

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ РАЗВИТИЯ УСЛУГ ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ С УЧЕТОМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ФИТНЕС-ЦЕНТРОВ

Ольга Викторовна АСТАФЬЕВА^{а*}, Елена Юрьевна ПУКАРЕВА^б,
Светлана Юрьевна ПУКАРЕВА^с

^а кандидат экономических наук, доцент департамента менеджмента,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Москва, Российская Федерация
astafeva86@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0001-6445-4456>
SPIN-код: 3600-2945

^б студентка бакалаврской программы «финансовый менеджмент»,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Москва, Российская Федерация
elena.pukareva@rumbler.ru
<https://orcid.org/0000-0002-9280-8060>
SPIN-код: 2119-8893

^с студентка бакалаврской программы «финансовый менеджмент»,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Москва, Российская Федерация
pukareva.sveta@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0001-9625-7406>
SPIN-код: 3920-2234

* Ответственный автор

История статьи:

Получена 16.05.2018
Получена в доработанном
виде 16.07.2018
Одобрена 13.08.2018
Доступна онлайн 29.10.2018

УДК 338.1
JEL: P46

Ключевые слова: здоровое питание, рынок фитнес-услуг, потребительские предпочтения, фитнес-центры, кафе при фитнес-центрах

Аннотация

Предмет. Глобальная тенденция перехода на здоровый образ жизни усиливает влияние на поведение потребителей. Здоровый образ жизни становится не просто потребительским трендом, но и атрибутом статуса человека. В условиях активного образа жизни и нехватки времени современным людям особенно важно следить за питанием и иметь возможность формировать индивидуальное меню с учетом особенностей организма и личных предпочтений. Поэтому актуальность услуг здорового питания сейчас как никогда высока и в ближайшее время будет продолжать расти.

Цели. Анализ возможностей и оценка перспектив реализации проекта по организации здорового питания при фитнес-центрах.

Методология. Использованы результаты социологического опроса, проведенного авторами, методы обобщения, сравнительного анализа, индукции, декомпозиции.

Результаты. Выявлено, что наиболее перспективными для открытия кафе здорового питания при фитнес-клубе являются средний ценовой сегмент, а также региональный рынок фитнес-центров.

Выводы. Несмотря на то что в России рынок фитнес-услуг не так развит, как в некоторых других странах, спрос на эти услуги продолжает расти, следовательно, у сектора большой потенциал роста. Развитие сети кафе здорового питания при фитнес-центрах позволит решить проблему правильного питания для людей, стремящихся к здоровому образу жизни.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2018

Для цитирования: Астафьева О.В., Пукарева Е.Ю., Пукарева С.Ю. Исследование возможностей развития услуг здорового питания с учетом потребительских предпочтений посетителей фитнес-центров // *Экономический анализ: теория и практика*. – 2018. – Т. 17, № 10. – С. 1036 – 1950.
<https://doi.org/10.24891/ea.17.10.1936>

Введение

В современных условиях здоровый образ жизни становится не просто потребительским трендом, но и атрибутом статуса. Так, согласно данным опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), проведенного в 2017 г., число тех россиян, кто занимается спортом и ведет активный образ жизни, составило 76%, что на 16% превысило показатель 2015 г.¹

Неотъемлемой составляющей здорового образа жизни является правильное питание, способствующее поддержанию здоровья и отличной физической формы, что особенно важно для современного человека. Неправильное питание в свою очередь приводит к нарушению работы определенных функций органов человека, а иногда и к нарушению работы организма в целом. Растущий ритм жизни современного человека, быстрые перекусы и употребление фаст-фуда негативно отражаются на здоровье общества. Поэтому актуальность исследования рынка здорового питания и потребительских предпочтений людей, занимающихся спортом, является достаточно высокой. Исследованию рынка здорового питания посвятили свои работы В.Е. Корытова, С.А. Гарбуз, А.Г. Будрин [1], Л.В. Кузнецова [2], Е.В. Мишон, Г.Ю. Злобина [3], А.В. Радионова [4]. Анализ российского рынка фитнес-услуг проводился такими учеными, как М.В. Ефремова, О.В. Чкалова, Т.К. Бошман [5], М.Н. Золотов [6], Е.С. Кабановская [7] и др.²

Целью нашего исследования является анализ развития рынка здорового питания для выявления возможностей реализации проекта по созданию кафе здорового питания при фитнес-центрах. В рамках обозначенной цели были поставлены следующие задачи:

- провести анализ мирового и отечественного рынков здорового питания, выявить основные сегменты рынка;

¹ Число россиян, занимающихся спортом, достигло максимума. URL: <https://life.ru/t/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/154199>

² Матасова И. Обзор российского рынка фитнес-услуг // Les Nouvelles Esthetiques. 2009. № 5. С. 21–25; Салахова Э.К., Агеева Г.Ф. Анализ конкурентоспособности сети фитнес-клубов «АРЕНА ГYM». URL: <http://www.scienceforum.ru/2014/pdf/3143.pdf>

- исследовать основные тенденции развития рынка фитнес-услуг, его ключевых игроков;
- определить потребительские предпочтения и выявить основные типы потребителей рынка фитнес-услуг;
- определить предпринимательские возможности для реализации проекта создания кафе при фитнес-центрах.

Анализ рынка здорового питания

Мировой рынок продуктов здорового питания продолжает увеличиваться. Крупнейшим рынком здорового питания обладают США, лидерами также являются Китай, Япония, Бразилия и Великобритания. Растущая осведомленность потребителей о пользе правильного питания и положительном влиянии натуральных продуктов и напитков на здоровье человека ведет к увеличению темпов роста на рынке здорового питания.

