

## Діяльність фітнес-клубів у місті Харкові

Світлана Стадник

Харківська державна академія фізичної культури, Харків, Україна

**Мета:** проаналізувати діяльність фітнес-клубів у місті Харкові.

**Матеріал і методи:** аналіз літературних джерел; аналіз документів; опитування (анкетування); методи математичної статистики. Дослідження проводилось на базі 12 фітнес-клубів м. Харкова серед їх клієнтів.

**Результати:** у ході дослідження визначено основні відмінності і конкурентні переваги фітнес-клубів міста Харкова; виявлено вподобання клієнтів клубів щодо вибору самого фітнес-клубу, популярних фітнес-програм, додаткових послуг, а також найдієвіші джерела інформації про клуб та основні причини залишення фітнес-клубу.

**Висновки:** з'ясовано, що ринок фітнес-послуг у місті Харкові характеризується 297 фітнес-закладами та головними лідерами на місцевому ринку є мережеві фітнес-клуби. Визначено шляхи підвищення ефективності діяльності фітнес-клубів у місті Харкові.

**Ключові слова:** фітнес, послуги, клієнти, аналіз, ринок.

### Вступ

Сучасні вимоги суспільства до рівня розвитку фізичних якостей людини, її потреби в руховій активності та прагнення до здоров'я і благополуччя, зумовили широке поширення фітнесу у всьому світі. В Україні ж фітнес отримав свій розвиток за останні 15–20 років. Сьогодні у всіх містах нашої країни, у тому числі й у місті Харкові, існує різноманіття спеціальних оздоровчих фітнес-центрів та клубів, студій краси та здоров'я, які надають комплекс послуг, що включають в себе популярні фітнес-програми та технології. В їх основі лежать новітні наукові розробки і найсучасніші технології в галузі фізичної культури і спорту, що спрямовано на задоволення різноманітних фізкультурно-спортивних інтересів кожного клієнта клубу.

Аналіз сучасної літератури свідчить про те, що науковим дослідженням з фітнесу останнім часом стало надаватися багато значення. Вивчення історії, ідеології та методичних принципів фітнесу представлено в роботах Ю. В. Менхіна й А. В. Менхіна [10], Т. А. Кудри [9], Ю. І. Беляка [1] та інших учених. Роль фітнесу у системі оздоровчої фізичної культури розглянуто О. К. Корносенко [8]. Тенденції розвитку групових фітнес-програм визначено О. Благій, Н. Лисаковою [2].

У той же час проведений аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що діяльність фітнес-клубів представляє науковий інтерес. Зокрема, авторами [4; 7; 14; 15] розглянуто стан, передумови і перспективи розвитку фітнес-індустрії у світі та в Україні. Сегментацію ринку фізкультурно-оздоровчих послуг з метою визначення потенційних споживачів цих послуг здійснено у роботі Ю. Дутчака [6]. Проблеми керування організаційно-управлінською та маркетинговою діяльністю організацій фітнес-спрямованості розглядалися у роботах В. Вавілова [3], С. Демехи, В. Гайового [5]; Н. В. Середи, К. О. Мошкіна [11].

Проте до нині не приділялось належної уваги дослідженню проблем функціонування та тенденцій розвитку діяльності фітнес-клубів у м. Харкові, за винятком окремих робіт Н. Середи та С. Стадник [12; 13]. Актуальність даної роботи обумовлюється необхідністю дослідження можливих шляхів підвищення ефективності діяльності фітнес-клубів у місті Харкові з врахуванням вподобань, інтересів та побажань самих клієнтів.

**Зв'язок дослідження з науковими програмами, планами, темами.** Дослідження виконувалось у рамках ініціативної теми кафедри менеджменту ХДАФК на 2016–2018 рр. "Методологічні основи стратегічного розвитку сфери фізичної культури та спорту в регіоні" (номер державної реєстрації 0113U004615).

**Мета дослідження:** проаналізувати діяльність фітнес-клубів у місті Харкові.

**Завдання дослідження:** 1) охарактеризувати ринок фітнес-послуг у м. Харкові; 2) визначити шляхи підвищення ефективності діяльності фітнес-клубів.

