



УДК 339.13

### Оценка рыночного потенциала для развития спортивно-оздоровительных услуг в Чите

О.В. Гладких

Читинский институт Байкальского государственного университета, ул. Анохина 56, Чита, Россия  
olga-gladkikh@bk.ru

Статья поступила 16.05.2018, принята 10.06.2018

*Актуальность применения теории маркетинга в сфере предоставления спортивно-оздоровительных услуг связана с изменением требований населения к органам власти и бизнесу в части количественного и качественного обеспечения работы спортивных сооружений, спортклубов и другой спортивной инфраструктуры. Автором дана оценка рыночного потенциала нового проекта по строительству многофункционального спортивного комплекса в Чите. Отмечается, что развитие новых видов спорта и спортивного отдыха позволяет существенно расширить состав целевой аудитории и говорить о массовом интересе жителей города к строительству новых спортивных объектов, предназначенных как для организации тренировок спортсменов, так и для активного отдыха горожан.*

**Ключевые слова:** спортивно-оздоровительные услуги; маркетинговые исследования; емкость рынка; рыночные факторы; спортивные сооружения; потребительские предпочтения; поведение потребителя.

### Assessment of market potential for the development of sports and recreational services in Chita

O.V. Gladkikh

Chita Institute of Baikal State University; 56, Anokhin St., Chita, Russia  
olga-gladkikh@bk.ru

Received 16.05.2018, accepted 10.06.2018

*The urgency of applying the theory of marketing in the sphere of providing sports and health services is related to changes in the requirements of the population to government bodies and businesses in terms of quantitative and qualitative support of sports facilities, sports clubs and other sports infrastructure. The author gives an assessment of the market potential of a new project for the construction of a multifunctional sports complex in Chita. It is noted that the development of new sports and recreational sports allows to significantly expand the composition of the target audience and talk about the mass interest of town residents in the construction of new sports facilities intended both for the organization of trainings for athletes and for active recreation of citizens.*

**Keywords:** fitness and health services; marketing research; market capacity; market factors; sports facilities; consumer preferences; consumer behavior.

В последние годы строительство объектов спортивного назначения в нашей стране достаточно активно развивается не только в рамках подготовки инфраструктуры для состязаний мирового масштаба, но и с учетом приоритетов политики государства, направленной на развитие физкультуры и спорта, а также изменения отношения россиян к организации собственного досуга и ориентации на здоровый образ жизни [1; 2].

Однако если в большинстве развитых стран спортивные объекты имеют ярко выраженный коммерческий характер и приносят собственникам прибыль [3], то в России строительство и содержание крупных сооружений осуществляется за счет средств бюджета. Эти объекты, как правило, переданы в оперативное управление спортивным школам и спортклубам, а слабое развитие и возможности спортивного менеджмента, а также то обстоятельство, что лучшие часы для проведения занятий отдаются для тренировок учащихся спортшкол, не позволяют добиться рентабельной работы [4].

Еще одной тенденцией в сфере строительства крупных спортивных объектов, в том числе и ледовых арен в России, является их высокая сметная стоимость, которая в несколько раз превышает стоимость подобных проектов за рубежом [5]. Поэтому при проектировании и строительстве новых объектов необходимо учитывать принципы многофункциональности использования спортивных сооружений и возможность их трансформации на основе применения демонтируемых конструкций.

Подобный подход способен вывести спортивные объекты на абсолютную окупаемость и дать возможность для развития успешного бизнеса в сфере оказания социально значимых услуг для населения городского округа г. Читы.

В этой связи особое внимание должно быть сосредоточено на вопросах заполнения объекта недвижимости, создания уникальной концепции, которая привлечет не только посетителей, но и инвесторов (арендаторов), а также поиска способов повышения доходности и окупаемости строительства спортивного комплекса [6; 7]. Следует учитывать, что только высокий уровень загрузки мощностей может окупить инвестицион-

ные и текущие расходы современного, с технической точки зрения, спортивного объекта с соответствующим штатом квалифицированных тренеров и специалистов.

С учетом вышеизложенного цель данного исследования состоит в определении потенциального спроса на спортивно-досуговые услуги в Чите, оказание которых будет осуществляться на базе нового многофункционального спортивного комплекса.