Лидером на глобальном рынке здорового питания станут продукты категории Freefrom, не содержащие определенных компонентов (например, без глютена, без лактозы, без молока и др.). По прогнозам экспертов, в целом рост сегмента здорового питания будет опережать развитие рынка традиционных продуктов.

Продукты категории Freefrom, или диетические продукты, которые раньше употреблялись лишь узким кругом потребителей, страдающих непереносимостью каких-либо компонентов, в настоящее время увеличивают свою популярность. Их употребление активно пропагандируется, что, безусловно, стало одним из факторов роста продаж этой категории (7% за 2017 г.).

В 2015 г. было выяснено, что во всех странах мира люди стремятся употреблять как можно больше натуральных продуктов. Исследование показало, что такое качество, как натуральность, в наибольшей степени привлекает потребителей, что и вызывает спрос на такой сегмент, как натуральные продукты (Naturally healthy). В 2016 г. этот сегмент оценивался в 249 млрд долл. При этом эксперты прогнозируют стремительный рост

данной категории в ближайшие годы. А к 2021 г. ожидается абсолютный рост в 42 млрд долл. Тенденцию к здоровому питанию активно поддерживает государство, ужесточая требования к производителям продуктов.

Стремление потребителя питаться правильно – тенденция, проявляющаяся во всех странах мира. В развивающихся странах в 2016 г. больше всего вырос спрос на органические и натуральные здоровые продукты. Категория продуктов Freefrom активно растет в развитых странах, на развивающихся рынках ее рост не так заметен. В развивающихся странах меньше всего выросла категория продуктов «лучшее для вас» (Better for you), на развитых рынках она сократилась на 2,5%, что свидетельствует о такой тенденции, как изменение рынка здорового питания в направлении от искусственно обогащенных продуктов и напитков в сторону более натуральных функциональных предложений.

Тяжелыми для развития индустрии здорового питания были 2015–2016 гг., а экономический рост был крайне низким. Несмотря на это, мировое производство здорового питания продолжало расти. Развивающиеся рынки Аргентины и Китая, а также ключевые рынки развитых стран, таких как США, продолжали расти. В 2016 г. индустрия рынка здорового питания оценивалась в 707 млрд долл. По прогнозу экспертов, к 2021 г. данный рынок вырастет еще на 15%. Развивающиеся страны станут основными участниками рынка, ожидается, что Марокко и Турция возглавят список³.

Российский рынок здорового питания занимает лишь малую долю мирового, но несмотря на это имеет тенденции к росту. Основным барьером развития рынка здорового питания в России являются завышенные на данную продукцию цены. Причина тому – использование натуральных ингредиентов, обогащение продукции витаминами и микроэлементами, а также более сложный процесс производства, перевозки, хранения и реализации продуктов здорового питания. Так, если в США и

странах Европы органические продукты дороже обычных на 20–60%, то в России разница между стоимостью таких продуктов варьируется от 150 до 600%⁴.

Опрос ВЦИОМ показал, что 53% россиян соблюдают тот или иной режим питания. Стоит отметить, что с каждым годом данный показатель увеличивается (в 2014 г. – 49%, в 2015 г. – 51%). Кроме того, 30% опрошенных россиян стараются придерживаться здорового питания, а доля тех, кто чувствует себя совершенно здоровыми, не придерживаясь определенного рациона, сократилась до рекордного показателя – 18%⁵.

Исходя из прогнозов экспертов, занимающихся исследованиями в области здорового питания, через 10–20 лет продукты сбалансированного и диетического питания будут составлять одну треть нашего рациона⁶.

Объем российского рынка здорового питания в 2015 г. составил около 413 млн долл. Рынок продуктов здорового питания делится на сегменты, которые имеют приблизительно равные доли (рис. 1). Однако наибольший объем продаж приходится на органические продукты (43%, а общая сумма составляет 178 млн долл.). К этой категории относятся экологически чистые продукты, которые выращены только на натуральных удобрениях, без добавления искусственных или вредных для здоровья человека ингредиентов (овощи, фрукты, мясо и рыба, молочные продукты, крупы, соки и другие изделия). Объем продаж функциональных продуктов (к этому сегменту относят продукты, обогащенные витаминами и полезными добавками, помогающие улучшить здоровье человека, например, кисломолочные продукты, хлебобулочные изделия, напитки и другие продукты питания) составил 31%, общая стоимость которых

⁴ Аналитики ГК Step by Step представляют новое готовое исследование «Российский рынок здорового питания 2016. Тенденции рынка (выпуск 4)». URL: <http://www.step-by-step.ru/news/company/14271/>

⁵ ВЦИОМ выяснил, сколько россиян следят за своим питанием. URL: <http://doctorpiter.ru/articles/16955/>

⁶ Аналитики ГК Step by Step представляют новое готовое исследование «Российский рынок здорового питания 2016. Тенденции рынка (выпуск 4)». URL: <http://www.step-by-step.ru/news/company/14271/>

³ Бизнес пищевых ингредиентов online. URL: <http://bfi-online.ru/index.html?kk=c6d34d261e&msg=5883>

128 млн долл. Наименьший объем продаж приходится на диетические продукты (26%, а цена их в общей сумме составляет 106 млн долл.). Диетические и диабетические продукты – это продукты питания, которые разработаны для людей, имеющих необходимость придерживаться определенной диеты, назначенной врачами или основанной на собственных расчетах (безуглеводные продукты, продукты с низким содержанием сахара, обезжиренные продукты, безглютеновые продукты и др.)⁷.