### Матеріал і методи дослідження

У дослідженні використовувались наступні методи дослідження: аналіз літературних джерел; аналіз документів; опитування (анкетування); методи математичної статистики. Аналіз літературних джерел використовувався для інтерпретації отриманих даних при порівнянні різних точок зору з досліджуваною проблемою. У ході дослідження було проаналізовано 102 літературних джерела. Аналізу піддавалися також адміністративно-розпорядчі документи фітнес-клубів міста Харкова, що дозволило визначити особливості діяльності та конкурентні переваги кожного фітнес-клубу. Опитування клієнтів 12 фітнес-клубів м. Харкова проводилося за авторською анкетною за допомогою запитань, які характеризували респондентів стосовно віку, статі; досвіду занять фітнесом; вподобань щодо вибору фітнес-клубу та фітнес-напрямків, додаткових послуг; джерел інформації про клуб та причини залишення фітнес-клубу. Загальна кількість респондентів – 120 осіб, що забезпечило достатню близькість вибірки респондентів до генеральної сукупності. У дослідженні використовувалась програма Excel.

### Результати дослідження та їх обговорення

Сьогодні на ринку Харкова, як свідчать результати проведеного нами підрахунку, працює близько 297 фітнес-закладів. Для аналізу ринку фітнес-послуг, які пропонуються представниками фітнес-ринку міста Харкова нами використовувались такі критерії діяльності фітнес-закладів: розташування; маркетингові заходи; обладнання та інвентар, їх постачальники; персонал; послуги: осно-

вні та додаткові; комерційні умови – форма оплати послуг клієнтами; імідж клубу; унікальні торгові пропозиції.

По-перше, на підставі виділених критеріїв, з точки зору системи стратегічного менеджменту та маркетингової політики, фітнес-клуби міста умовно можна розділити на мережеві фітнес-клуби та на одиничні фітнес-клуби.

З'ясовано, що мережевих фітнес-клубів у місті Харкові більшість, основна їх кількість зосереджена у спальних районах міста з розвинутою інфраструктурою (Шевченківському, Московському, Київському, Слобідському і т. д.). У даній категорії нами розглядалися фітнес-клуби: "Малібу", "Феромон", "Сафарі", "PULSE GYM".

Мережа фітнес-клубів "Малібу" на ринку фітнес-послуг працює з 2003 року. До неї входить 28 закладів у 6-х містах України, у тому числі й у Харкові функціонує 14 клубів "Малібу". Мережа спортивних клубів "PULSE GYM" у місті Харкові представлена 9 закладами. Історія мережі фітнес-клубів "Сафарі" почалася у 2009 році з п'ятиповерхового комплексу у центрі Харкова, а зараз у місті вона представлена 9 закладами. Мережа "Феромон" у Харкові представлена 5 фітнес-клубами.

Особливістю діяльності мережевих фітнес-клубів є те, що мережа діє як одна організація, тобто має системну стратегію, економічні орієнтири, та, на відміну від одиничного фітнес-клубу, має максимальне охоплення ринку. Завдяки своїй широкій мережі можливі фінансові втрати одних фітнес-клубів компенсуються успішною роботою інших.

По-друге, з точки зору якості обладнання та інвентарю, унікальності торгових пропозицій щодо основних, додаткових послуг та іміджу клубу у місті Харкові окремо можна виділити такі фітнес-клуби, як "Tetra", "Aura", "EGOISTE". Це фітнес-заклади з широким асортиментом основних та додаткових послуг, орієнтовані на платоспроможних клієнтів, які цінують стильний дизайн, ексклюзивні технології та індивідуальний підхід до кожного клієнта.

"Фітнес-клуб "Tetra" – це один з найбільших фітнес-клубів в Східній Україні. На його території розмістилися чотири критих хард-корти і 6 відкритих тенісних кортів, сквош-центр, тренажерний зал, три басейни різних розмірів, дитячий фітнес-клуб. Фітнес-клуби "Aura" (2 заклади у місті) – це варіант для тих, хто хоче ходити і в тренажерний зал, і в басейн. Відмінність клубів полягає у тому, що послуги пропонують в комплексі: басейн і сауна, а також тренажерний зал та групові заняття. "EGOISTE" – це сучасний фітнес-клуб в самому центрі міста з чарівною панорамою історичного центру Харкова. "EGOISTE" відрізняється якісним і індивідуальним підходом до кожного клієнта.

