

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ФИТНЕС-ТУРОВ С УЧЕТОМ ОСОБЕННОСТЕЙ СПРОСА

У. И. ИЛЛАРИОНОВА

Студент направления «Туризм», Пензенский государственный университет, 440026, г. Пенза, ул. Красная, 40, e-mail: ulyana.98@mail.ru

Е. М. БИЖАНОВА

к.э.н., доцент кафедры «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания», Пензенский государственный университет, 440026, г. Пенза, ул. Красная, 40, e-mail: janette@list.ru

С. В. ЗИНЧЕНКО

к.э.н., доцент кафедры «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания», Пензенский государственный университет, 440026, г. Пенза, ул. Красная, 40, e-mail: slatynova@mail.ru

Аннотация. Рассмотрено понятие фитнес-туризма, выявлены основные характеристики фитнес-туров. Проанализированы особенности фитнес-туров. Проведено исследование и показан спрос на проведение фитнес-туров среди жителей г.Пенза. Разъяснены условия организации и проведения фитнес-тура.

Ключевые слова

Фитнес-туризм; здоровье; путешествия; спорт; отдых.

Введение

Туризм - одна из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики. За последние пятьдесят лет туризм превратился в ключевой инструмент мирового развития, способствующий восстановлению жизненных сил людей. [3]

Меняется роль и место туризма в структуре общества, характер потребностей и поведения туристов, у них появляются новые ценности. Наряду с восстановлением работоспособности растёт спрос на поддержание здоровья (оздоровительный туризм). Одним из набирающих популярность направлений развития туризма в современных условиях стали фитнес-туры.

Фитнес-туры являются современным видом спортивно-оздоровительного туризма: они сочетают в себе его основные принципы активного проведения свободного времени и новые методы организации физических упражнений. Фитнес-туры на российском туристском рынке появились совсем недавно, но уже успели стать достаточно популярными среди любителей активного отдыха. Они представляют собой достойную альтернативу пассивному пляжному отдыху, так как проходят в тех же природных условиях, но дают больше возможностей для физического и эмоционального развития. [1]

Применение комплексов оздоровительных и восстановительных средств рекреационного туризма в сочетании с фитнес-тренировкой является весьма актуальным, для укрепления здоровья и формирования здорового образа жизни населения. [4] Главная цель периода восстановления в период отпуска - это отдых, положительные эмоции и двигательная активность. В этот период многие люди стремятся поддержать достигнутый уровень физической подготовленности при регулярных занятиях фитнесом.

В связи с тем, что проектирование туров основывается на маркетинговых исследованиях туристского рынка, туристский продукт, как его результат, должен быть ориентирован на конкретный сегмент туристского рынка и иметь собственную позицию на рынке. [2]

Резюмируя, можно сказать, что фитнес-туризм достаточно перспективное направление. Оно имеет ряд преимуществ, например, доступность, многообразие, польза для здоровья, своеобразная пропаганда здорового образа жизни, новые знакомство и общение с единомышленниками.

Значение фитнес-туризма и спрос на проведение фитнес-тура.

Многие туристы, следящие за своей фигурой, отказались от привычного отдыха и начали проводить время с пользой для здоровья, совершенствуя свое тело и восстанавливая душевное равновесие. Фитнес-тур - это путешествие группы людей под руководством квалифицированного тренера. Во время поездки туристы не только загорают на пляже и любуются достопримечательностями, но и ведут здоровый образ жизни, занимаясь по специально разработанной программе. [4]

Фитнес-тур помогает людям переосмыслить свои ценности. В обычных условиях для этого не у каждого хватает выдержки. Находясь под контролем профессиональных тренеров, участникам тура значительно сложнее пропустить занятия. Кроме, того, опытные инструкторы смогут указать на ошибки и оказать моральную поддержку. Программа каждого фитнес-тура продумана: позитивная атмосфера, общество единомышленников, психологические тренинги, эффективные упражнения - все это позволит отдыхающим забыть о каком-либо другом формате поездок.