Поставленная цель определила ряд основных задач: 1) оценить состояние рынка спортивно-досуговых услуг в Чите; 2) изучить потребительские сегменты и основные тенденции изменения спроса на спортивно-оздоровительные и спортивно-досуговые услуги; 3) оценить потребность в строительстве нового спортивного комплекса на территории; 4) выявить предпочтения потребителей по видам спортивно-досуговых услуг.

В качестве информационной базы для проведения исследования использованы материалы статистической отчетности, подготовленные министерством спорта Забайкальского края, а также данные социологического опроса жителей городского округа г. Читы, материалы экспертных интервью с представителями министерства спорта Забайкальского края, руководителями спортивных объектов и тренерами.

По данным территориального органа Федеральной государственной службы статистики по Забайкальскому краю, на 1 января 2017 г. на территории городского округа г. Читы число объектов, предназначенных для занятия физкультурой и спортом, составило 343 единицы, из которых 137 объектов (39,94 % от общего числа объектов) – это спортивные залы, расположенные в общеобразовательных школах и дошкольных учреждениях [8].

Общая численность занимающихся физической культурой и спортом составляет 90 851 чел., из которых основная доля, 56 803 чел. (или 62,52 % от общего числа), – это дети до 7 лет, учащиеся образовательных школ и учреждений среднего профессионального образования, большинство из которых вовлечены в занятия спортом в рамках учебной программы на занятиях физкультурой.

Значительная доля среди занимающихся физкультурой и спортом приходится на воз-

растную группу от 18 до 29 лет, составляющую 26,06 %, или 23 680 чел. На долю населения среднего возраста, которое традиционно считается самой платежеспособной частью населения, приходится 11 %, или 9 918 чел., а самая малочисленная группа занимающихся физкультурой и спортом – это люди старше 60 лет, их доля составляет 0,05 %.

Анализируя состояние рынка спортивно-оздоровительных услуг и проводя оценку возможностей населения для занятия физкультурой и спортом, необходимо рассмотреть состав спортивных сооружений на территории Читы, в которых проводится спортивно-оздоровительная работа и спортивная подготовка.

Таблица 1

*Виды спортивных сооружений, расположенных на территории Читы*

Вид сооружения	Количество спортсооружений, ед.		
	Всего	В том числе по формам собственности:	
		государственная и муниципальная	частная
Спортивные сооружения, всего	632	586	46
в том числе:			
Стадионы с трибунами на 1 500 мест и более	4	4	0
Плоскостные спортивные сооружения, всего	280	237	43
из них футбольные поля	32	32	0
Спортивные залы, всего	189	188	1
Крытые спортивные объекты с искусственным льдом	3	3	0
Манежи легкоатлетические	1	1	0
Велотреки, велодромы	0	0	0
Плавательные бассейны, всего	18	16	2
Льжные базы	3	3	0
Биатлонные комплексы	1	1	0
Сооружения для стрелковых видов спорта	35	35	0
Другие спортивные сооружения, всего	98	98	0

Источник: сост. авт. по [8].

Общее количество спортивных сооружений в Чите на 1 января 2017 г. составило 632, с единовременной пропускной способностью 14 291 чел.

Наиболее крупные объекты – это стадионы «Юность», «Локомотив», «Сибво», «Темп» и крытые спортивные объекты с искусственным льдом («Ледовый дворец» и «Чароит»).

Большинство спортивных объектов одновременно предлагают возможность для занятия различными видами спорта, что способствует достаточно широкой дифференциации предлагаемых услуг и развитию различных направлений спортивной подготовки. На основе данных министерства спорта выделены ТОП-7 направлений, пользующихся наибольшей популярностью в нашем городе, когда численность спортсменов превышает тысячу человек: футбол (5 067 чел.), волейбол

(3 331), легкая атлетика (2 701), плавание (2 144), баскетбол (1 567), пулевая стрельба (1 241), настольный теннис (1 023).

Помимо традиционных видов спорта отмечается развитие таких новых направлений, как велоспорт-маунтинбайк, капоэйра, киокусинкай, черлидинг и др.

