информация об активности взаимодействия тренера с новыми клиентами WEB-платформы

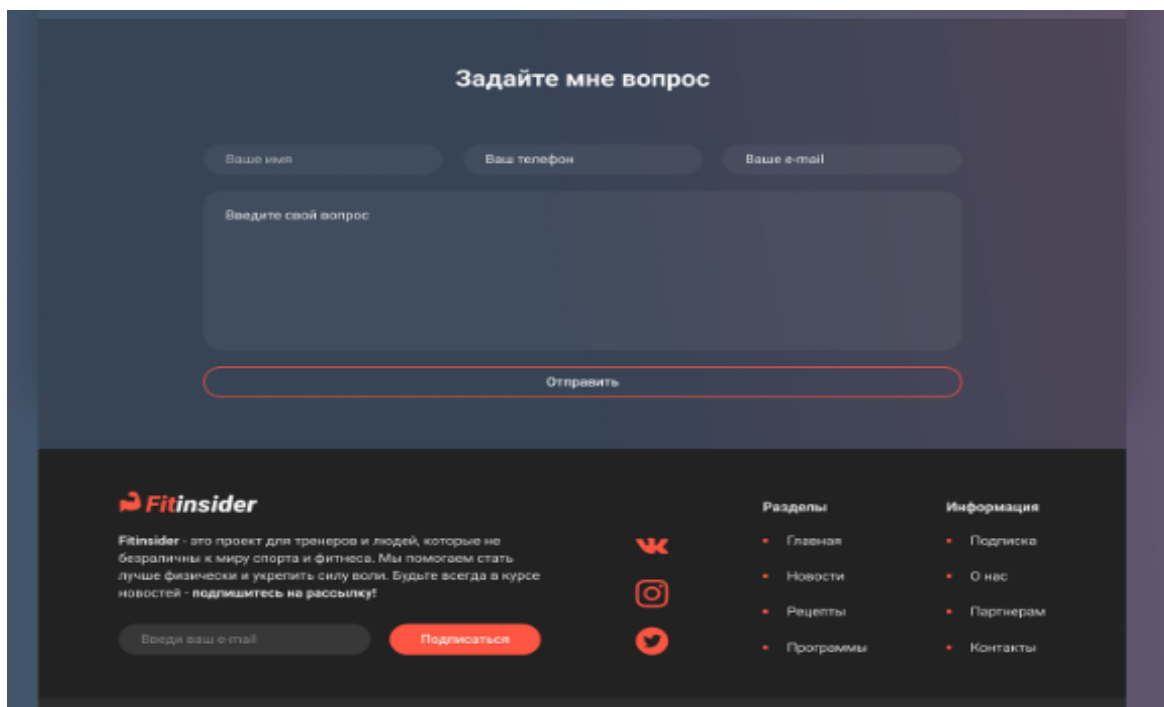


Рис.10. Блок обратной связи с тренером на WEB-платформе

Блок обратной связи – любой посетитель может отправить сообщение понравившемуся тренеру и обсудить условия сотрудничества (рис.10).

Замыкает страницу «подвал» сайта с традиционной для этого блока информацией: ссылки на соцсети, навигационная панель, кнопка подписки.