Отправиться в фитнес-тур могут не только опытные спортсмены и приверженцы активного образа жизни. Подобрать программу тура возможно для любого человека. Есть поездки для тех, кто занимается фитнесом профессионально и хотел бы поучаствовать в семинарах, усовершенствовать свои навыки. Другие туры рассчитаны на людей, которые активно работают над своей физической подготовкой и хотят заниматься по максимально эффективной программе. Путешествия для новичков позволяют начать заботиться о своем здоровье. Тренировки несколько раз в неделю, дыхательная гимнастика, а также полезные блюда настраивают на положительный лад и способствуют приближению к заветной цели. [4]

В настоящий момент в России о существовании фитнес-туров знают мало, еще меньше тех, кто испробовал этот формат отдыха на себе. Однако в Европе высокой популярностью пользуются туры, направленные на получение полноценного отдыха, новые впечатления, укрепление своего здоровья и улучшение самочувствия.

Хорошо себя чувствовать, отлично выглядеть и быть в отличной физической форме - одна из главных ценностей современного человека. Стремление к отдыху, здоровью и красоте необходимо всячески поощрять. Именно для реализации этого стремления и были созданы фитнес-туры, в ходе которых наряду с привычным набором услуг, турист получает услуги персонального инструктора, который расскажет про необходимые для организма нагрузки, составит программу сбалансированного питания и будет вести к достижению целей.

Представление об актуальности темы, степень её разработанности в научной литературе свидетельствует о существовании объективного противоречия между потребностью людей сохранить уровень физической подготовленности в период отпуска, с одной стороны, и недостаточной разработанностью вопросов комплексного применения фитнес-технологий в турах, с другой. С учётом содержания этого противоречия было проведено маркетинговое исследование среди жителей г.Пенза.

Целью проведенного исследования являлось определение заинтересованности в фитнес-туре и условия его организации. Маркетинговое исследование проводилось в форме анкетного опроса. Вопросы онлайн-анкеты были составлены с учетом выбора вариантов планирования отдыха, периодичности путешествий, готовности выбрать фитнес-тур. В онлайн-опросе были использованы 2 типа вопросов – закрытые и полужакрытые вопросы.

Анализ результатов исследования позволил сделать вывод о том, что большая часть респондентов (75%), занимающихся спортом, готовы поехать в фитнес-тур. Это означает,

что интерес к данному туру со стороны респондентов достаточно высок, а также программа тура должна быть составлена для подготовленных людей.

Полученные в ходе исследования данные позволили определить наиболее предпочтительный для организации тура сезон: большинство респондентов (почти 44%) предпочитают ехать в фитнес-тур летом. (рисунок 1) 34% опрошенных хотели бы поехать весной. Именно поэтому разработчикам такого продукта предлагается ориентировать на весеннее-летний сезон.

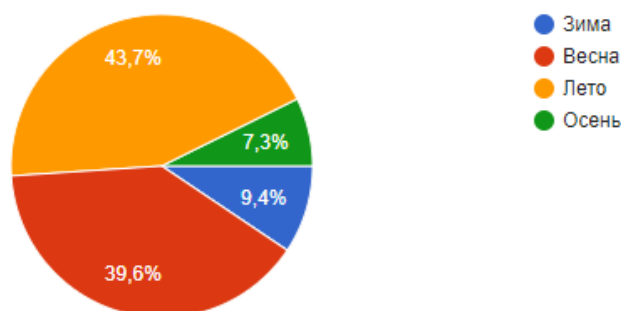


Рисунок 1 - Время года для организации фитнес-тура.

На вопрос о предпочтительной продолжительности поездки наибольший процент опрошиваемых (более 63%) дали следующий ответ: оптимальная длительность тура, по их мнению, должна составлять 2 недели. (рисунок 2) Около 24% опрошенных выбрали тур длительностью неделю. И около 12% хотели бы поехать в фитнес-тур продолжительностью более двух недель. Результаты исследования, таким образом, однозначно показывают, что оптимальная продолжительность фитнес-тура составляет две недели.