Представленные выше показатели, заимствованные из отчетности министерства спорта Забайкальского края, свидетельствуют о состоянии и развитии физкультуры и спорта в Чите, однако необходимо отметить, что при подготовке отчетов невозможно учесть всех жителей города, занимающиеся спортом. В последние годы растет число людей, самостоятельно занимающихся спортом. Они делают утренние пробежки или гимнастику, катаются на лыжах; молодежь устраивает неформальные соревнования по паркуру, вело-

стайлу, скейтбордингу и другим экстремальным видам спорта. Эти тенденции позволяют существенно расширить состав целевой аудитории и говорить о массовом интересе жителей города к строительству новых спортивных объектов, предназначенных как для организации тренировок спортсменов, так и для активного отдыха горожан.

Для характеристики текущей ситуации на рынке физкультурно-спортивных услуг в Чите собрана и проанализирована информация об организациях, оказывающих физкультурно-спортивные услуги, среди которых более 40 коммерческих организаций, государственные учреждения и спортшколы, спортивные федерации. Наиболее крупный сегмент представлен спортивными клубами (восточные единоборства, рукопашный бой, оздоровительная и спортивная аэробика, айкидо, танец живота и др.). Более широкий перечень услуг предлагают фитнес-центры, где, помимо тренажерного зала для клиентов, есть отдельные залы для занятий шейпингом, йогой, стрейч-пластикой, предлагаются индивидуальные программы тренировок и персональные тренеры. Наиболее крупные и популярные фитнес-центры – «Fit-Studio», «Boston», «Элемент», «Пресс центр», «Цех» [4].

Для развития детского спорта функционируют специализированные детско-юношеские спортивные школы олимпийского резерва, предлагающие широкий перечень направлений подготовки – спортивная и художественная гимнастика, спортивная аэробика, фигурное катание, футбол, легкая атлетика, греко-римская борьба, плавание, шахматы, настольный теннис, волейбол, баскетбол, конькобежный спорт, тяжелая атлетика, стрельба из лука, армспорт, хоккей с шайбой, хоккей с мячом, бокс, дзюдо, футбол. Также спортивная подготовка ведется на базе государственных бюджетных образовательных учреждений дополнительного образования детей.

Для оценки развития рынка спортивно-досуговых услуг и потенциала проекта строительства нового многофункционального спортивного комплекса с крытой ледовой ареной в районе парка «Сибво» в ноябре 2017 г. было проведено исследование предпочтений жителей Читы в отношении выбора ви-

дов спорта и оценка их удовлетворенности существующей спортивной инфраструктурой. Объем выборочной совокупности составил 414 респондентов, это жители Читы, из которых 214 респондентов были отобраны в случайном порядке, и 200 респондентов, которые посещают спортивные объекты и в полном объеме соответствуют профилю целевой аудитории (т. е. занимаются спортом самостоятельно либо спортом занимаются их дети). С учетом численности населения Читы, которая не превышает 350 тыс. чел., установленный объем выборки позволяет делать выводы о распределении свойств генеральной совокупности с доверительной вероятностью 95 %, что является допустимым уровнем при проведении маркетинговых исследований. Всего в опросе приняли участие 74,4 % женщин и 24,6 % мужчин, основную долю составляют люди в возрасте от 26 до 45 лет (совокупная доля респондентов 62,8 %), которые являются наиболее активными потребителями на рынке спортивно-досуговых услуг. Необходимо учитывать, что среди представителей целевого рынка рассматриваются не только непосредственные потребители услуг – профессиональные спортсмены, спортсмены-любители, отдыхающие, для которых спорт – это способ времяпрепровождения и развлечения, но и болельщики, зрители, а также спонсоры [9]. В целом при проведении опроса были охвачены респонденты, проживающие в разных районах Читы, имеющие различный социальный статус и разный уровень среднедушевого дохода.

Представив описание профиля респондентов, следует перейти к аналитической оценке результатов анкетирования по основным вопросам анкеты.