Российский рынок здорового питания делится на три ценовых сегмента: низкий, средний и высокий. В низком ценовом сегменте стоимость килограмма продуктов не превышает 1 000 руб., в среднем ценовом сегменте цена за килограмм варьируется от 1 000 до 2 000 руб., в высоком ценовом сегменте стоимость килограмма продуктов превышает 2 000 руб. Среди наиболее преуспевающих компаний, предлагающих продукты в высоком ценовом сегменте, следует выделить: Feet & Sweet (ООО «Фитэндсвит», Москва), Excess Free (ООО «Эксесс Фри Фабрик», Москва), а также продукцию ряда частных фермеров. К маркам, предлагающим продукты в низком ценовом сегменте, относятся «Диетика» (ООО «Диетика», Санкт-Петербург), «Макмастер» (ООО «Макарон Сервис», Москва). В среднем ценовом сегменте наиболее известная компания «Ди энд Ди» (ООО «Корпорация Ди энд Ди», Санкт-Петербург). Наиболее крупными производителями продуктов здорового питания в России являются:

- группа компаний «Арком» – производство диетической и диабетической продукции;
- ООО «Петродиа» – производство диетической и диабетической продукции;
- ЗАО «Диадар» – производство диетической и диабетической продукции;
- Агропромышленный холдинг «ЭкоНива-АПК» – производство органических продуктов питания;

⁷ Куплю на рынке я картошку ви-ай-пи. Обзор российского рынка здорового питания.
URL: <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=2398>

- ООО «Торговый дом «Киприно» – производство органических молочных продуктов.

Спрос на продукцию данных компаний на рынке здорового питания в течение нескольких лет не уменьшается, что позволяет им долго не терять своих позиций.

Факторами, определяющими спрос на продукты здорового питания, являются:

- стремление современных людей заниматься спортом и вести здоровый образ жизни;
- быстрый жизненный темп и нехватка времени на приготовление и полноценный прием пищи;
- рост популярности услуг диетологов и профессиональных фитнес-тренеров по похудению и контролю веса;
- рост заболеваемости населения.

В зависимости от причин, из-за которых люди начинают употреблять здоровое питание, можно выделить три типа потребителей (*табл. 1*).

Исследование рынка фитнес-услуг

Люди, стремящиеся к здоровому образу жизни, стараются не только правильно питаться, но и поддерживать себя в форме, для этого многие пользуются фитнес-услугами. Фитнес – это направление спортивных услуг, которое активно начало развиваться в России в конце 1990-х – начале 2000-х гг. Процент занимающихся физической культурой и спортом в России довольно невысок – чуть больше 15%. В экономически развитых странах он примерно 40–50%. При этом в 2016 г. в Российской Федерации насчитывалось 290 947 спортивных сооружений, из них 3,7 тыс. фитнес-клубов.

Фитнес занимает часть рынка спортивно-оздоровительных услуг. Объем российского рынка фитнес-индустрии составляет не более 1% от общемирового. Согласно опросу экспертов РБК, в настоящее время фитнесом занимаются 12,5% жителей Москвы и Московской области. В то же время

вовлеченность жителей других мировых столиц (в первую очередь развитых стран) достигает 20–25%. Это говорит о том, что рынок фитнес-услуг в России обладает значительными перспективами развития, а его объем может быть увеличен не менее чем в два раза⁸.

На сферу фитнес-услуг оказали влияние такие факторы, как финансовый кризис и падение реальных доходов населения. По данным РБК, падение доходов россиян наблюдается четвертый год подряд: в 2014 г. реальные доходы россиян сократились на 0,7%, в 2015 г. – на 3,2%, в 2016 г. – на 5,8%, в 2017 г. – на 1,7%⁹. Но несмотря на негативные факторы, с каждым годом рынок фитнес-услуг в России продолжает расти. За 2016 г., по оценке аналитиков РБК, рынок достиг 109,9 млрд руб., а темп роста составил 8,3%, в 2017 г. этот показатель вырос до 11%, а сам рынок фитнес-услуг уже составил 122 млрд руб. (рис. 2).

Несмотря на падение доходов населения, сейчас отказаться от услуг фитнес-клубов готовы только 4,8% респондентов (рис. 3). Но значительная часть опрошенных готова перейти в фитнес-клуб эконом-класса (21,3%). Это говорит о том, что люди хотят посещать фитнес-центры независимо от размеров своих доходов, а значит, спрос на фитнес-услуги довольно стабилен.

Существует несколько факторов, способствующих дальнейшему росту рынка. К ним можно отнести такие, как слабая степень проникновения фитнес-услуг на отечественный рынок (по статистике, всего 3% населения России занимаются фитнесом, при этом в развитых странах этот показатель достигает 15%), а также довольно низкий уровень развития фитнес-услуг в регионах¹⁰.

⁸ Обзор рынка фитнес-услуг.

URL: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/obzor-rynka-fitness-uslug/>

⁹ Реальные доходы россиян показали снижение четвертый год подряд. URL: <https://www.rbc.ru/economics/25/01/2018/5a69dc3b9a7947621f973468>

¹⁰ Обзор рынка фитнес-услуг.

URL: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/obzor-rynka-fitness-uslug/>

Характерной особенностью Московского региона является значительная степень консолидации рынка. Таким образом, большая его часть поделена между несколькими крупными игроками, при которых уже существуют фитнес-кафе. Однако в регионах ситуация совсем другая – рынок диверсифицирован, присутствует большое количество небольших игроков, в том числе региональных, при которых еще нет кафе здорового питания [8]. С дальнейшим развитием фитнес-услуг в России в регионах скорее всего произойдет разделение рынка между крупными игроками, как это уже произошло в Москве. Для московского рынка характерно сильное насыщение центра города данным видом услуг и снижение плотности сосредоточения фитнес-центров по мере удаленности от центра.