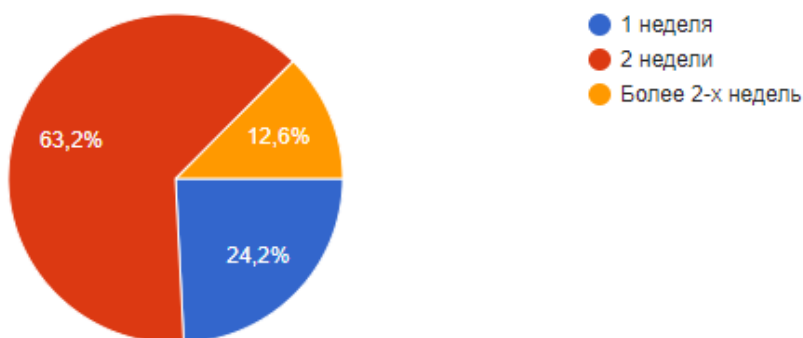


Рисунок 2- Продолжительность тура

Следующим важным моментом, влияющим на эффективность проводимого тура, является размер группы, отправляющейся в путешествие. Наибольшее количество опрошенных (72,9%) отметили, что максимально комфортно им будет в группе из 7 – 10 человек. Однако, достаточное количество респондентов (26%) также сказали, что размер комфортной группы может достигать и 15 человек. Таким образом, можно сделать вывод о том, что оптимальный размер группы в фитнес-туре должен быть из расчета 10 человек, однако, возможно его увеличения до 15. Помимо комфортности участников этот показатель важен и для расчета его стоимости на одного туриста.

Что касается стоимости путешествия, то результаты опроса показали, что за каждый предложенный вариант проголосовало от 30 до 40% респондентов. (рисунок 3) Но в большинстве случаев, если убедить туриста в выгоде тура и описать все плюсы, то он

готов заплатить больше, поэтому при разработке фитнес-тура следует ориентироваться на максимальную цену.

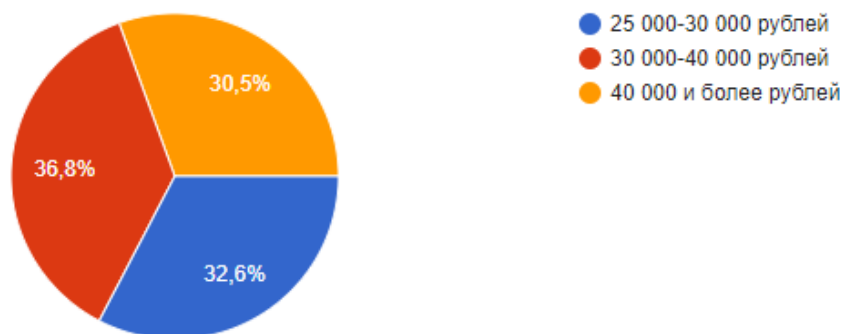


Рисунок 3 - Готовность потратить определенную сумму на фитнес-тур

Так как фитнес-тур является сочетанием отдыха и активных занятий и связан с выездом с территории постоянного проживания, актуальным становится вопрос о транспортном обслуживании туристов, а именно способе доставки его до нужной дестинации. При проведении опроса местом проведения фитнес-тура была выбрана территория г. Сочи, как пользующегося наибольшей популярностью среди респондентов. Анализ результатов исследования показал, что большинство опрошенных (69,5%) выбрали комбинированный способ доставки их до места назначения: сначала поездом до Москвы, а затем самолетом до Сочи. (рисунок 4) однако, значительная часть респондентов (26,3%) выбрали прямой поезд до Сочи.