Только 15 % опрошенных считают, что в Чите достаточно мест для организации активного досуга и занятий спортом. 32,8 % респондентов недовольны качеством предоставляемых услуг, так как для большинства объектов, находящихся в государственной и муниципальной собственности, характерны высокий уровень износа, устаревшее оборудование, отсутствие комфортных условий для занятий спортом. Более 52 % респондентов отметили, что мест для организации активного досуга и занятий спортом недостаточно.

По мнению респондентов, наиболее остро ощущается недостаток в таких объектах, как крытая ледовая арена (58,5 % опрошенных); игровой зал (волейбол, баскетбол, бадминтон, мини-футбол) (40,6 %); гимнастический зал (33,4 %); зал для игры в настольный теннис (20,3 %). Среди других объектов указано на нехватку бассейнов и кортов для большого тенниса, отсутствие крытой футбольной площадки, ролледрома.

На важность нового проекта строительства многофункционального спортивного комплекса в районе «Сибво» указало более 93 % всех респондентов, причем 38,2 % указали на исключительную важность.

Однако в ходе проведения интервью в процессе анкетирования многие респонденты выражали озабоченность, связанную с сохранением лесного массива в предполагаемой зоне строительства, а также высказывали пожелания о восстановлении и развитии тех объектов, которые в настоящий момент находятся на стадионе «Сибво».

В этой связи, принимая решение о новом строительстве, необходимо позаботиться о формировании поддержки со стороны общественности и создании «экологически здоровой зоны», которая также может быть ориентирована на активный отдых и занятия спортом, поскольку благоприятная экологическая обстановка сегодня является выраженным конкурентным преимуществом любого объекта, предназначенного для отдыха и оздоровления.

По данным опроса, около 95 % респондентов отмечают необходимость создания парковой зоны с пешеходными и велосипедными дорожками на территории нового спортивного комплекса.

Наряду с этим значительная часть респондентов указывала на необходимость развития доступных для всего населения спортивных услуг. Выразили готовность посещать платные секции только 43,5 % респондентов.

Рассматривая возможные цели посещения нового спортивного комплекса с крытой ледовой ареной, большинство респондентов указало на услуги массового катания (52,2 %), другие возможности для отдыха с семьей

и друзьями (69,1 %) и посещение зрелищных мероприятий (51,2 %).

Значительная часть респондентов указывает на высокую частоту посещения нового спортивного объекта — 68,6 % готовы посещать несколько раз в неделю или еженедельно. Низкий уровень активности отмечается лишь у 3,4 % опрошенных, планирующих посещения 2–3 раза в год.

Поскольку проект нового спортивного комплекса является коммерческим, и сроки его окупаемости имеют большое значение для инвесторов, при оценке будущей доходности необходимо ориентироваться на тот уровень цен, который доступен для жителей города и соответствует ценам на аналогичные услуги.

По результатам опроса, приемлемая цена на услугу массового катания составляет 200 р. (такую цену указали 58,4 % опрошенных, и она также является оправданной с точки зрения текущих рыночных цен на аналогичные услуги), за услугу групповой тренировки — 300 р. (56,3 %), а цена индивидуальной тренировки с тренером может составить 700 р. (такую цену указали 33,5 % опрошенных. В этой связи требуется разработка отдельных ценовых шкал на услуги индивидуальной тренировки в зависимости от возраста спортсмена, частоты проведения тренировок, уровня базовой подготовки и других факторов).

Для оценки потенциала выручки от оказания услуг в новом многофункциональном спортивном комплексе с крытой ледовой ареной представляют интерес данные о расходах респондентов на занятия спортом и физкультурой, которые составили в среднем 3 370 р. в месяц на одного взрослого и 6 831 р. — на ребенка.

Однако установлено, что на занятия спортом для взрослых деньги тратят только 40,6 % из числа опрошенных. На основе инструментов статистического анализа результатов выборочных исследований проведена оценка параметров генеральной совокупности с целью определить долю читинцев, готовых к дополнительным расходам на занятия физкультурой и спортом. Для определения разброса значений в генеральной совокупности рассчитана предельная ошибка

выборки, которая в данном случае составила 3,41 %. Предельная ошибка выборки позволяет определить границы рассматриваемого показателя для генеральной совокупности от 31,79 до 49,41 %. При расчете потенциальной емкости рекомендуется использовать нижнюю границу – 31,79 %.