В столичном регионе фитнес-клубы в зависимости от ценового сегмента подразделяются на премиум, бизнес, комфорт, эконом и лоу-кост (табл. 2).

В настоящее время доля совокупной выручки фитнес-центров эконом-класса составляет 34% и является наибольшей, а наименьшая доля принадлежит фитнес-клубам премиум-класса¹¹ (рис. 4).

Крупнейшим игроком по количеству фитнес-клубов на территории Российской Федерации в 2017 г. стала «Русская фитнес-группа» (фитнес-клубы World Class, «Физкульт»), на втором месте – Федеральный холдинг «Алекс Фитнес» (ALEX FITNESS, OLYMP, ALEX GYM), на третьем – компания «Икс-Фит» (X-fit). Также в пятерку лидеров рынка вошли две локальные сети: московская «Зебра» и Fitness House, работающие и на рынке Санкт-Петербурга.

Как показывают исследования, при каждом из фитнес-клубов этих сетей уже существует кафе (фитнес-бар), которое либо является частью фитнес-центра, либо представлено организацией, сотрудничающей с ним. Такие кафе, которые уже имеют большую популярность, составляют конкуренцию

¹¹ Матасова И. Обзор российского рынка фитнес-услуг // Les Nouvelles Esthetiques. 2009. № 5. С. 21–25.

новым игрокам, только выходящим на рынок¹² (табл. 3).

Предпочтения потребителей, стремящихся поддерживать здоровый образ жизни

Фитнес влияет на образ, который человек стремится создать. В современном мире все большее значение имеет тенденция здорового образа жизни, люди хотят хорошо выглядеть и поддерживать себя в форме. Таким образом, все больше людей ходят в различные фитнес-клубы, следят за своим здоровьем и правильно питаются. В связи с этим в последнее время огромную популярность начинают набирать кафе здорового питания при фитнес-центрах. Ведь большинство клиентов фитнес-клуба становятся посетителями кафе при нем. Такие заведения существуют как при ключевых игроках фитнес-индустрии, так и при небольших фитнес-клубах. В основном данный вид услуг развит в городах с большой численностью населения, таких как Москва (рынок фитнес-услуг развит больше всего) и Санкт-Петербург. Он также развивается и в других городах с достаточно большим количеством населения, несмотря на то что фитнес-центров там меньше.

Расширение бизнеса фитнес-баров в большей степени происходит за счет увеличения количества фитнес-клубов среднего ценового сегмента, бурный рост в котором произошел в 2009–2010 гг. Именно поэтому развитие фитнес-кафе наиболее перспективно в этом сегменте. Тем более в настоящее время в среднем ценовом сегменте существует много сетей фитнес-центров, при которых еще нет баров или кафе здорового питания, следовательно, конкуренция не так велика и есть потенциал для роста. Именно такие фитнес-центры являются перспективными для создания в них подобных заведений.

Сфера фитнес-услуг всегда очень сильно зависит от потребительского поведения. Основными потребителями фитнес-услуг являются люди в возрасте от 14 до 40 лет со средним достатком, проживающие недалеко от

фитнес-центра и стремящиеся к здоровому образу жизни.

Среди них можно выделить такие группы:

- люди, занимающиеся спортом профессионально;
- люди, имеющие проблемы с лишним весом;
- люди, желающие поддерживать себя в форме.

Исследования, проведенные компанией Symbol-Marketing, показывают, что самой активной группой посетителей являются женщины до 30 лет. Это объясняется тем, что женщины сильнее, чем мужчины, склонны следовать модным тенденциям и больше заботятся о своем внешнем виде. Так как рассматриваемые кафе находятся на территории фитнес-клубов, критерии их основных потребителей совпадают с критериями потребителей фитнес-услуг.

В настоящее время существует достаточное количество фитнес-центров, на территории которых нет кафе здорового питания. По данным проведенного нами опроса, 35,7% респондентов отметили, что на территории посещаемого фитнес-клуба не было кафе. При этом 91,4% опрошенных хотели бы, чтобы на территории их фитнес-центра было кафе здорового питания с возможностью создания индивидуального меню. Большая часть опрошенных предпочла средний ценовой сегмент (46%), наименьшая доля – люди, выбравшие премиум-класс (18,6%). Эти данные в очередной раз доказывают, что наиболее перспективным вариантом будет открытие кафе при фитнес-клубе среднего класса. Также стоит отметить, что более 90% опрошенных респондентов считают правильное питание важным фактором, оказывающим влияние на здоровье. Из них 85,7% отметили, что им часто не хватает времени питаться правильно. Среди предложенных критериев, необходимых для кафе здорового питания, наиболее важным люди считают возможность создания индивидуального меню для каждого посетителя (38,6%). К немаловажным

¹²Привычная бизнес-модель фитнес-клубов дала сбой.
URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/10162/>

факторам респонденты отнесли также вкус блюд и указание жиров, белков и углеводов. Наименее значимым фактором оказалась стоимость блюд (рис. 5). А значит, можно сделать вывод, что потребители готовы тратить деньги на здоровое питание независимо от его цены.