До конкурентних переваг вищезазначених клубів відносяться: просторі тренажерні зали; комфортні кліматичні умови; сучасне професійне силове і кардіообладнання від передових світових виробників; великий вибір фітнес-програм, у тому числі і для дітей; широкий асортимент додаткових послуг; наявність клубної системи; кваліфікований персонал.

По-третє, з точки зору форми оплати послуг клієнтами, фітнес-клуби міста можна розділити на фітнес-клуби з клубною системою та клуби з абонементною системою.

Серед фітнес-клубів з чітко виділеною клубною системою ми розглядали клуби "Tetra", "Aura", "EGOISTE". Особливості відвідування даних фітнес-клубів: за клубною системою – необмежена кількість разів, представлені тільки карти на півроку або на рік. Вартість таких карт від

11000 грн до 33400 грн на рік.

Серед фітнес-клубів з абонементною системою є як мережеві, так і одиничні фітнес-клуби. Форма оплати в цих клубах – разове відвідування або абонемент на місяць, півроку, рік. Фітнес-клуби "Феромон", "PULSE GYM", "Олімп", "Територія Fitness", "Forma-T" пропонують різні види абонементів: ранковий, денний, вечірній, на 2 відвідування у тиждень, на 3 відвідування в тиждень, абонемент-безліміт, вихідного дня, шкільний, студентський тощо. Середня ціна за одне заняття в тренажерному залі досягає 70–80 грн, за вісім занять – 300–350 грн, 12 занять – 400–450 грн. Середня ціна одного групового заняття з фітнесу може досягати 70–80 грн, 8 занять – 350–400 грн., 12 занять – 450–500 грн. Вартість абонементу на півроку може коливатися від 1700 до 2500 грн, на рік від 2600 до 9000 грн. Слід відзначити унікальність фітнес-клубів мережі "Малібу", так як у них представлені як клубна, так і абонементна системи, а також функціонує школа тренерів.

По-четверте, з точки зору фітнес-програм, що пропонуються клієнтам, серед усіх фітнес-клубів необхідно окремо виділити клуби з басейном. За нашими власними підрахунками, частка фітнес-закладів з басейнами у місті Харкові становить 24% від загальної кількості клубів. У ході дослідження нами розглядалися фітнес-клуби "Tetra", "Aura", "Малібу", "Сафарі", "Феромон", де є басейни і у зв'язку з цим надаються додатково різні фітнес-програми: аквафітнес, аквастеп, заняття для майбутніх мам та малюків тощо. Завдяки наявності басейну такі фітнес-клуби завжди будуть визначатися високим ступенем відвідуваності. Адже басейн – це унікальна торговельна пропозиція та конкурентна перевага на ринку фітнес-послуг.

У ході дослідження нами були виявлені особливості послуг, що надаються, основні відмінності у самопозиціюванні і переваги 12 фітнес-клубів міста Харкова у конкурентній боротьбі. Ми узагальнили та представили отримані дані у табл. 1.

У ході вирішення другого завдання нашого дослідження нами було опитано клієнтів 12 фітнес-клубів у м. Харкові. У якості респондентів було залучено 65% жінок та 35% чоловіків. Таке співвідношення обґрунтовується більшою мотивацією у жінок до занять у фітнес-клубах, ніж у чоловіків. За віковим показником респонденти були поділені на групи на підставі основних фаз життєвого циклу людини: особи віком від 17 до 25 років – 20% респондентів; особи віком від 26 до 35 років – 65%; особи віком від 36 до 45 років – 15%. Досвід занять фітнесом у 40% клієнтів становить більше 3-х років, від 1 до 3 років – 45% респондентів та менше року займаються фітнесом 15% опитаних.

Як з'ясувалося, більшість опитаних клієнтів фітнес-клубів (85%) вважають, що використання зовнішньої реклами (флаєри, білборди, сіті лайфи) забезпечать інформування населення про послуги, що надає фітнес-клуб; 60% респондентів отримали інформацію про фітнес-клуб від родичів, друзів та знайомих; 45% – дізналися про той чи інший фітнес-заклад з Інтернет-ресурсів.

