

**РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ ФИТНЕС  
УСЛУГ ФК «АДМИРАЛЬ»**

**Безруких А.**

**Научный руководитель профессор, доктор экономических наук Бутова Т.Г.**

*Сибирский федеральный университет*

Рынок фитнес услуг города Красноярска быстро развивается и становится высоко конкурентным. Для привлечения новых потребителей, а также клиентов конкурентов необходимо иметь отличительные особенности. Разработка стратегии позиционирования является решением данной проблемы.

Современный мир вместе со всеми своими достижениями, призванными облегчить жизнь людей, принес в то же время множество проблем. Загазованный воздух, малоподвижный образ жизни, неправильное питание со временем наносят вред человеку – появляются проблемы со здоровьем, излишний вес, плохое самочувствие, раздражение, недовольство собой и окружающими. Один из способов избежать перечисленных рисков и проблем – выступает фитнес.

В середине 1990х гг. при ограниченном предложении концепции позиционирования фитнес клубов были хорошо организованы, однако с ростом рынка началась борьба за привлечения клиента. Сегодня как новые участники, так и уже существующие фитнес центры должны определить те характеристики, которые позволят им выделиться из ряда конкурирующих предложений фитнес услуг и найти свою уникальную позицию на рынке.

В западной экономической мысли значительный вклад в разработку проблемы маркетинга фитнес услуг внесли такие ученые экономисты, как Якобсон Л.И., Питерс Т., Уотермен Р., Ниссийен И., Воутилайнен Э.. Теоретические проблемы данной сферы рассмотрены в работах таких отечественных ученых как Смирнова Н.И., Пантелеева Е.В., Латышова Л.С., Шарый А.В., Чат М. Основной тематикой работ по маркетингу фитнес услуг, является специфика маркетинговой деятельности, мероприятия по сохранению членства в фитнес клубах, изучение потребительских предпочтений и мотивации потребителей. Однако вопрос о разработке стратегии позиционирования фитнес клубов не достаточно изучен.