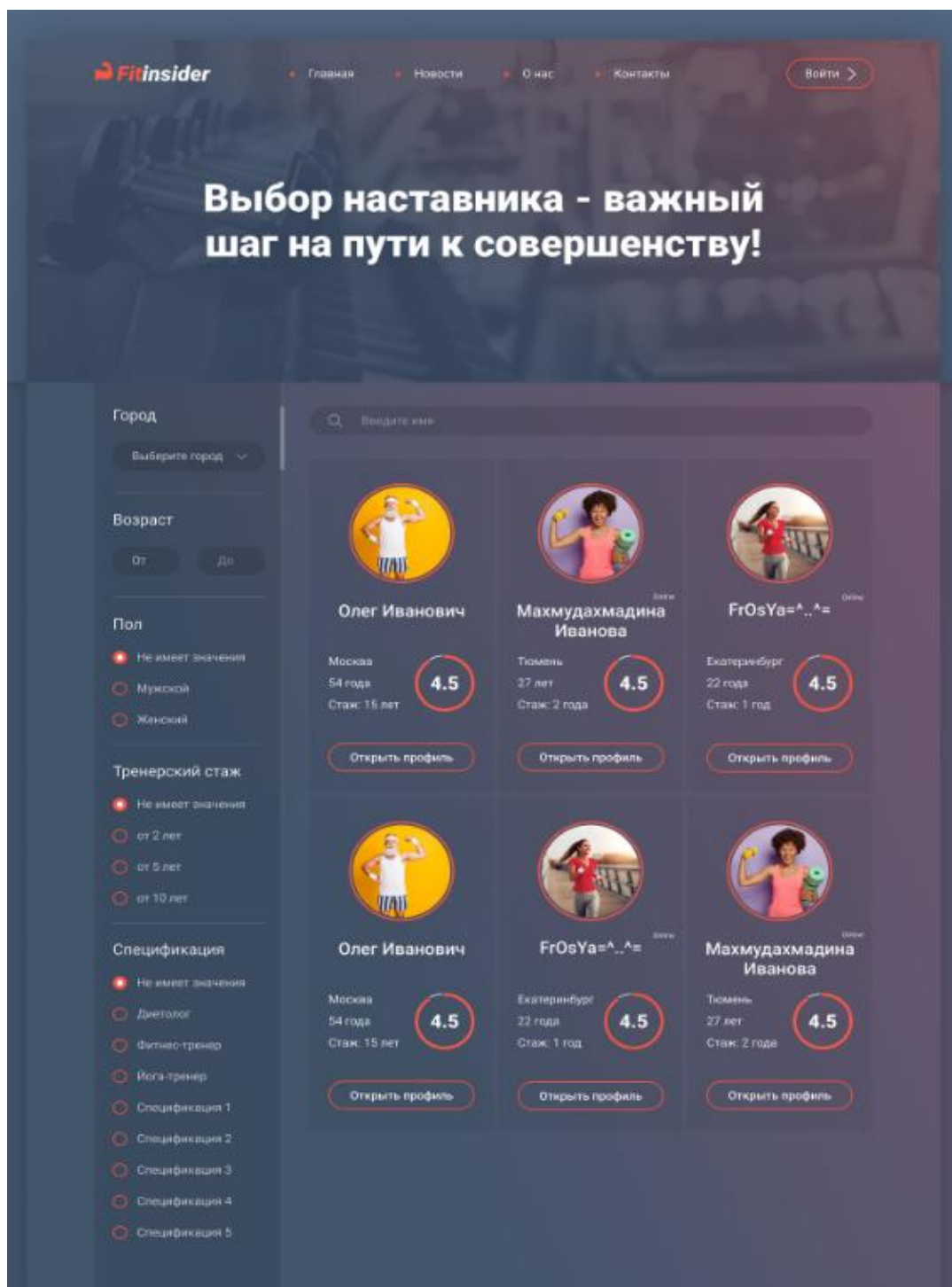


Рис.11. Общий вид поисковой системы по подбору тренера WEB-платформы

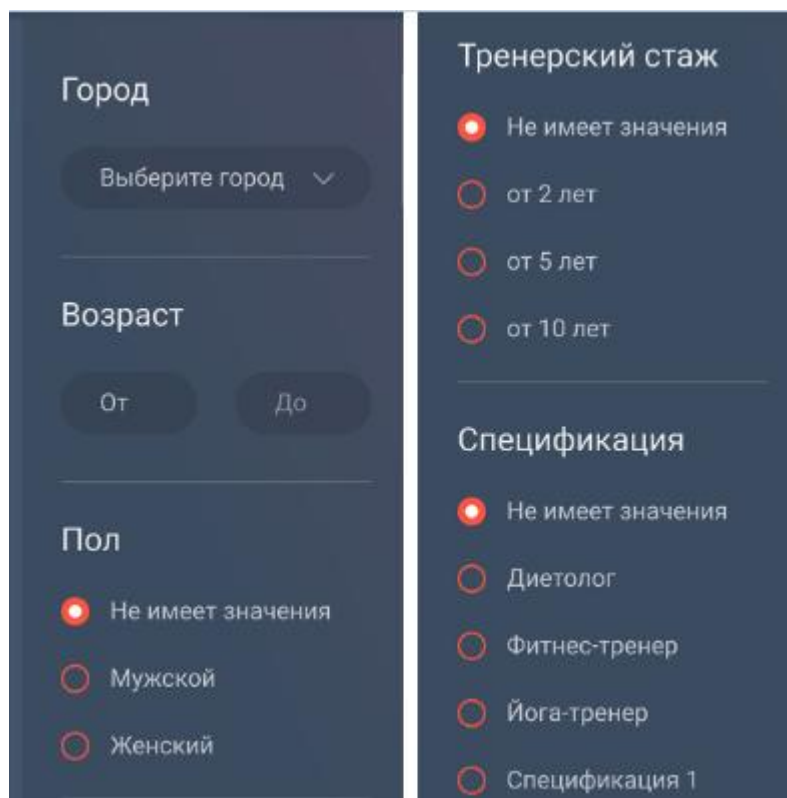


Рис.12. Вид фильтра по подбору тренера WEB-платформы

В фильтр входят такие критерии, как выбор города, желаемый диапазон возраста тренера, его пол, его тренерский стаж в годах, основная специализация тренера, а также клиент будет иметь возможность выбрать одну или несколько из предложенных ему целей (рис.12):

- скинуть лишний вес;
- набрать мышечную массу;
- избавиться от проблем со здоровьем (эндокринные нарушения, нарушения опорно-двигательного аппарата);
- отточить технику выполнения упражнений.

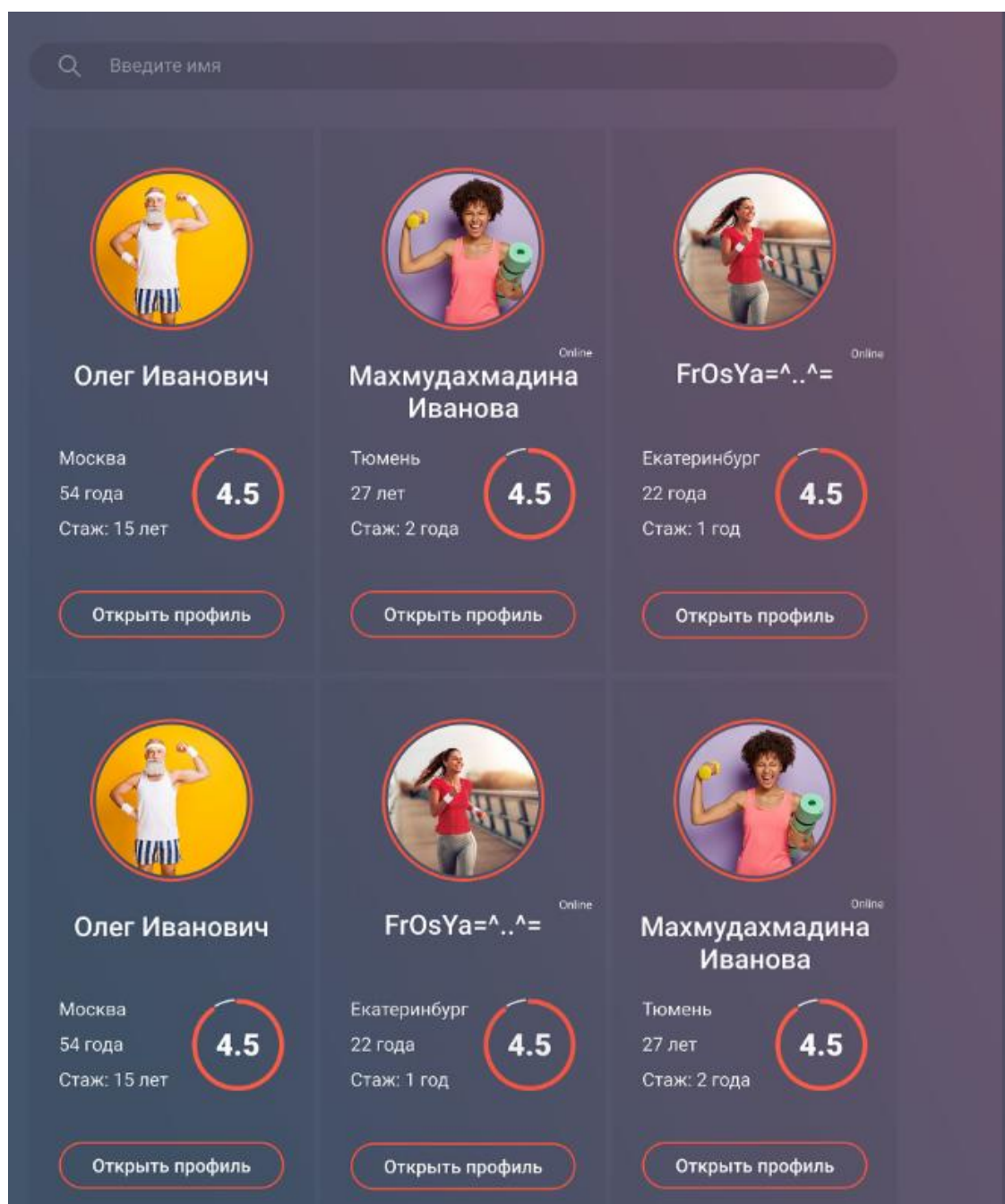


Рис.13. Карточки тренера в поисковой выдаче на WEB-платформе

На рис.13 мы видим карточки тренера в поисковой выдаче тренеров, которые выдает поисковая система, согласно сложному алгоритму ранжирования. На карточке тренера расположено фото тренера – аватарка, его имя, место работы, возраст тренера, стаж и рейтинг. Присутствует кнопка перехода на интересующий профиль.