У ході дослідження було визначено, які характеристики впливають на вибір фітнес-клубу споживачами фізкультурно-оздоровчих послуг, а саме: зручне розташування клубу (95%); висококваліфіковані та професійні тренери (75%); доступна ціна на послуги та гнучка система знижок (60%); сучасне фітнес-обладнання та інвентар (55%); різноманітність групових програм (50%); індивідуальний підхід до кожного клієнта (45%); високий рівень сервісу (40%); сприятлива атмосфера у клубі (35%) та

Таблиця 1

Порівняльна характеристика фітнес-клубів м. Харкова

Показники	Фітнес-клуби		
	"Малібу", "Феромон", "Сафарі", "PULSE GYM"	"Tetra", "Aura", "EGOISTE"	"Територія Fitness", "Forma-T", "Афродита", "Олімп", "Саламандра"
Орієнтація на споживача (самопозиціонування на ринку фітнес-послуг)	орієнтація на масового споживача	ексклюзивна аудиторія (платоспроможний та вибагливий споживач)	орієнтація на молодь/"сімейну групу" споживачів
Розмір організації	середня/невелика/велика	велика	невелика
Цінова політика	доступна ціна, система абонементів /клубних карт	висока ціна, тільки клубна система	доступна ціна / абонементна система
Організаційна структура управління	багаторівнева завдяки розгалуженій мережі закладів, наявність системної стратегії	розгалужена завдяки великій кількості підрозділів та ланок управління	спрощена структура через відсутність деяких підрозділів (маркетингу, сервіс-менеджменту і т. п.)
Ресурсне забезпечення	кваліфікований персонал; висока/середня якість обладнання та інвентарю; високий або середній рівень комфорту	висококваліфікований персонал; сучасне професійне обладнання; бездоганний сервіс; оригінальний дизайн	кваліфікований персонал; середня якість обладнання та інвентарю; невеликий розмір залів, роздягалень
Маркетингові заходи	мінімальний набір додаткових послуг; "агресивна" маркетингова політика	унікальні торгові пропозиції щодо надання основних та додаткових послуг; стабільна маркетингова діяльність	мінімальний набір додаткових послуг; недостатнє застосування маркетингових інструментів

просторий зал для занять (30%);

Як бачимо, найбільший вплив на вибір фітнес-клубу споживачами фізкультурно-оздоровчих послуг здійснює саме зручне розташування клубу. Разом з тим керівництву фітнес-клубів варто звернути особливу увагу на організацію безперервного процесу підвищення кваліфікації фітнес-тренерів, інструкторів, консультантів, які безпосередньо працюють з клієнтами з метою найповнішого задоволення їх фізкультурно-оздоровчих інтересів.

Переслідуючи вищезазначену мету, фітнес-клуби міста надають комплекс послуг, що включають в себе популярні фітнес-програми та фітнес-технології. У ході нашого дослідження було виявлено, що клієнти фітнес-клубів надають перевагу пілатесу (65%), фітнес-міксу (60%), стретчингу (50%), калланетиці та MIX-intensive (45%), TRX та стрип-пластиці (35%), Zumba та тренажерному залу (30%), йоги (20%). Ми вважаємо, що дуже важливим у напрямку підвищення ефективності діяльності фітнес-клубів є забезпечення різноманіття та постійного оновлення фітнес-програм, враховуючи світові тенденції щодо розвитку оздоровчих фітнес-програм та технологій.

Залученню якомога більшої кількості клієнтів сприяє також наявність у фітнес-клубі додаткових послуг, а саме: масажу, сауни, SPA-процедур, салону краси, фітнес-бару і т. п. Як свідчать результати проведеного опитування, серед додаткових послуг, які обов'язково надаються клієнтам у фітнес-клубі, респондентам найбільше до вподоби: наявність у клубі фітнес-бару (65%), SPA-процедур (40%), салону краси (25%) та сауни (20%). Отже, на наш погляд, асортимент додаткових послуг, які пропонує фітнес-клуб, можна віднести до його конкурентних переваг на ринку фітнес-послуг.