Проведя аналогичные расчеты для показателя, характеризующего долю читинцев, которые тратят деньги на занятия спортом для детей, получим границы рассматриваемого показателя для генеральной совокупности от 43,75 до 61,65 %. При расчете потенциальной емкости рекомендуется использовать нижнюю границу – 43,75 %.

При проведении оценки емкости рынка физкультурно-спортивных услуг необходимо учесть сезонный фактор. Традиционно время летних каникул становится перерывом в занятиях спортом, за исключением детей, которые отправляются на сборы и в спортивные лагеря. Для большинства взрослых читинцев, которые занимаются спортом, в период с мая по сентябрь включительно характерно проведение занятий на открытом воздухе – бег, прогулки на велосипедах, занятия на открытых спортивных площадках, активный отдых за городом. Поэтому для расчета годовой емкости по рынку физкультурно-спортивных услуг по «детскому» сегменту будем брать в расчет 9 месяцев активных занятий в городских спортивных объектах, для «взрослого» сегмента – 7 месяцев.

Потенциальная емкость рынка физкультурно-спортивных услуг составила 919,627 млн р. Для оценки достоверности полученной величины можно провести дополнительные расчеты, связанные с уровнем среднедушевых расходов населения Читы. С учетом годовой емкости рынка 919,627 млн р. уровень среднедушевых расходов на услуги физкультуры и спорта в расчете на одного читинца в месяц составит 220 р. (919 627,69 тыс. р. / 347 088 чел. / 12 мес.). Если, по данным Забайкалкрайстата, потребительские расходы составляют 17 776,4 р. в расчете на одного жителя Читы (данные на октябрь 2017 г.), то доля расходов на спорт составит 1,24 %. Рассматривая структуру потребительских расходов домашних хозяйств (в среднем на члена домашнего хозяйства),

можно сделать вывод, что уровень расходов на спорт (1,24 % от общей величины расходов) является приемлемым, с учетом того, что на оплату услуг население тратит 19 %, а на организацию отдыха и культурные мероприятия – 6,5 % [8].

Проведенные расчеты позволяют сделать вывод о потенциальной емкости и в последующем оценить долю рынка услуг нового спортивного комплекса с учетом текущего предложения на рынке физкультурно-спортивных услуг и возможностей для расширения этого рынка.

#### *Литература*

1. О физической культуре и спорте в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 4 дек. 2007г. № 329-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Ковальчук Л. Б. Анализ уровня благосостояния в Забайкальском крае // *Baikal Research Journal*. 2016. Т. 7, № 4. DOI: 10.17150/2411-6262.2016.7(4).13.
3. Physical Activity - Statistics & Facts [Электронный ресурс] URL: <https://www.statista.com/topics/1749/physical-activity/> (дата обращения: 15.01.2018).
4. Гладких О.В. Об особенностях маркетинга спортивных и физкультурно-оздоровительных услуг «Проблемы экономики, социальной сферы и права»: материалы 12-ой регион. науч.-практической конф. Иркутск, 2013. С. 24-30.
5. Спрос на услуги ледовых катков в России [Электронный ресурс] // *Магазин исследований*: сайт. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/562/> (дата обращения: 28.11.2017).
6. Алексеев С.В., Дивина Т.В., Саттаров Н.Г. Маркетинговая среда физкультурно-спортивной организации // *Спорт: экономика, право, управление*. 2018. № 1. С. 5-7.
7. García-Fernández J., Gálvez-Ruiz P., Brenda G., Pitts B.G., Vélez-Colón L., Bernal-García A. Consumer behaviour and sport services: an examination of fitness centre loyalty by [Электронный ресурс] // *International Journal of Sport Management and Marketing (IJSMM)*. 2018. Vol. 18, No. 1/2. URL: <https://doi.org/10.1504/IJSMM.2018.091342> (дата обращения: 21.04.2018).
8. Уровень жизни. Официальная статистика [Электронный ресурс] // *Чита!ру*: гор. портал URL: [http://chita.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/chita/ru/statistics/standards\\_of\\_life/](http://chita.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/chita/ru/statistics/standards_of_life/) (дата обращения: 30.11.2017).