Описание бизнес-идеи по созданию кафе при фитнес-центрах

Создание кафе здорового питания на территории фитнес-центра позволит решить проблему, которая все более остро встает перед людьми, стремящимися к здоровому образу жизни. Проблема заключается в том, что люди хотят питаться правильно, но не имеют времени, чтобы приготовить себе здоровую пищу. Кроме того, многие не знают, какое именно питание поможет им поддерживать себя в форме и будет благоприятно влиять на их здоровье. Открытие фитнес-кафе позволит решить эту проблему, так как в таком заведении предполагается индивидуальный подход к каждому клиенту, то есть возможность создания меню с учетом особенностей конкретного посетителя. Люди смогут экономить свое время, так как им не придется тратить его на приготовление желаемых блюд, помимо прочих услуг предусматривается возможность доставки еды на дом.

Для выявления возможностей реализации этой бизнес-идеи были проанализированы экономические, социальные, политические и другие тренды, которые могут повлиять на ее осуществление (стать барьером или наоборот, способствовать ее развитию):

- рост популярности фитнес-услуг, ежегодные темпы прироста аудитории в России, опережающие общемировые показатели;
- пропаганда здорового образа жизни государством, активная поддержка развития спорта, способствующая развитию рынка фитнес-услуг;
- посещение фитнес-центров как показатель социального статуса. Большая часть таких людей посещают фитнес-клубы премиум-

класса и не станут отказываться от этого даже с падением уровня своих доходов.

Для определения факторов, положительно и отрицательно влияющих на развитие этой бизнес-идеи, был проведен SWOT-анализ (рис. 6).

Как показывают результаты SWOT-анализа, бизнес-идея по открытию фитнес-кафе довольно перспективна. В связи с активным расширением рынка фитнес-услуг и увеличением количества фитнес-клубов на территории России основной целевой аудиторией фитнес-центра становятся люди, живущие недалеко от него. При этом важно выбрать такое географическое расположение, чтобы рядом с фитнес-клубом не находилось других кафе, которые могли бы привлечь часть его аудитории. Тогда у фитнес-кафе всегда будет часть своих постоянных посетителей.

Исходя из того, что средний чек в кафе будет равен 1 120 руб., постоянные затраты, не зависящие от объема производства (заработная плата, арендная плата, реклама), составят 806 270 руб., а затраты на единицу продукции – 476 руб., можно сделать вывод, что срок окупаемости проекта будет равен 22 месяцам (табл. 4).

Подводя итог, можно сделать вывод, что в мире усиливаются тенденции к здоровому образу жизни. Люди хотят быть здоровыми, питаться правильно и поддерживать себя в форме. В то же время быстрый ритм жизни делает это затруднительным. Именно поэтому создание кафе здорового питания является отличным решением данной проблемы, так как основывается на удовлетворении главных потребностей современных потребителей. Кроме того, создание кафе при фитнес-центрах является привлекательной идеей для владельцев фитнес-клубов в связи с тем, что кафе станет дополнительной возможностью расширения предлагаемых услуг и привлечения клиентов, а значит, позволит увеличить прибыль. Реализовывать эту идею лучше всего в Московской области и сотрудничать с фитнес-центрами среднего ценового сегмента.

Таблица 1
Предпочтения потребителей в зависимости от типа

Table 1
Preferences of consumers depending on consumer type

Тип потребителей	Предпочтения
Потребители, которые по состоянию здоровья (ввиду заболеваний или непереносимости какого-либо ингредиента) вынуждены употреблять здоровое питание, придерживаться особой диеты	Диетические и диабетические продукты питания, не содержащие противопоказанного потребителю ингредиента (безглютеновые, не содержащие сахара и т.д.)
Потребители, следующие современным тенденциям и ведущие активный образ жизни, стремящиеся питаться правильно и поддерживать себя в форме	Органические и натуральные продукты питания, не содержащие вредных ингредиентов и каких-либо добавок
Потребители-спортсмены (во время соревнований, когда особенно важно поддерживать себя в форме)	Функциональные продукты питания (искусственно обогащенные витаминами и полезными добавками)

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 2
Ценовые сегменты на рынке фитнес-услуг

Table 2
Price segments at the fitness services market

Ценовой сегмент	Стоимость годового абонемента, руб.
Премиум/люкс	Более 80 000
Бизнес	50 000–80 000
Комфорт	30 000–50 000
Эконом	15 000–30 000
Лоу-кост	Менее 15 000

Источник: Обзор рынка фитнес-услуг. URL: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/obzor-rynka-fitness-uslug/>

Source: *Obzor rynka fitness-uslug* [Fitness services market review].

URL: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/obzor-rynka-fitness-uslug/> (In Russ.)

Таблица 3
Ценовые сегменты фитнес-центров и кафе при них

Table 3
Fitness centers: Price segments and opened food spots at fitness facilities

Ценовой сегмент	Крупнейшие игроки	Количество фитнес-клубов	Фитнес-кафе (фитнес-бар)
Бизнес-класс	«Алекс Фитнес» (ALEX FITNESS, OLYMP, ALEX GYM)	Более 70	Кафе Alex fitness
Премиум-класс	WorldClass	82	Фитнес-бар X & Co Green Line
	Физкульт	13	Фитнес-бар X & Co Green Line
Комфорт	X-fit	Более 60	Фитнес-кафе FRESH FIT
	Fitness House	38	Фитнес-кафе
Эконом-класс	Зебра	33	Фитнес-бар

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 4**Финансовые показатели проекта по созданию кафе при фитнес-центрах, руб.****Table 4****Financial indicators of projects for opening a food spot at a fitness facility, RUB**