Як виявилось, серед причин залишення фітнес-клубу респонденти визначають: фінансові труднощі (45%), часті відраджень (40%), проблеми зі здоров'ям (35%), пере-

хід до іншого фітнес-клубу (30%), зміна графіку роботи (15%), лінь та відсутність сили волі (5%), вагітність (5%). Отже, значна кількість респондентів (35%) зазначили причину "проблеми зі здоров'ям". Тому у напрямку підвищення ефективності діяльності фітнес-клубів особливу увагу тренерам та інструкторам необхідно приділяти діагностиці та контролю фізичного стану тих, хто займається, а також індивідуальному підходу до кожного клієнта. Отримані результати також свідчать про необхідність розвитку сервіс-менеджменту щодо роботи з клієнтами, адже майже третина респондентів (30%) зазначили серед причин залишення клубу перехід до іншого фітнес-клубу.

## Висновки

1. З'ясовано, що ринок фітнес-послуг у місті Харкові характеризується 297 фітнес-закладами (клубами, центрами, комплексами, студіями тощо). Конкурентною перевагою на ринку фітнес-послуг користуються фітнес-заклади з басейном, частка яких становить 24% від загальної кількості у місті. Установлено, що головними лідерами серед фітнес-клубів м. Харкова є мережеві фітнес-клуби.

2. Дослідження, які проводилися серед клієнтів 12 фітнес-клубів міста Харкова свідчать, що найбільший вплив на вибір фітнес-клубу споживачами фізкультурно-оздоровчих послуг здійснюють: зручне розташування клубу (95%); висококваліфіковані та професійні тренери (75%); доступна ціна на послуги та гнучка система знижок (60%). Більшість опитаних надають перевагу пілатесу (65%), фітнес-міксу (60%), стретчингу (50%) та додатковим послугам: фітнес-бару (65%), SPA-процедурам (40%).

Визначено, що організація безперервного процесу підвищення кваліфікації фітнес-персоналу, забезпечення різноманітності та постійного оновлення фітнес-програм

та додаткових послуг; застосування маркетингових інструментів для реклами та просування фітнес-послуг на ринку; подальший розвиток сервіс-менеджменту; застосування сучасних методів діагностики, контролю та індивідуального підходу до кожного клієнта – є шляхами

підвищення ефективності діяльності фітнес-клубів у місті Харкові.

**Перспективи подальших досліджень** доцільно пов'язувати з розробкою стратегічних напрямків розвитку фітнес-індустрії у місті Харкові.

**Конфлікт інтересів.** Автор заявляє, що немає конфлікту інтересів, який може сприйматися таким, що може завдати шкоди неупередженості статті.

**Джерела фінансування.** Ця стаття не отримала фінансової підтримки від державної, громадської або комерційної організації.

## Список використаної літератури

1. Беляк, Ю.І. (2014), "Класифікація та методичні особливості засобів оздоровчого фітнесу", *Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту*, № 11, С. 3-7.
2. Благий, О., Лисакова, Н. (2013), "Тенденції розвитку групових фітнес-програм", *Теорія та методика фізичного виховання і спорту*, № 2, С. 54-58.
3. Вавилов, В. (2015), *Основы менеджмента в фитнес-индустрии*, Саммит-Книга, Киев.
4. Вашук, Л. (2013), "Передумови розвитку та становлення фітнесу в Україні", *Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві*, № 3, С. 7-9.
5. Демеха, С., Гайовий, В. (2013), "Технологія управління фізкультурними кадрами в організаціях фітнес-спрямованості", *Фізичне виховання, спорт, культура здоров'я в сучасному суспільстві*, № 1, С. 9-12.
6. Дутчак, Ю. (2015), "Сегментація ринку фізкультурно-оздоровчих послуг", *Молода спортивна наука України*, Т.4, С. 26-30.
7. Імас, Є., Мічуда, Ю. (2015), "Тенденції розвитку сфери фізичної культури та спорту в умовах сучасного ринку", *Теорія і методика фізичного виховання і спорту*, № 2, С. 142-149.
8. Корносенко, О.К. (2013), "Роль фітнесу в системі оздоровчої фізичної культури", *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету, Серія: Педагогічні науки. Фізичне виховання та спорт*, Вип. 112(3), С. 228-232.
9. Кудра, Т.А. (2002), *Фитнесс. Американская концепция достижения здоровья средствами физической культуры*, Владивосток.
10. Менхин, Ю.В., Менхин, А.В. (2002), *Оздоровительная гимнастика: теория и методика*, Ростов-на-Дону.
11. Середа, Н.В., Мошкін К.О. (2016), "Аналіз використання маркетингових комунікацій в діяльності фізкультурно-спортивних організацій з неолімпійських видів спорту", *Матеріали IV регіональної науково-практичної Інтернет-конференції за участю міжнародних спеціалістів "Стратегічне управління розвитком фізичної культури і спорту в контексті 25-річчя Незалежності України"*, Харків, С. 43-48.
12. Стадник, С. (2017), "Моніторинг діяльності фітнес-клубів м. Харкова", *Матеріали XXIX Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції "Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації"*, Збірник наукових праць Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету імені Григорія Сковороди, Вип. 29, С. 512-514.
13. Стадник, С., Середа, Н. (2016), "Маркетинговий аналіз конкурентоспособности фитнес-клубов в городе Харькове", *Слобожанський науково-спортивний вісник*, № 6(56), С. 120-124, doi: 10.15391/snsv.2016-6.021.
14. Чеховська, Л. (2017), "Фітнес-індустрія України: стан і перспективи розвитку", *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова*, Випуск 5К (86), С. 358-363.
15. Чеховська, Л. (2017), "Фітнес-індустрія: стан і перспективи розвитку у країнах світу", *Слобожанський науково-спортивний вісник*, № 2 (58), С. 107-112, doi: 10.15391/snsv.2017-2.019.