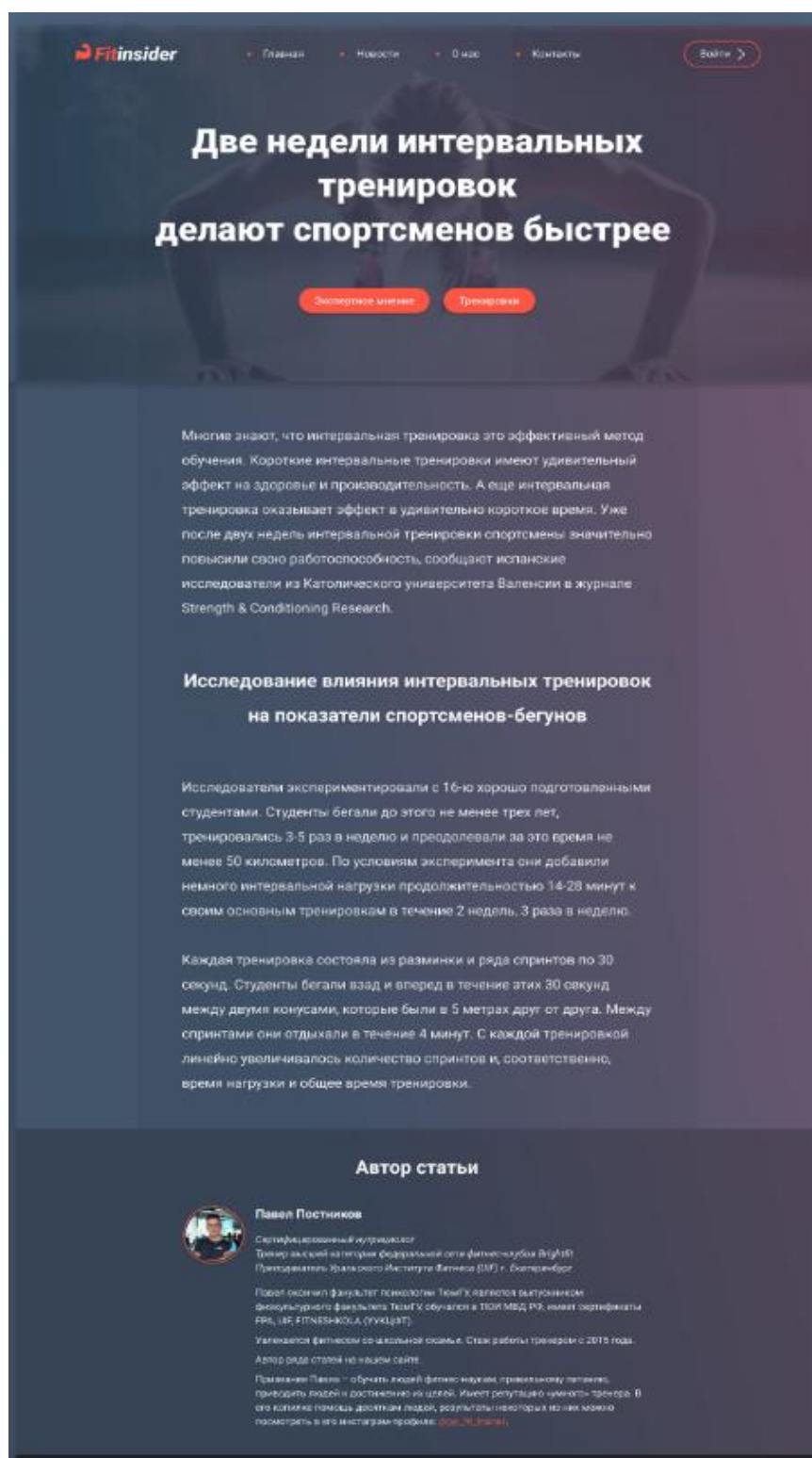


Рис.14. Вид страницы со статьей на WEB-платформе

В «шапке» находится название статьи. По центральному блоку расположен непосредственно сам информационный контент, внизу под статьей мы видим

развернутую карточку автора, чтобы читающий имел представление о компетенциях автора статьи (рис.14).

Аттестационный блок находится в разработке, поэтому он не представлен картинками в данной магистерской работе. Срок запуска раздела с аттестацией намечен на март 2021 года.

В данном разделе собрано 27 профильных тестов, разработанных в Европейском институте фитнеса г. Москва при непосредственном участии директора института Шехец Елены Вячеславовны, являющейся биологом-химиком по образованию на кафедре анатомии и физиологии УдГУ РФ, а также кандидатом педагогических наук.

Тесты охватывают все должности в фитнес-клубе, начиная от рецепции, заканчивая должностями фитнес-менеджеров и управляющих клубов.

Аттестующийся должен зарегистрироваться на платформе и внести определенные данные для его идентификации в системе:

- ФИО;
- Почта;
- Телефон;
- Пол;
- Город;
- Дата рождения;
- Занимаемая должность в фитнесе;
- Должность, на которую претендует аттестуемый;
- Категория, на которую претендует аттестуемый;
- Название фитнес-клуба, в котором аттестуемый работает в данный момент.

Любой из 27 тестов включает в себя 30 вопросов с предложенными четырьмя вариантами ответов. Правильных ответов в вопросе может быть

несколько. Сдача теста строго лимитирована по времени. Сдающий должен уложиться в отведенные 30 минут.

Страница результатов выводит на экран следующие показатели:

- общее количество вопросов;
- количество вопросов, на которые аттестуемый успел ответить;
- время, за которое аттестуемый прошел тест;
- количество верных ответов, на которые аттестуемый успел ответить;
- % верных ответов по отношению к общему количеству вопросов;
- итог: информация о сдаче или не сдаче теста с указанием результата в %;
- табличка: 75%+ аттестация сдана, ниже 75% - переаттестация.

Если результат выше 75%, то появляется кнопка «скачать сертификат о прохождении аттестации». Из базы данных подтягивается ФИО, должность, на которую сдается аттестация и аттестация, % сдачи, дата сдачи.

В дальнейшем планируется расширить функционал WEB-платформы:

- раздел, посвященный составлению пищевого рациона, причем сугубо на эмпирических подсчетах пищевых нутриентов на килограмм веса. Это является главной чертой, отличающей наше приложение от существующих на фитнес-рынке: все они ведут расчеты по формулам Харриса – Бенедикта и Маффина Джеора. Эти формулы могут иметь погрешности до 20%, а поэтому не могут считаться точными. Также в таких приложениях пользователь вводит только исходные данные, получая готовый результат КБЖУ, он не видит сам подсчет, не видит формулы, а значит не может проверить правильность результатов. В нашем приложении подсчет КБЖУ является открытым – все формулы видны – человек может перепроверить расчеты самостоятельно;

- раздел, посвященный составлению программ тренировок. Данный функционал планируется создать «сквозным», то есть если тренер написал своему клиенту программу тренировок, то зарегистрированный клиент увидит



ее. Раздел, посвященный составлению пищевого рациона, также планируется создать «сквозным».

- внутренняя валюта на сайте. Планируется начисление зарегистрированным тренерам и пользователям портала баллов, которые они смогут потратить на платные услуги на самом сайте или, если это клиент, то сможет оплатить этими баллами часть стоимости тренировки у своего тренера. Баллы пользователю - клиенту планируется начислять на совместное успешное достижение целей со своим тренером. Тренер будет иметь право на начисление баллов при повышении своего рейтинга на портале, а также за проведенные тренировки за календарный месяц. Исходя из этого, становится понятно, что на портале планируется учет тренировок тренером своего клиента с подтверждением последнего о том, что тренировка была действительно проведена. Также планируется разработка защитных механизмов, не позволяющих тренеру накручивать свои производственные показатели, вступая в сговор с клиентом.

- платежная система, позволяющая оплачивать платные услуги портала.

- создание геймифицированного функционала, позволяющего тренеру создавать анимационную 3-d модель своих клиентов по их антропометрическим данным: рост, вес, объемы талии, грудной клетки, бедер и так далее. По мере прогресса или регресса клиента, а также по мере своевременного внесения новых данных тренером 3-d модель клиента должна видоизменяться, как и он сам вживую. Планируется, что данный функционал будет дополнительно мотивировать и стимулировать клиента к дальнейшей трансформации своего телосложения.