Средний чек	Постоянные затраты	Переменные затраты	Общие затраты	Доход	Маржинальный доход	Чистая прибыль
840	806 270	399 840	1 206 110	940 800	540 960	-265 310
860	806 270	409 360	1 215 630	963 200	553 840	-252 430
880	806 270	418 880	1 225 150	985 600	566 720	-239 550
900	806 270	428 400	1 234 670	1 008 000	579 600	-226 670
920	806 270	437 920	1 244 190	1 030 400	592 480	-213 790
940	806 270	447 440	1 253 710	1 052 800	605 360	-200 910
960	806 270	456 960	1 263 230	1 075 200	618 240	-188 030
980	806 270	466 480	1 272 750	1 097 600	631 120	-175 150
1 000	806 270	476 000	1 282 270	1 120 000	644 000	-162 270
1 020	806 270	485 520	1 291 790	1 142 400	656 880	-149 390
1 040	806 270	495 040	1 301 310	1 164 800	669 760	-136 510
1 060	806 270	504 560	1 310 830	1 187 200	682 640	-123 630
1 080	806 270	514 080	1 320 350	1 209 600	695 520	-110 750
1 100	806 270	523 600	1 329 870	1 232 000	708 400	-97 870
1 120	806 270	533 120	1 339 390	1 254 400	721 280	-84 990
1 140	806 270	542 640	1 348 910	1 276 800	734 160	-72 110
1 160	806 270	552 160	1 358 430	1 299 200	747 040	-59 230
1 180	806 270	561 680	1 367 950	1 321 600	759 920	-46 350
1 200	806 270	571 200	1 377 470	1 344 000	772 800	-33 470
1 220	806 270	580 720	1 386 990	1 366 400	785 680	-20 590
1 240	806 270	590 240	1 396 510	1 388 800	798 560	-7 710
1 260	806 270	599 760	1 406 030	1 411 200	811 440	5 170
1 280	806 270	609 280	1 415 550	1 433 600	824 320	18 050
1 300	806 270	618 800	1 425 070	1 456 000	837 200	30 930

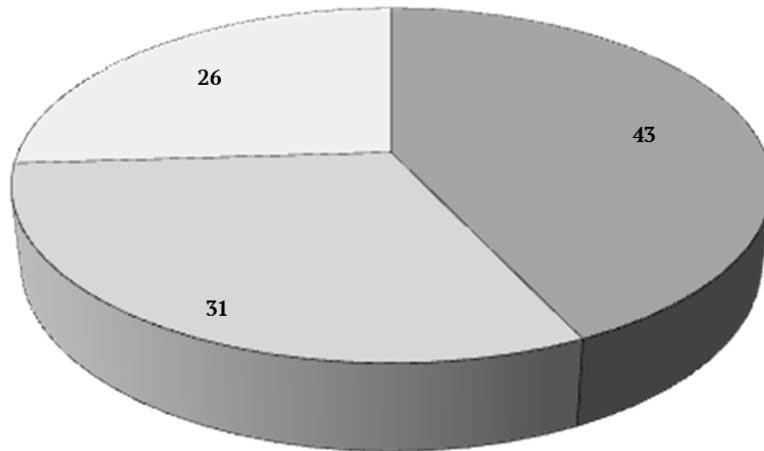
Источник: авторская разработка*Source:* Authoring

Рисунок 1

Структура российского рынка здорового питания в 2015 г., %

Figure 1

The structure of the Russian healthy food market in 2015, percentage



■ Органические продукты □ Функциональные продукты □ Диетические продукты

Источник: Обзор российского рынка здорового питания.
URL: <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=2398>

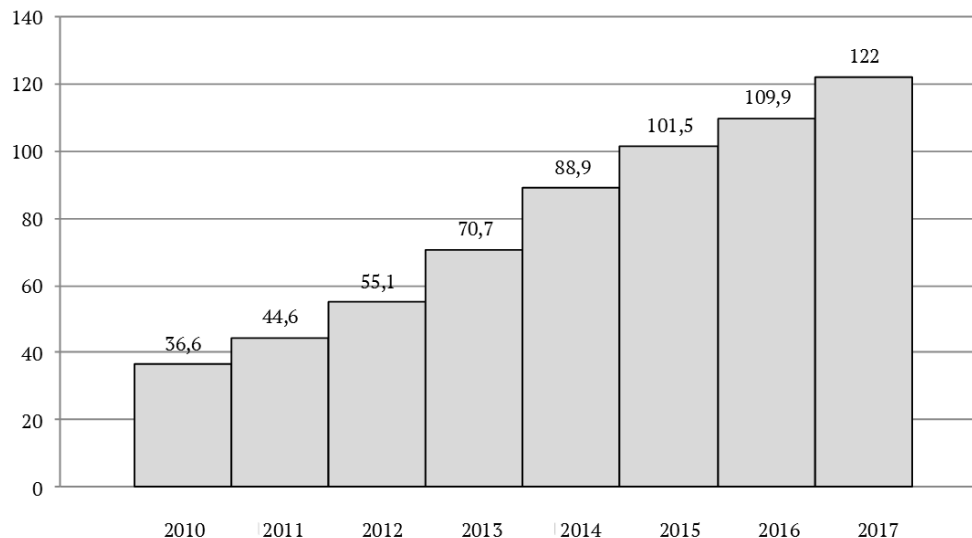
Source: *Obzor rynka fitnes-uslug* [Fitness services market review].
URL: <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=2398> (In Russ.)

Рисунок 2

Темпы роста фитнес-услуг в России в 2010–2017 гг., млрд руб.