Стаття надійшла до редакції: 05.03.2018 р.

Опубліковано: 30.04.2018 р.

**Аннотація.** Светлана Стадник. Деятельность фитнес-клубов в городе Харькове. **Цель:** проанализировать деятельность фитнес-клубов в городе Харькове. **Материал и методы:** анализ литературных источников; анализ документов; опрос (анкетирование); методы математической статистики. Исследование проводилось на базе 12 фитнес-клубов г. Харькова среди их клиентов. **Результаты:** в ходе исследования определены основные отличия и конкурентные преимущества фитнес-клубов города Харькова; выявлены предпочтения клиентов клубов относительно выбора самого фитнес-клуба, популярных фитнес-программ, дополнительных услуг, а также самые действенные источники информации о клубе и основные причины ухода из фитнес-клуба. **Выводы:** установлено, что рынок фитнес-услуг в городе Харькове характеризуется 297 фитнес-заведениями и главными лидерами на местном рынке являются сетевые фитнес-клубы. Определены пути повышения эффективности деятельности фитнес-клубов в городе Харькове.

**Ключевые слова:** фитнес, услуги, клиенты, анализ, рынок.

**Abstract.** Svitlana Stadnyk. Fitness clubs activities in Kharkiv. **Purpose:** to analyze the fitness clubs activities in Kharkiv. **Material & Methods:** analysis of literary sources; analysis of documents; survey (questionnaire) methods of mathematical statistics. The study was conducted on the basis of 12 fitness clubs in Kharkiv among their clients. **Results:** the study identified the main differences and competitive advantages of fitness clubs in Kharkiv; the preferences of club customers for choosing a fitness club, popular fitness programs, additional services, as well as effective sources of information about the club and the main reasons for leaving the fitness club. **Conclusions:** found that the market of fitness services in Kharkov is characterized by 297 fitness establishments and the main leaders in the local market are network fitness clubs. The ways of increasing the effectiveness of fitness clubs in Kharkiv are determined.

**Keywords:** fitness, services, clients, analysis, market.

## References

1. Belyak, Yu.I. (2014), "Classification and methodical features of health fitness", *Pedahohika, psykholohiia ta medyko-biologhichni problemy fizychnoho vykhovannia i sportu*, No. 11, pp. 3-7. (in Ukr.)
2. Blahii, O. & Lysakova, N. (2013), "Trends in the development of group fitness programs", *Teoriia ta metodyka fizychnoho vykhovannia i sportu*, No. 2, pp. 54-58. (in Ukr.)
3. Vavilov, V. (2015), *Osnovy menegmenta v fitness-industrii* [Fundamentals of Management in the Fitness Industry], Sammit-kniga, Kiev.

(in Russ.)