- онлайн - запись персональных тренировок с смс или push уведомлением клиента накануне тренировки. Подобные сервисы периодически возникают в нашей стране, но они локальны и не вписываются органично в систему взаимодействия «клиент-тренер», не автоматизируя полностью

коммуникационный процесс. У большинства клубов в сегменте выше эконом есть свои клубные приложения, где осуществляется онлайн-запись на тренировки, но это тренировки, как правило, групповые. Такие приложения не включают взаимодействие «персональный тренер – клиент из тренажерного зала» потому что расписание на групповые занятия статично, просто происходит запись клиента на групповые тренировки. Разработка подобного функционала именно для тренажерного зала трудоемкая, в следствие чего требующая внушительных дополнительных финансовых затрат. Мы уверены, что после создания нашего программного обеспечения для фитнес-индустрии, а также после беты и альфа-тестирования платформы с целью отладки всего функционала, онлайн-запись на персональные тренировки будет востребовано на территории Тюмени и Тюменской области, как минимум, на том основании, что подобного онлайн-функционала еще не создано в рамках одного глобального фитнес-проекта. Поэтому неоспоримым плюсом будет являться то, что большинство инструментов, необходимых для работы тренера, наша команда собирает в одном месте: фитнес - агрегаторе, создаваемом нами.

- Возможность онлайн - консультаций с врачом – эндокринологом. Эндокринология – одно из медицинских направлений, наиболее часто пересекающихся с деятельностью фитнес-тренера. Поэтому в планах разработчиков со временем подключить модуль онлайн – консультаций с эндокринологом в формате «вопрос-ответ» на «пилотной» основе, чтобы отследить опытным путем заинтересованность целевой аудитории портала в его эффективности.

- Рецепты ПП. Также является «пилотным» разделом, а также дополнительным инструментарием. Данный раздел может быть отключен на сайте, если будет проанализирована и доказана его неэффективность и малая посещаемость.

- Справочная база по спортивному питанию и БАДам. Клиенты фитнес-клубов, как показывает практика, имеют смутное представление о

целесообразности приема тех или иных спортивных добавок, не понимают состава добавок, графика приема и так далее. Данный раздел призван носить информационно-образовательный характер с целью поднимать уровень осведомленности людей, занимающихся фитнесом.

К разработке проявили интерес несколько тюменских предпринимателей, предложивших проинвестировать проект. Среди заинтересованных организаций оказался и департамент по спорту и молодёжной политике города Тюмени в лице Хромина Е.В., пообещавшего после запуска проекта оказывать информационную поддержку в рамках федеральной программы, направленной на поддержку спорта и пропаганду здорового образа жизни.

Также нашей IT - разработкой заинтересовалось и образовательное столичное фитнес-сообщество в лице института дополнительного образования в сфере фитнеса (ЕИФ г. Москва, генеральный директор Е. В, Шехец) – рецензия от этой организации прилагается к данной магистерской работе. С этим институтом сотрудничают такие медийные московские фитнес-топ-менеджеры, как Ирина Троска - директор по фитнесу федеральной сети фитнес-клубов X-Fit, Вера Заря - бизнес-консультант проектов по управлению, маркетингу, продажам и сервису в сфере фитнес-услуг, эксперт Ассоциации профессионального фитнеса (FPA), Антон Гиренко-Коцуба - Вице-президент ФББР по УрФО, владелец сети фитнес-центров "Powerhouse Gym - Екатеринбург", кандидат экономических наук и многие другие известные личности в сфере фитнеса. Данная образовательная организация предложила сотрудничество – аттестацию и аккредитацию сотрудников фитнес-клубов на территории РФ, которую планируется проводить именно на их правовой, нормативной и интеллектуальной базе, но на разрабатываемой нами WEB-платформе.

В 2022 году планируется презентация нашего проекта в Сочи на MIOFF - Московском Международном Открытом Фестивале Фитнеса, где собираются

как руководители крупных российских фитнес-корпораций и топ-менеджмент, так и известные российские фитнеса тренеры.

## ВЫВОДЫ

1. Анализ литературных источников показал, что количество посетителей фитнес-клубов и их удовлетворенность напрямую зависит от качества предоставляемых услуг. В современных условиях эффективное управление в сфере фитнеса г. Тюмени должно опираться на использование IT-технологий, в том числе и включающих в себя разработанную web-платформу, объединяющую клубы, тренеров, специалистов и их клиентов. На сегодняшний день в сети интернет представлено достаточно большое количество разрозненных и зачастую «сырых», то есть недоработанных фитнес-приложений, призванных помогать составлять тренировочные программы, пищевые рационы, а также представлено несколько интернет-ресурсов, помогающих подбирать персонального тренера самостоятельно.

В связи с этим назрела необходимость создания городского WEB-ресурса, который позволит заинтересованным пользователям находить все необходимое для комфортных занятий фитнесом в одном месте: от полезной информации о фитнесе и от необходимого функционала в работе тренера до аналитических антропометрических таблиц и до базы данных спортивных резюме тренеров.

2. Опрос клиентов фитнес-клубов г. Тюмени показал, что самыми распространенными проблемами, с которыми они сталкиваются в клубах, являются:

- хамство сотрудников (обслуживающего персонала и менеджеров);
- игнорирование просьб клиентов;
- несоблюдение норм температурного режима в помещениях фитнес-центров;
- низкое качество уборки, а зачастую ее полное отсутствие;
- профессиональная некомпетентность сотрудников фитнес-клубов;
- сложность возврата денежных средств;
- маркетинговые мероприятия содержащие недостоверную информацию.

Также социологическое исследование клиентов фитнес клубов г. Тюмени показало, что:

- предпочитают заниматься в тренажерном зале 45% мужчин, а групповым программам предпочтение отдают 72,5% женщин;
- посещают фитнес-клубы с целью коррекции фигуры и снижения массы тела 71,4% мужчин и 75,1% женщин;
- стаж занятий фитнесом менее года имеют соответственно 54,2% мужчин и 50,3% женщин;
- наибольшее несоответствие между качеством оказываемых услуг и их стоимостью выделяют 65,8% мужчин и 73,6% женщин, посещающих клубы эконом класса;
- оценка качества предоставляемых фитнес услуг выше в клубах, относящихся к премиум сегменту (86,4% опрошенных оценивают положительно), чем в эконом сегменте (65,6% респондентов оценивают отрицательно).

3. Изучение мнения клиентов и специалистов фитнес-центров г. Тюмени относительно необходимости разработки и возможного содержания web-платформы показало:

- поддерживают создание единой web-платформы - 100% опрошенных;
- возможность выбора тренера на платформе поддерживают 92% мужчин и 92% женщин;
- возможность осуществлять online-запись на тренировки поддержали 95% мужчин и 94% женщин;
- наличие графика прогресса и регресса важно для 100% женщин и 94% мужчин;
- для женщин наличие на портале таких функций, как Рецепты блюд (рациональное и здоровое питание) (89% опрошенных), online-консультации с врачом (97% опрошенных), «сквозной» калькулятор расчета меню (97% опрошенных);

- для мужчин большее значение, чем для женщин имеет (соответственно 89% против 76%) наличие на портале справочника по спортивному питанию.

4. Разработанная web-платформа «Fitinsider» полной мере учитывает мнение специалистов фитнес-индустрии и клиентов о ее функциональных возможностях. Стратегии ее развития направлены на:

- усовершенствование взаимоотношений между тренером и клиентом – 100% опрошенных;
- усовершенствование административной работы тренера - 100% опрошенных;
- уменьшение траты времени тренером на подготовительную работу с клиентом путем внедрения компактной агломерации необходимых инструментов в работе тренера в одном интернет-ресурсе - 100% опрошенных тренеров;
- на пропаганду здорового образа жизни среди всех слоев населения города, региона;
- на повышение профессиональных компетенций как тренерского состава спортивной организации, так и административного: рецепции, менеджеров по продажам, службы клининга, руководителей фитнес-клубов – 95% сотрудников-девушек и 82% сотрудников-мужчин.