Figure 2

Growth rates of fitness services in Russia in 2010–2017, billion RUB



Источник: РБК: российский рынок фитнес-услуг в 2017 году вырастет на 11%.
URL: <https://incussia.ru/news/rbc-survey-fitness-market/>

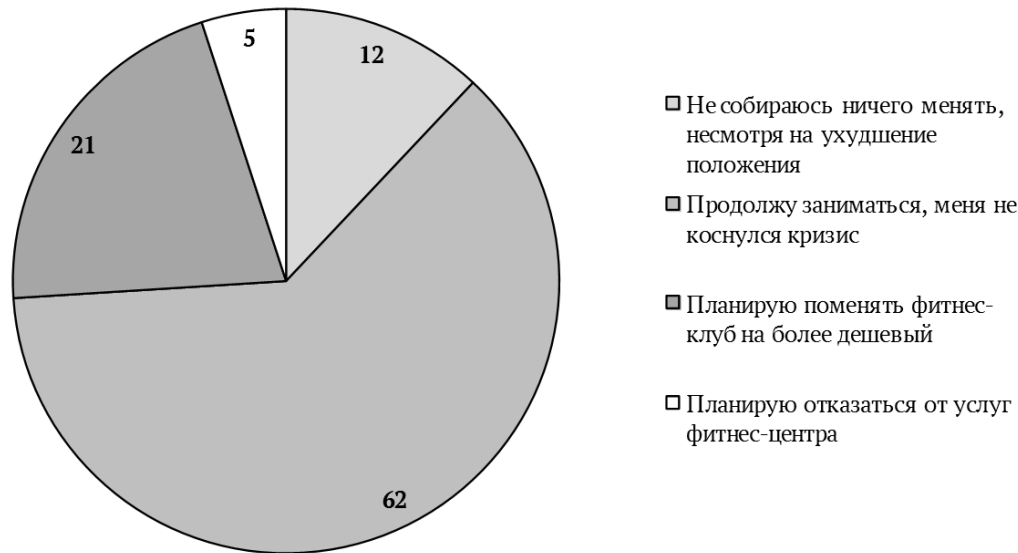
Source: *RBK: rossiiskii rynek fitnes-uslug v 2017 godu vyrastet na 11%* [RBC: The Russian fitness services market to grow by 11% in 2017]. URL: <https://incussia.ru/news/rbc-survey-fitness-market/> (In Russ.)

Рисунок 3

Результаты опроса о готовности потребителей отказаться от фитнес-центров, %

Figure 3

Results of the survey on the willingness of consumers to refuse fitness center services, percentage



Источник: Исследования рынка фитнес-услуг 2018. URK: <https://marketing.rbc.ru/landings/8/>

Source: *Issledovaniya rynka fitnes-uslug 2018* [Fitness services market study 2018].

URL: <https://marketing.rbc.ru/landings/8/> (In Russ.)

Рисунок 4

Ценовые сегменты на рынке фитнес-услуг, %

Figure 4

Price segments in the fitness service market, percentage



Источник: Обзор рынка фитнес-услуг. URL: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/obzor-rynka-fitnes-uslug/>

Source: *Obzor rynka fitnes-uslug* [Fitness services market review].

URL: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/obzor-rynka-fitnes-uslug/> (In Russ.)

Рисунок 5
Наиболее важные критерии для посетителей фитнес-кафе, %

Figure 5
The most important criteria for fitness cafe visitors, percentage



Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Рисунок 6
SWOT-анализ проекта по созданию кафе при фитнес-центрах

Figure 6
SWOT analysis of the project for café creation at fitness centers

Сильные стороны	Слабые стороны
Составление индивидуального меню с учетом особенностей каждого клиента. Услуга доставки еды на дом. Наглядное представление калорийности каждого блюда. Проведение различных мероприятий, связанных со здоровым образом жизни, для привлечения клиентов. Сотрудничество с фитнес-клубом, нацеленное на привлечение новых клиентов	Зависимость количества посетителей от сезона. Дороговизна, вызванная высокими ценами на продукты здорового питания. Зависимость целевой аудитории от количества посетителей фитнес-центра
Возможности	Угрозы
Увеличение потребительского спроса на здоровое питание. Относительная неразвитость региональных рынков по сравнению со столичным. Рост потребителей фитнес-услуг и как следствие – увеличение целевой аудитории фитнес-кафе. Пропаганда здорового образа жизни	Довольно большая конкуренция, в том числе из-за появления новых игроков на рынке услуг здорового питания. Рост цен на продукты здорового питания

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. *Корытова В.Е., Гарбуз С.А., Будрин А.Г.* Исследование потребителей на российском рынке здорового питания // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2017. № 8-9. URL: <http://online-science.ru/userfiles/file/aez5jnzuc3wfl1bgvdzpuqdpaxxesim8.pdf>
2. *Кузнецова Л.В.* Методология макромаркетинга: рефлексивный подход к управлению потребительским потенциалом рынка продуктов питания // *Экономический анализ: теория и практика*. 2012. № 2. С. 58–64. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/metodologiya-makromarketinga-refleksivnyu-podhod-k-upravleniyu-potrebitelskim-potentsialom-rynka-produktov-pitaniya>
3. *Мишон Е.В., Злобина Г.Ю.* Качество жизни: структурные составляющие и перспективные направления развития // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. 2010. № 7. С. 20–25. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/kachestvo-zhizni-strukturnye-sostavlyayuschie-i-perspektivnye-napravleniya-razvitiya>
4. *Радионова А.В.* Анализ состояния и перспектив развития российского рынка функциональных напитков // *Научный журнал НИУ ИТМО. Сер.: Процессы и аппараты пищевых производств*. 2014. № 1. URL: <http://processes.ihbt.ifmo.ru/file/article/8776.pdf>
5. *Ефремова М.В., Чкалова О.В., Бошман Т.К.* Анализ российского рынка фитнес-услуг // *Экономический анализ: теория и практика*. 2015. № 21. С. 25–37. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rossiyskogo-rynka-fitness-uslug>
6. *Золотов М.Н.* Формирование адекватной спросу населения сети физкультурно-спортивных сооружений на основе маркетинговых исследований // *Теория и практика физической культуры*. 2003. № 6. С. 58–61.
7. *Кабановская Е.С.* Особенности формирования и регулирования российского рынка фитнес-услуг // *Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов*. 2008. № 3. С. 18–21.
8. *Астафьева О.В.* Развитие кадрового потенциала в системе региональных ресурсных центров // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность*. 2016. № 9. С. 39–50. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/razvitie-kadrovogo-potentsiala-v-sisteme-regionalnyh-resursnyh-tsentrov>