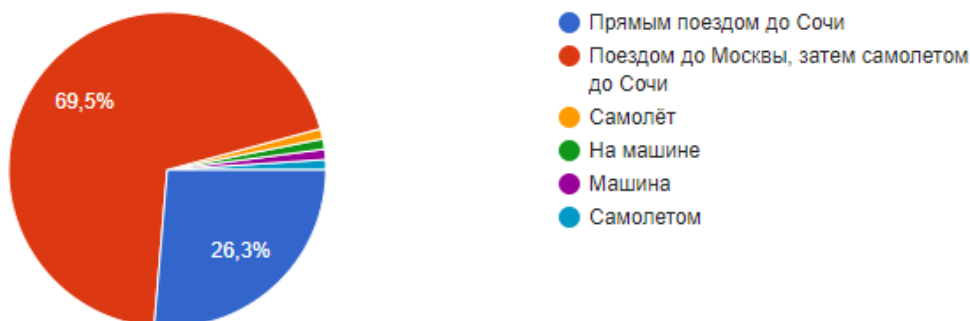


Рисунок 4 – Виды транспорта, предпочитаемые туристами

Следующим важным элементом любого тура является место размещения туриста в дестинации. Анализ результатов опроса позволил сделать вывод о том, что для большинства респондентов при выборе размещения наибольшую роль играют расположение отеля (43,6%) и количество звезд (38,3%). (рисунок 5)/ Поэтому следует выбрать отель, который будет соответствовать этим требованиям.

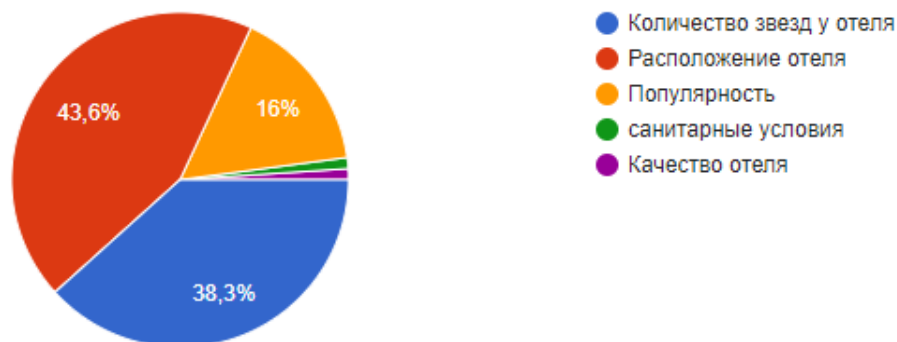


Рисунок 5 - Предпочтения туристов при выборе средств размещения

При организации фитнес-тура большое внимание уделяется питанию, так как оно является важным элементом поддержания здоровья и физической формы. Анализ ответов респондентов по предпочтительному виду питания в ходе фитнес-тура показал, что большинство респондентов (81%) выбрали трехразовое питание. (рисунок 6) Примерно одинаковое количество (около 9%) выбрали завтраки в отеле и самостоятельную организацию питания. Таким образом, ответы респондентов подтвердили предположение о том, что в состав фитнес-тура должно входить полностью все питание туристов на его протяжении.

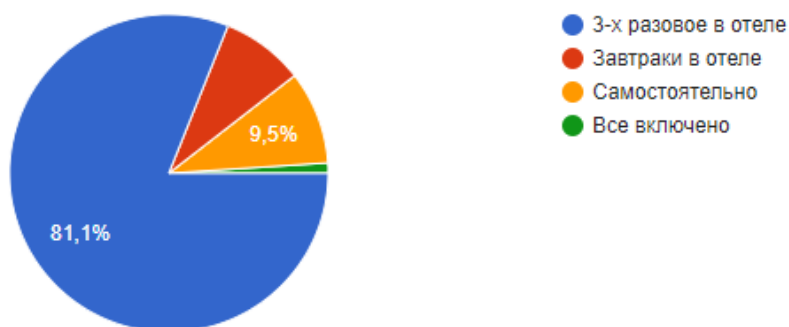


Рисунок 6 – Предпочтительный тип питания в фитнес-туре.