5. Представленная web-платформа «Fitinsider» включает в себя:

- личную страницу тренера, включающая его спортивное резюме, регалии, места проведения тренировок, его проф. компетенции, цены на услуги, способ обратной связи;
- раздел, online-аттестации сотрудников фитнес-клубов;
- базу научных-спортивных знаний;
- базу фитнес-упражнений;
- информационно-статейный раздел;
- инструментарий по составлению сбалансированных по КБЖУ рационов питания;

- инструментарий по составлению тренировочных программ для клиентов;

- инструментарий по внесению антропометрических данных клиентов для анализа прогресса/регресса их результатов.

6. Разработанная по принципу агрегатора, на основе учета потребностей клиентов и специалистов сферы фитнеса web-платформа «Fitinsider» содержит актуальную и востребованную информацию о фитнес-клубах, тренерах, программах, рациональном питании и другие разделы позволит урегулировать рынок фитнес-услуг в г. Тюмени. Положительно скажется на сплочении городского фитнес-сообщества, объединив его в единую централизованную сеть, поможет усовершенствовать сферу фитнес-индустрии, будет способствовать повышению уровня профессиональных компетенций тренеров, руководителей фитнес-центров и продвигать идеи здорового образа жизни среди населения г. Тюмени.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акинин П.В. Физическая культура и спорт в системе высшего профессионального образования: сборник научных трудов по материалам Всероссийской Научно-практической конференции 21-22 апреля 2005 г. / П.В. Акинин. – Ставрополь, 2005. – 112 с.
2. Александрович, О.Ю. Актуальность применения технологий спортивного маркетинга в продвижении товаров и услуг / С.А. Рудых, К.С. Акишина // Физическая культура и спорт: актуальные проблемы, тенденции и пути оптимизации. – 2019. – С. 9-13.
3. Алексеев С.В. Маркетинговая среда физкультурно-спортивной организации / Т.В. Дивина, Н.Г. Саров // Спорт: экономика, право, управление. – 2018. – №. 1. – С. 5-7.
4. Алексунин, В.А. Маркетинговый подход к управлению спортивной индустрией / В.А. Алексунин, В.А. Баскаков // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2016. – №. 3 (5).
5. Ангелова, О.Ю. Возможности спортивной индустрии как инструмента территориального маркетинга / О.Ю. Ангелова, О.В. Рокунова // Спортивный менеджмент: актуальные проблемы, практический опыт и перспективы. – 2020. – С. 14-18.
6. Антушевич, Е.В. Разработка маркетинговой стратегии спортивной организации / Е.В. Антушевич, Е.Н. Карчевская // Вестник Гомельского государственного технического университета им. ПО Сухого. – 2016. – Т. 1. – №. 3 (66).
7. Апанасенко Г.Л. Медицинская валеология / Г.Л. Апанасенко, Л.А. Попова. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2000. - 248 с.
8. Аронов, Г.З. Система управления предприятием сферы физкультурно- оздоровительных услуг / Г.З. Аронов // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. - 2007. - № 12 (34). - С. 10-13.

9. Аронов, Г.З. Управление качеством в сфере услуг физической культуры: монография / Г.З. Аронов. - Санкт-Петербург: Олимп-СПб, 2008. - 175 с. - Биб- лиогр.: с. 174-175.
10. Афанасьев, В.Г. Человек в управлении обществом / В.Г. Афанасьев. - Москва: Политиздат, 1977. - 382 с.
11. Бальсевич, В.К. Информационная культура специалиста как фактор внедрения новых технологий в практику физической культуры и спорта / В.К. Бальсевич, Л.И. Лубышева // Теория и практика физической культуры. - 2001. - № 12. -С. 18-19.
12. Бальсевич, В.К. Основные положения Концепции интенсивного инновационного преобразования национальной системы физкультурно-спортивного воспитания детей, подростков и молодежи России / В.К. Бальсевич // Теория и практика физической культуры. – 2002. – № 3. – С. 2-4.
13. Банников, А.М. Управление системой физической культурой и спортом в субъекте Российской Федерации в современных социально – экономических условиях (на примере Краснодарского края): дисс. канд. пед. наук: 13.00.02: защищена 29.01.02: утв. 03.07.02 / Банников Александр Максимович. – Майкоп, 2002. – 118 с.
14. Баранов, А.Ю. Фитнес глубокой заморозки / А.Ю. Баранов // Медицина и спорт. - № 3-4. - 2006. - С. 67-68.
15. Богданова, С.В. Правовые вопросы основы физической культуры и спорта: Учебное пособие / С.В. Богданова, С.В. Чабан. – Великие Луки, 2001. – 208с.
16. Бордовских, Ю. Фитнес с удовольствием / Ю. Бордовских. - Москва: Эксмо, 2005. - 159 с
17. Борилкевич, В.Е. Об идентификации понятия «фитнес» / On Identification of Concept "Fitness" / В.Е. Борилкевич // Теория и практика физической культуры. -2003. - №2. - С. 45-47.
18. Борисов, А.А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А.А.

Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – №. 2. – С. 49-52.

19. Бородина, Н.И. Нарушение права в спорте / Н.И. Бородина // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. Т. 11. С. 1526-1530.

20. Бортова, Т.М. Особенности PR в спортивной индустрии / Т.М. Бортова // Студенческая наука XXI века. – 2016. – №. 2-2. – С. 83-85.

21. Бояркин, Д.А. PR как основной элемент комплекса маркетинга физкультурно-спортивных организаций / Д.А. Бояркин // Актуальные проблемы теории и практики физической культуры, спорта и туризма. – 2018. – С. 19-21.

22. Вапнярская, О.И. Зарубежный опыт управления массовым спортом / О.И. Вапнярская, М.И. Золотов // Менеджмент в России и за рубежом. - 2003. - № 3. - С. 75-83.

23. Васин, В.А. Организационные, социально-экономические и правовые аспекты деятельности спортивных организаций на современном этапе: дисс. канд. пед. наук: 13.00.04: защищена 15.01.00: утв. 26.06.00 / Васин Владимир Алексеевич. – Москва, 2000. – 217 с.

24. Волков, В.Ю. Компьютерные технологии в физической культуре, оздоровительной деятельности и образовательном процессе = Computer Technologies in Physical Culture, Health Improving Activity and Educational Process / В.Ю. Волков // Теория и практика физической культуры. - 2001. - № 4. - С. 60-63; № 5. - С. 56-61.

25. Воробьев, А.И. Нормативно-правовая база оценки эффективности деятельности спортивных организаций / А.И. Воробьев, И.В. Солнцев. - Вопросы правоведения. 2015. № 1. С. 155-177.

26. Воскресенская, Н.Н. Информационное обеспечение коммерческих физкультурно-спортивных организаций: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 / Н.Н. Воскресенская; С.-Петерб. гос. акад. физ. культуры им. П. Ф. Лесгафта. - Санкт-Петербург, 2003. - 23 с. Библиогр.: с. 22-23.