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

ANALYZING THE DEVELOPMENT OF HEALTHY FOOD SERVICES BASED ON CONSUMER PREFERENCES OF FITNESS CENTER VISITORS

Ol'ga V. ASTAF'EVA^{a,*}, Elena Yu. PUKAREVA^b, Svetlana Yu. PUKAREVA^c

^a Financial University under Government of Russian Federation, Moscow, Russian Federation
astafeva86@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0001-6445-4456>

^b Financial University under Government of Russian Federation, Moscow, Russian Federation
elena.pukareva@rumbler.ru
<https://orcid.org/0000-0002-9280-8060>

^c Financial University under Government of Russian Federation, Moscow, Russian Federation
pukareva.sveta@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0001-9625-7406>

* Corresponding author

Article history:

Received 16 May 2018
Received in revised form
16 July 2018
Accepted 13 August 2018
Available online
29 October 2018

JEL classification: P46

Keywords: healthy food,
fitness services market,
consumer preferences, fitness
facility, fitness café

Abstract

Subject The article addresses the health food services, their importance at the present time.
Objectives The aim of the study is to review possibilities and assess prospects for implementing projects for healthy nutrition organization at fitness centers.
Methods We employ results of our sociological survey, methods of generalization, comparative analysis, induction, and decomposition.
Results The study reveals that the mid-range segment and regional market of fitness centers are the most important factors in opening the healthy food cafés at fitness centers.
Conclusions Despite the fact that the Russian market of fitness services is underdeveloped as compared to other countries, the demand for these services continues increasing. Therefore, the sector has a high potential for growth. The development of a healthy food café network at fitness centers will solve the dietary problem for people who want to live a healthy lifestyle.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2018

Please cite this article as: Astaf'eva O.V., Pukareva E.Yu., Pukareva S.Yu. Analyzing the Development of Healthy Food Services Based on Consumer Preferences of Fitness Center Visitors. *Economic Analysis: Theory and Practice*, 2018, vol. 17, iss. 10, pp. 1936–1950.
<https://doi.org/10.24891/ea.17.10.1936>

References

1. Korytova V.E., Garbuz S.A., Budrin A.G. [Research of consumers in the Russian market of healthy food]. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki = Humanities, Social-economic and Social Sciences*, 2017, no. 8-9.
URL: <http://online-science.ru/userfiles/file/aez5jnzuc3wfl1bgvdzpuqdpaxxesim8.pdf> (In Russ.)
2. Kuznetsova L.V. [Macro-management methodology: Reflexive approach to the management of consumer potential at the food market]. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika = Economic Analysis: Theory and Practice*, 2012, no. 2, pp. 58–64.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/metodologiya-makromarketinga-refleksivnyy-podhod-k-upravleniyu-potrebitelskim-potentsialom-rynka-produktov-pitaniya> (In Russ.)

3. Mishon E.V., Zlobina G.Yu. [Life quality: Structural components and perspective ways of development]. *Natsional'nye interesy: priority i bezopasnost' = National Interests: Priorities and Security*, 2010, no. 7, pp. 20–25.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/kachestvo-zhizni-strukturnye-sostavlyayuschie-i-perspektivnye-napravleniya-razvitiya> (In Russ.)
4. Radionova A.V. [Analysis of the functional drinks market in Russia and its extension courses]. *Nauchnyi zhurnal NIU ITMO. Ser.: Protsessy i apparaty pishchevykh proizvodstv = Scientific Journal NRU ITMO. Series Processes and Food Production Equipment*, 2014, no. 1.
URL: <http://processes.ihbt.ifmo.ru/file/article/8776.pdf> (In Russ.)
5. Efremova M.V., Chkalova O.V., Boshman T.K. [Analysis of the Russian market of fitness services]. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika = Economic Analysis: Theory and Practice*, 2015, no. 21, pp. 25–37. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rossiyskogo-rynka-fitness-uslug> (In Russ.)
6. Zolotov M.N. [Formation of a network of physical education and sports institutions adequate to demand of the population on the basis of market research]. *Teoriya i praktika fizicheskoi kul'tury = Theory and Practice of Physical Culture*, 2003, no. 6, pp. 58–61. (In Russ.)
7. Kabanovskaya E.S. [The specifics of the development and regulation of the Russian fitness services market]. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo universiteta ekonomiki i finansov = Bulletin of Saint-Petersburg State University of Economics*, 2008, no. 3, pp. 18–21. (In Russ.)
8. Astaf'eva O.V. [Development of human resource capacity in the system of regional resource centers]. *Natsional'nye interesy: priority i bezopasnost' = National Interests: Priorities and Security*, 2016, no. 9, pp. 39–50. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/razvitie-kadrovogo-potentsiala-v-sisteme-regionalnyh-resursnyh-tsentrov> (In Russ.)

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.