Остановимся подробнее на содержании фитнес-тура. Как уже говорилось ранее, в его основе лежат тренировки, однако возникла необходимость выяснить, что еще хотели бы видеть участники в программе тура. Так, достаточно часто фитнес-туры включают образовательную часть, в частности лекции на различные темы. Анализ результатов проведенного исследования однозначно показал, что потенциальные участники заинтересованы в таком контенте, а наиболее приемлемыми темами являются «Основы правильного питания» (47,8%) и «Психология фитнеса и диет» (52,2%).

Также в состав фитнес-тура необходимо включить небольшую познавательно-развлекательную программу. С этой целью в анкету был включен вопрос об объектах, которые будущие потенциальные участники хотели бы посетить. Анализ полученных результатов показал, что наибольший интерес вызвала экскурсия «Сказочные водопады Красной Поляны», за которую проголосовало (51,1%). (рисунок 7) помимо этого опрошенные выделили велотрекинг (26,6%) и обзорную экскурсию по Сочи (21,3).

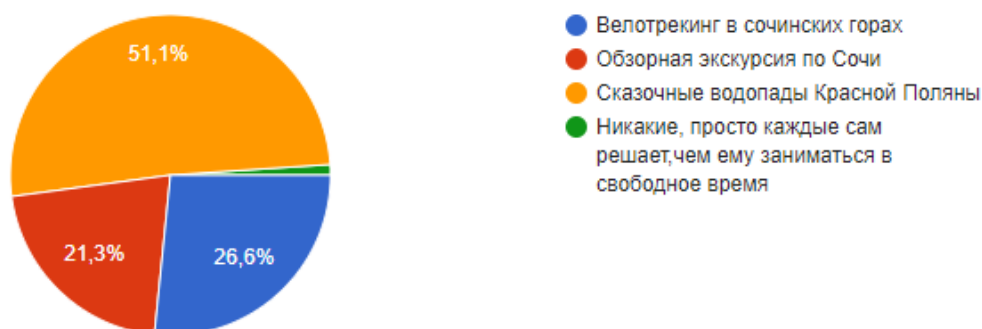


Рисунок 7 - Экскурсии, интересующие респондентов

Большая часть опрошенных (50%) это люди в возрасте от 18 до 25 лет, также преобладает возраст от 25 до 40 лет, оставшиеся проценты разделили между собой возраста: до 18 лет, от 25 лет и старше 40. (рисунок 8) На основании этих данных рекомендуется составлять программу тура с учетом физиологических и психологических особенностей всех возрастов.

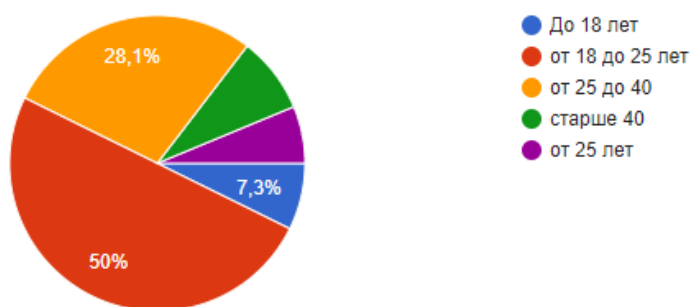


Рисунок 8 - Возраст респондентов

Таким образом, программа фитнес-тура должна включать тренировки, как основу его проведения, а также образовательную и развлекательно-познавательную часть. Все это позволит сделать будущий тур максимально привлекательным для его потенциальных участников. При этом, при составлении его программы необходимо обратить особое внимание на возраст потенциальных участников. Большая часть участников исследования (50%) это люди в возрасте от 18 до 25 лет. Среди желающих поехать в фитнес-тур также есть достаточное количество респондентов в возрасте от 25 до 40 лет (26%). Оставшиеся 24% это представитель всех остальных возрастов. На основании этих данных рекомендуется составлять программу тура с учетом физиологических и психологических особенностей всех возрастов.