27. Галкин, В.В. Экономика и управление физической культурой и спортом: учебное пособие для вузов / В.В. Галкин. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. - 441 с.: ил.
28. Гартнер, М. Фитнес-клуб: Советы профессионалов / М. Гартнер. - Москва: Издательский Дом "Кристина", 2000. - 112 с.
29. Герасименко, Н.Ф. Власть и здоровье нации (что ожидает Россию в XXI веке) / Н.Ф. Герасименко. - Москва: Обществ. объединение "Регионы России", 1997. - 46, [1] с.: граф. - (Народная библиотека).
30. Гиршин, А.З. Организационно-управленческие условия развития спортивного клуба промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. пед. наук / А.З. Гиршин; С.-Петерб. гос. акад. физ. культуры им. П. Ф. Лесгафта. - Санкт-Петербург, 2005. - 23 с.: ил.
31. Глахан, Л.М. Две стороны одной монеты: Фитнесс. Тренинг / Л.М. Глахан // Сила и красота. - 2000. - № 10. - С. 76-81.
32. Гончаров, В.Д. Методология и процедура социального исследования физической культуры / В.Д. Гончаров. - Ленинград: [б. и.], 1985. - 24 с.
33. Гостев, Р.Г. Физическая культура и спорт в России: состояние и перспективы / Р.Г. Гостев, С.И. Гуськов // Физическая культура и спорт в Российской Федерации: сборник статей. - Москва: Импульс-Принт, 2000. - Вып. 1. - С. 16.
34. Григорьев, В.И. Проблема развития сферы фитнес-услуг в системе высшего образования / В.И. Григорьев // Пути модернизации физической культуры студентов: сборник научно-методических работ. - Санкт-Петербург, 2005. - С. 106-126.
35. Гуськов, С.И. Спортивный маркетинг / С.И. Гуськов. - Киев: Олимпийская литература, 1996. - 256 с.
36. Давыдов, В.Ю. Новые фитнес системы (Новые направления, методики, оборудование и инвентарь) / В.Ю. Давыдов, Г.О. Шамардин, Г.О. Краснова. - Волгоград: ВАФК, 2001. - 140 с.

37. Диденко, Н.И. Международный маркетинг: Учебник для бакалавров / Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк. - Люберцы: Юрайт, 2015. - 556 с.
38. Елизаров, Д. В. Маркетинговые инструменты некоммерческой спортивной организации / Д.В. Елизаров // Финансовые исследования. – 2017. – №. 1 (54).
39. Жабина, С.Б. Маркетинг продукции и услуг. Общественное питание: учебное пособие для академического бакалавриата / С.Б. Жабина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 264 с.
40. Жестянников, Л.В. Кооперативная деятельность как форма оказания платных физкультурно-оздоровительных услуг населению / Л.В. Жестянников, Я.Б. Никитин // Медицинские и социально-экономические проблемы массовой физической культуры: Тезисы докладов Всес. науч. конференции. - Москва, 1988. -Ч. 2. -С. 67-68.
41. Жолдак, В.И. Системный подход в организации управления физкультурно-спортивного движения // Физическая культура и спорт в Российской Федерации. Сб. статей ВНИИФК. Вып. 1. - Москва: Импульс-Принт, 2000. – 194с.
42. Закарьян, Л.Х. Фитнес - путь к совершенству / Л.Х. Закарьян, А.Л. Савенко. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. - 157, [1] е.: ил. - (Домашняя энциклопедия).
43. Золотов, М.И. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта: учебное пособие / М.И. Золотов, В.В. Кузин, М. Е.Кутепов, С.Г. Сейранов. – Москва: Академия, 2001. – 426 с.
44. Золотов, М.И. Спортивный менеджмент в Европе / М.И. Золотов, Е.В. Кузьмичева // Теория и практика физической культуры. - 2004. - № 6. - С. 6163.
45. Зуев, В.Н. Менеджмент для спортивного организатора / В.Н. Зуев, И.И. Сулейманов. - Омск: [б.и.], 1997. -241 с.

46. Иванов, А.А. Спортивный маркетинг-инструмент продвижения услуг спорта на рынок / А. А. Иванов // Экономика и предпринимательство. – 2016. – №. 2-2. – С. 1052-1056.
47. Исследование предпочтений москвичей в сфере фитнес-услуг (высокодоходный сегмент). - Москва: ПРЕСС-РЕЛИЗ, 2005.
48. Камалетдинов, В.Г. Физкультурно-спортивное движение: управление и пути совершенствования / В.Г. Камалетдинов // Теория и практика физической культуры. – 2009. - № 4. - С. 19-21.
49. Карамышева, Т.Н. Организационно-педагогические условия становления спортивного клуба школы: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 / Карамышева Татьяна Николаевна; [Место защиты: Нац. гос. ун-т физ. культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург]. - Санкт-Петербург, 2009. - 22 с.: ил. -Библиогр.: с. 21-22.
50. Карпей, Э. Энциклопедия фитнеса / Э. Карпей; пер. с англ. М. Котельнико- вой. - Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2003. - 361 с.: ил. - (Фитнес-клуб).
51. Карпова, С.В. Маркетинг. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 325 с.
52. Кодолова, И.А. Информационные технологии в подготовке специалистов по направлению физической культуры и спорта / И.А. Кодолова, И.Р. Фаткуллов, Л.Р. Галяутдинова // Проблемы современного педагогического образования. 2017. № 57-5. С. 127-134.
53. Колущинская, О.Ю. Современный спортивный маркетинг в России / О.Ю. Колущинская, К.А. Масалкина // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2016. – №. 2 (23).
54. Комплексная муниципальная программа "Здоровье нации (1994-2000)". - Ростов-на-Дону: Аверс, 1998. - 14 с.
55. Концепция развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2005 года = Concept of Development of Physical Culture

and Sport in Russian Federation until 2005 // Теория и практика физической культуры. -2001. - №4. -С. 2-8.

56. Костиков, В.Ю. Технологии продвижения брендов глобального спорта в социальных сетях / В.Ю. Костиков // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – №. 3 (25).

57. Костюченко, В.Ф. Подготовка физкультурных кадров в России в контексте Болонского процесса / В.Ф. Костюченко // Современный олимпийский спорт и спорт для всех: 7 Международный научный конгресс: Материалы конф., 24-27 мая 2003 г. - Москва, 2003. - Т. 2. - С. 358-359.

58. Кох, Э. Идеальный фитнес для вашего типа фигуры / Э. Кох. - Ростов-на-Дону: Феникс. - 2004. - 311 с.

59. Кошелева, А.В. Перспективы развития спортивного маркетинга в России / А.В. Кошелева, Е.Ю. Смирнова // Современные тенденции и актуальные вопросы развития рекламы, связей с общественностью и социально-гуманитарных проблем в сфере физической культуры и спорта. – 2020. – С. 46-51.

60. Круглова, Т.Э. Подготовка студентов вузов физической культуры к работе в должности менеджера / Highest Schools' Students Physical Culture Training for Work in Post of Manager / Т.Э. Круглова, В.Б. Мяконьков // Теория и практика физической культуры. - 2000. - № 12. - С. 23-25.

61. Кудра, Т.А. Аэробика и здоровый образ жизни: учебное пособие: [Для специальностей 020400 "Психология", 031300 "Социальная педагогика"] / Т.А. Кудра; М-во трансп. России, Мор. гос. ун-т им. Г.И. Невельского. - Владивосток: МГУ, 2001. - 119 с.: ил.

62. Кузин, В.В. Спортивный менеджмент и практика развития спорта: выводы и предложения зарубежных специалистов / В.В. Кузин, М.Е. Кутепов // Теория и практика физической культуры. - 1996. - № 2. - С. 58-60.

63. Кулишенко, И.В. Оценка профессиональной деятельности спортивных клубов / И.В. Кулишенко, Н.К. Кулишенко // Научно-

педагогические школы в сфере физической культуры и спорта. – 2018. – С. 306-311.

64. Купер, Кеннет А. Новая аэробика: Система оздоровительных физических упражнений для всех возрастов / А. Кеннет Купер; пер. с англ. С. Шенкмана. - 2-е изд. - Москва: Физкультура и спорт, 1979. - 125 с.: ил.