4. Vachuk, L. (2013), "Prerequisites for the development and establishment of fitness in Ukraine", *Fizyczne vykhovannia, sport i kultura zdorov'ia u suchasnomu suspilstvi*, No. 3, pp. 7-9. (in Ukr.)
5. Demeha, S. & Gaevy, V. (2013), "Technology of management of sports personnel in organizations of fitness-orientation", *Fizyczne vykhovannia, sport i kultura zdorov'ia u suchasnomu suspilstvi*, No.1 (21), pp. 9-12. (in Ukr.)
6. Dutchak, Yu. (2015), "Segmentation of the market of physical culture and health services", *Moloda sportyvna nauka Ukrainy*, Vol. 4, pp. 26-30. (in Ukr.)
7. Imas, E. & Michuda, Yu. (2015), "Trends in the development of the field of physical culture and sports in the current market", *Teoriya i metodika fizychnoho vykhovannia i sportu*, No. 2, pp. 142-149. (in Ukr.)
8. Kornosenko, O.K. (2013), "The role of fitness in the system of recreational physical culture", *Visnyk Chernihivskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu, Seriya: Pedahohichni nauky. Fizyczne vykhovannia ta sport*, No. 112(3), pp. 228-232. (in Ukr.)
9. Kudra, T.A. (2002), *Fitness. Amerikanskaya kontseptsiya dostizheniya zdorovya sredstvami fizicheskoy kultury* [Fitness. American concept of achieving health through physical culture], Vladivostok. (in Russ.)
10. Menkhin, Yu.V. & Menkhin, A.V. (2002), *Ozdorovitelnaya gimnastika: teoriya i metodika* [Wellness gymnastics: theory and technique], Rostov-na-Donu. (in Russ.)
11. Sereda, N.V. & Moshkin K.O. (2016), "Analysis of the use of marketing communications in the activities of physical culture and sports organizations in the field of non-Olympic sports", *Materialy IV rehionalnoi naukovo-praktychnoi Internet-konferentsii za uchastiu mizhnarodnykh spetsialistiv "Stratehichne upravlinnia rozvytkom fizychnoi kultury i sportu v konteksti 25-richchia Nezalezhnosti Ukrainy"* [Materials of the IV regional scientific and practical Internet conference with the participation of international experts "Strategic management of development of physical culture and sports in the context of the 25th anniversary of Independence of Ukraine"], Kharkiv, pp. 43-48. (in Ukr.)
12. Stadnyk, S. (2017), "Monitoring of the activity of fitness clubs in Kharkiv", *Materialy XXIX Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii "Tendentsii ta perspektyvy rozvytku nauky i osvity v umovakh hlobalizatsii"* [Materials of the XXIX International Scientific and Practical Internet Conference "Trends and Prospects for the Development of Science and Education in a Globalizing Environment"], Pereiaslav-Khmelnyskyi, No. 29, pp. 512-514. (in Ukr.)
13. Stadnyk, S. & Sereda, N. (2016), "The marketing analysis of competitiveness of fitness-clubs in Kharkiv", *Slobozans'kij naukovo-sportivnij visnik*, No. 6(56), pp. 120-124, doi: 10.15391/snsv.2016-6.021. (in Russ.)
14. Chekhovska, L. (2017), "Fitness industry of Ukraine: the state and prospects of development", *Naukovyi chasopys NPU imeni M.P. Drahomanova*, No. 5K (86), pp. 358-363. (in Ukr.)
15. Chekhovska, L. (2017), "Fitness industry: the state and prospects of development in the countries of the world", *Slobozans'kij naukovo-sportivnij visnik*, No. 2(58), pp. 107-112, doi: 10.15391/snsv.2017-2.019. (in Ukr.)

Received: 05.03.2018.

Published: 30.04.2018.

## Відомості про авторів / Information about the Authors

**Стадник Світлана Олександрівна:** к. фіз. вих., Харківська державна академія фізичної культури: вул. Клочківська 99, м. Харків, 61058, Україна.

**Стадник Светлана Александровна:** к. физ. восп., Харьковская государственная академия физической культуры: ул. Клочковская 99, г. Харьков, 61058, Украина.

**Svitlana Stadnyk:** PhD (Physical Education and Sport), Kharkiv State Academy of Physical Culture: Klochkivska str. 99, Kharkiv, 61058, Ukraine.

**ORCID.ORG/0000-0001-6694-1098**

**E-mail: svetlanastadnik87@gmail.com**