Заключение

Фитнес-туризм – это достаточно новая и ещё не полностью изученная область туризма, однако набирающая устойчивую популярность среди потребителей как современный вид спортивно-оздоровительного туризма. Сущность фитнес-тура заключается в том, что он состоит из двух типов услуг: фитнес-услуг и туристских услуг. Стоит отметить, что на рынке существуют хорошие фитнес-туры с профессиональной программой, но также есть туры, разработанные с большими недочетами. Проведенное исследование показало, что большая часть респондентов заинтересована в проведении фитнес-тура, готова получить знания и улучшать свой уровень подготовки. Полученная в ходе исследования информация позволяет говорить о наличии спроса фитнес-тура у жителей г. Пензы, а фитнес-туризм следует рассматривать, таким образом, как одно из перспективных направлений развития туристской индустрии в целом.

Список литературы

- [1]. Бритвина В.В. Спортивно-оздоровительный туризм и методика проведения занятий в фитнес-туре. Международный туризм и спорт: материалы I Всероссийской науч.-практ. конф. С международным участием. – М.: ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ», 2013. – С.37-39
- [2]. Маркарян И.Н. Роль спортивно-оздоровительных услуг в повышении качества обслуживания клиентов гостиниц и туристских комплексов. Геология, география и глобальная энергия. – 2015. - №1(56)-С. 180-191.
- [3]. Новиков В.С. Организация туристской деятельности: учебник для студ. учреждений высш. Проф. Образования – М.: Издательский центр «Академия», 2013. – С.336.
- [4]. Сомкин, А.А. Фитнес-туризм, как актуальный вид туристского сервиса. Мир человека. - 2009. - № 1. - С. 104-109.
- [5]. Токарь А.С фитнес-туризм как повышение эффективности фитнес-услуг –Б.: Благовещ. гос. пед. ун-т.-2015- С. 55-59.

FEATURES OF DESIGNING FITNESS TOURS TAKING INTO ACCOUNT THE CHARACTERISTICS OF DEMAND

U. I. ILLARIONOVA

Student of the direction "Tourism", Penza State University, 440026, Penza, st. Krasnaya, 40, e-mail: ulyana.98@mail.ru

E. M. BIZHANOVA

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Marketing, Commerce and Service Sector, Penza State University, 440026, Penza, st. Krasnaya, 40, e-mail: janette@list.ru

S. V. ZINCHENKO

Ph.D., Associate Professor of the Department of Marketing, Commerce and Service Sector, Penza State University, 440026, Penza, st. Krasnaya, 40, e-mail: slatynova@mail.ru

Abstract. The concept of fitness tourism is considered the main characteristics of fitness tours are revealed. The features of fitness tours are analyzed. A study was conducted and the demand for fitness tours among residents of Penza was shown. Clarified the conditions for organizing and conducting a fitness tour.

Keywords.

Fitness tourism; health; travel; sports; recreation.

References

- [1]. Britvina V.V. Sports and recreational tourism and methods of conducting classes in a fitness tour. International tourism and sports: materials of the I All-Russian scientific-practical. conf. With international participation. - M : FSBEI HPE RSUFGSMiT, 2013. - P.37-39
- [2]. I. Markaryan. The role of sports and recreational services in improving the quality of customer service for hotels and tourist complexes. Geology, geography and global energy. - 2015. - No. 1 (56) -C. 180-191.
- [3]. Novikov V.S. Organization of tourism: a textbook for students. institutions of higher Prof. Education - M.: Publishing Center "Academy", 2013. - P.336.
- [4]. Somkin, A.A. Fitness tourism as an actual type of tourist service. The world of man. - 2009. - No. 1. - S. 104-109.
- [5]. Tokar A.S. fitness tourism as an increase in the effectiveness of fitness services –B .: Annunciation. state ped un-t-2015- S. 55-59.