65. Куричин, С.А. Развитие маркетинга на рынке фитнес-услуг / С.А. Куричин // Стратегии бизнеса. – 2019. – №. 4 (60).

66. Лаврухина, Г.М. Фитнес в системе физкультурного образования как спортивно-педагогическая дисциплина (реалии и возможности) / Г.М. Лаврухина // Термины и понятия в сфере физической культуры. Первый международный конгресс 20-22 декабря 2006 года. Россия, Санкт-Петербург: (материалы конгресса) / С.-Петерб. гос. ун-т. физ. культуры им. П.Ф. Лесгафта. - Санкт- Петербург, 2006. - С. 127.

67. Ладик, Я.С. Потребители услуг организаций физкультуры и спорта / Я.С. Ладик, А.В. Махиянова // Человеческий капитал как фактор инновационного развития общества. – 2018. – С. 231-233.

68. Лисицкая, Т.С. Добро пожаловать в фитнес-клуб! - М.: Издательский центр «Академия», 2008. - 102 с.

69. Литвинова, К.В. Использование информационных технологий в физической культуре и спорте / К.В. Литвинова // материалы Всероссийского конкурса студенческих научно-исследовательских работ. ФГБОУ ВО «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма». 2017. С. 191-193.

70. Литвишко, О.В. Специфика определения фундаментальной стоимости профессионального спортивного клуба / О.В. Литвишко // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». – 2017. – Т. 27. – №. 5.

71. Литвишко, О.В. Финансово-правовые основы управления инвестиционными рисками профессионального спорта / О.В. Литвишко, В.Г. Кещян // Вестник Российского экономического университета им. ГВ Плеханова. – 2019. – №. 1 (103).



72. Лоуренс, Д. Аквааэробика. Упражнения в воде: практическое руководство / Д. Лоуренс; пер. с англ. А. Озерова. - Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2000. - 255 е.: ил. - (Фитнес-клуб).
73. Лубышева, Л.И. Технология реализации инновационных проектов совершенствования систем физического воспитания на региональном уровне / Technology of Realization of Innovational Projects of Perfection of Systems of Physical Education at Regional Level / Л.И. Лубышева // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. - 2002. - № 3. - С. 2-6.
74. Мазур, И.И. Управление качеством / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро. - Москва: Высшая школа, 2003. - 342 с.
75. Малыгин, А.В. Маркетинг спортивного события: анализ ключевых характеристик и типовых маркетинговых функций / А.В. Малыгин // Современная конкуренция. – 2017. – Т. 11. – №. 6 (66).
76. Малыгин, А.В. Финансирование спортивных организаций: структура и маркетинговые задачи / А.В. Малыгин // Вестник Российского международного олимпийского университета. – 2016. – №. 2. – С. 68-75.
77. Материалы Государственного Совета РФ " О повышении роли физической культуры и спорта в формировании здорового образа жизни россиян: Сборник офиц. док. и матер. Госкомитета РФ по ФКиС. - Москва: Советский спорт, 2002. - №2. - С. 2-33.
78. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта [Текст]: учебное пособие для студентов высших педагогических учебных заведений / М.И. Золотев [и др.]. - Москва: Академия, 2001. - 426 е.: ил. - (Высшее образование). - Гриф.: Рек. Учеб. - метод, об-нием по специальностям пед. образования.
79. Минеева, К.Д. Коммерциализация в спорте / К.Д. Минеева // Перспективные направления развития экономики и управления: новый взгляд. – 2018. – С. 113-117.

80. Мичуда, Ю.П. Особенности маркетинга физкультурно-оздоровительных клубов Украины в современных условиях / Ю.П. Мичуда // Наука в олимпийском спорте: Спец. выпуск "Спорт для всех". - Киев: Олимпийская литература, 2000. - С. 50-54.

81. Мяконьков, В.Б. Социально-психологическое обеспечение маркетинговой деятельности в спорте воспитания: автореф. дис. ... д-ра психол. наук / Мяконьков Виктор Борисович; С.-Петерб. гос. акад. физ. культуры им. П.Ф. Лесгафта. - Санкт-Петербург, 2004. - 56 с.

82. Новаторов, Э.В. Международные модели маркетинга услуг / Э.В. Новаторов // Маркетинг в России и за рубежом. - 2000. - № 3 (17). - С. 91-97.

83. Нормативное правовое и программно-методическое обеспечение сферы физической культуры и спорта: документы и материалы (1999-2000 гг.) / авт.-сост.: П.А. Рожков, П.А. Виноградов, В.П. Моченов. – Москва, 2004. – 157 с.

84. О'Брайен, Тери. Основы профессиональной деятельности фитнес-тренера / Тери О'Брайен. - Москва: ТОО "Коммерческие технологии", 2001. - 163 с.: ил.

85. Одинцова, И.Б. Аэробика и фитнес. Современные методики / И.Б. Одинцова. - Москва: Эксмо, 2003. - 157 с.

86. Парфенов, В.Л. Повышение квалификации физкультурных кадров / В.Л. Парфенов // Теория и практика физической культуры. - 1984. - № 6. - С. 44-46.

87. Переверзин, И.И. Менеджмент спортивной организации: учебное пособие для студентов вузов физической культуры / И.И. Переверзин. - 2-е изд., пере- раб. и доп. - Москва: СпортАкадемПресс, 2002. - 244 с.

88. Пригода, Г.С. Содержание управления маркетингом предприятий сферы физкультурно-оздоровительных услуг: автореф. дис. ... канд. пед. наук / Пригода Геннадий Сергеевич; С.-Петерб. гос. ун-т физ. культуры им. П.Ф. Лесгафта. - Санкт-Петербург: [б. и.], 2006. - 19 с. -Библиогр.: с. 18-19.

89. Росенко, С.И. Становление и развитие профессиональной подготовки менеджеров в российских вузах физической культуры: [монография] / С.И. Росенко, Д.А. Кумпен; Нац. гос. ун-т физ. культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург; фак. экономики, упр. и права, каф. соц. технологий. - Санкт-Петербург: 7 студия РИК, 2010. - 168 е.: ил. - Библиогр.: с. 135-141.

90. Сайкина, Е.Г. Фитнес в физкультурном образовании детей дошкольного и школьного возраста в современных социокультурных условиях: монография / Е.Г. Сайкина. - Санкт-Петербург: [б. и.], 2008. - 300 с. - Библиогр.: с. 256-287.

91. Синицина, О.Н. Основы маркетинга сферы услуг: учебник / О.Н. Синицина. – Москва: Академия, 2018. – 224с.

92. Смирнов, С.И. Разработка модели качества фитнес услуг / Working out the model of quality of fitness services / Станислав Игоревич Смирнов; Нац. гос. ун-т физ. культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург (НГУ им. П.Ф. Лесгафта, СПб.) // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. -2011. - №9(79). -С. 130-134.

93. Солдатова, А.А. Организация спортивного мероприятия как один из способов получения дохода / А.А. Солдатова // Актуальные проблемы развития современного футбола: теория и методики спортивных тренировок, менеджмент и маркетинг. – 2019. – С. 220-230.

94. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта / О.Н. Степанова. – Москва: Советский спорт, 2005. – 256 с.

95. Степанова, О.Н. Маркетинг в сфере физической культуры и спорта: монография / О.Н. Степанова. - Москва: Сов. спорт, 2003. - 255 с.

96. Федеральный Закон «О высшем и послевузовском профессиональном образовании»: [Федер. закон от 22 авг.1996 года Ш25-ФЗ]. - ИНФРА-М, 2002. - 43с. - (Федеральный закон). - На рус. яз.

97. Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»: Федеральный закон РФ от 29.04.99г. №80-ФЗ. // Государственная молодежная политика в законодательстве Российской Федерации: Сборник документов. М.: Социум, 2000 г.-Ч.3

98. Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»: Федеральный закон от 04.12.2007 № 329-ФЗ (ред. от 06.12.2011) // Собрание законодательства РФ (СЗРФ). ... Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М, 2006.

99. Федотов, А.В. Психолого-педагогические аспекты деятельности спортивного менеджера: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 / Федотов Алексей Валерьевич; Моск. гос. акад. физ. культуры. - Малаховка, 2006. - 35 с.: ил. - Библиогр.: с. 35.

100. Фитнес в модернизации физкультурного образования и его роль в оздоровлении населения России: сборник материалов международной научно-практической конференции / под общ. ред. Г.Н. Пономарёва, Е.Г. Сайкиной. - Санкт-Петербург: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2010. -292 с.

101. Халтурина, И.Л. Управленческая технология организации и развития спортивного клуба оздоровительной направленности в условиях рыночной экономики: автореф. дис. ... канд. пед. наук / Халтурина Ирина Леонидовна. - Санкт-Петербург, 2004. - 18 с.

102. Черепов, В.А. Проблемы менеджмента в сфере физической культуры и спорта: хрестоматия / В.А. Черепов. – Санкт-Петербург: СПбГАФК им. П.Ф. Лесгафта, 2000. – 229 с.

103. Шубаева, В.Г. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум для академического бакалавриата / В.Г. Шубаева, И.О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 120 с.

104. Яхонтов, Е.Р. Методология спортивно-педагогических исследований: курс лекций / Е.Р. Яхонтов. - 2-е изд., перераб. и доп. / Е.Р. Яхонтов. - Санкт- Петербург: Олимп, 2006. - 187 с.

105. Чимаров, В. Тюмень – город здорового образа жизни / Чимаров, В. – URL: <https://tumentoday.ru/2020/01/31/tyumen-gorod-zdorovogo-obraza-zhizni/>

106. Программное обеспечение: 1С-фитнес-клуб. – URL: <https://www.fitness1c.ru/>

107. Программное обеспечение: Nano-Gym. – URL: <https://ngym.ru/>

108. Программное обеспечение: Universe. – URL: <https://www.universe-soft.ru/product/universe-fitness/>

109. Телефонное приложение: Cardio. – URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.mdhelper.cardiojournal&hl=ru>

110. Телефонное приложение: Fat Secret. – URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.fatsecret.android&hl=ru>

111. Телефонное приложение: Fitbit coach. – URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.fitstar.pt&hl=ru>

112. Телефонное приложение: Freeletics. – URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.freeletics.lite&hl=ru>

113. Телефонное приложение: Instant Heart Rate. – URL: [https://play.google.com/store/apps/details?id=si.modula.android.instantheartrate&hl=en\\_US&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=si.modula.android.instantheartrate&hl=en_US&gl=US)

114. Телефонное приложение: MyFitnessPal. – URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.myfitnesspal.android&hl=ru>

115. Телефонное приложение: NTC. – URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.nike.ntc&hl=ru>

116. Телефонное приложение: Water Balance. – URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.waterbalance&hl=ru>

117. Телефонное приложение: Yazio. – URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.yazio.android&hl=ru>

118. Фитнес-журнал: Zozhnik.ru. – URL: <https://zozhnik.ru/>
119. Фитнес-журнал: Muscle & Fitness. – URL: <http://jurnali-online.ru/muscle-fitness>
120. Фитнес-журнал: Beauty. Health. Fitness. – URL: <https://fitnessbeautyhealth.ca/>
121. Фитнес-блог: Myprotein. – URL: <https://www.myprotein.ru/blog/>
122. Фитнес-журнал: Beauty. Psychology Today Magazine. – URL: <https://www.psychologytoday.com/h.ca/>
123. Фитнес-журнал: Beauty. Mens fitness magazine. – URL: <https://mensfitnessmagazine.com.au/ca/>
124. Московской государственной академии физической культуры. – URL: <https://mgafk.ru/>
125. Колледж Вейдера. – URL: <https://www.cbb.ru/>
126. Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма. – URL: <https://www.sportedu.ru/>
127. Интернет-ресурс: База тренеров в Москве. - URL: <https://profi.ru/sport/baza-trenerov/>
128. Интернет-ресурс: Все тренеры. - URL: <https://vsetreneri.ru/>
129. Интернет-ресурс: Fitunion. - URL: <https://fitunion.pro/clubs/tyumen/personalnye-trenirovki/>
130. Интернет-ресурс: Mobifitness. - URL: <https://mobifitness.ru/>

## ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение №1

### Оценка предложенного фитнес-функционала web-портала тренерами фитнес-клубов.



ФГАУ ВО «Тюменский государственный университет»  
Институт Физической культуры  
г. Тюмень, ул. Пржевальского, 37/1

Социологическое исследование среди тренерского состава федеральной сети фитнес - клубов BrightFit г.Тюмень:

**Какой функционал в цифровом электронном формате, по Вашему мнению, Вам был бы полезен при работе с клиентами (оцените каждый пункт по шкале от 0 до 100).**

1. Онлайн - запись Ваших клиентов на тренировки с синхронизацией данных с CRM клуба с sms или push уведомлением клиента накануне тренировки .....
2. Дневник тренировок для ведения клиента со сквозной возможностью просмотра и режима редактирования (как со стороны тренера, так и со стороны клиента).....
3. Составление меню для клиента по коэффициентам макронутриентов на кг. веса.....
4. Возможность внесения своего спортивного профессионального резюме в единую Базу Данных для дополнительного привлечения клиентов.....
5. Возможность отслеживания результатов клиента путем внесения данных антропометрии и данных биоимпеданса.....
6. Возможность синхронизации статистических данных о проведенных пт, сплитов и впт с google – таблицами.....
7. Возможность автоматического расчета з/д на основе автоматического сбора статистики....
8. Свой вариант \_\_\_\_\_

Фамилия респондента: ..... / должность: ..... Дата: .....

**Оценка предложенного фитнес-функционала web-портала клиентами фитнес-клубов.**



ФГАУ ВО «Тюменский государственный университет»  
Институт Физической культуры  
г. Тюмень, ул. Прижевальского, 37/1

Социологическое исследование среди клиентов фитнес - клубов г. Тюмень:

**Какой функционал в цифровом электронном формате, по Вашему мнению, Вам был бы полезен при занятиях спортом в фитнес – клубе (оцените каждый пункт по шкале от 0 до 100).**

1. Онлайн - запись Ваших персональных тренировок с смс или push уведомлением Вас накануне тренировки .....
2. Дневник для ведения тренировочного процесса со сквозной возможностью просмотра и режима редактирования (то есть, как со стороны тренера, так и со стороны клиента).....
3. Составление меню тренером проф. способом (по коэффициентам нутриентов на кг. веса)....
4. Возможность онлайн - выбора тренера из единой Базы Данных своего клуба на основе полного спортивного резюме тренера и его спортивных образований.....
5. Возможность отслеживания своих результатов путем внесения данных антропометрии и данных биоимпеданса.....
6. Возможность онлайн - консультаций с врачами (эндокринологом, гастроэнтерологом, гинекологом) .....
7. Рецепты ППШ выпечки.....
8. Справочник - инструкция по спортивному питанию возможностью его заказа.....
9. Свой вариант \_\_\_\_\_